

# Der Standort der Zukunft ist smart

Die Entwicklung einer Stadt hin zu einer Smart City kann ein Standortvorteil und ein wichtiges Ansiedlungsargument für Unternehmen sein. Die Wirtschaftsförderung sollte sich aktiv in diese Entwicklungsprozesse einbringen und gemeinsam mit verschiedenen Partnern das Thema vorantreiben.

## Autor:innen



### Prof. Dr. Stefan Lennardt

ist Geschäftsführer von Moduldrei. Er berät Wirtschaftsförderungen und kommunale Unternehmen in strategischen Fragen und lehrt zum Thema digitale Transformation an der University of Europe for Applied Sciences.



### Charlotte Schulze Tenkhoff

ist Senior-Beraterin bei Moduldrei. Ihre Schwerpunkte sind die Zielgruppenforschung und die Erstellung von Kommunikationsstrategien.

Nicht nur die Wirtschaft, auch Städte, Gemeinden, Kreise und Regionen befinden sich in einem digitalen Transformationsprozess – hin zu einem resilienten und damit zukunftsfähigen Standort. Die Digitalisierung ist notwendig, um die wachsenden gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und ökologischen Herausforderungen bewältigen zu können. Sie ist ein zentrales Instrument, um kommunale Ziele zum Wohle der Gemeinschaft zu erreichen – aber auch, um sich im Standortwettbewerb abheben zu können.

Das Konzept der Smart City nutzt Informations- und Kommunikationstechnologien, um auf der Basis von integrierten, nachhaltigen Stadtentwicklungskonzepten kommunale Infrastrukturen, wie beispielsweise Energie, Gebäude und Verkehr, miteinander zu verknüpfen. Immer mit dem Ziel, mehr Lebensqualität zu gewinnen, gleichwertige Lebensverhältnisse zu schaffen und ein effizientes Wirtschaften sicherzustellen. Darun-

ter fallen Aspekte wie Nachhaltigkeit und Klimaneutralität sowie Effizienz, Sicherheit und Attraktivität.

Big Data, Messstellen, Sensoren, Kameras, Künstliche Intelligenz und Software bilden die Grundlage von intelligenten Städten. In der Stadt der Zukunft ist alles vernetzt. Und das bietet viele Chancen. Die Ausgestaltung von Smart-City-Projekten kann dabei sehr individuell ausgeprägt sein. Gute Anhaltspunkte, woraufes dabei ankommt, bietet das Smart-City-Ranking des Digitalverbands Bitkom. Es gliedert sich in die Kategorien Verwaltung, Energie und Umwelt, IT und Kommunikation, Mobilität und Gesellschaft. In den Details ergeben sich erhebliche Unterschiede; in der Gesamtwertung liegen Hamburg, Köln und Karlsruhe auf den Spitzenplätzen.

## Vorteile und Anwendungsfelder

Da eine Smart City alle Lebensbereiche beeinflusst, gibt es entsprechend viele

## Kompakt

- Eine Smart City gilt als Innovationsstandort und als Treffpunkt von Wirtschaft und Wissenschaft, der für die Zukunft, Mut und Erfindergeist steht.
- Wirtschaftsförderungen sollten ihre Kompetenzen und die Bedürfnisse der lokalen Wirtschaft aktiv in Smart-City-Projekte einbringen.
- Erfolgsentscheidend sind eine klare Strategie, die Vernetzung aller Stakeholder und ein professionell moderierter Prozess.

Ansatzpunkte für diese digitale Transformation:

- Smart Living (Gesundheit und Sicherheit)
- Smart Mobility (Infrastruktur und Verkehr)
- Smart People (Bildung und Gesellschaft)
- Smart Government (digitale Verwaltung)
- Smart Energy (Energiemanagement)
- Smart Economy (digitale Geschäftsmodelle und Industrie 4.0)

Die Projekte der führenden Kommunen geben einen guten Überblick, was das Thema Smart City für eine Kommune leisten kann. Ein interessantes, besonders gut dokumentiertes Beispiel liefert die Stadt Ulm. Sie bezeichnet sich selbst als „Vorreiterin und Leuchtturm“. Im Smart-City-Ranking von Bitkom belegt die Stadt derzeit Platz 28. Auf einer eigenen Website ist die Smart-City-Strategie der Stadt dokumentiert. Ulm beschreibt die Herausforderungen, Ziele und einzelnen Projekte sowie welche Partner wie eingebunden werden. Die frei zugängliche, detaillierte Ausarbeitung von Strategie und Handlungsfeldern eignet sich sehr gut für andere Kommunen zur Einarbeitung in das Thema.

