

STEUERUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG: Grundlagen regionaler Wirtschaftsförderung; Aufga- ben und Erfolgskriterien am Beispiel der HWF

WANDEL IN DER WELTWIRTSCHAFT

In Zeiten des Wandels der Weltwirtschaft, geprägt durch die Globalisierung, sind Unternehmen, durch die stetig wachsenden Verflechtungen der Volkswirtschaften und die stark gesunkenen Kommunikations- und Transportkosten viel weniger stark auf bestimmte Standorte angewiesen.

Des weiteren stehen die Unternehmen somit heute auch nicht mehr nur mit anderen Anbietern der Region oder des Landes in Konkurrenz, es entsteht der Druck einer globalen Konkurrenzsituation, wodurch auch der Druck, den Unternehmen auf potentielle Standorte ausüben, steigt. So sind Unternehmen heute in der Lage, bestimmte Standorte zu weitgehenden Zugeständnissen zu bewegen, im Wissen, dass man auch ‚jeden‘ anderen Standort wählen könnte. Es kommt zunehmend zu einer nationalen und internationalen Konkurrenz zwischen den Wirtschaftsregionen, so dass das Wohlergehen einer Region in nicht unerheblichem Maße, von ihren Fähigkeiten abhängt, sich auf Veränderungen der Märkte einzustellen, hier kann die Wirtschaftsförderung eine wichtige Hilfe bei der Anpassung an die veränderten Rahmenbedingungen darstellen und die wirtschaftliche Entwicklung durch Bestandspflege und Akquisition von Unternehmen unterstützen.

REGIONALE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Regionale Wirtschaftsförderung erfolgt von zwei Seiten, zum einen von staatlicher, übergeordneter Seite, um einen Ausgleich unterschiedlicher Lebensverhältnisse zwischen Regionen zu erreichen, dies können Staaten oder Staatenbunde sein (so etwa auf bundesdeutscher oder EU-Ebene) oder direkt vor Ort, von Kommunen und regionalen Wirtschaftsförderern, die ihren Standort im Vergleich mit anderen Regionen stärken wollen.

Die regionale Wirtschaftsförderung durch den Staat wird in Deutschland durch das Grundgesetz begründet (‚Wahrung der einheitlichen Lebensverhältnisse‘), wobei diese, insbesondere deren Durchführung eigentlich Sache der Länder ist, seit 1969 ist sie jedoch auch als Gemeinschaftsaufgabe von Bund und Ländern im Grundgesetz verankert, wobei der Bund den Rahmen vorgibt.

DIE STANDORTFAKTOREN

Die regionale Wirtschaftsförderung zielt konkret auf Unternehmen, die in der Region bestehen, entstehen oder sich dort ansiedeln wollen und deren erfolgreiche Entwicklung ab, um so in ausreichender Zahl und Qualität Arbeitsplätze zu schaffen und das regionale Wohlstandsniveau zu halten bzw. zu verbessern (auch durch Steuereinnahmen). Entscheidend für die reg. Wirtschaftsförderung ist somit die Beeinflussung der Standortfaktoren für die Wirtschaft, wobei in harte und weiche Standortfaktoren unterschieden werden muß (vgl. Tabelle allgemeine Standortfaktoren für die Wirtschaft).

Allgemeine Standortfaktoren für die Wirtschaft		
<u>Harte Standortfaktoren</u>	<u>Weiche unternehmens- bezogene Faktoren</u>	<u>Weiche personenbezogene Faktoren</u>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage zu den Bezugs- und Absatzmärkten ▪ Verkehrsanbindung (Straße, Schiene, Wasser, Luft) ▪ Arbeitsmarkt (quantitativ, qualitativ) ▪ Flächenangebot, Mietkosten (gewerblich) ▪ Energie- und Umweltkosten (Altlasten) ▪ Lokale Abgaben ▪ Förderangebote 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wirtschaftsklima lokal/regional; ▪ Qualität, Effektivität, Offenheit, Geschwindigkeit der öffentlichen Verwaltung ▪ Stadt-/Regionsimage ▪ Branchenkontakte, Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten ▪ Hochschulen/Forschung ▪ Innovatives Milieu der Region ▪ (Arbeitnehmermentalität) ▪ Leistungsfähigkeit von Wirtschaftsverbänden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wohnen / Wohnumfeld ▪ Umweltqualität ▪ Schulen/Ausbildung ▪ Soziale Infrastruktur ▪ Freizeitwert (Sport, kulturelles Angebot) ▪ Reiz der Stadt und der Region ▪ Gastfreundlichkeit

Tabelle : geändert nach Meyer-Stamer, J.

