

## Wirtschaftsförderung in der Corona-Pandemie – Herausforderung und Chance

### Ergebnisse der L·Q·M - Online-Umfrage

Autoren: Ute Kerber, Lukas Fried

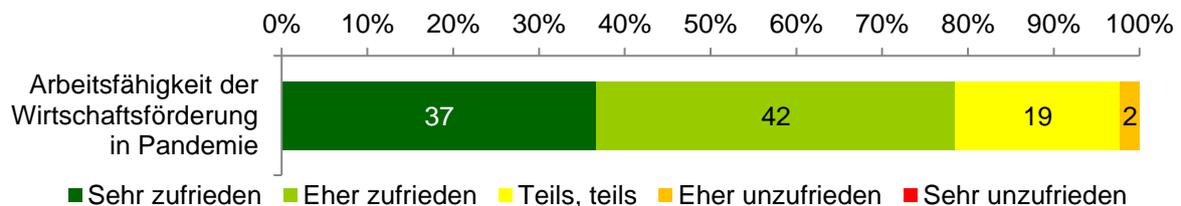
#### Hintergrund

L·Q·M Marktforschung hat Vertreterinnen und Vertreter von Kommunen und kommunalen Wirtschaftsförderungen zu einer Online-Befragung vom 23. April – 30. April 2020 eingeladen. 331 Personen haben daran anonym teilgenommen und uns mitgeteilt, wie die kommunale Wirtschaftsförderung mit der momentanen Situation umgeht.

#### Arbeitsfähigkeit der Wirtschaftsförderung

Die positive Nachricht: Die Leistungsfähigkeit der Wirtschaftsförderung in der Pandemie ist weitgehend gesichert. 37% sind damit „sehr zufrieden“, weitere 42% sind „eher zufrieden“. Immerhin jede/r Fünfte äußert sich kritisch und findet die Leistungsfähigkeit in der aktuellen Situation nicht ausreichend.

Abbildung 1: Arbeitsfähigkeit der Wirtschaftsförderung in der Pandemie



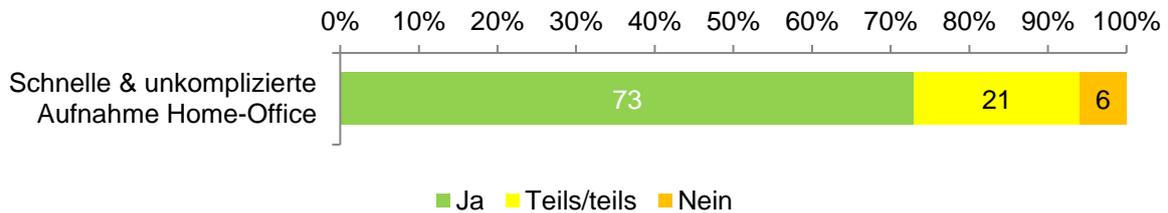
#### Ergriffene Schutzmaßnahmen

Home-Office (80%) und damit verbunden der Einsatz von Videokonferenzen (70%) sowie die Schließung der Wirtschaftsförderung für den Publikumsverkehr (73%) sind die häufigsten Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie, außerdem werden teilweise Schutzmasken (37%) genutzt.

Die Aufnahme der Home-Office-Arbeit hat meistens (für 73% der Befragten) schnell und unkompliziert funktioniert, unabhängig von der Größe der Wirtschaftsförderung. Dort, wo es weniger gut geklappt hat, war die Leistungsfähigkeit stärker beeinträchtigt.



