

Das Miteinander von Wirtschaft und Kommunen in Bayern

Analyse auf der Basis eigener Umfrageergebnisse • Schlußfolgerungen

Stand: Februar 2005

1. Miteinander und nicht Gegeneinander

Die Kommunen profitieren von erfolgreichen und damit finanzkräftigen Unternehmen. Basis öffentlichen Handelns ist die Finanzkraft der kleinen Gemeinden, der (Markt-) Gemeinden sowie der Städte und diese ist unmittelbar davon abhängig, ob und in welchem Umfang sich die ortsansässigen Unternehmen daran beteiligen können – u.a. mittels Gebühren, Abgaben und Steuern. Dies hat die Diskussion um sinkende Gewerbesteuererinnahmen der Vorjahre eindrucksvoll gezeigt.

Auf der anderen Seite ist auch **die Wirtschaft von einer nachhaltigen kommunalen Wirtschaftspolitik abhängig.** Beispielsweise durch die Förderung kommunaler Messen und Leistungsschauen, durch die Vergabe öffentlicher Aufträge, durch die Bauleitplanung oder durch die Hebesatz- bzw. Entgeltspolitik beeinflussen die Kommunen unmittelbar den unternehmerischen Erfolg der Wirtschaft.

Fazit: **Wirtschaft und Kommunen sind voneinander abhängig.** Es besteht ein undurchtrennbares Band zwischen beiden. Gegeneinander ist keine Alternative zum Miteinander. Wirtschaft und Kommunen müssen miteinander kommunizieren, Konzepte entwickeln, Ideen umsetzen. Dieses Positionspapier des Bundes der Selbständigen / DGV in Bayern, basierend auf empirischen Daten, trägt dazu bei.

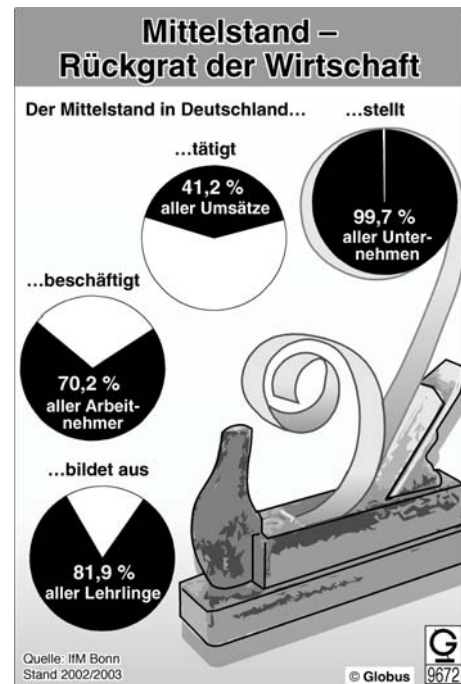
2. Wirtschaft beginnt beim Mittelstand

Der wichtigste Wirtschaftsfaktor in den Kommunen ist der selbständige Mittelstand aller Branchen, unabhängig davon, ob es sich um eine kleine Gemeinde oder eine Großstadt handelt. Aktuelle Zahlen des Instituts für Mittelstandsforschung in Bonn (siehe Grafik) belegen diese These. Erfolgreiche, kommunale Wirtschaftspolitik ist damit auch zwangsläufig Politik für den Mittelstand.

