

Hamm, Vetter

**Kommunalwirtschaftliche Analysen
als Instrument der Politikberatung**

Eine Darstellung am Beispiel der Stadt Korschenbroich

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Mönchengladbach

Mönchengladbacher Schriften
zur wirtschaftswissenschaftlichen Praxis

herausgegeben vom
Dekan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften
der Hochschule Niederrhein

Band 15

Rüdiger Hamm, Rainer Vetter

**Kommunalwirtschaftliche Analysen
als Instrument der Politikberatung**

Eine Darstellung am Beispiel der Stadt Korschenbroich

Shaker Verlag
Aachen 2004

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Cover und Layout: Birgit Lankes

Copyright Shaker Verlag 2004

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8322-3071-8

ISSN 1615-9160

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen
Telefon: 02407/95 96 - 0 • Telefax: 02407/95 96 - 9
Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Vorwort

Der vorliegende Band der „Mönchengladbacher Schriften zur wirtschaftswissenschaftlichen Praxis“ enthält zwei Beiträge, die in enger thematischer Beziehung zueinander stehen:

- Im ersten Teil des Buches analysiert Prof. Dr. Rüdiger Hamm die wirtschaftlichen Strukturen und die Standortbedingungen für die Stadt Korschenbroich. Der Autor erarbeitet bereits seit einer Reihe von Jahren in enger Kooperation mit der Industrie und Handelskammer Mittlerer Niederrhein Struktur- und Standortanalysen für Kommunen im regionalen Einzugsgebiet der Hochschule. Diese Untersuchungen sollen zum einen zur Beurteilung der wirtschaftlichen Gegebenheiten in den betrachteten Kommunen und zur Verbesserung der kommunalpolitischen Handlungsgrundlage beitragen. Da diese kommunalen Strukturanalysen zumeist im Rahmen von Lehrveranstaltungen erstellt werden, können die teilnehmenden Studierenden anhand einer praxisnahen Fragestellung die methodischen Grundlagen der regionalökonomischen Analyse kennen und anwenden lernen.
- Der zweite Teil des Buches beinhaltet die Ergebnisse einer Diplomarbeit, die im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Niederrhein, unter der Betreuung von Prof. Dr. Rüdiger Hamm und Prof. Dr. Doris Kortus-Schultes verfasst wurde. Wiederum am Beispiel der Stadt Korschenbroich werden Handlungsmöglichkeiten der kommunalen Wirtschaftsförderung aufgezeigt und Überlegungen für ein Stadtmarketingkonzept angestellt. Rainer Vetter - der Autor - greift dabei die eher analytischen Betrachtungen des ersten Teiles auf, setzt sie in einer Stärken- und Schwächenanalyse um und leitet daraus Handlungsempfehlungen für die Wirtschaftsförderung der Stadt Korschenbroich her. Die Tatsache, dass die Diplomarbeit mit dem Senatspreis der Hochschule gewürdigt wurde, verdeutlicht, dass Rainer Vetter seine Aufgabe gut gelöst haben muss.

Die gemeinsame Veröffentlichung dieser beiden Arbeiten soll die Leistungsmöglichkeiten der Hochschule Niederrhein im Bereich der regional- und kommunalökonomischen Analyse veranschaulichen. Die Arbeiten sind nicht nur ein gelungenes Beispiel für das Ineinandergreifen von Lehre und angewandter Forschung, sie zeigen auch, wie Wissenstransfer aus der Hochschule in die kommunalpolitische Praxis funktionieren kann.

Inhaltsverzeichnis

Strukturen, Entwicklungen und Standortgegebenheiten in der Stadt Korschenbroich Rüdiger Hamm

0. Einleitung	9
1. Analyse von Struktur und Entwicklung	10
1.1. Die Grobstrukturen	11
1.2. Die Strukturen im Detail	17
1.3. Die Strukturen im Jahr 2001	21
1.4. Die wirtschaftliche Entwicklung seit Mitte der 80er Jahre	23
1.5. Shift-share-Analyse	30
2. Standortvoraussetzungen und ihre Beurteilung durch die Unternehmen 35	
2.1. Vorüberlegungen zu den relevanten Standortfaktoren	36
2.2. Ergebnisse der Unternehmensbefragung	37
2.2.1. Standortbedingungen	37
2.2.1.1. Bedeutung	37
2.2.1.2. Qualität	40
2.2.1.3. Bedeutung und Qualität im Vergleich	43
2.2.2. Kommunalpolitische Standortbedingungen	47
3. Zukünftige Entwicklung von Bevölkerung und Beschäftigung	52
3.1. Bevölkerungsprognose und erwartete Entwicklung des Arbeitsangebots	52
3.2. Erwartete Entwicklung der Arbeitskräftenachfrage	63
3.3. Konsequenzen für den regionalen Arbeitsmarkt	68
4. Zusammenfassung	72
4.1. Kurzcharakterisierung der Korschenbroicher Wirtschaft	72
4.2. Wichtige Ergebnisse im thesenartigen Überblick	75
Footnotes	80
Anhang	83