Besondere Wichtigkeit kommt hier insbesondere den ersten harten Standortfaktoren zu, wie auch Unternehmensbefragungen zeigen (EINFÜGEN einer Tabelle, aus HOFFMEYER 1990). Zwar kann die regionale Wirtschaftsförderung die geographische Lage nicht verändern, jedoch kann man durch eine bessere Verkehrsanbindung die Kosten minimieren und so ist es nicht verwunderlich, dass die Optimierung der Verkehrsanbindung und des Flächenangebots zu den wichtigsten Aufgaben der Wirtschaftsförderung zu zählen sind, wobei auch die Verbesserung des Angebots an Arbeitskräften, abgestimmt auf die regionalen Bedarfe, zu nennen wäre.

Nichts desto trotz sind Unternehmensbefragungen mit Vorsicht zu betrachten, da die harten Standortfaktoren für die unterschiedlichen Branchen durchaus sehr verschieden wichtig sein können.

Von zunehmender Bedeutung sind heute die weichen Standortfaktoren für Unternehmen, zwar stellen diese im ersten Moment Randbedingungen dar, sollten jedoch auch von der Wirtschaftsförderung nicht vernachlässigt werden.

Harte Standortfaktoren zu fördern ist unverzichtbar, aber trägt nicht zur besonderen Hervorhebung des Standortes bei.

Hochqualifizierte Arbeitskräfte stellen auch hohe Anforderungen an ihren Arbeitsort und auch die Leitungsfähigkeit dieser hängt in nicht unerheblichem Maße vom Umfeld ab. So spielen die Bereiche Wohnen und Wohnumfeld, Bildungsmöglichkeiten und die Umwelt- und Freizeitqualität auch für die Wirtschaftsförderung eine wichtige Rolle. Finanzielle Anreize – Subventionen o.ä. geben selten den Ausschlag für Investitionen.

ALLGEMEINE HERANGEHENSWEISE AN DIE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

- Existierende Vorteile der Region identifizieren
- Stärken stärken / Schwachpunkte beseitigen
- Vor allem die Stärken fördern, die von anderen Orten nicht leicht imitiert werden können
- Nicht ausschließlich an vermeintlichen „Zukunftsindustrien“ orientieren

MAßNAHMEN IM RAHMEN DER REGIONALEN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

- direkte Fördermittel

Direkte Fördermittel beeinflussen Unternehmen bei Standortentscheidungen nur gering, im Fall der neuen Bundesländer aber waren sie entscheidend für die Schaffung kapitalintensiver Arbeitsplätze, etwa im Bereich der Computerchip Herstellung. Des weiteren stellen sie ein Mittel zur Verhinderung von Standortverlagerungen, etwa von transnationalen Unternehmen, dar. Entscheidend ist hier jedoch die Unternehmen dauerhaft an die Region zu binden und zu verhindern, dass Unternehmen nur die Fördermittel einstreichen und nicht dauerhaft vorhaben, am Standort festzuhalten.

- indirekte Fördermittel

Der Bereich der indirekten Fördermittel dient dem Zweck, einen investitionsfreundlichen Rahmen zu bieten, hierbei ist besonders die Zusammenarbeit der einzelnen Institutionen von entscheidender Bedeutung (Kommunen, Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Kammern, Verbände, Kreditinstitute, Planungsbehörden), auch über die administrativen Grenzen hinaus.

