

WIFÖ-WISSEN

Das Magazin für die kommunale Wirtschaftsförderung

SONDERHEFT

08/2020



Jürgen Stember / Emanuel Hesse

A small white paper boat with a German flag on a thin wooden stick, floating on a blue body of water. The boat is positioned on the left side of the cover, with its reflection visible in the water below.

Die Corona-Krise und ihre Auswirkungen auf die Wirtschaftsförderung

Ergebnisse einer empirischen Studie



GLIEDERUNG	SEITE
1 Einleitung	3
2 Studiendesign und Beteiligung	4
3 Auswirkungen auf die Region	5
4 Auswirkungen auf die Wirtschaftsförderung	8
5 Zukünftige Einschätzungen	12
6 Kernaussagen der Studie	15
7 Ausblick	17

Die Arbeit des Wirtschaftsförderers ist in der Corona-Krise noch anspruchsvoller geworden als sie ohnehin schon war.

Einführung

Kaum ein Ereignis hat die Institutionen und Menschen in Deutschland in einer derart grundsätzlichen Weise betroffen wie die aktuelle Corona-Krise. In nahezu allen Bereichen ist sie ohne Vorbild und hat nicht nur das öffentliche Leben und Handeln zeitweise und nahezu komplett stillgelegt. Die Konsequenzen sind bis heute noch gar nicht absehbar, obwohl zumindest seit Ende Mai 2020 durch entsprechende Lockerungen Licht am Ende des Tunnels zu sehen ist.

Durch den Lockdown in vielen Ländern wurden die großen und die kleinen Räder angehalten und haben neben den vor allem negativen gesundheitlichen Folgen und Einschnitten aber auch wesentliche Erkenntnisse zu Tage gefördert, die man in der heutigen schnelllebigen und hektischen Lebensumwelt kaum mehr vermutet hätte:

1. Die Rückkehr der politischen Entscheidungsmacht

Die politischen Entscheidungen haben wieder zentrales Gewicht für alle Lebensbereiche und insbesondere für die Wirtschaft. Bislang vermutete systemische „Eigenlogiken“ (z. B. in der Wirtschaft in Bezug auf das Klima) und „Alternativlosigkeiten“, die ein Eingreifen der Politik in früheren Zeiten kaum mehr in geeigneter Weise vorstellbar erscheinen ließen, sind nun an der Tagesordnung. Und davon sind nach der „Regionalisierung des Krisenmanagements“ durch kommunale Gesundheitsämter alle politisch-administrativen Ebenen gleichermaßen betroffen.

2. Der Stillstand der physischen Interaktion und des öffentlichen Lebens

Der Stillstand im physischen Leben ohne Reisen und Veranstaltungen hat enorme Folgen für die Interaktion von Menschen und die Kommunikation gezeigt. Bisherige Schemata und Bewertungskriterien, wie Besuchsfrequenzen, Zahl der Gäste und Gespräche sind nicht mehr wichtig, sondern im Gegenteil aktuell gefährlich. Darüber hinaus entsprachen viele Maßnahmen des Lockdowns einem Berufsverbot, was zusätzlich große, weitreichende und nachhaltige Folgen für das gesamte wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Leben hatte.

3. Der „Turbo“ für die Digitalisierung der Gesellschaft und Wirtschaft

Entsprechend der Verbote von „normalen“ Kontakten und der omnipräsenten Ansteckungsgefahr hat sich die Kommunikation und Interaktion der Menschen in nahezu allen Institutionen von der per-

sönlichen auf die digitale Ebene verlagern müssen – und das in einer atemberaubenden Geschwindigkeit. Und in vielen Einrichtungen war man nicht selten überrascht, dass die Funktionsweise dennoch zumindest in den zentralen Bereichen aufrechterhalten werden konnte. Der Zwang zur Nutzung von IT bei gleichzeitiger flexibler Handhabung rechtlicher Vorschriften und Regelungen hat bislang zu einer insbesondere im internationalen Vergleich relativ guten bis sehr guten Bewältigung der Krise geführt.

4. Das Nachdenken über Sinn und neue Sinnzusammenhänge

Wie in kaum einer anderen Krise zuvor können die Menschen aufgrund der langen Pause und der Entschleunigung des gewohnten Lebens nachhaltig über den Zustand der bisherigen Aktivitäten und Arbeitsweisen kritisch und in Ruhe nachdenken. So ergeben sich durch diesen quasi historischen Ausnahmezustand nicht nur im privaten, sondern vor allem auch im beruflichen, politischen und gesellschaftlichen Leben erstmals realistische Chancen für grundlegende Umorientierungen im großen Kontrast zu dem möglicherweise ebenso schnell wieder hergestellten „Normalbetrieb“.

Das alles spielt natürlich auch für die kommunalen Wirtschaftsförderungen eine wichtige Rolle. Stimmen, die vermuten, dass die Wirtschaftsförderungen aufgrund des Lockdowns eher weniger zu tun haben, sehen sich nicht nur auf den ersten Blick getäuscht. Wie zu sehen sein wird, haben die kommunalen Wirtschaftsförderungen einen maßgeblichen Anteil an der guten wirtschaftlichen Krisenbewältigung in Deutschland.

Studiendesign und Beteiligung

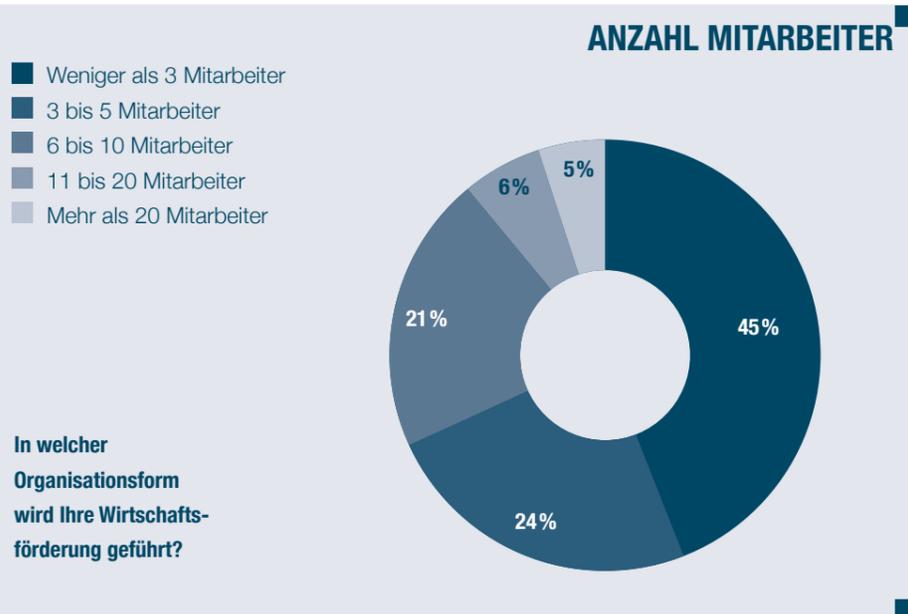


Abbildung 1: Anzahl der Mitarbeiter der befragten Wirtschaftsförderungen
(Quelle: Eigene Erhebung 2020)

Das Wirtschaftsförderungslabor der Hochschule Harz (WiföLAB) hat sich schon früh Gedanken gemacht, wie man die Folgen der Corona-Krise für die Wirtschaftsförderung analysieren kann. Auf der Grundlage einiger Vorgespräche mit Praktikern ist dann die Entscheidung darüber gefallen, eine Studie zur aktuellen Situation in der Wirtschaftsförderung durchzuführen. Die zentralen Befragungsthemen richteten sich einerseits auf die regionalen Folgen für den Wirtschaftsstandort und andererseits auf die Folgen für die Wirtschaftsförderungen und deren Arbeiten.

Abgerundet wurde der Befragungskontext mit Einschätzungen für die zukünftigen Entwicklungen.

