

**Beschlussvorschlag:**

Der Wirtschaftsförderung- und Wohnungsbauförderungsausschuss bestätigt das Strategiekonzept der Wirtschaftsförderung vom 23.11.2011 mit den Einzelstrategien:

1. Strategie Ansiedlung: Wirtschaftsförderung veräußert und vermittelt Flächen für Unternehmen aus Gewerbe, Industrie und Dienstleistung. Dabei betreibt sie eine vorsorgende Liegenschaftspolitik.
2. Strategie Bestandspflege: Wirtschaftsförderung betreibt Kontaktpflege zu den lokalen Unternehmen. Jährlich werden 50 Unternehmen besucht.
3. Strategie Marketing: Wirtschaftsförderung betreibt Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort Hilden. Dabei bringt Sie jährlich eine Veröffentlichung heraus.
4. Strategie Veranstaltungen: Wirtschaftsförderung gestaltet das lokale Gesellschaftsleben der Wirtschaft mit. Sie organisiert vier wirtschaftsspezifische Veranstaltungen.

**Erläuterungen und Begründungen:****Hintergrund für die Vorlage/die Präsentation**

Im Zusammenhang mit dem gravierendem Rückgang der Gewbesteuer in den letzten Jahren und den damit einhergehenden Sparmaßnahmen wurde im Rahmen eines gemeinsamen Antrags der Fraktionen Allianz für Hilden, Bürgeraktion und der Freien Demokraten der Wunsch formuliert, die Anstrengungen der Wirtschaftsförderung zur Ansiedlung steuerstarker Unternehmen zu erhöhen und das bestehende Strategiekonzept zu überdenken. Flankierend wurde der Ausbau der Breitband- und Stromversorgung sowie eine zusätzliche Flächenausweisung für gewerbliche Ansiedlungen angeregt. Weiter dringt der Antrag auf die Definition messbarer Ziele zu Ansiedlung, zur Schaffung von Arbeitsplätzen sowie zu fiskalischen Einnahmen.

Der Antrag wurde mehrheitlich abgelehnt. Unabhängig davon bot die Stadtverwaltung an, ein dezidiertes Stärken-Schwächen-Profil für den Wirtschaftsstandort Hilden zu erarbeiten und mögliche Handlungsräume für die Wirtschaftsförderung zu skizzieren und darüber hinaus den Hintergrund für ebendiese Strategie aufzubereiten und den Ausschussmitgliedern zu verdeutlichen.

Die Wirtschaftsförderung präsentiert deshalb in der Sitzung in einem Folienvortrag das **Stärken-Schwächen-Profil** für den Standort Hilden, gegliedert in sechs Kategorien. Darüber hinaus werden Handlungsfelder und Maßnahmen für eine weiterhin zukunftsgerichtete erfolgreiche Wirtschaftspolitik skizziert. Ebenfalls wird die aktuelle Ansiedlungsstrategie noch einmal kompakt und in Relation zu den übrigen Handlungsfeldern der Wirtschaftsförderung dargestellt.

**Wirtschaftsförderung und Gewerbesteueraufkommen**

Der guten Ordnung halber sei klargestellt, dass die Wirtschaftsförderung keinen unmittelbaren Einfluss auf das Gewerbesteueraufkommen Hildens hat. In jüngster Vergangenheit sind keine nennenswerten Unternehmen aus Hilden abgewandert. Im Gegenteil: Die Stadt Hilden hat Zuzug von Unternehmen nach Hilden erfahren. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist am Standort deutlich gestiegen. Dennoch sank die Gewerbesteuer auffällig.

Sie ist abhängig von der individuellen Investitions- und Wirtschaftslage eines Unternehmens wie auch der praktizierten steuerlichen Zerlegung eines Betriebes mit mehreren Betriebsstandorten. Oftmals spielen auch interne Verrechnungsmöglichkeiten und Verlustabschreibungen innerhalb von Konzernen eine Rolle, so dass die Höhe der zu entrichtenden Steuer auch an einem wirtschaftlich erfolgreichen Standort schrumpfen kann.

Die Idee, steuerliche Mindereinnahmen durch Neuansiedlungen auszugleichen, ist deshalb nur theoretisch umsetzbar, da es nur einzelne, wenige, mobile steuerstarke Unternehmen gibt, die einen Standortwechsel überhaupt in Betracht ziehen. Einen wesentlichen Einfluss auf die Standortwahl treffen die Mitarbeiter, deren Kriterien von der Mehrheit der Wohnstandorte der Mitarbeiter geprägt wird.

Wichtiger als die Neuansiedlung ist die Kontakt- und Bestandspflege mit Unternehmen vor Ort, um einen potenziellen Weggang aus Hilden zu vermeiden. Der Standort Hilden gehört zu den bereits dicht entwickelten gewerblichen Standorten mit einem guten Firmenbesatz.

### **Bausteine für die Inhalte der Wirtschaftsförderung**

Aufbau und Aufgaben der Wirtschaftsförderung wurden in 2010 und 2011 durch das „Ganzheitliche Handlungskonzept und den Beschluss dieses Ausschusses zur strategischen Ausrichtung der Wirtschaftsförderung begründet. Seit Januar 2010 agieren Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing nach diesem ganzheitlichen Handlungskonzept, in dem die Aufgabenteilung zwischen den beiden Organisationen definiert sind. Das Konzept hat sich bewährt und wird in Hilden gelebt. Es ist dieser Vorlage als Anlage beigelegt. Es legt fest, dass sich das Stadtmarketing im Wesentlichen um die Belange des Einzelhandels und die Innenstadt kümmert und die Wirtschaftsförderung sich auf Gewerbe, Industrie, Handel und Dienstleistung in den Gewerbe- und Industriegebieten kapriert.

### **Strategische Ausrichtung der Wirtschaftsförderung von November 2011**

Der Wirtschaftsförderungs- und Wohnungsbauförderungsausschuss beschloss in seiner Sitzung am 23.11.2011 vier Strategische Ziele für die Wirtschaftsförderung:

1. Strategie Ansiedlung: Wirtschaftsförderung veräußert und vermittelt Flächen für Unternehmen aus Gewerbe, Industrie und Dienstleistung. Dabei betreibt sie eine vorsorgende Liegenschaftspolitik.
2. Strategie Bestandspflege: Wirtschaftsförderung betreibt Kontaktpflege zu den lokalen Unternehmen. Jährlich werden 50 Unternehmen besucht.
3. Strategie Marketing: Wirtschaftsförderung betreibt Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort Hilden. Dabei bringt Sie jährlich eine Veröffentlichung heraus.
4. Strategie Veranstaltungen: Wirtschaftsförderung gestaltet das lokale Gesellschaftsleben der Wirtschaft mit. Sie organisiert vier wirtschaftsspezifische Veranstaltungen.

Diese Strategie wird seither gelebt und umgesetzt. Dem Ausschuss wird regelmäßig berichtet. Auch die Vorlage für dieses Konzept ist als Anlage beigelegt.

gez. Birgit Alkenings  
Bürgermeisterin