

Inhalt

Vorwort Prof. Dr. Jürgen Stember	9
Vorwort Dr. Michael Kopatz	11
Wirtschaft ist mehr	12

Teil A: Theorie

1 Vorüberlegungen und Grundlagen	17
1.1 Resilienz	20
1.2 Informelle Ökonomie und Soziale Innovationen	24
1.3 WBGU: Große Transformation	25
2 Das Konzept	27
2.1 Von den Anfängen der regionalen Wirtschaftsförderung bis zur Wirtschaftsförderung 4.0	29
2.2 Bezüge – verwandte Konzepte und Projekte	39
2.3 Geschäftsfelder	54
3 Überregionale Treiber	66
3.1 Hyperventilierende Finanzmärkte beruhigen	66
3.2 Regeln für den Freihandel	68
3.3 Das rechte Maß für gutes Wirtschaften	70
3.4 Klimazoll	72
3.5 Kennzeichnungspflichten	73
3.6 Bürgerarbeit fördern	74
3.7 Unternehmensnetzwerk für Lebensweltökonomie	76
3.8 Bundesverband der Regionalbewegung e. V.	78
3.9 Arbeitszeitverkürzung und Work-Life-Balance	78
3.10 Bundesstrategie für »Solidarische Wirtschaft«	79
3.11 Das Projekt »MehrWert NRW« und der EU-Fonds für regionale Entwicklung	80
3.12 Gesellschaft in Verantwortungseigentum	81
3.13 Gemeinwohlökonomie fördern per Gesetz	83

4	Das Verhältnis der Wf4.0 zur konventionellen Wirtschaftsförderung	85
4.1	Struktur und Arbeitsweise von kommunalen Wirtschaftsförderungen in Deutschland	85
4.2	Wirtschaftsförderung 4.0 als Adaption und Erweiterung traditioneller Wirtschaftsförderung	89
4.3	Befragung des Difu	92
4.4	Befragung der GEFAK	93
4.5	Der freie Markt und soziale Marktwirtschaft	95
4.6	Zwischen Protektionismus und Freihandel?	96
4.7	Warum liegt die Federführung bei der Wirtschaftsförderung?	98
4.8	Mission Statement der Wirtschaftsförderung 4.0	102
4.9	Kommerzialisierung und Professionalisierung	104

Teil B: Umsetzung

5	Auftakt	110
5.1	Zuständigkeiten, Aufgaben und Akteure	110
5.2	Wie starten?	111
5.3	Akteure: Wer ist zuständig?	115
5.4	Lessons learnt	116
6	Local Business	118
6.1	Regionalläden	119
6.2	Lokale Kauf-Initiativen	125
6.3	Leerstandsmanagement	129
6.4	Zum Beispiel: Regionale und nachhaltige Beschaffung	133
6.5	Regionale Produktion	134
7	Produktion	146
7.1	Upcycling	146
7.2	Solidarische Landwirtschaft, Regional- und Direktvermarktung	152
7.3	Stadt- und Regionalgärten	160
7.4	Ernährungsrat	169
7.5	Schuhe, Kleidung, Möbel	176
7.6	Regionale Energieerzeugung	180

8	Sharing Economy	186
8.1	Mobility	186
8.2	Werkzeuge, Börsen für Bauteile und Baustoffe	194
8.3	Gebrauchtwaren	200
8.4	Wohnen und Arbeiten	202
9	Social Business	212
9.1	Kooperationen zwischen Freiwilligenagentur und Einzelhandel	213
9.2	Nutzung von Fahrrad und Pedelec in der ambulanten Pflege fördern ...	217
9.3	Reparatur-Initiativen, Sozialkaufhaus und MakerSpace	223
9.4	Nahversorgung	237
10	Finanzwirtschaft	243
10.1	Regionale Währungen und Gutscheinsysteme	244
10.2	Regionalwert AG	257
10.3	Bürgeranleihen	262
10.4	Zeitbanken	268

Teil C: Wirtschaft neu fördern

11	Vorzüge einer innovativen Wirtschaftsförderung	278
11.1	Arbeitsplätze und Nahversorgung sichern	278
11.2	Regionales Bündnis für Heimatbeschaffung	279
11.3	Potenziale von Gemeinschaftsnutzungen und Initiativen für den regionalen Arbeitsmarkt	280
11.4	Wirtschaftliche und soziale Sicherheit stärken	281
11.5	Rekrutierungspotenziale ausbauen	282
11.6	Kollaborative Subsidiarität	283
11.7	Emanzipation der ökonomischen Subsidiarität	283
11.8	Vom Ich zum Wir	285
11.9	Wf4.0 versus Rechtspopulismus	287
12	Fazit und Reflexionen	292
12.1	Handlungsperspektiven für Wirtschaftsförderung 4.0	292
12.2	Folgerungen und Forderungen	294

12.3	Wirkungsbilanz und -perspektive	294
12.4	Die Wf4.0 als Change Agent	295
12.5	Ausblick in Anbetracht der Coronakrise	296
13	Anhang	299
13.1	Pop-up-Regionalläden als Leerstandzwischenutzung	299
13.2	Maßnahmensteckbriefe	304
13.3	Endnoten	310