Die Durchführung der Studie wurde als teilstandardisierte Online-Befragung über das System „EFS-Survey“ von der Questback GmbH realisiert. Die Einladung zur Teilnahme erfolgte im Rahmen eines Info-Mailings des WiföLAB. Insgesamt wurden 929 Wirtschaftsförderungen (bereinigtes Gesamtsample) aus dem ganzen Bundesgebiet zur Teilnahme aufgefordert. Im Zeitraum vom 28. April bis 29. Mai 2020 hatten die Wirtschaftsförderungen die Möglichkeit, an

der Befragung teilzunehmen. Darüber hinaus erfolgte eine Woche vor Befragungsende eine gesonderte Erinnerung an alle WiföLAB-Anwender. Von den 929 angeschriebenen Wirtschaftsförderungen haben insgesamt **87 Wirtschaftsförderungen** geantwortet, was einer abschließenden **Rücklaufquote von 9,4 %** entspricht. Die Datenauswertung wurde anonymisiert, sodass keine Rückschlüsse auf einzelne Personen oder Wirtschaftsförderungen möglich sind.

Die Verteilung nach der Organisationsform in der Studie stellt sich wie folgt dar:

- ▶ Eigenes Amt/Fachbereich = 20,
- ▶ Teil eines Amtes = 14,
- ▶ Stabsstelle = 29,
- ▶ Privatrechtliche Gesellschaft = 19,
- ▶ Sonstiges = 4.

Als weiteres statistisches Merkmal konnten die befragten Wirtschaftsförderungen die Anzahl der Mitarbeiter optional angeben. Wie in Abbildung 1 ersichtlich, sind mehr als zwei Drittel der befragten Wirtschaftsförderungen in kleineren Personaleinheiten bis maximal 5 Mitarbeiter organisiert.

Mit diesem Rücklauf und der ermittelten Struktur des Samples erfüllt diese Studie zwar nicht alle Anforderungen an eine repräsentative Studie, sie erlaubt aber einen plausiblen und in einigen Teilen repräsentativen Einblick in die Situation und Entwicklungen sowie auch in die Gefühlswelt der Wirtschaftsförderer auf kommunaler Ebene.

Auswirkungen auf die Region

Die Auswirkungen der Corona-Krise erstrecken sich auf nahezu alle Teile der Wirtschaft, gleichwohl einige Branchen durchaus weniger Probleme bekommen haben als andere. Einige Unternehmen und Branchen kann man aus heutiger Sicht sogar als Gewinner bezeichnen, z. B. den Versandhandel. In der Befragung war daher das erste Thema auf die regionalwirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise gerichtet.

Der Einzelhandel und private Dienstleistungen sind aus Sicht der Wirtschaftsförderer am stärksten von der Krise betroffen.

Abbildung 2 zeigt, dass nach den Beobachtungen der Wirtschaftsförderer durch den Lockdown in erster Linie und mit beträchtlichem Abstand der Einzelhandel betroffen war, der auch ohnehin schon große Probleme durch den Internethandel und -versand vor der Corona-Krise hatte. Mit etwas zeitlichem Abstand kann man auch angesichts neuer „Schreckens-Meldungen“, wie z. B. der Rückzug der Karstadt-Kaufhof-Häuser aus zahlreichen Innenstädten, die große Sorge um die Zukunft unserer Innenstädte nicht verbergen. Mit etwas größerem Abstand folgen private, vor allem hausnahe Dienstleistungen, die ebenfalls aufgrund von kompletten Schließungen durch den Lockdown schwer getroffen wurden.

Danach folgen die Industrie und die unternehmensbezogenen Dienstleistungen mit deutlichem Abstand mit 48 bzw. 41 %, während Handwerk und Landwirtschaft nur zu einem geringen Teil bzw.

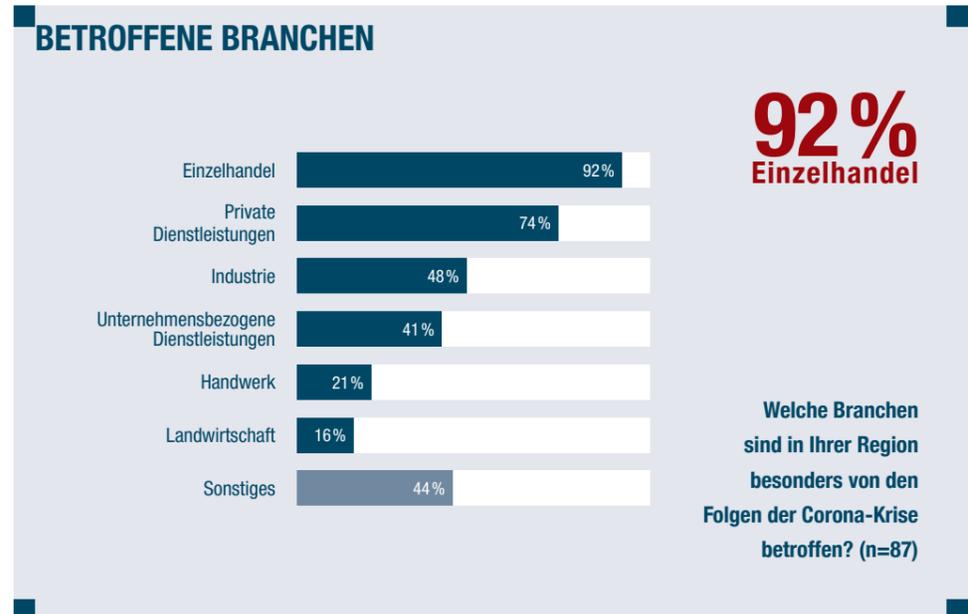


Abbildung 2: Besondere Betroffenheit von Branchen in den Regionen
(Quelle: Eigene Erhebung 2020)

gar nicht von den Folgen der Corona-Krise beeinträchtigt worden sind. Im Gegenteil, einige Branchen und Betriebe haben sich sogar mit starken Gewinnen präsentiert.

Ein markanter Trend ist in der Betroffenheit nach Betriebsgröße zu identifizieren: Je größer ein Betrieb, desto weniger ist er scheinbar von den Folgen betroffen. Oder andersherum: Die kleinen Betriebe und die Selbstständigen leiden besonders stark unter den Pandemiefolgen. Abbildung 3 zeigt, dass aus Sicht der Wirtschaftsförderer vor allem die Soloselbstständigen mit 92 % stark

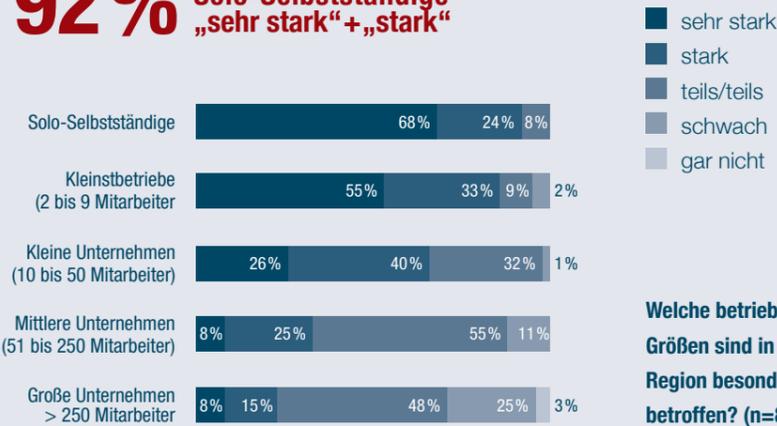
bzw. sehr stark und die Kleinstbetriebe (2 bis 9 Mitarbeiter) mit fast 90 % betroffen sind. Ab 10 Mitarbeitern reduziert sich die Betroffenheit aus Sicht der Wirtschaftsförderer deutlich und liegt bei den Betriebsgrößen zwischen 33 bzw. 23 %.

Die Größe der Unternehmen scheint also zumindest ein wirksamer Schutz vor plötzlichen bzw. kurzfristigen Krisen zu sein. Gleichzeitig hat sich die Politik auch sofort eher den großen als den kleinen Betrieben in der Förderung zugewandt und beschäftigt.

Die Auswirkungen auf die betreuten Unternehmen folgen der Krisenlogik, sind zeitlich gestaffelt und betreffen sowohl akute als auch grundsätzliche Veränderungs- und Unterstützungsaktivitäten.