Auch haben die Aufgaben der regionalen Wirtschaftsförderung deutlich an Komplexität gewonnen, zur Förderberatung und Bereitstellung der Infrastruktur kamen Dinge wie etwa die direkte Beratung von Unternehmen, Moderation der Interessen von Verwaltung und Wirtschaft und die Durchführung eigener Projekte.



Eigene Zusammenstellung: Hahne 1994

WEITERE INDIREKTE FÖRDERMAßNAHMEN

Behördenstrukturen verbessern

- Dezentralisierung von Aufgaben
- Kosten-Nutzen-Rechnung statt kameralistischer Prinzipien*

FÖRDERUNG VON EXISTENZGRÜNDUNGEN

- Gründerzentren
- Gemeinsam nutzbare Infrastruktur (Räume, Technik) für Jungunternehmen bereitstellen -Für Kostenvorteile sorgen

EXPORTFÖRDERUNG

- Diplomatie mit Nationen starker Handelsverbindungen. (Z.B. Kommunikation mit Regierungen anderer Länder - Staatsbesuche etc.)

HOCHSCHULEN TECHNOLOGIEINSTITUTIONEN ETC.

- Neue Studiengänge / Neue Hochschulen
- Studenten gut informieren über Arbeitsmarkt etc. - Strukturwandel überraschende Wendungen
- Stärken von Technologieinstitutionen
- Stärkung der Kooperation zwischen Universitäten und Unternehmen
- Förderung von Netzwerken, in denen der Staat keine dominierende Rolle mehr spielt

Die traditionelle Herangehensweise beschränkte sich auf folgende Maßnahmen:

- Förderung nationaler Spitzenunternehmen
- Investitionslenkung
- Standortmarketing
- Bereitstellung von Industrie- und Gewerbeflächen
- Infrastrukturausbau

Standortmarketing

In aller Munde ist das zu den indirekten Fördermitteln zu zählende ‚Standortmarketing‘, das davon ausgeht, dass man den Bekanntheitsgrad des Standorts, durch eine entsprechende werbemäßige Umsetzung vergrößern kann um genügend Investoren zur Umsetzung der gewünschten Ergebnisse zu erreichen (Gewerbesteuereinnahmen, Rückgang der Arbeitslosenzahlen, ...). Inzwischen werden für den Bereich Standortmarketing (z.B. für Anzeigen in internat. Zeitungen) enorme Summen ausgegeben, wobei der Erfolg nicht unumstritten ist. Problematisch ist hier insbesondere, dass das Potential ansiedlungsinteressierter Unternehmen oft überschätzt wird. Es bleibt festzuhalten, dass Standortmarketing nur ein sinnvolles Mittel der Regionalen Wirtschaftsförderung darstellt, wenn die harten Standortfaktoren der Region ohnehin schon stark ausgeprägt sind, auf eine Identifikation der Zielgruppe im Vorwege ist zu achten.

ENTWICKLUNGEN IN DER REGIONALEN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Dadurch, dass Neuansiedlungen großer Firmen immer seltener werden und zudem die Konkurrenz um die wenigen Großinvestitionen, auch international gesehen (z.B. Osteuropa mit wesentlich günstigeren Lohnstrukturen), stark zugenommen hat, kommt dem endogenen Potential und dessen Bestandsentwicklung in der regionalen Wirtschaftsförderung im

allgemeinen eine größere Bedeutung zu, ohne jedoch potentielle Ansiedler zu vernachlässigen. Dabei geht es darum, die expandierenden Unternehmen der Region optimal zu unterstützen, ihnen bestmögliche Beratung und Förderung zukommen zu lassen und die Rahmenbedingungen für Wachstum zu schaffen, um so auch ein Abwandern in andere Regionen zu verhindern. So wären zum Beispiel Maßnahmen zu nennen, die der Verkehrsanbindung dienen, die Förderung von Standortgemeinschaften, Beratungen und auch die Organisation von Workshops und Messen. Wichtig ist die Bestandsentwicklung auch im Hinblick auf die Umsetzung neuer Techniken und Innovationen, die zumeist aus den in der Region vorhandenen Unternehmen kommen müssen, wobei insbesondere die Fähigkeit sich auf neue Markt- und Umweltbedingungen einzustellen wichtig ist (Hilfe der Wirtschaftsförderung durch ‚Technologie-Scanning‘).