**Abbildung 2: Umstellung auf Home-Office**

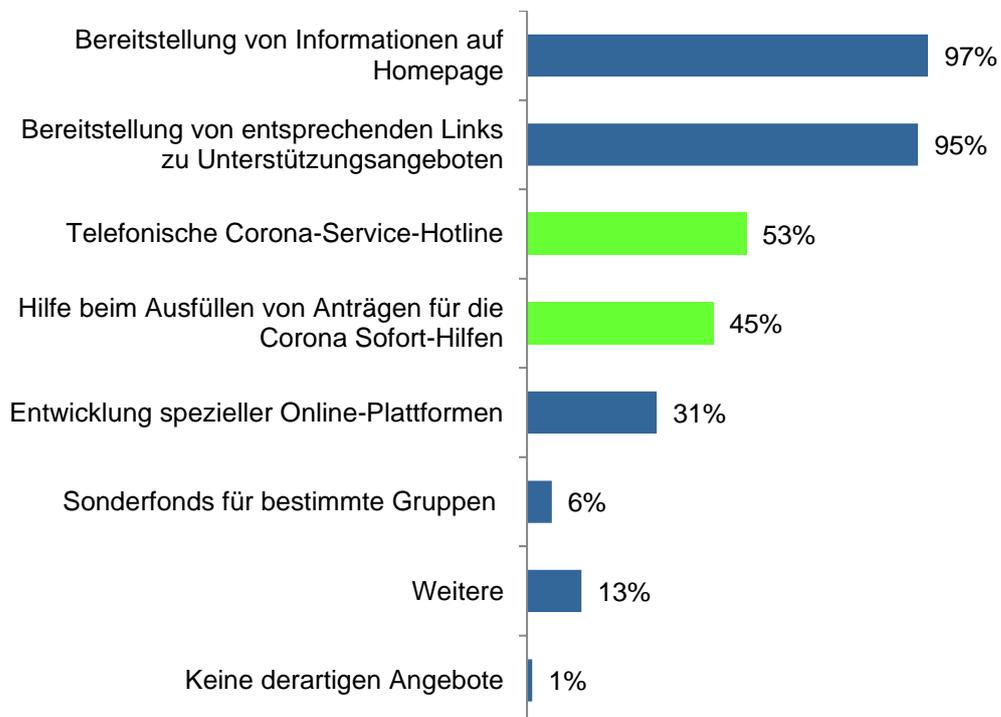


### Kontakt zu den Unternehmen

Für die Unternehmen ist die Wirtschaftsförderung in der Krise ein wichtiger Ansprechpartner. Bundesweit berichten immerhin 68% der Wirtschaftsförderungen von einem deutlichen Anstieg der Kontaktgesuche durch die Unternehmen. Fast alle geben an, auch proaktiv zumindest ihren Verteiler angeschrieben oder spezielle Zielgruppen kontaktiert zu haben, beispielsweise von Schließung betroffene Betriebe.

Wirtschaftsförderung hilft nicht nur mit Informationen, sondern auch „hautnah“: Jede zweite Wirtschaftsförderung hat eine telefonische Corona-Service-Hotline eingerichtet, fast genauso viele unterstützen beim Ausfüllen von Anträgen.

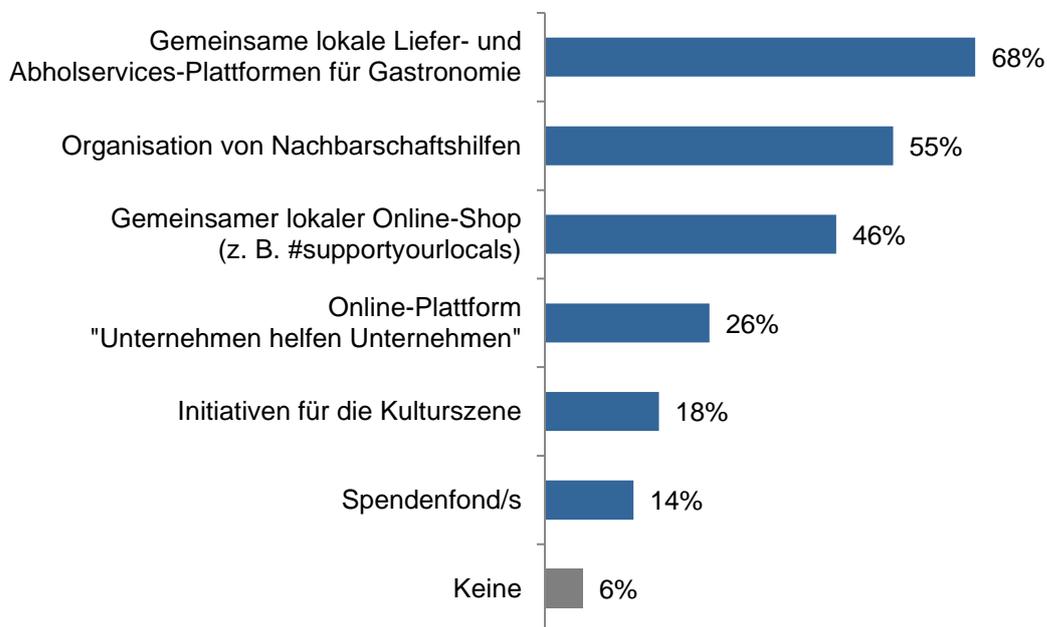
**Abbildung 3: Unterstützungsangebote der Wirtschaftsförderung**





Insgesamt wird in den Kommunen und Landkreisen tüchtig angepackt und viele Unterstützungsangebote sind, auch unter Mitwirkung der Wirtschaftsförderung, entstanden: Online-Plattformen für den Einzelhandel und die Gastronomie, Nachbarschaftsinitiativen und ähnliche. Die Kulturszene erfährt hingegen noch wenig Unterstützung, ein Thema, das zunehmend medial aufgegriffen wird und auch für die Wirtschaftsförderungen Potenzial beinhaltet.