Übrigens erzielen auch Kommunen, die in den klassischen Rankings eher hintere Plätze belegen, unter Gesichtspunkten wie Digitalisierung und Dynamik sehr gute Ergebnisse. Ein Beispiel hierfür ist die Stadt Gelsenkirchen, die aufgrund ihrer Historie einen harten Strukturwandel bewältigen muss, das Thema „vernetzte Stadt“ aber entschlossen angepackt hat. Smart-City-Projekte können zahlreiche Aufgaben lösen, beispielsweise:

- Steuerung der lokalen Mobilität durch eine bessere digitale Koordination von Individualverkehr und ÖPNV
- Erhöhung der Lebensqualität und gleichzeitige Dekarbonisierung durch lokale Energieprojekte im Rahmen der Quartiersentwicklung
- Bindung von Menschen durch eine verbesserte digitale Infrastruktur

- Förderung attraktiver Innenstädte durch Projekte mit und für den lokalen Einzelhandel

- Verbesserung nachbarschaftlicher Beziehungen und Hilfe durch digital gestützte Netzwerke

Insgesamt betrachtet geht es jedoch nicht um isolierte Einzelprojekte, sondern um deren Verknüpfung und Vernetzung mit dem Ziel der digitalen Stadt.

### Verwaltung als Teil der Smart City

Die Smart City funktioniert nicht ohne die öffentliche Verwaltung. Intelligentes und vernetztes Verwaltungshandeln erleichtert die Erfüllung öffentlicher Aufgaben und fördert die wirtschaftliche Entwicklung. Die sogenannte Smart Governance kann die Bedürfnisse von Bürgerinnen und Bürgern sowie und Unternehmen genauer verstehen und so zielgruppengerechte Angebote aufbauen. Sie kann die eigene Auslastung präziser prognostizieren und Ressourcen effizienter einsetzen. Kommunale Verwaltungen stellen ein umfangreiches Leistungsangebot bereit. Doch durch die Standards und Möglichkeiten der Privatwirtschaft sind die Bürgerinnen und Bürger sowie Un-

ternehmerinnen und Unternehmer in ihrem Leistungsanspruch oft verwöhnt. Sie haben sehr hohe Erwartungen an Erreichbarkeit, Verfügbarkeit und Qualität. Eigentlich muss eine Behörde daher wie ein Onlineshop „24/7“ digitale Verwaltungsleistungen anbieten. Dies führt auf der Nutzerinnen- beziehungsweise Nutzerseite zu Effizienz- und Komfortgewinnen. Die sogenannte Smart Governance erleichtert es, Informationen zu beschaffen, Anträge zu stellen und Daten auszutauschen. Bearbeitungsprozesse werden zudem beschleunigt und partizipative sowie transparente Entscheidungs-

prozesse ermöglicht. Kurz gesagt: Smart Governance trägt zu einer höheren Kundenzufriedenheit und damit zur Kundenzufriedenheit bei.

Smart Governance ist also sehr viel mehr als das allseits bekannte E-Government. Es geht nicht einfach um die Überführung analoger Prozesse und Daten in die digitale Welt. Es geht darum, Verwaltung neu zu denken. Und, ja: Das möchte Verwaltung häufig nicht. Aber es ist notwendig. Hierzu ist ein Aufbau von Digitalisierungskompetenzen in der Verwaltung notwendig. Auf dem Weg zur digitalen Verwaltung gibt es viele Herausforderungen, deshalb muss die Digitalisierung als Chance und Gestaltungsaufgabe begriffen werden. Die Digitalisierung öffentlicher Dienstleistungen bringt kommunale Verwaltungen wieder enger mit Bürgerinnen und Bürgern sowie Unternehmen zusammen und führt zu einem Imagewandel. Aber auch für die Verwaltung selbst ergeben sich Vorteile. Elektronische Formulare und automatisierte Datenabrufe, Datenanalysen zur Standortplanung sowie Bots, die standardisierte Auskünfte erteilen und Vorgehensweisen erklären, sind erhebliche Arbeiterleichterungen. Dies führt zu mehr Schnellig-

### „Digitalisierung muss als Chance und Gestaltungsaufgabe begriffen werden.“

keit, einer verbesserten Erreichbarkeit und am Ende auch zu einer Kostensparnis.

Dass Smart Governance keine Zukunftsvision, sondern schon heute Realität ist, zeigt zum Beispiel Dänemark mit der Plattform „borger.dk“. Das Portal bietet einen Zugang zum gesamten Leistungsangebot der öffentlichen Verwaltung, einen hohen Servicecharakter durch vorausgefüllte Felder mit persönlichen Daten sowie eine individuelle Ansprache durch personalisierte Inhalte je nach Lebenssituation. Datenschutz wird durch eine persönliche Online-Identi-

## Handlungsempfehlungen

- Lernen Sie von den Besten: Das Smart-City-Ranking und zahlreiche andere Quellen geben einen guten Überblick über anregende Projekte.
- Integrieren Sie sich in laufende Smart-City-Projekte oder initiieren Sie sie selbst.
- Sorgen Sie durch Informationsarbeit dafür, dass die Verwaltungsspitze und Politik das Thema richtig einordnen können.
- Prüfen Sie früh die aktuellen Fördermöglichkeiten.
- Die Smart City macht Arbeit. Beginnen Sie nichts, ohne dass die Ressourcen geklärt sind.
- Bleiben Sie glaubwürdig, indem Sie auch die eigene Digitalisierung vorantreiben.

fikationsnummer gewährleistet. Darüber hinaus ist Dänemark im weltweiten Vergleich besonders stark in der Cyber-sicherheit. Das Portal wird rege angenommen und die Bekanntheit im Land ist mit 94 Prozent hoch. Durch Smart Governance spart Dänemark jährlich effektiv 296 Millionen Euro ein und reduziert die Bearbeitungszeit um 30 Prozent. Mit dem Verzicht auf Papier und postalische Zustellungen wird zudem die Umwelt geschont.