3. HAMBURGISCHE GESELLSCHAFT FÜR WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG MBH (HWF)

KERNDATEN

Gesellschafter	
▪	Freie und Hansestadt Hamburg
▪	Handelskammer
▪	Handwerkskammer
▪	Hamburgische Landesbank
▪	Hamburger Sparkasse
▪	Konsortium von Geschäftsbanken

- Gründung: 1985
- Mitarbeiterzahl: 25
- Budget: 3,2 Mio. Euro (2005)
- Budget im Überblick:

2003	2004	2005	2006
3,4	3,3	3,2	2,9

AUFGABEN DER HWF:

Die HWF ist ein privatwirtschaftlich geführtes Beratungsunternehmen, das per eigener Definition „wachstumsstarke Unternehmen“ bei deren Expansionsbestrebungen, bei Umstrukturierungsmaßnahmen oder bei Investitionen unterstützt.

Hauptaufgaben der HWF...

- Akquisition internationaler Firmen

- Unterstützung der ansässigen Wirtschaft (Bestandsentwicklung)
- Standortmarketing

Für die gesamte Wirtschaft fungiert die HWF als zentrale Anlauf-, Beratungs- und Servicestelle.

- Insbesondere bei Immobilien ein umfangreicher kostenloser Service.
- Mitarbeiter kommen aus der Wirtschaft (Verständigung)

Direkte Fördermittel stehen der HWF nur in folgendem begrenzten Maße zur Verfügung:

- Zeitlich und Finanziell begrenzte Förderung für kleinere Unternehmen (bis 800 Euro, für max. 6 Monate), falls Europa oder Deutschlandzentrale errichtet wird
- Unterstützung bei Qualifizierungsmaßnahmen für einen neu geschaffenen Arbeitsplatz für 6 Monate in bestimmten Fällen

Im Rahmen der Hamburger Wirtschaftspolitik soll die HWF mit der Politik Hand in Hand zusammenarbeiten und die Entwicklung Hamburgs in folgende Richtungen lenken:

- Hamburg soll wirtschaftlich und bei der Bevölkerungszahl, aber auch qualitativ und nachhaltig wachsen („Wachsende Stadt“)
- Hamburg will in der „Weltstadt“-Skala aufsteigen, bzw. seinen „Stellenwert im Ranking der Weltstädte ausbauen“ (siehe auch Titel der Broschüre: „Wirtschaftszentrum für Nordeuropa“)
- Drehkreuz für Handel mit Ost und Nordeuropa – Aber auch Handel mit Asien (v.a. China) ausbauen
- „Wirtschaftszentrum für Nordeuropa“ (siehe auch Broschüre ‚Erfolg mit Hamburg‘)

UNTERTEILUNG DE DIENSTE IN ‚REGIONAL‘ UND ‚INTERNATIONAL‘ :

International:

Für Unternehmen, die aus dem Ausland kommend in Hamburg einen Standort errichten wollen stehen darüber hinaus folgende Dienste zur Verfügung:

- Umfassende Standort-Information
- Hilfe bei der Unternehmensgründung
- Unterstützung bei der Etablierung auf den Märkten Europas

...Und HWF hilft in den weiteren Bereichen:

- Recht
- Kosten
- Steuern
- Bei arbeitsrechtlichen Fragen (Arbeitserlaubnis, Visa etc.)
- Hilft bei der Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsförderungsgesellschaften anderer Bundesländer
- Bei der Frage, welche Flächen zur Verfügung stehen

Bei Anfragen wird von der HWF versucht, im Rahmen ihres Förderungsangebots, zu 100% auf Anforderungen ansiedlungswilliger Unternehmen einzugehen. Dabei ist häufig das Internet die erste Informationsquelle für diese Unternehmen, der erste Kontakt erfolgt dann meist per Email oder Telefon, wobei die auf der Homepage www.hamburg-economy.de zum Download bereitgestellten Formulare und Merkblätter, häufig schon im Vorwege bearbeitet bzw. gelesen wurden (z.B. ‚10 Schritte zu einer Hamburger Niederlassung‘, u.a.). Den Unternehmen ‚rollt man den roten Teppich aus und bürstet diesen gegebenenfalls auch vorher noch‘ (Zitat, Ina Klotzhuber, Pressesprecherin der HWF).