BETROFFENE BETRIEBSGRÖSSEN

92 % Solo-Selbstständige „sehr stark“ + „stark“



Welche betrieblichen Größen sind in Ihrer Region besonders betroffen? (n=87)

Abbildung 3: Besondere Betroffenheit nach betrieblichen Größen in der Region (Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

Die Auswirkungen auf die Betriebe vor Ort sehen aus Sicht der Wirtschaftsförderer sehr unterschiedlich aus. Abbildung 4 verweist zumindest auf drei größere Gruppen von Einflussfaktoren. Die erste Gruppe besteht aus den direkten, sofortigen und mit nahezu 87 % fast gleich aufliegenden Folgen der Corona-Krise, nämlich Stornierung von Aufträgen und geringerer Nachfrage sowie unmittelbar in der Folge Liquiditätsprobleme.

Die nächste Gruppe von Auswirkungen liegt zwischen 74 und 60 % und bezeichnet die zeitlich etwas späteren Folgen, die in drohenden Insolvenzen, stärkeren Informations- und Beratungsnachfragen (Orientierung) sowie in schrumpfenden Investitionen bestehen.

Das letzte Cluster von Auswirkungen ist nur bei jedem zweiten Wirtschaftsförderer relevant und bezeichnet erneut zeitlich weiter in die Zukunft verlagerte Folgen der Krise, in dem es schon um Mitarbeiterausfall, Entlassungen und Produktionsumstellungen geht. In diesen Fällen hat die Krise bereits nachhaltig gewirkt und führt so zu grundsätzlicheren Folgen und Umorientierungen. Verstärkte regionale oder lokale Zusammenarbeit scheint aus Sicht der Wirtschaftsförderer eher nur selten eine konkrete Auswirkung auf die Unternehmen zu haben.

Bund und Länder haben in einem bisher noch nie dagewesenen Umfang die Unternehmen gestützt und ihnen finanziell geholfen. Darüber hinaus werden mit einem ab dem 01. Juli 2020 verabschiedeten Konjunkturpaket weitere Förderungen der Wirtschaft und des wirtschaftlichen Lebens in Deutschland realisiert. Ob diese Maßnahmen, die auch als „Wumms“ bzw. „Bazooka“ von Finanzminister Scholz beschrieben wurden, angemessen und effektiv sein werden, ist selbst unter Experten und in der Politik sowieso umstritten. Ob sie aber für alle Firmen ausreichend sein werden, um Insolvenzen zu verhindern, bleibt abzuwarten.

Jedenfalls bezweifeln die Wirtschaftsförderer auf kommunaler Ebene mit deutlicher Mehrheit, dass die Maßnahmen ausreichend sind (40 %), während fast jeder zweite Wirtschaftsförderer das noch nicht abschließend einschätzen kann. Nur 10 % der Wirtschaftsförderer zeigen sich optimistisch, wie die Abbildung 5 verdeutlicht.

Auf die offene Fragestellung, welche Unterstützungsmaßnahmen sinnvoll und wichtig wären, beteiligten sich zahlreiche Probanden und verwiesen vor allem auf weitere branchenspezifische Programme und Soforthilfen, gefolgt von weiteren Zuschüssen und längeren Laufzeiten der Hilfen (vgl. Abbildung 6). Aber auch andere Aspekte kamen hier zum Tragen: So zeigte sich neben einer grundlegenden Skepsis der Wirksamkeit vor allem die Forderung nach klaren nachvollziehbaren Regeln für die Wiedereröffnung von Geschäften und Einrichtungen als wichtiges Element. Nicht zuletzt wurden auch Aspekte des Bürokratieabbaus, der öffentlichen Auftragsvergaben sowie der Beratungsunterstützung angesprochen und in ihrer Bedeutung unterstrichen.

In diesem Zusammenhang skizzierten einige Wirtschaftsförderer auch ihre wichtige Rolle in der Beratung von Unternehmen, wie ein Zitat besonders einprägsam zum Ausdruck bringt:

„Die Wirtschaftsförderungen haben die Expertise, mehr Kapazitäten und Zeit für Beratungsangebote zu den Themen Digitalisierung, Corporate Strategy und Vernetzung den Unternehmen vor Ort anzubieten. Wichtig ist in diesem Zusammenhang die lokale Expertise der Wirtschaftsförderungen und die Kenntnis ihrer Unternehmen. Externe Consultants helfen in dieser Situation nicht weiter, bringen nur ihre Standardlösungen und sind zu dem im Leistungs-/Kostenverhältnis i.d.R. zu teuer.“

Nur jeder zehnte Wirtschaftsförderer hält die aktuellen Maßnahmen für ausreichend.

AUSREICHENDE UNTERSTÜTZUNGSMAßNAHMEN

■ Ja
■ Nein
■ Weiß nicht / derzeit nicht abschätzbar

Sind die bislang angekündigten/umgesetzten öffentlichen Unterstützungsmaßnahmen für die Unternehmen und deren Belegschaften in Ihrer Region ausreichend? (n=87)

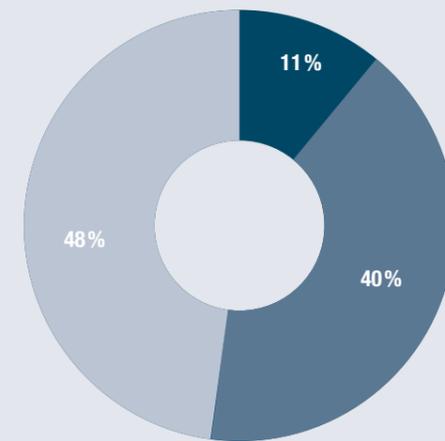
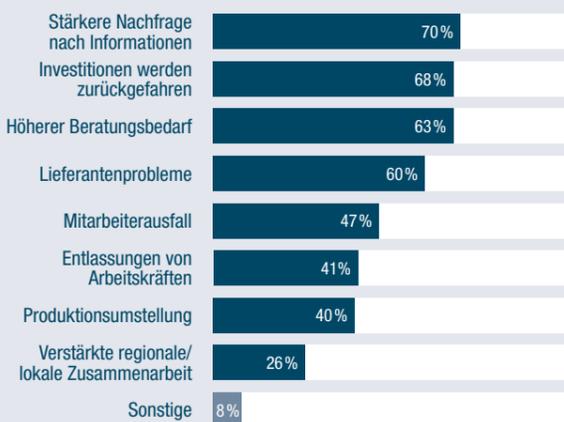


Abbildung 5: Ausreichende öffentliche Unterstützungsmaßnahmen für die Unternehmen in der Region (Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

AUSWIRKUNGEN UNTERNEHMEN



TOP 3

87% Liquiditätsengpässe

86% geringere Nachfrage

74% drohende Insolvenzen

Welche Auswirkungen hat die Corona-Krise auf die von Ihnen betreuten Unternehmen? (n=87)

Abbildung 4: Auswirkungen auf die von den Wirtschaftsförderern betreuten Unternehmen (Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

Weitere branchenbezogene Hilfen (Sonderprogramme)	18
Zuschüsse statt Kredite (inkl. längere Laufzeiten)	10
Definition von Hygieneregeln zur Wiederöffnung (Verlässlichkeit)	7
Skepsis gegenüber den bisherigen Maßnahmen	7
Mehr öffentliche Aufträge und Bürokratieabbau, (Genehmigungen)	6
Beratungsunterstützungen, Beratungen der Unternehmen	6
Infrastrukturverbesserungen (vor allem Glasfaserausbau)	2
Stützung des Konsums	2

Abbildung 6: Weitere wichtige Unterstützungsmaßnahmen für Unternehmen (optional, n=50) (Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

Auswirkungen auf die Wirtschaftsförderungen

Erhöhter Informations- und Beratungsbedarf durch die Unternehmen	49
Digitalisierung und persönliche Kontaktreduzierung	29
Erhöhter Arbeitsaufwand	27
Ausfall von Veranstaltungen/Events/Terminen	19
Geschäftsmodell ist weggebrochen, veränderte Aufgaben	17
Veränderungen, Unsicherheiten, unklare Prognose („auf Sicht fahren“)	15
Probleme für Unternehmen (Einzelhandel)	14
Probleme für den Standort (Rückgang Nachfrage)	13
Wirtschaftlicher Abschwung (Strukturveränderungen)	11
Finanzielle Folgen für die Kommune (Finanzknappheit)	11
Erhöhter Abstimmungsbedarf (intern), veränderte Kommunikation	6
Neustart, neue Projekte	4
Veränderte Organisationsformen (Matrix)	4
Erhöhte Wertschätzung der Wirtschaftsförderung	3

Abbildung 7: Spürbare Auswirkungen in der Organisation Wirtschaftsförderung in Bezug auf die Corona-Krise? (optional, n=83)
(Quelle: Eigene Erhebungen 2020).