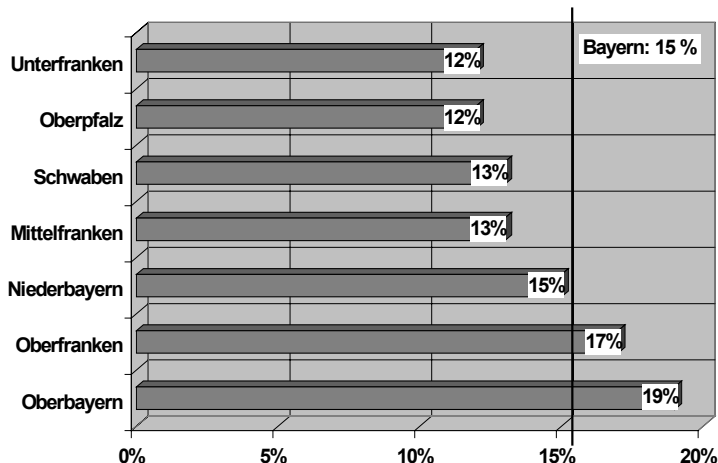
Die derzeit rund **600.000 mittelständischen Unternehmen** in Bayern bilden eine ausgesprochen **heterogene Grundgesamtheit**, sowohl bezogen auf Branchenzugehörigkeit, Rechtsform als auch Größe. Daher ist es für die Kommunen unabdingbar, sich mit den unterschiedlichsten Vereinigungen der mittelständischen Wirtschaft auszutauschen.

Der **Bund der Selbständigen / DGV in Bayern** spielt in diesem Kontext eine tragende Rolle, weil er

- alle Branchen repräsentiert (22.000 Mitglieder)
- flächendeckend präsent ist (9 Bezirks- und rund 540 Ortsverbände bzw. Gewerbevereine) und
- unmittelbar mit der Stimme des Mittelstands spricht (2.800 ehrenamtlich aktive Unternehmer).



3. Ergebnisse der Umfrage



3.1 Grundlagen der Umfrage

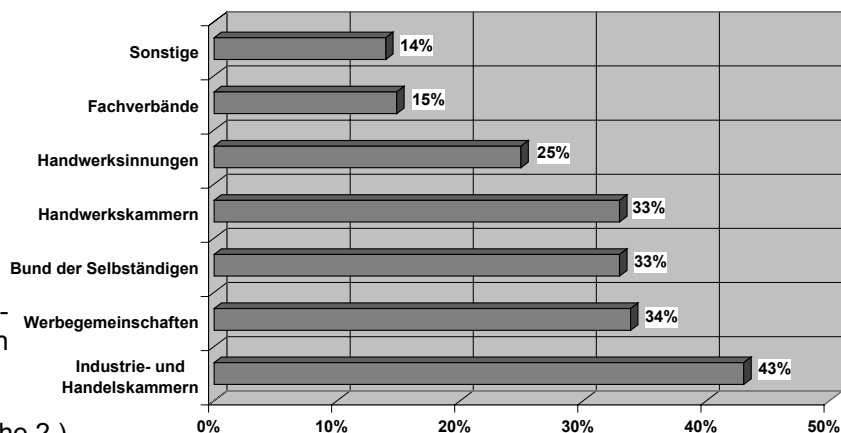
Ende 2004 wurden sämtliche kommunalen Gebietskörperschaften in Bayern mittels eines einseitigen standardisierten Fragebogens schriftlich befragt. **15% der Gemeinden** (337) haben **geantwortet** (siehe Grafik) und **23% der Landkreise** (16). Insgesamt wurden sechs Fragen gestellt. Des Weiteren wurden statistische Angaben (z.B. Einwohnerzahl) abgefragt.



3.2 Kommunikationspartner der Wirtschaft und der kommunalen Gebietskörperschaften

Annähernd **96% aller Bürgermeister halten** nach eigenen Angaben **selbst den Kontakt zur Wirtschaft**. Je kleiner die Gemeinde ist, desto fester nimmt der Bürgermeister das Wirtschafts-Ruder in die eigenen Hände. So halten 99% der Gemeindebürgermeister selbst den Kontakt zur Wirtschaft. Aber auch in den bayerischen Städten sinkt diese Quote nur auf 93% ab. Sogar fast **80% der Oberbürgermeister der bayerischen Großstädte** pflegen die Wirtschaftskontakte selbst, obwohl an ihre Seite in der Regel (ehrenamtliche) Wirtschaftsreferenten oder die Verwaltung treten, häufig in Form eigener Wirtschafts-(förderungs)referate. So ist in über **37% aller Städte das Wirtschaftsreferat** neben bzw. anstelle des (Ober-) Bürgermeisters für die Wirtschaftskontakte zuständig. Drei von vier Landräten lassen es sich nicht nehmen, sich selbst um die Wirtschaft zu kümmern, über 81% haben dafür die fachliche Unterstützung durch ein aktives Wirtschaftsreferat.

