

Serie 10 Gebote für Kommunen

1 – Kommunen stehen im Wettbewerb

[04.05.2020] Kommunen sollten sich selbst als Produkt verstehen und anstreben, möglichst attraktiv auf potenzielle Stakeholder zu wirken, so die Publikation „10 Gebote für Kommunen“. Weiche Faktoren spielen dabei im Wettbewerb mit anderen Kommunen ebenso eine Rolle wie harte.

Die zunehmende Digitalisierung lässt die Welt zusammenwachsen – zumindest auf dem Smartphone- oder Computer-Bildschirm. Denn prinzipiell ist das eigene Büro nur einen Mausklick von Sydney, Phuket oder Los Angeles entfernt. Das schreibt Dominic Multerer in seiner Publikation „10 Gebote für Kommunen“. Was im großen Maßstab funktioniert, gelte erst recht für den kleinen: Hamburg ist also genauso weit entfernt wie Berlin oder München, aber auch Meißen, Kempten oder Nordenham – Städte mit unzähligen Nachbargemeinden im unmittelbaren Wettbewerb. Entscheide sich ein Bürger, ein Unternehmen oder ein Investor für einen Standort, werde er dort investieren, gleich in welcher Form. Die Gemeinde profitiere durch diverse steuerliche Abgaben und sonstige Einnahmen davon. Umliegende Gemeinden gehen leer aus, so Multerer.

Je attraktiver eine Gemeinde für einen potenziellen Stakeholder ist, desto mehr Zuspruch bekomme sie. Umgekehrt gesehen sei klar: Je unattraktiver eine Kommune wirkt, desto weniger Menschen oder Betriebe wollen dorthin oder dort bleiben. Und wenn sie gehen oder wegbleiben, würden eben auch Einnahmen fehlen, um den laufenden Betrieb aufrechtzuhalten und damit letztendlich, um Zukunft gestalten zu können.

Zuschlag für das beste Angebot

In der Privatwirtschaft verschwinden Produkte, die sich schlecht verkaufen. Nun können sich Kommunen nicht in Luft auflösen. So hart es aber auch für viele Verantwortliche in Städten und Gemeinden klingen mag – sie können in große Schwierigkeiten geraten und in der Bedeutungslosigkeit verschwinden, argumentiert Multerer. Denn wie bei einem Produkt würden sich potenzielle Stakeholder vorab informieren, ob sich die örtlichen Gegebenheiten mit ihren Bedürfnissen decken, bevor sie sich niederlassen. Weiche Faktoren wie Lebensqualität oder Image würden dabei ebenso eine Rolle spielen wie harte. Als Beispiel nennt er gute Infrastruktur oder steuerliche Anreize. Daher würden Kommunen schon seit Jahren miteinander im Wettbewerb stehen, ob sie wollen oder nicht. „Derjenige, der das beste Angebot macht, bekommt den Zuschlag“, schreibt der Marketing- und Vertriebsexperte.

Konkurrenz erkennen und akzeptieren

Für Kommunen müsse deshalb die erste Regel lauten, zu erkennen und zu akzeptieren, dass sie in Konkurrenz zueinander stehen – auch wenn diese etwas anders aussehe als in der freien Wirtschaft. Das Prinzip sei aber das gleiche. Daher rät Multerer Städten und Gemeinden, sich an der Wirtschaft zu orientieren, um marktorientiertes Denken zu entwickeln. Dafür müssten die Kommunen neue Wege gehen, alte Muster durchbrechen und sich mit strategischen Fragen befassen. Querdenken und Benchmarking seien gefragt. Dazu sollten unbedingt Menschen eingebunden werden, die nicht aus dem Verwaltungsbereich kommen, die beraten und bei Planung und Umsetzung helfen. Wer das verinnerliche, könne sich im Wettbewerb behaupten. Die Alternative dazu sei, auf der Stelle zu treten und die Herausforderungen des kontinuierlichen Wandels nicht zu packen. Es geht darum, dass mit einem

Investor, Unternehmen und letztlich auch dem Bürger Umsatz gemacht wird, so der Appell des Autors. Das sei schlicht Geld für die kommunale Kasse.

(co)

Zum YouTube-Video „Gebot 1: Kommunen stehen im Wettbewerb“

Stichwörter: Panorama, 10 Gebote für Kommunen, Wettbewerb