Während die Auswirkungen der Krise auf den Standort schon bedeutsam genug waren, hat die Corona-Krise aber auch enorme Auswirkungen auf die Wirtschaftsförderungen selbst gehabt, auf ihre Arbeitsweise, auf ihre Arbeitsinhalte und letztlich auf ihre gesamtkonzeptionelle Ausrichtung.

Erhöhter Beratungsbedarf, Digitalisierung der Kommunikation und Interaktion sowie deutlich höhere Belastungen sind die direkt stärksten Auswirkungen.

Ein zentraler Effekt der Krise ist vor allem durch einen deutlich erhöhten Informations- und Beratungsbedarf der vor Ort ansässigen Firmen und Unternehmen geprägt, dem die Wirtschaftsförderungen durch geeignete personelle, organisatorische und technische Maßnahmen gerecht werden müssen. Abbildung 7 zeigt, dass erst mit relativ großem Abstand die Digitalisierung der Kommunikation sowie ein deutlich erhöhter Arbeitsaufwand, deutlich hö-

here Belastungen und veränderte Aufgaben folgen. Nicht zuletzt bilden diese drei zusammenhängenden Aspekte die wesentlichen und direkt spürbaren Auswirkungen der Krise. Vor allem der Ausfall der persönlichen Kontakte verbunden mit einer notwendigen Digitalisierung und Entpersonalisierung der Kommunikationsprozesse bedeuten für einige Wirtschaftsförderer, ein „reduziertes Kerngeschäft“ des „people's business“ oder den Wegfall eines „der wichtigsten Instrumente der Bestandspflege“. Ein Wirtschaftsförderer brachte diesen Aspekt besonders auf den Punkt:

„Das grundlegende Geschäftsmodell des Wirtschaftsförderers ist weggebrochen und nur noch rudimentär nutzbar.“ Doch auch diejenigen, die sehr technikaffin waren und sind, meldeten sich zu Wort: „Das Home Office war bisher nur eingeschränkt möglich, jetzt ist es aber komplett und es funktioniert.“

Eng mit dem Wegfall der persönlichen Kommunikation ist auch die komplette Stornierung aller Events und Veranstaltungen sowohl vor Ort als auch überörtlich verbunden. Da diese Foren und Netzwerke einen zentralen Anlaufpunkt für die Wirtschaftsförderer darstellten, offenbarte sich auch hier ein nachhaltiges Handlungsvakuum. Gespräche, Besprechungen und Kontakte müssen jetzt andere Wege der Umsetzung finden.

Organisatorische, technische und auch persönliche Unsicherheiten prägen die aktuelle Arbeit.

Ein weiterer deutlich spürbarer Effekt der Krise ist für die Wirtschaftsförderer auch die Entwicklung der wirtschaftlichen Situation vor Ort. War die bisherige Lage vielleicht von einzelnen unternehmerischen oder strukturellen Problemen geprägt, so treten diese Phänomene nun massenhaft und in sehr kurzer Zeit auf – und das auch in Regionen und Standorten, in denen man zuvor gar keine Probleme kannte. Dies löst nicht nur institutionelle und organisatorische Unsicherheit, sondern nicht selten sehr viele persönliche Schwierigkeiten aus. Denn es geht hier oftmals um existentielle Nöte der Unternehmen und nicht etwa nur um eine wirtschaftlich krisenhafte Entwicklung. Das „Fahren auf Sicht“ ist ein weiterer Aspekt, der das berufliche Leben beeinträchtigt: Es fehlen plötzlich vertraute Leitlinien und Orientierungen für die eigene Arbeit und nicht wenige führen sich die vernetzten regionalwirtschaftlichen Effekte vor Augen:

„Viele Menschen in Kurzarbeit bzw. sogar arbeitslos – und damit einhergehend ein Rattenschwanz: weniger Kaufkraft am Ort, Umsatz im Handel – usw.“

Die Zukunft der Wirtschaftsförderung liegt zwischen gesteigerter Wertschätzung und Finanzproblemen.

Ein ebenfalls nicht sorgenfreier Blick wird auf die Kommunalfinanzen gerichtet. In diesem Zusammenhang wird befürchtet, dass die finanziellen Probleme auch nicht folgenlos für die eigene Arbeit der „freiwilligen“ Wirtschaftsförderer sein wird und dass in naher Zukunft Einschnitte bei der eigenen Arbeit folgen. Andererseits betonen andere Wirtschaftsförderer, dass in dieser schwierigen Zeit die Arbeit der Wirtschaftsförderung erst richtig ge-

schätzt wird. Und nicht zuletzt berichten einige Wirtschaftsförderer von neuen Projekten, aber auch von neuen Organisationsformen. Sie haben sich augenscheinlich schon sehr schnell und innovativ auf die drastisch veränderten Rahmenbedingungen eingestellt und bereits den ebenfalls genannten neuen kommunikativen Anforderungen und erhöhten Abstimmungsnotwendigkeiten entgegengewirkt.

Videokonferenz, E-Mail und Telefon haben die persönlichen Kontakte abgelöst.

Auf die Frage, wie sich die Art der Kommunikation verändert hat, zeigte sich ebenfalls das mittlerweile schon vertraute Bild einer umfassenden Verlagerung der Kommunikation und Interaktion auf digitale Techniken. Neun von zehn Wirtschaftsförderern wiesen auf die veränderte Art der Kommunikation hin, während mehr als zwei Drittel der Befragten auch deutlich Veränderungen in den Inhalten ihrer Arbeiten sahen. Immerhin verwies jeder fünfte Wirtschaftsförderer auch auf ein verändertes Innovationsverhalten. Die veränderten Kommunikationsarten verteilen sich fast gleichmäßig auf das traditionelle Telefon bzw. Telefonkonferenzen (35 %) und Online-Meetings oder Videokonferenzen (40 %), während die Kommunikation via E-Mail als asynchrone Technologie etwas unter diesem Anteil bei ca. 25 % liegt.

Die Folge dieser Reduktion der persönlichen zugunsten der digitalen Kontakte und Kommunikationsprozesse wird dabei recht unterschiedlich bewertet. Die Befürworter stellen die Kommunikation nun deutlich intensiver, persönlicher und detailreicher sowie noch direkter und pointierter dar, während die Skeptiker auf teilweise oberflächlichere und schwierigere Gespräche hinweisen. Sicherlich wird auch ein Grund für die unterschiedlichen Bewertungen die Bandbreite und Verbindungen im Allgemeinen und die konkrete technische Ausstattung der Kommunikationspartner im Besonderen sein.

Die veränderten Inhalte fokussieren sich zu einem überwältigenden Anteil auf deutlich intensivierte Beratungen und Unterstützungsleistungen für die bestehenden Unternehmen. In diesem Zusammenhang gäbe es „hektische Betriebsamkeit“ sowie eine deutlich stärkere „Konzentration auf bestandssichernde Maßnahmen“, die sich vor allem in „vielfältigeren Anfragen der Unternehmen dokumentieren und in kürzester Zeit bearbeitet werden müssen“ dokumentieren.

Die Beratung der eigenen Unternehmen ist zur zentralen Arbeitsaufgabe avanciert.