Differenzierter stellen sich die **Vertreter der Wirtschaft** dar (siehe Grafik, Mehrfachnennungen). Kammern und Innungen nehmen neben kommunalen Werbegemeinschaften und Fachverbänden eine wichtige Position ein. Bezogen auf die flächendeckenden Mittelstandsvereinigungen mit freiwilliger Mitgliedschaft kommt nach der Umfrage dem Bund der Selbständigen / DGV die Spitzenposition zu (Gründe siehe 2.).

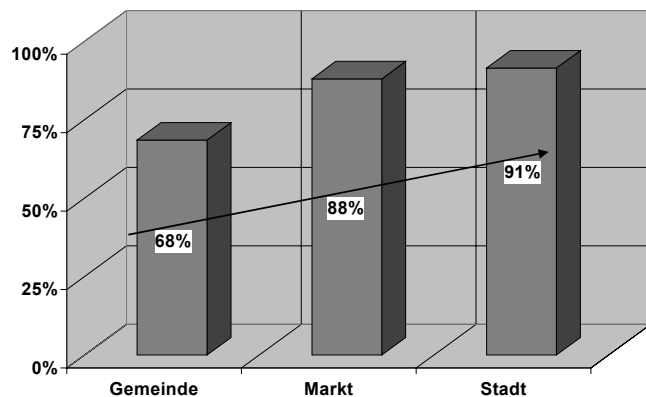


Auffällig ist, daß mit sinkender Größe der Kommune (Gemeinde, Markt, Stadt) auch die Bedeutung der Kammern und Innungen – in Relation zum Durchschnittswert – abnimmt (zwischen sechs bis acht Prozent). Eine ähnliche Entwicklung, von der Größenordnung sogar noch deutlicher ausgeprägter, durchlaufen die Werbegemeinschaften (Stadt: 74%, Gemeinde: 14%) und die Fachverbände (Stadt: 24%, Gemeinde: 7%). Von derlei Schwankungen absolut unberührt bleibt allerdings der Bund der Selbständigen / DGV.

Nimmt man als zusätzliches Kriterium die räumliche Lage der Kommunen nach Regierungsbezirken hinzu, so zeigt sich anhand der teilweise erheblichen Abweichungen vom Mittelwert, daß sämtliche Wirtschaftsvereinigungen verschieden stark in der Fläche Bayerns aufgestellt sind (z.B. IHK Unterfranken 60% zu IHK Oberbayern 33%, Innungen Niederbayern 30% zu Innungen Mittelfranken 20% oder Werbegemeinschaften Oberfranken 38% zu Werbegemeinschaften Oberpfalz 29%).

Betrachtet man sich hierzu abschließend das isolierte Ranking der Landkreise, so ergibt sich folgende Reihenfolge: IHK: 87%, HWK/Innung/Werbegemeinschaften: 69%, Fachverbände: 56%, BDS/DGV: 50% und Sonstige: 3%. Hier setzt sich damit der oben beschriebene Trend der Kommunen fort.

3.3 Gemeinschaftsveranstaltungen bzw. –präsentationen des kommunalen Gewerbes



2003 fanden in Deutschland 142 internationale Messen und Ausstellungen mit über 160.000 Ausstellern und 9,5 Millionen Besuchern statt (Quelle: AUMA). Die größten bayerischen Messeplätze sind München, Nürnberg und Augsburg. Diese internationalen Messen werden durch **ein dichtes Netz kommunaler, regionaler Fach- und Verbraucherausstellungen bzw. Märkte** ergänzt. Dies belegt die Umfrage. So finden in rund 83% der Kommunen Veranstaltungen dieser Art statt (siehe Grafik). Obwohl naturgemäß die Häufigkeit mit der

Größe der Kommune wächst, ist doch besonders auffällig, daß sogar in 68% der kleinen Gemeinden Gemeinschaftsveranstaltungen bzw. –präsentationen des kommunalen Gewerbes stattfinden.