Lokal / National:

- Standortberatung
- Vermittlung geeigneter Büro- und Gewerbeflächen über eine eigene Immobiliendatenbank
- Beratung in allen genehmigungsrechtlichen Fragen
- Beratung über Förderprogramme

Mittelstandslotse (seit 2002, von Hr. Uldall eingerichtet)
als die zentrale Anlaufstelle für kleine und mittlere Unternehmen aus Dienstleistung, Produktion und Handwerk.

Vermittlung zwischen den Interessen der Wirtschaft und der Verwaltung
(Funktion des ‚Troubleshooter‘)

Vermittlung von Kontakten und Hilfe bei schwierigen Genehmigungsfragen.

Umfassender Gewerbe-Immobilien-Service

- Vermittlung geeigneter Büro-, Hallen-, Lager- und Gewerbeflächen über eine eigene Datenbank.
- Kostenvergleiche zum Immobilienkauf oder zur Miete
- Preisvergleiche im Stadtgebiet und optimale Standortbestimmung im Rahmen Ihrer Unternehmensziele.

-Branchenbetreuung (Branchenkontakte, Work-Shops, Messen, ...), z.B. Qualifizierungsoffensive im Luftfahrt in Zusammenarbeit mit verschiedenen ande-

ren Institutionen (TUHH, Airbus, Lufthansa techn. Training, versch. Unternehmensverbänden, u.a.)

- Beratung und Information für die Existenzgründung, unterstützt durch ein Netzwerk an Kontakten

Bisherige Ergebnisse aus Eigendarstellung:

- 1985 mehr als 4.000 Unternehmen erfolgreich bei der Umsetzung ihrer Projekte am Standort Hamburg unterstützt.
- Darunter 1.700 Neuansiedlungen in Hamburg

An ca. 60% der in den Medien erscheinenden Erfolge für die Hamburger Wirtschaft ist die HWF laut eigenen Aussagen in irgendeiner Form beteiligt gewesen.

Mit diesen Projekten entstanden über 40.000 zusätzliche Arbeitsplätze vor allem in zukunftsorientierten Wachstumsbranchen. Das mit den HWF-Projekten primär verbundene Investitionsvolumen beträgt bis heute rund 6 Milliarden EURO.

Die neuste Jahresbilanz aus dem Jahr 2002:

- Kunden vorwiegend kleine und mittlere Unternehmen
- erfolgreiche Betreuung von 67 Projekten
- 815 neue Arbeitsplätze geschaffen
- Investitionen in Höhe von insgesamt rund 200,5 Mio. EUR ausgelöst
- 2.333 Arbeitsplätze gesichert
- Projekte auf die Branchen verteilt:
 - Produktion/ Handwerk (25)
 - Dienstleistungen (19)
 - Handel (13)

Konkrete Projekte im Jahr 2002 beispielartig:

- neue Zentralverwaltung der *Securvita* in Hamburg (Finden eines städtischen Grundstücks und Hilfe bei der Durchführung eines zügigen Planungsverfahrens)
- *Focke & Co* (neben den Hauni-Werken in Bergedorf einer der Weltmarktführer im Bereich der Herstellung von Zigarettenmaschinen), Hilfe bei der Standortverlagerung von Verden an der Aller nach Hamburg zwecks Bündelung der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten; Vorteil Hamburgs: ausreichende Auswahl qualifizierter Fachkräfte
- *Bureau Veritas*, weltweit operierendes Unternehmen im Bereich Schiffsklassifizierung und Qualitätsinspektion; finden eines neuen Standorts für die Firmenzentrale für Deutschland und Zentraleuropa, Hilfe bei der Erfüllung aller nötiger Auflagen; Verlagerung innerhalb Hamburgs; ausschlaggebend für den Standort im Harburger Binnenhafen: Lage am Wasser, Nähe zur TUHH, markantes Gebäude (alter Speicher)