Fast 80 % der Wirtschaftsförderer wiesen auf diese neue Dimension der Unterstützungsaktivitäten hin und betonten gleichermaßen ihre nicht ganz unwichtige Funktion als „Kummerkasten“ und „zuhörender Partner“. Konkret beschrieben sie die besondere Bedeutung des „emphatischen und wertschätzenden Zuhörens (Kummerkastenfunktion)“. Entsprechend rückläufig gestalten sich die Aktivitäten rund um das Standortmarketing und die Planung neuer Projekte. Ein Wirtschaftsförderer brachte es auf den Punkt:

„Es gibt neue Prioritäten: Informationsweitergabe und Mehrwert schaffen für die Unternehmen, als Ansprechpartner und Multiplikator fungieren, wichtige Aufklärungsarbeit leisten anstatt Fachkräftekampagnen zu planen.“

(34 Nennungen). Aber auch Rundmails und Newsletter versorgen die Unternehmen regelmäßig mit neuen Unterstützungs- und Informationsangeboten (25 Nennungen). Auch extra eingerichtete

stehen zwar nicht an erster Stelle, haben jedoch auch einen sichtbaren Anteil am aktuellen Krisenmanagement auf kommunaler Ebene.

Zukünftige Wirtschaftsförderung: Schnelle Rückkehr oder „langes Tal der Tränen“?

Für die Wirtschaft und die Wirtschaftsförderung ist schon jetzt die wichtigste Frage, ob die Krise eine „V-Entwicklung“ durchläuft, d.h. ob sich die Krise möglicherweise ebenso schnell erholt wie sie gekommen ist oder ob die Krise noch lange und in vielen Branchen spürbar sein wird. In der Wirtschaft gibt es mittlerweile zahlreiche Szenarien, die bildlich mit Buchstaben verglichen werden (vgl. Abbildung 9).

Folgende Szenarien, die in Abbildung 9 schematisch dargestellt sind, werden aktuell noch intensiv in ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit diskutiert:

- V-Szenario als Best-Case-Szenario: Nach schnellem Einbruch erfolgt ein schneller Anstieg auf Normalniveau,
- W-Szenario als Zwischenvariante mit einer Art Wellenbewegung, die Einbrüche einkalkuliert,
- U-Szenario als quasi zeitlich verlangsamtes V-Szenario mit langsameren Rezessions- und Erholungsphasen sowie nicht zuletzt
- L-Szenario als pessimistische Variante mit einem starken Absturz und einer langanhaltenden Depression.

Welches Szenario auch eintreten wird, kann man heute nicht sicher sagen. Jedoch wird eine zentrale, sich anschließende Frage diskutiert werden müssen, wie die Wirtschaftsförderung ggfs. neu ausgerichtet werden muss und welche Inhalte dann eine wichtige Rolle spielen. Immerhin 14 % der befragten Wirtschaftsförderer – und das ist sicherlich eine große Überraschung – verwiesen schon auf abgeschlossene strategische Überlegungen und Konzepte, während sich weitere 41 % bereits mit den Planungen beschäftigen. Fast die Hälfte hat sich auf der anderen Seite allerdings noch mit keinerlei strategischer Neuorientierung oder Planung beschäftigt (vgl. Abbildung 10).

Verstärkte regionale Wertschöpfung und Kooperation als die zukünftigen Strategieelemente?

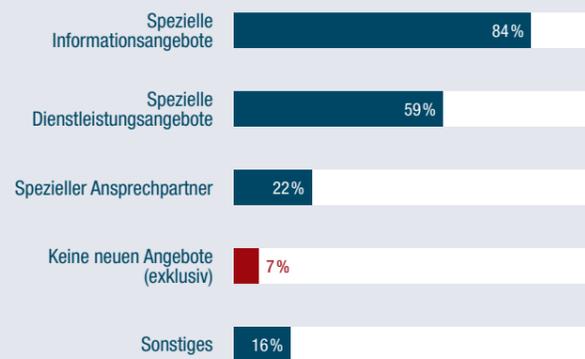
Auf die Frage, was die wichtigsten Inhalte und Ziele möglicher zukünftiger Strategien sein könnten, antworteten immerhin 34 Wirtschaftsförderer. Auf der inhaltlichen Rankingliste stehen neben einem grundlegenden Neustart und neuen Strukturierungen vor allem engere regionale Kooperationen und der verstärkte Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten sind also wesentliche zukunftsorientierte Strategieelemente. Abschließend wird auch auf die notwendige Professionalisierung und Digitalisierung der eigenen Aufgaben erledigung hingewiesen, ein Aspekt der den Wirtschaftsförderern trotz der insgesamt guten Erfolge im Krisenmanagement sehr wichtig zu sein scheint.

Doch gab es auch kritischere Reflexionen zum Thema, in dem z. B. gesagt wurde, dass „die Krise sich nicht durch die kommunale Wirtschaftsförderung bewältigen ließe“ und dass die „allgemeinen Fragestellungen auch nach der Krise wieder im Fokus stehen (Arbeitskräfte, Digitalisierung, Baurecht und Auflagen, etc.) werden.“ Andere wiederum betonten in nahezu stoischer Gelassenheit, dass die Wirtschaftsförderungen immer auf Krisen vorbereitet sind, „das ist für uns eine Selbstverständlichkeit!“.

Abschließend für dieses Kapitel wurde nochmals auf die zentralen, konkreten Änderungen für die Arbeit der Wirtschaftsförderung aufmerksam gemacht, die maßgeblich bestehen in:

- mehr persönlichen Konsequenzen und Mehrarbeit,
- persönlichen Krisenbewältigungsprozessen auch bei Firmen oder Kollegen,
- der Rolle der Digitalisierung und digitalen Kommunikation,
- den verstärkten Problemen der internen Information und Kommunikation,
- dem verbesserbaren Krisenmanagement sowie
- einer wachsenden Bedeutung der Regionalität.

SPEZIELLE ANGEBOTE FÜR UNTERNEHMEN



TOP 2

84% Informationsangebote
59% Dienstleistungsangebote

Gibt es durch die Corona-Krise besondere Angebote für Unternehmen? (n=87)

Abbildung 8: Spezielle Angebote für Unternehmen von den Wirtschaftsförderungen (Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

Schneller und umfassender Aufbau von speziellen Informations- und Dienstleistungsangeboten

Entsprechend dieses Aufgabenwandels haben fast 85 % der Wirtschaftsförderungen in relativ kurzer Zeit neue spezielle Informationsangebote ins Leben gerufen – deutlich mehr als die Hälfte sogar spezielle Dienstleistungsangebote (vgl. Abbildung 8). In jeder fünften Wirtschaftsförderung wurde darüber hinaus ein eigener Ansprechpartner für die Corona-Krise etabliert. Diese Zahlen verdeutlichen die Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft der Wirtschaftsförderer, die versuchen „ihren“ Unternehmen so viel, so schnell, aber auch so umfassend wie möglich zu helfen.

Zu den wesentlichen Informationsangeboten zählen vor allem eigene Portale und eigens neu gestaltete Webseiten

Hotlines sind noch von besonderer Bedeutung, während die Nutzung der sozialen Medien sowie spezielle Beratungen, Seminare oder Kampagnen allenfalls eine untergeordnete Rolle spielen.

Verstärkte Beratung und lokale Portale als zentrale Hilfestellungen

Inwiefern auch spezielle Dienstleistungsangebote eingerichtet wurden, war das Ziel einer weitergehenden Fragestellung. Hier waren es vor allem lokale Beratungsangebote sowie spezifische Unterstützungen für Einzelhändler oder lokale Einrichtungen, z. B. in Form der Entwicklung von Einkaufsportalen, die eine substantielle Unterstützung markieren sollten. Soforthilfeprogramme, materielle Sonderhilfen und der Umstieg auf regionale Wertschöpfungsmöglichkeiten