### Smart City als Ansiedlungsargument

Die Smart City bringt eine Reihe an Vorteilen mit sich, die für Unternehmen interessant sind: schlanke Verwaltungsprozesse, Kostenersparnis durch effizientes Energiemanagement, schnelle Kommunikationswege, verbesserte Infrastruktur, einen leichteren Zugang zu qualifizierten Fachkräften und zu Ideennetzwerken. Eine Smart City gilt als Innovationsstandort und als Treffpunkt von Wirtschaft und Wissenschaft, der für die Zukunft, Mut und Erfindergeist steht. So werden Smart-City-Technologien in Zukunft zu zentralen Kriterien für die Standortwahl von Unternehmen. Die Positionierung als Smart City bringt für einen Standort erhebliche Imagevorteile. Das funktioniert aber nur, wenn auch etwas dahintersteckt und der hohe Anspruch belegbar ist.

In Deutschland steht die Entwicklung der Kommunen zu „Smart Cities“ aktuell noch am Anfang. Seit 2019 gibt es das Förderprogramm „Modellprojekte Smart Cities“. Städten aus diesem Programm wird eine Vorreiterrolle zugesprochen und damit geht gleichzeitig eine Steigerung des Bekanntheitsgrades sowie der Wertschätzung bei Unternehmen einher.

### Wirtschaftsförderungen integrieren

Auch wenn die Smart City ein weithin sichtbarer Standortvorteil ist, sehen viele Wirtschaftsförderungen diesen Themenbereich nicht als Teil ihres Aufgabenportfolios. Tatsächlich machen sie häufig die Erfahrung, dass Projekte ohne Weiteres auch ohne ihre Beteiligung entstehen. Hier finden Stadtverwaltungen (oft mit dem neuen „Chief Digital Officer“), kommunale und private Unternehmen sowie Hochschulen leicht zueinander.

Es sollte Wirtschaftsförderinnen und -förderer nachdenklich machen, wenn ein zentrales Zukunftsthema ohne ihre Beteiligung entwickelt wird. Es ist in jedem Fall sinnvoll, dass die Wirtschaftsförderung sich hier integriert, um eigene Kompetenzen und die Bedürfnisse der lokalen Wirtschaft in solche Projekte einzubringen. Häufig wird es noch notwendig sein, dass die Wirtschaftsförderung erst die nötigen Impulse setzt, Partner zusammenbringt sowie Projekten die

nötige Struktur gibt. In vielen Kommunen fehlt diese Struktur, und das Thema Smart City bekommt dadurch einen aktivistischen Zug. Solche Strukturen zu schaffen, erfordert aber Ressourcen und muss mit der Verwaltungsspitze entsprechend offen besprochen werden.

Wichtig ist generell die Vernetzung der verschiedenen Akteurinnen und Akteure und Prozesse auf kommunaler Ebene. Dies steigert die wirtschaftliche Produktivität und die Attraktivität als Wirtschaftsstandort. Einer der ersten Projektpartner sollte der lokale Energieversorger sein. Zudem werden Partner im Bereich Mobilität und Informationstechnologie benötigt. Dabei ist es ratsam, den Kreis der Beteiligten zunächst lieber kleiner zu halten, um eine klare Strategie aufzusetzen. Erst wenn die konzeptionelle Arbeit erledigt ist und die Digitalstrategie steht, ist es sinnvoll, bei der Ausgestaltung des Vorhabens weitere Projektbeteiligte einzubeziehen. Neben Spezialistinnen und Spezialisten für die technische Umsetzung wird zudem die Unterstützung der Politik, der Unternehmen vor Ort sowie der Bürgerinnen und Bürger benötigt. Um die Vielzahl der Stakeholder zu koordinieren und den komplexen Prozess hin zu einer Smart City zu moderieren, empfiehlt es sich, jemanden „von außen“ hinzuzunehmen – etwa ein externes Beratungsteam, das den Überblick behält und die Strategie nicht aus den Augen verliert. Erfolg versprechend ist ein solcher Prozess, wenn alle Akteurinnen und Akteure des Standortes an einem Strang ziehen. ■



#### Wirtschaftsförderung



- Stember, J. (2020): Wirtschaftsförderung in Zeiten der Pandemie, in: innovative Verwaltung, 11, S. 38-40, <https://go.sn.pub/rLWtml>
- Weber, H. T. (2021): Wirtschaftsförderung und Smart City, in: Handbuch Innovative Wirtschaftsförderungen, Wiesbaden, S. 459-482, <https://go.sn.pub/bvvhGa>