Handlungsmöglichkeiten kommunaler Wirtschaftsförderung – Ansatzpunkte für ein Stadtmarketingkonzept am Beispiel der Stadt Korschenbroich

Rainer Vetter

1. Einführung	85
2. Stadtmarketing	87
2.1. Stadtmarketing – ein neuer Weg der Stadtentwicklung	87
2.2. Grundlagen des Stadtmarketing	87
2.2.1. Der Stadtmarketingbegriff	87
2.2.2. Der Stadtmarketingprozess	89
2.2.3. Ziele des Stadtmarketing	91
2.2.4. Handlungsfelder	93
2.2.5. Akteure	93
2.2.6. Finanzierung und Institutionalisierung des Stadtmarketing	94
3. Kommunale Wirtschaftsförderung	96
3.1. Definition	96
3.2. Rechtliche Grundlagen kommunaler Wirtschaftsförderung	96
3.3. Grenzen kommunaler Wirtschaftsförderung	97
3.4. Der Handlungsbereich kommunaler Wirtschaftsförderung	99
3.4.1. Aufgaben und Ziele	99
3.4.2. Kooperation und Koordination als Hauptkompetenz kommunaler Wirtschaftsförderung	99
3.5. Instrumente kommunaler Wirtschaftsförderung	101
3.5.1. Bauleitplanung	101
3.5.2. Liegenschaftspolitik	102
3.5.3. Infrastrukturpolitik	103
3.5.4. Finanz-, Steuer- und Tarifpolitik	103
3.5.5. Information und Beratung	104
3.5.6. Standortmarketing	104
3.6. Organisation kommunaler Wirtschaftsförderung	105
3.6.1. Organisatorische und personelle Rahmenbedingungen	105
3.6.2. Verwaltungsinterne Organisation	106
3.6.3. Verwaltungsexterne Organisation	108

4. Interkommunale Zusammenarbeit	109
4.1. Begriffsklärung: Region und Regionalisierung	109
4.2. Interkommunale Konkurrenz und Zusammenarbeit	109
4.2.1. Wettbewerb der Standorte	109
4.2.2. Interkommunale Zusammenarbeit	110
4.3. Organisation der Wirtschaftsförderung auf Kreisstufe	110
4.3.1. Aufgabenabgrenzung Kreis - kreisangehörige Städte/Gemeinden	110
4.3.2. Die Organisation der Wirtschaftsförderung im Rhein-Kreis Neuss	111
4.3.3. Der Kreis Neuss als Teil der Region Düsseldorf/Mittlerer Niederrhein	112
5. Der Wirtschaftsstandort Korschenbroich	113
5.1. Aufbau der kommunalen Wirtschaftsförderung	113
5.1.1. Verwaltungsinterne Organisation der Wirtschaftsförderung ..	113
5.1.2. Aufgaben der Wirtschaftsförderung in Korschenbroich	115
5.1.3. Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH ...	115
5.1.4. Kontaktpflege mit Wirtschaft und Verbänden	116
5.2. Analyse der Standortfaktoren in Korschenbroich	117
5.2.1. Gewerbesteuerhebesätze	117
5.2.2. Grundsteuerhebesätze	118
5.2.3. Abwassergebühren	119
5.2.4. Abfallgebühren	120
5.2.5. Gewerbeflächensituation	120
5.2.5.1. Flächenverfügbarkeit	120
5.2.5.2. Flächenpreis	121
5.3. Stärken-Schwächen-Analyse	123
6. Handlungsvorschläge für die Wirtschaftsförderung in Korschenbroich	126
6.1. Stadtmarketingkonzept für die Stadt Korschenbroich	126
6.2. Leitziele für die kommunale Wirtschaftsförderung	129
6.3. Maßnahmenkatalog für die kommunale Wirtschaftsförderung	130
6.3.1. Standortmarketing	131
6.3.2. Verwaltungsmarketing	136
6.3.3. Bestandspflege	137
6.3.4. Akquisition	142

Literaturverzeichnis	147
Interviewverzeichnis	150
Footnotes	151