WEITERE INSTITUTIONEN DIE IN HAMBURG WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG BETREIBEN

(Beratung durch die HWF)

- AGA Unternehmens- und Arbeitgeberverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung e.V. (Agrarförderung, Allgemeine Beratung bei EU - Förderfragen, Förderung ökologischer Agrarerzeugnisse, Landesbürgschaften, Liquiditätshilfeprogramm)
- AWiTT - Arbeitsstelle für Wissens- und Technologietransfer
- Agentur für Arbeit Hamburg (Existenzgründungszuschuss (EXGZ) Ich-AG / Familien-AG, u.a.)
- BTG Beteiligungsgesellschaft Hamburg mbH (Beteiligungskapital für Existenzgründer/-innen und junge Unternehmen, für bestehende Unternehmen und für kleine Technologieunternehmen)
- FilmFörderung Hamburg GmbH
- H.E.I. - Hamburger Initiative für Existenzgründungen und Innovationen
- Handelskammer Hamburg
- TUHH-Technologie GmbH
- Behörde für Wirtschaft und Arbeit Hamburg
- u.a.

WEITERE INSTITUTIONEN IM BEREICH MARKETING

- Hamburg Marketing GmbH
- Hamburg Tourismus GmbH
- Hafen Hamburg Marketing GmbH
- ...

BEISPIELE FÜR FÖRDERPROGRAMME	
Ausbauprogramm HAM 21	...rüstet sich Hamburg Airport für die Zukunft. Mit 350 Mio. € ist HAM 21 das größte Investitionsprojekt in der Geschichte des Flughafens. Ein neuer Terminal, neue Zu- und Vorfahrtsstraßen und ein Parkcenter mit 2.200 Stellplätzen - ab 2005 wird Hamburg Airport über eine Abfertigungskapazität von bis zu 15 Mio. Passagieren verfügen. Bis 2007 runden eine Shopping-Plaza, ein Hotel sowie der S-Bahn-Anschluß an die City das Ausbauprogramm ab.
Hamburg@work - Wegweiser der digitalen Wirtschaft	Um sich in Hamburg möglichst schnell und erfolgreich entfalten zu können, bietet die Stadt im Verbund mit der Privatwirtschaft den Unternehmen der IuK-Branche zahlreiche Möglichkeiten: Mit der Initiative Hamburg@work verfügt die Stadt über ein leistungsstarkes Netzwerk, das die Unternehmen der IuK-Wirtschaft in ihrer Entwicklung unterstützt und die Vernetzung der Branche vorantreibt. Als klassisches Public-Private-Partnership der Stadt Hamburg und Unternehmen des Förderkreis Multimedia (rund 300 Mitgliedereunternehmen) liegt die Stärke der Initiative darin, die kurzen Wege innerhalb des Stadtstaates Hamburg noch kürzer, zielführender und effektiver zu machen.

Sonderinvestitionsprogramms „Hamburg 2010“.	<p>Investitionen der Jahre 2005-2009</p> <p>Sonderinvestitionsprogramms „Hamburg 2010“. Mit diesem Investitionsprogramm soll der Wachstumskurs beschleunigt und das Leitbild „Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“ mit zukunftsfähigen Innovationen vorangebracht werden.</p> <p>„... Trendumkehr bei den Investitionen handelt. Damit setzt der Senat gerade in der derzeit kritischen konjunkturellen Lage ein wirtschaftspolitisches Signal des Aufbruchs.“</p> <p>Die Finanzierung erfolgt zur Hälfte durch Umschichtung vorhandener Investitionsansätze sowie zur anderen Hälfte durch Mobilisierung zusätzlicher Mittel aus Vermögensumschichtungen</p>
---	---