Rechnet man die Ergebnisse der Umfrage auf alle 2.056 Kommunen im Freistaat hoch, dann heißt dies, daß **pro Jahr Gemeinschaftsveranstaltungen dieser Art in ca. 850 Kommunen stattfinden**. Dabei muß der durchschnittliche Turnus von zwei Jahren (Umfrageergebnis) berücksichtigt werden. In der Umfrage wurde des weiteren unterschieden nach Messen und Leistungsschauen (rund 54%) und nach Märkten (50%). Des weiteren mit erfaßt wurden verkaufsoffene Sonntage mit 42%, wobei Mehrfachnennungen möglich waren.

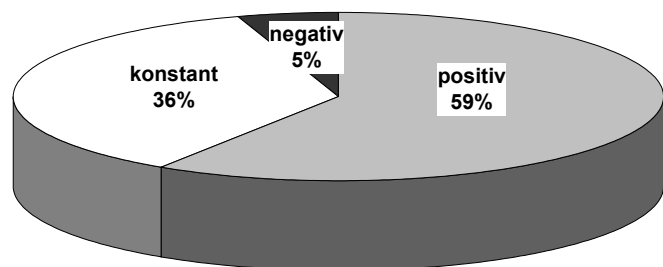
Bezogen auf die 71 bayerischen Landkreise lassen die Umfrageergebnisse die Hochrechnung zu, daß in allen Landkreisen Messen und Leistungsschauen stattfinden und in jeweils 81% Märkte bzw. verkaufsoffene Sonntage.

Statistisch besucht jeder Bürger bzw. jede Bürgerin Bayerns mindestens einmal pro Jahr eine kommunale bzw. regionale Messe, Leistungsschau oder Markt. Diese Aussage läßt sich durch die Umfrageergebnisse belegen. So gaben die befragten Kommunen bzw. Landkreise an, daß die Veranstaltungen im Durchschnitt von rund 14.600 Menschen besucht wurden. Multipliziert man diese Besucherzahl mit der Veranstaltungsanzahl pro Jahr (850, siehe oben), dann ergibt sich daraus ein Wert von rund 12,4 Millionen, was in etwa der aktuellen Bevölkerungszahl im Freistaat entspricht.

Betrachtet man sich als nächstes die durchschnittliche Zahl der Aussteller pro Veranstaltung, dann ergibt sich ein Wert von knapp 73. Rechnet man diese Zahl erneut auf ganz Bayern hoch, so zeigt sich, daß sich **jährlich rund 62.000 primär mittelständische Unternehmen an kommunalen bzw. regionalen Messen und Leistungsschauen bzw. Märkten beteiligen**. Sieht man diese Zahl in Relation zu den bayerischen Unternehmen, die dem Mittelstand angehören, dann folgt daraus, daß über 10% Veranstaltungen dieser Art für sich nutzen.

Bezogen auf das Jahr 2000 zeigt der **Trend internationaler Messen am Standort Deutschland nach unten**. Die Zahl der Veranstaltungen ist um über 3% gesunken, die der Besucher um 7% und die der Aussteller um 8% (eigene Berechnung auf der Datengrundlage der AUMA). Im Vergleich dazu grundlegend anders stellt sich das Bild bei kommunalen bzw. regionalen Messen

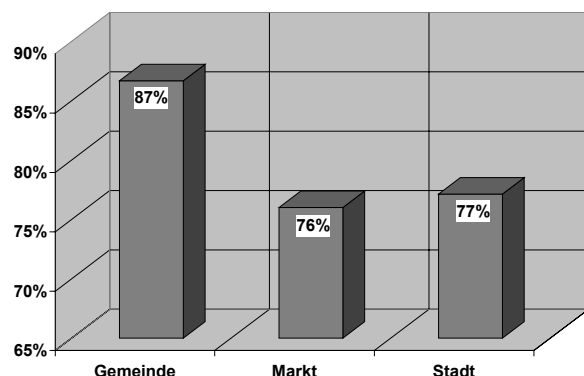
und Leistungsschauen bzw. Märkten dar (siehe Grafik). Nur fünf Prozent mußten einen rückläufigen Trend in den letzten Jahren verzeichnen. Die restlichen **95%** dagegen **konnten** zumindest einen **konstanten**, wenn nicht **gar steigenden Trend beobachten**.