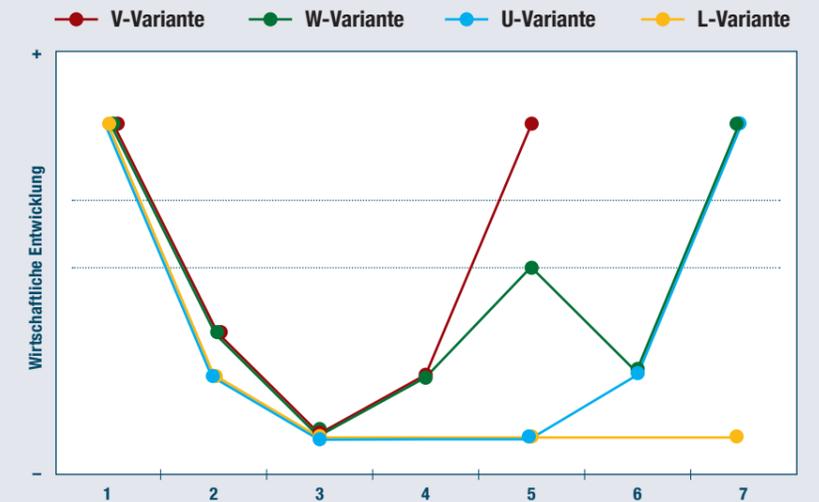
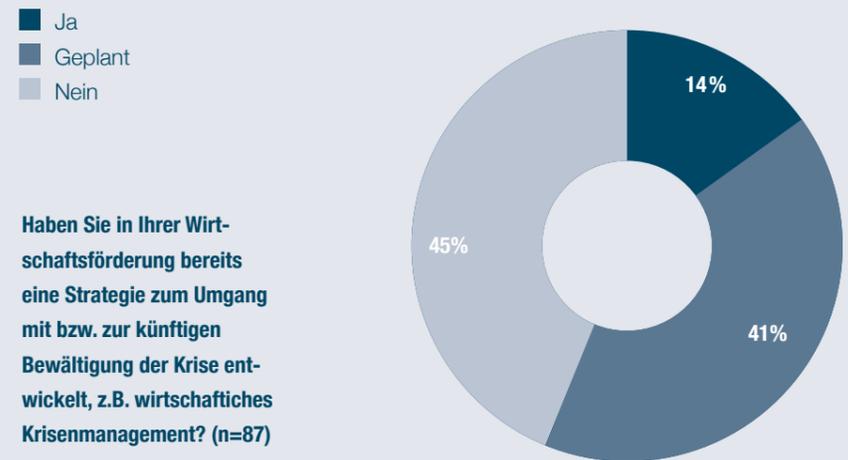


Abbildung 9: Modellhafte Szenarien der wirtschaftlichen Entwicklung nach Corona. (Quelle: Martin: V, W, U, L: die vier wichtigsten Szenarien der Corona-Rezession. In: <https://www.capital.de/wirtschaft-politik/v-w-u-l-die-vier-wichtigsten-rezessionsszenarien>, aufgerufen am 07.06.2020.)

STRATEGIEENTWICKLUNG



Haben Sie in Ihrer Wirtschaftsförderung bereits eine Strategie zum Umgang mit bzw. zur künftigen Bewältigung der Krise entwickelt, z.B. wirtschaftliches Krisenmanagement? (n=87)

Abbildung 10: Strategieentwicklungen von Wirtschaftsförderungen zum Umgang mit bzw. zur zukünftigen Bewältigung der Krise (Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

Zukünftige Einschätzungen

VERÄNDERUNG AUFGABENSCHWERPUNKTE

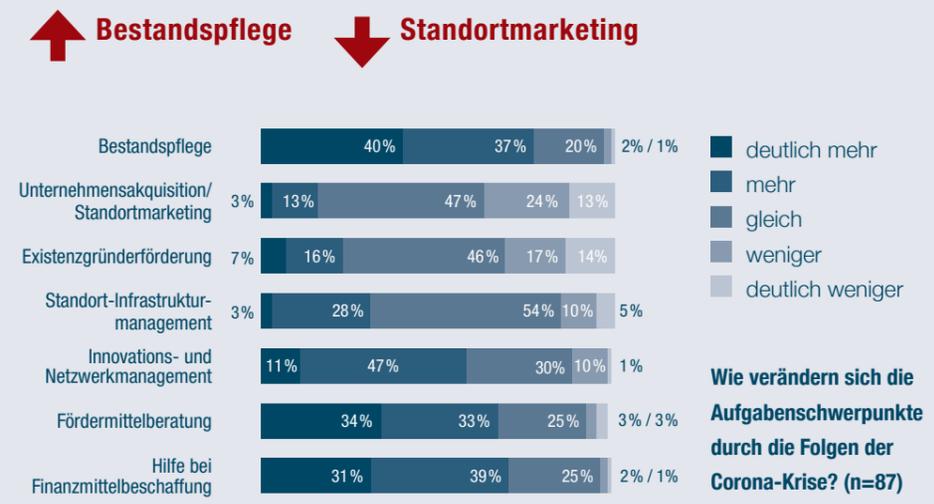


Abbildung 11: Veränderte Aufgabenschwerpunkte durch die Corona-Krise
(Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

Am Ende der Ergebnisauswertung waren besonders auch Hinweise zu den zukünftigen Einschätzungen der Wirtschaftsförderer von Interesse. Zu diesem Themenkomplex gehört auch die Prognose der zukünftigen Rolle der wesentlichen Aufgabenbereiche der Wirtschaftsförderung selbst. „Gewinner“ des zukünftigen Systems der kommunalen Wirtschaftsförderung scheint in jedem Fall die Bestandspflege zu sein, mit all ihren Facetten und Möglichkeiten.

Bestandspflege als „Gewinner“ der Corona-Krise

Abbildung 11 zeigt dies in sehr deutlicher Form: Mehr als Dreiviertel der Befragten sind der Auffassung, dass sich die Bedeutung der Bestandspflege mehr bzw. deutlich mehr verstärken wird. Und wenn man noch die wichtigen Teilbereiche der Bestandspflege, nämlich die Fördermittelberatung und Hilfen bei der Finanzmittelbeschaffung im Hinblick auf die besondere Aktualität dieser Maßnahmen hinzunimmt, wird diese Einschätzung nochmals deutlich unterstrichen.

Demgegenüber sinken oder stagnieren die Bereiche der Unternehmensakquisition und des Standortmarketings sowie der Existenzgründungsförderung

in der Bedeutung für die Wirtschaftsförderung. Gleiches gilt auch für das Standort- und Infrastrukturmanagement. Nur das Netzwerk- und Innovationsmanagement werden nach der vorhandenen Einschätzung in Zukunft noch eine größere Rolle spielen.

Großes Selbstbewusstsein und Optimismus

Die Wirtschaftsförderer gehen also in ihrer Gesamtheit schon von einschneidenden und vor allem nachhaltigen Veränderungen ihres Arbeitsbereiches und ihrer Arbeitsaufgaben aus. Von einer schnellen Rückkehr in den gewohnten normalen Zustand vor der Krise (V-Entwicklung) kann also nur bedingt die Rede sein. Dass trotz der umfassenden Schwierigkeiten und Probleme das Selbstbewusstsein der Wirtschaftsförderer kaum gelitten hat, zeigt Abbildung 12 sehr deutlich. Denn immerhin fühlen sich fast zwei Drittel der Wirtschaftsförderer gut bis sehr gut mit ihren Voraussetzungen für die aktuellen und kommenden Anforderungen aufgestellt. Und nicht einmal 5 % verweisen auf schlechte bis sehr schlechte Voraussetzungen innerhalb ihres Umfeldes: Pessimismus und Depression sieht anders aus!

Trotz dieses markanten Selbstbewusstseins haben die Wirtschaftsförderer aber auch Wünsche formuliert, die ihnen für die zukünftige Entwicklung wichtig sind (vgl. Abbildung 13). Zuerst werden die in einigen Institutionen vorhandenen schwierigen oder zumindest deutlich verbesserbaren Ausstattungen in Verbindung mit dem „freiwilligen Aufgabencharakter“ angesprochen. Sodann wünschen sich

die Wirtschaftsförderer mehr aktiven, engagierten und vor allem auch bald wieder persönlichen Austausch, der idealerweise auch vom WiföLAB der Hochschule Harz organisiert werden könnte.

Bessere Ausstattung und organisierter Austausch als wichtige Wünsche für die Zukunft

Nach der Optimierung von Förderprogrammen folgen mit deutlich weniger Nennungen die Effizienzüberprüfung der Wirtschaftsförderung, neue Vorbild-Konzepte sowie die Entwicklung von Unternehmensnetzwerken.