BEWERTUNG DER HERANGEHENSWEISE DER HWF	
+	<ul style="list-style-type: none"> - Viele Büros über die Welt verteilt (insbesondere in den für HH wirtschaftlich relevanten Regionen (Asien, Ostseeraum) -Viel-(10-)sprachiger Internetauftritt, mehrsprachiger Telephonkontakt -engl. Übersetzung nicht qualitativ hochwertig
-	- Politikgebundenheit
+	Nicht ineffiziente Unternehmen durch Subventionen am Leben halten, aber durch Hinzuziehung externen Wissens helfen
KRITIK AN HAMBURGER WIRTSCHAFTFÖRDERPOLITIK	
-	<p>Demokratie: Alle Akteure einbeziehen</p> <p>-Senat und HWF Handeln ohne andere gesellschaftliche Akteure ausreichend mit einzubeziehen*</p>
Zusammenarbeit mit China	<p>Im Zuge der Großinvestitionen in China sicherlich kurz und mittelfristig sinnvoll.</p> <p>ABER: Darauf achten, wer langfristig mehr profitiert... Die Chinesen haben ein Interessen, Technologien zu übernehmen und ihren Machtbereich auszuweiten</p>
-	Zukunftsfähige, ökologisch nachhaltige Entwicklung fördern – auch hierin Innovations- und ökonomisches „Vorreiterpotential“
Bewahrung der Identität	<p>Man sollte nicht seine Identität und Lokale Herkunft aufgeben, nur um Wirtschaftswachstum zu erzeugen!</p> <p>Beispiel: Lächel doch mal Werbung – Man kann nicht auf Befehl Lächeln erzeugen, man muß die Menschen glücklich machen. Keine SYMPTOME mit Plakatwerbung</p>

	<p>bekämpfen!</p> <p>Ein China Cluster/China-Hafencity, die sogar Touristen nach Hamburg ziehen soll: Hamburg ist Hamburg und hat eine starke Eigenidentität und Geschichte! Um international hervorstechen muß man EIGENE kulturelle Eigenheiten hervorheben und nicht die anderer Kulturen.</p>
--	---

ABSCHLIEßENDE FRAGEN / RAUM FÜR DISKUSSION:

Ist es sinnvoll, um einen Spitzenplatz in einer Liga von Weltstädten zu kämpfen – oder könnte es im Sinne der Mehrheit der Hamburger sein, andere Wege zu gehen?

Müssen Unternehmen in einer Marktwirtschaft gefördert werden oder sollte sich der Markt frei entwickeln?

Wirtschaftsförderung um jeden Preis?! Kommt hier der Umwelt- und Landschaftsschutz zu kurz?

Ist das strategische Verhalten von Großunternehmen durch Maßnahmen der regionalen Wirtschaftsförderung beeinflussbar?!

QUELLEN / LITERATURVERZEICHNIS

Meyer-Stamer, J.:	Lokale und regionale Standortpolitik – Konzepte und Instrumente jenseits von Industriepolitik und traditioneller Wirtschaftsförderung“ INEF REPORT Heft 39 Duisburg, 1999
Lüder, K ; Küpper, W	Unternehmerische Standortplanung und regionale Wirtschaftsförderung Eine empirische Analyse des Standortverhaltens industrieller Großunternehmen Göttingen, 1983
KÖPKE, Andreas	Erfolg mit Hamburg, Hamburg: Wirtschaftszentrum für Nordeuropa. HWF, Hamburg, 2001
RIDINGER, Rudolf und STEINRÖX, Manfred (Hrsg.)	Regionale Wirtschaftsförderung in der Praxis. Schmidt, Köln, 1995
SCHLOTBÖLLER, Dirk	Raumordnung und regionale Wirtschaftsförderung : Konflikte aus ökonomisch-theoretischer und empirischer Sicht. Zentralinst. für Raumplanung, Münster, 2001
www.wer-zu-wem.de	Im Dezember 2004
www.hamburg-economy.de	Im Januar 2005
www.hamburg.de	Im Januar 2005