3.4 Vergabeverhalten bei öffentlichen Aufträgen

Im 4. Abschnitt des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) und in der Vergabeverordnung (VgV) wird das öffentliche Auftragswesen geregelt. Maßgebend sind folgende Vergabegrundsätze: Wettbewerbsgrundsatz, Gleichbehandlungsgebot, Vergabefremder Kriterien, Verhandlungsverbot, Gebot der Losvergabe sowie **Gebot der Wirtschaftlichkeit**. Dieses besagt, daß dem wirtschaftlich günstigsten Angebot der Zuschlag zu erteilen ist. Am 20. April 2004 hat die Bayerische Staatsregierung hierzu festgestellt: *"Der niedrigste Angebotspreis allein ist nicht entscheidend. (...) Die öffentlichen Auftraggeber können ihre Erfahrungen in punkto Zuverlässigkeit und Fachkunde bei der Auswahl der Handwerker einfließen lassen. Zulässige Wertungskriterien sind zum Beispiel Qualität, Innovation, Wartungskosten, Energieverbrauch, Lebensdauer, aber auch Ästhetik."*

Eben an diesem Punkt hat die Umfrage angesetzt. So wurde danach gefragt, **ob Folgekosten wie z.B. Wartung oder Service bei der öffentlichen Auftragsvergabe mit berücksichtigt werden**. 82% der Kommunen antworteten mit "Ja", immerhin **14% mit "Nein"** (Rest: keine Angabe). Die Grafik zeigt, daß besonders kleine Kommunen die Folgekosten mit berücksichtigen (87%), während die Städte die ihnen vom Gesetzgeber in diesem Bereich gegebenen Ermessensspielräume zu einem deutlich geringeren Teil (77%) nutzen (Differenz: 10%)



4. Schlußfolgerungen aus der Umfrage

4.1 Kommunikationspartner der Wirtschaft und der kommunalen Gebietskörperschaften

Wirtschaft ist Chefsache in den Kommunen und Landkreisen. Dieses Ergebnis ist sehr erfreulich. Gefährlich ist allerdings, daß besonders **den Bürgermeistern in den kleinen Gemeinden die fachkundige Begleitung durch Experten (Wirtschaftsreferate) fehlt**. Fehlentwicklungen in den Aufgabenfeldern der kommunalen Wirtschaftspolitik (u.a. Ansiedlung neuer Unternehmen, Förderung von Existenzgründungen, Bestandspflege bestehender Unternehmen, Verbesserung der Standortfaktoren) sind damit vorprogrammiert. Als Beispiel zu nennen ist in diesem Kontext die mangelnde Kontrolle von Sortimentsbeschränkungen bei Bau- und Gartenmärkten, die zu einer Verödung mittelständischer Strukturen in den Zentren führt (Musterklage des Bundes der Selbständigen / DGV gegen die toom Baumarkt GmbH, Urteil Landgericht Köln vom 28.10.2004). Da eine Ausweitung der öffentlichen Verwaltung abzulehnen ist, sollte daher **vermehrt auf das Fachwissen der Wirtschaftsvereinigungen zurückgegriffen werden**. Dabei ist darauf zu achten, daß die verschiedenen Wirtschaftsvereinigungen auch unterschiedliche Kompetenzen u.a. bezüglich Ortskundigkeit und Branchenkenntnissen aufweisen. Eine differenzierte oder auch vernetzte Vorgehensweise ist zu empfehlen.