Zum Abschluss der gesamten Befragung stand der Gedanke im Vordergrund, ob sich durch die Corona-Krise neben den ganzen gesundheitlichen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Schäden nicht auch gewisse Chancen ergeben könnten. Nur fünf Wirtschaftsförderer wiesen diesen Gedanken explizit zurück oder äußerten sich sehr sibyllinisch: „Klar. Ich kann Ihnen nur noch nicht sagen, welche das sind...“. Andere spiegelten den oben genannten Optimismus in sehr markanten Äußerungen wider, in dem auf den eigenen Berufsethos abgehoben wird („Wir sehen immer Chancen, sonst bräuchten wir diese Art von Arbeit nicht zu tun.“) oder grundsätzliche Überlegungen im Vordergrund stehen „Selbstverständlich, jede Krise ist auch eine Chance. Es müssen alle Beteiligten für sich die richtigen Schlüsse aus dieser schweren Zeit ziehen.“

Neue Geschäftsideen, Regionalisierung und digitale Innovationen als Chancen für die Zeit nach Corona

VORBEREITUNG KOMMENDE AUFGABEN

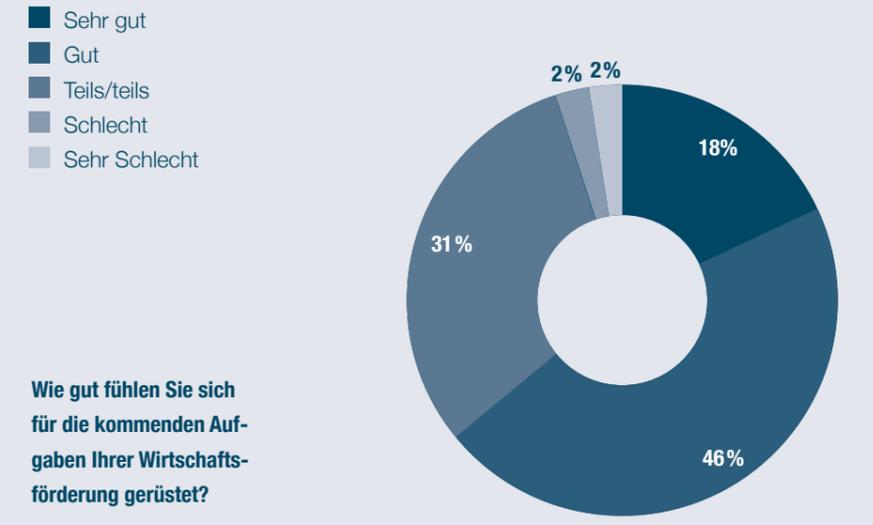


Abbildung 12: Voraussetzungen für die kommenden Aufgaben der Wirtschaftsförderung
(Quelle: Eigene Erhebung 2020)

Verbesserte allgemeine Ausstattung (Technik, Personal, Budget, ...)	13
Verstärkter „Corona-Austausch“, z. B. über das WiföLAB	9
Konkrete Infos (für Unternehmen), inkl. Verbesserung der Förderprogramme	7
Überprüfung von Effizienz der Wirtschaftsförderung	4
Vorbild-Konzepte, neue Wege, Fahrplan	4
Unternehmensnetzwerke	3

Abbildung 13: Konkrete Unterstützungswünsche seitens der Wirtschaftsförderer (optional, n=36)
(Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

neue Geschäftsideen	13
Netzwerk-Bildung, Zusammenrücken, Identität am Standort, Regionalisierung	10
Innovationsdruck/-fähigkeit, Neustrukturierung, Bereinigung, Resilienz	8
Digitalisierung, digitale Geschäftsideen, digitale Transformation, Gesundheitsbranche, Natur, Nachhaltigkeit, Handel	7
Neue Möglichkeiten für Standorte und das Standortmarketing, ländl. Raum	6
Stellenwert Wirtschaft/Wirtschaftsförderung	5
Tourismus	5
Nein/weniger	5

Abbildung 14: Mögliche Chancen der Wirtschaftsstandorte durch die Corona-Krise (optional, n=41)
(Quelle: Eigene Erhebungen 2020.)

Welche Chancen das konkret sein können, zeigt Abbildung 14, in der vor allem an neue Geschäftsmodelle für die Unternehmen oder die regionale Wirtschaft gedacht wird. Ein zweiter wichtiger und auch bereits erwähnter Aspekt ist die Regionalisierung oder Lokalisierung der Wirtschaftsförderung, innerhalb dessen versucht wird, Beziehungen und Bezüge vor Ort zu stärken und zu fördern. Und nicht zuletzt werden große Chancen

auch einer verstärkten Innovationsfähigkeit und -bereitschaft sowie der allgemeinen digitalen Transformation zugesprochen.

Zahlreiche Einzelhinweise z. B. zu neuen Möglichkeiten gerade für ländliche Standorträume, zum neuen Stellenwert der Wirtschaftsförderung insgesamt sowie zum regionalen oder nationalen Tourismus schlossen diese Gedanken ab.

Kernaussagen der Studie

Corona-Krise und die Wirtschaftsförderung

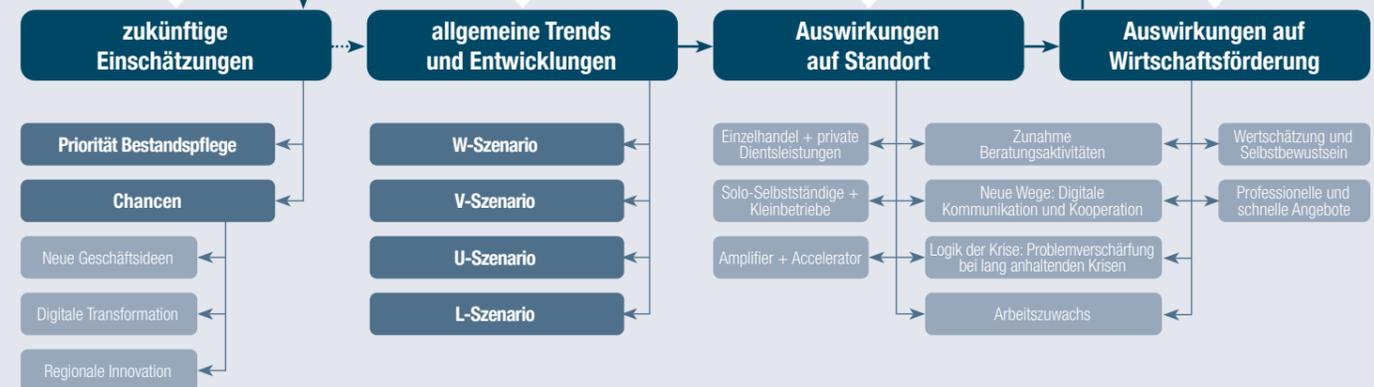


Abbildung 15: Die Ergebnisse der Studie im Überblick (Quelle: Eigener Entwurf 2020.)

Betroffenheit am Standort:

Einzelhandel und kleine Unternehmen

Die Betroffenheit der Unternehmen aus Sicht der Wirtschaftsförderer ist vor allem abhängig von der Betriebsgröße und der Branche. Während hinsichtlich der betroffenen Branchen vor allem der Einzelhandel und die privaten Dienstleistungen im Rampenlicht stehen, werden in Bezug auf die Betriebsgrößen klare Abhängigkeiten gesehen: Je kleiner der Betrieb, desto stärker und nachhaltiger ist er in der Regel von der Krise betroffen

und bedroht. Die Corona-Krise hat sich diesbezüglich oftmals als Accelerator und Amplifier dargestellt, d. h. konkrete Entwicklungen und bereits bestehende Probleme haben sich im Rahmen der Krise nicht nur beschleunigt, sondern auch verstärkt.

Unternehmerische Probleme und chronologische Krisenlogik

Je länger die Betriebe vor Ort an der Krise leiden, desto stärker verändern sich die Problemlagen und der Beratungsbe-

darf. In der ersten Phase treten oftmals „nur“ Liquiditätengpässe und geringere Nachfrage bei den Unternehmen fast flächendeckend auf. Dauert die Krise länger, geht es dann schon um die Vermeidung von Insolvenzen und das Herunterfahren von Investitionen. In einer letzten Phase drängen sich anschließend Fragen bezüglich Entlassungen, Produktionsumstellungen etc. auf, die allesamt andere Formen der Beratungen und Unterstützungen seitens der Wirtschaftsförderer erfordern.