Abbildung 4 Kommunale Angebote



### Chancen & Herausforderungen

Als die wichtigste Herausforderung für die Unternehmen sehen die Befragungssteilnehmer derzeit das Sichern der wirtschaftlichen Existenz. Schwierig für die Akteure der Wirtschaftsförderungen in diesem Zusammenhang sind widersprüchliche oder ungenau formulierte politische Maßnahmen und Verordnungen der Politik. Die Chance für die Wirtschaftsförderung besteht darin, diese verständlich zu transportieren, beispielsweise durch „Erstellung einer tagesaktuellen FAQ-Liste mit allen Fragen rund um Hilfsprogramme, Verordnungen etc.“

Als positive Erfahrung wird oft der Austausch mit anderen Organisationsebenen und Wirtschaftsförderungen erwähnt; dieser stärkt die Motivation und das „Wir-Gefühl“ auf allen Ebenen.



## Ausblick

Die Wirtschaftsförderungen erleben die kritische Situation vieler Unternehmen vor Ort und versuchen engagiert durch Informationen und gezielte Maßnahmen gegenzusteuern.

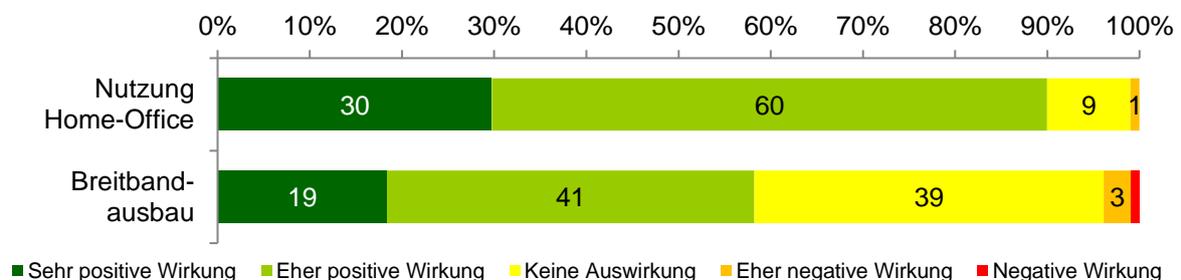
*„Die Wirtschaftsförderung sollte in dieser Notsituation serviceorientierter denn je arbeiten. Hierin besteht die Chance zur noch intensiveren Kundenbindung.“*

Zugleich wird ihre reguläre Arbeit durch die neu entstandene Situation erschwert, z. B. durch den eingeschränkten persönlichen Austausch:

*„Viele Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung mussten abgesagt werden. Dies sind wichtige Plattformen zur Bestandspflege. Auch werden vereinzelt Themen geschoben, bei denen der persönliche Austausch unerlässlich ist.“*

Doch zeigt sich die Krise auch als An Schub für die fortschreitende Digitalisierung. Fast alle Befragungsteilnehmer glauben, dass sich die Corona-Pandemie positiv auf die Akzeptanz und die Nutzung von Home-Office-Arbeit auswirken wird. Weniger sicher ist man sich, ob dies auch einen verstärkten Breitband-Ausbau zur Folge haben wird.

Abbildung 5: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Digitalisierung



Insgesamt zeigt sich die kommunale Wirtschaftsförderung aktiv und motiviert und unterstreicht ihre Daseinsberechtigung und Notwendigkeit. Es ist die hohe Motivation und die gute Vernetzung mit anderen Akteuren, die am Standort viel bewegen kann.

Die Antworten zeigen zugleich, wie schnell sich die aktuellen Anforderungen wandeln. Während zunächst das Thema Soforthilfe für alle Priorität hatte, stehen als Nächstes spezifische Zielgruppen im Vordergrund. Nach Einzelhandel und Gastronomie erhalten jetzt z. B. die Kulturschaffenden mehr Aufmerksamkeit.

**Alles in allem gilt es als Wirtschaftsförderung, weiterhin zu den Vorreitern zu gehören und - mit dem Ohr am Puls - vor Ort weiterhin schnell und proaktiv zu agieren.**