4.2 Gemeinschaftsveranstaltungen bzw. –präsentationen des kommunalen Gewerbes

Die **Bedeutung von kommunalen bzw. regionalen Messen und Leistungsschauen bzw. Märkten** für die Kommunen, die partiellen Wirtschaftsstandorte und den selbständigen Mittelstand kann angesichts der Umfrageergebnisse gar nicht hoch genug bewertet werden. Da besonders kleine Veranstaltungen oftmals ehrenamtlich getragen werden, muß dieses **Engagement seitens der Kommunen gefördert werden** (z.B. Genehmigungsverfahren, Raumnutzung). Des weiteren erforderlich ist es, daß **den ehrenamtlichen Organisatoren das nötige Know-How vermittelt wird** (Leitfaden des Bundes der Selbständigen / DGV: Gewerbe- und Leistungsschauen organisieren und durchführen). Zudem müssen Veranstaltungen dieser Art seitens der öffentlichen Hand (u.a. Freistaat Bayern) ähnlich begleitet werden wie Beteiligungen auf internationalen Messen.

4.3 Vergabeverhalten bei öffentlichen Aufträgen

Der Gesetzgeber hat den Kommunen einen relativ **großen Ermessensspielraum bezüglich der Berücksichtigung von Folgekosten** (z.B. Wartung) **bei der Vergabe öffentlicher Aufträge** eingeräumt. Dieser Ermessensspielraum, der in der Praxis oftmals einen Wettbewerbsvorteil für die mittelständische Wirtschaft am Ort bzw. in der Region mit sich bringen kann, wird allerdings nicht von allen Kommunen auch tatsächlich in Anspruch genommen. Hier gilt es, **Informationsdefizite zu schließen**. Zwar hat der Gesetzgeber, z.B. durch die Erhöhung der Wertgrenzen für beschränkte Ausschreibungen, einen richtigen Schritt getan, doch muß es sein vordringliches Ziel sein, daß die bereits vorhandenen Möglichkeiten umfassend genutzt werden. Dabei geht es nicht um eine Bevorzugung des Mittelstandes, sondern vielmehr um die **Wahrung fairen Wettbewerbs, über die reinen Anschaffungskosten hinaus**.

4.4 Schlußbemerkung und Fazit

Die Umfrage hat gezeigt, daß seitens der bayerischen Kommunen und Landkreise durchaus der Wunsch nach einem **konstruktiven Miteinander** mit der mittelständischen Wirtschaft besteht. Dieses Miteinander läßt sich in der Praxis nur dann effektiv umsetzen, wenn die Vereinigungen der Wirtschaft von den Kommunen und Landkreisen aktiv bei allen wirtschaftlichen Fragen mit eingebunden werden. Das dort vorhandene Expertenwissen müssen sich alle Gebietskörperschaften intensiv zunutze machen, nicht zuletzt aufgrund der angespannten finanziellen Lage, die den Aufbau eigener, zusätzlicher Kapazitäten unmöglich macht. Zudem läßt sich dadurch bereits im Vorfeld dem Aufkommen von Bürokratie und Mißverständnissen begegnen. Kommunen bzw. Landkreise und die Wirtschaft verbindet ein enges Band, das nicht auf finanzielle Leistungen der Wirtschaft reduziert werden darf. Die **gemeinsame, gesellschaftliche Verantwortung** muß im Mittelpunkt stehen.

Bund der Selbständigen / Deutscher Gewerbeverband (BDS/DGV), Landesverband Bayern e.V.*
Prof. Dr. Fritz Wickenhäuser, Präsident ● Markus Droth, HGF ● Thomas Schörg, Stellv. HGF
Schwanthalerstraße 110 ● 80339 München ● Postanschrift: Postfach 20 06 15, 80006 München
Telefon 0 89 / 54 05 60 ● Telefax 0 89 / 5 02 64 93 ● info@bds-bayern.de ● www.bds-bayern.de
* in Zusammenarbeit mit der GESELLSCHAFT ZUR ERHALTUNG UND FÖRDERUNG VON KMU E. V.