Auswirkungen auf die konkrete Arbeit

Die kommunalen Wirtschaftsförderungen sind in ganz erheblichem Umfang ebenfalls von den Einschränkungen in Form eines schnellen und nachhaltigen Wachstums der jeweiligen Aufgaben betroffen. Beratung, Digitalisierung und hoher Arbeitsaufwand zählen zu den am meisten spürbaren Entwicklungen in den unmittelbaren Arbeitsbereichen. Durch die zahlreichen organisatorischen, technischen und auch persönlichen Unsicherheiten sind einige Wirtschaftsförderungen sicherlich an ihre Grenzen gekommen, insgesamt sehen sich sie sich aber gut aufgestellt und gut für kommende Aufgaben gerüstet.

Spontane und professionelle Hilfestellungen

Wie schnelle und vor allem auch professionelle Hilfe für Unternehmen organisiert werden kann, haben die Wirtschaftsförderer konkret durch neue Informationsangebote, aber auch durch die Etablierung spezifischer Dienstleistungsangebote deutlich gemacht. Damit haben sie nicht nur Handlungsfähigkeit bewiesen, sondern auch Selbstbewusstsein entwickelt und eine mitunter deutlich gestiegene Wertschätzung von außen erhalten.

Strategische Entwicklungen, Aufgabenwandel und Entwicklungsszenarien

Dementsprechend haben sich schon mehr als die Hälfte der Wirtschaftsförderungen mit alternativen Strategien zur Entwicklung ihres Standortes beschäftigt. Kernelemente dieser neuen Strategien sind u. a. grundlegende Neustarts und neue Strukturierungen, vor allem

engere regionale Kooperationen und der verstärkte Aufbau regionaler Wertschöpfungen und Wertschöpfungsketten. Inwieweit diese neuen Strategien und Entwicklungsszenarien sich konkret auf die Standorte auswirken können, ist nicht zuletzt eine Frage nach den weiteren Entwicklungen in der Krise und einer möglichen schnellen Rückkehr zur umfassenden wirtschaftlichen Normalität.

Chancen in und aus der Krise

Dass jeder Krise – auch wenn sie noch so leidvolle Erfahrungen mit sich bringt – auch immer eine Chance innewohnt, darauf wiesen zahlreiche Wirtschaftsförderer ebenfalls hin. Vor allem die Erstellung neuer Geschäftsideen und die noch ausstehende digitale Transaktion und Innovationen standen im Vordergrund der ersten Überlegungen.

Ausblick

Kaum eine Krise hat die deutsche Wirtschaft, Gesellschaft und Politik so vehement und nachhaltig getroffen wie die Corona-Krise. In vielen Bereichen und im Maß ihrer Auswirkungen ist sie national wie auch international ohne Beispiel in der jüngeren Geschichte. In manchen Wirtschaftsbereichen hat die Krise bestehende Probleme beschleunigt und nochmals deutlich verstärkt. Andere, ehemals völlig gesunde Unternehmen und Wirtschaftsbereiche stehen ohne Vorwarnung und Vorahnung plötzlich und unverschuldet vor den Ruinen ihrer Existenz.

Die Wirtschaftsförderungen haben alle Hände voll damit zu tun gehabt, die Unternehmen vor Ort im Rahmen ihrer Möglichkeiten durch die Krise zu führen, wobei es nicht selten auch um die Bewältigung großer persönlicher Belastungen und Ängste gegangen ist. Die Bilanz im Rahmen dieser ersten Studie fällt dennoch positiv aus.

Die Wirtschaftsförderungen haben summa-summarum sehr schnell auf diese neuen Anforderungen und vor allem auch professionell reagiert. Doch der Wegfall der persönlichen zugunsten der digitalen Kommunikation und Kooperation hat natürlich auch der Wirtschaftsförderung selbst arge Probleme bereitet und nicht wenige behaupten, dass das bestehende Geschäfts- und Aktivitätsmodell auch hier komplett weggebrochen sei.

Krisen bergen jedoch auch immer Chancen, auch wenn sie zum Teil noch nicht klar sichtbar geworden sind. Nichtsdestotrotz haben einige Wirtschaftsförderer die Zukunft schon fest im Blick: Vor allem die Erstellung neuer Ge-

schäftsideen und die noch ausstehende digitale Transaktion und Innovationen standen im Vordergrund dieser ersten Gedanken. Und die Beschäftigung mit diesen neuen Chancen ist es in jedem Fall Wert, in Zukunft näher betrachtet zu werden.

Zu beachten ist, dass die vorliegenden Ergebnisse im Zeitraum zwischen Mitte April und Mitte Mai 2020 generiert worden sind, also in der aktuellen Dramaturgie der Krise teils schon wieder veraltet erscheinen. Aktuell sind ja bereits viele Lockerungen nicht nur in Deutschland, sondern auch bei den Europäischen Nachbarn erfolgt, so dass in vielen Wirtschaftsbereichen und Unternehmen schon deutlich mehr positive Ergebnisse und vor allem positivere Stimmungen vorliegen. Nicht zuletzt sollte aber auch berücksichtigt werden, dass in dieser Studie die Perspektive der Wirtschaftsförderer eingenommen wurde. Ob die Unternehmen die genannten Entwicklungen und Aktivitäten genauso einschätzen, muss anderen Studien vorbehalten bleiben.

Insofern sind diese Studienergebnisse ein institutioneller und punktueller Ausschnitt aus einer sehr besonderen Zeit, deren Auswirkungen aber noch lange zu spüren sein werden. Und nicht zuletzt deshalb möchte das WiföLAB der Hochschule Harz mit weiteren empirischen Studien nicht nur mehr Klarheit und Transparenz erzeugen, sondern auch Plattformen für einen systematischen Austausch der Wirtschaftsförderer aufbauen und anbieten.

Wohin geht der Weg in der Wirtschaftsförderung?

Grundlegende Neuorientierungen in den nächsten Monaten sind zu erwarten. Haben Sie aktuell große Schwierigkeiten und große Herausforderungen an Ihrem Standort?

Suchen Sie konzeptionelle Hilfestellungen und Unterstützungen?

Wollen Sie in der Folge der Corona-Krise Ihre Wirtschaftsförderungsstrategie neu formulieren? Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf und sprechen Sie uns gern an:

- ▶ Prof. Dr. Jürgen Stember (jstember@hs-harz.de)
- ▶ Emanuel Hesse (ehesse@hs-harz.de)

Besuchen Sie uns auch auf unserer neu gestalteten Homepage <https://wifoe-lab.hs-harz.de/>



Prof. Dr. Jürgen Stember



Emanuel Hesse

HERAUSGEBER

Prof. Dr. Jürgen Stember (V.i.S.d.P.)
 Hochschule Harz
 FB Verwaltungswissenschaften
 Domplatz 16
 38830 Halberstadt
 Telefon 03943 / 659 419
 Mail jstember@hs-harz.de
 Website <http://wifoe-lab.hs-harz.de>
 ISSN 2700-4023

REDAKTION

Prof. Dr. Jürgen Stember (Ltg.)
 Matthias Vogelgesang
 Emanuel Hesse
 Mandy Ebers

FOTOS & GRAFIKEN

Sofern nicht anders ausgewiesen, liegen die Fotorechte bei der Hochschule Harz.

GESTALTUNG & SATZ

Ideengut GmbH & Co. KG
www.ideengut.info

REDAKTIONSSCHLUSS

21. Juli 2020

Homepage des WiföLABs

Nach längerer Umbauphase haben wir die Homepage des WiföLABs ab Mai neu eröffnet: Mehr Klarheit, mehr Übersichtlichkeit, bessere Navigation und vor allem die Integration einer neuen Übersicht in Form des Modells des „Periodensystems Wirtschaftsförderungsdienstleistungen“ sind zentrale Elemente der Gestaltung.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch unter

www.wifoe-lab.hs-harz.de

und auf Ihre Anregungen, Kommentare und Kritik!

