

KOMMUNEN

Krieg der Städte

Berlin lockt mit Zuschüssen namhafte Unternehmen – und verärgert andere Großstädte. Die Konkurrenz um Arbeitsplätze ist zu einem brutalen Kampf der Metropolen geworden.



JAN PETER BOENING / ZENIT

Berlin-Werber Estermann im Showroom: Perverse Ausprägung des Staatskapitalismus

Die Vorzüge der deutschen Hauptstadt demonstriert Hans Estermann am liebsten mit einem Joystick. Der schwarze Plastikknüppel könnte aus einer Spielhölle stammen, aber er steht auf einem ovalen Tisch aus Nussbaumholz in einem Konferenzraum mit Designerseseln. „Meinen Showroom“ nennt der Chef der Berliner Wirtschaftsförderung den ungewöhnlichen Ort der Überzeugung.

Wie im Kino flimmert ein virtueller, computeranimierter Gleitflug aus der Heli-

kopterperspektive über die Leinwand. Mit leichter Hand steuert Estermann mit dem Joystick die besonders interessanten Quartiere der Millionen-Metropole an: das trendy Friedrichshain, die hippen Fabrikgelände entlang der Spree oder die staatsmännische Mitte. Auf Zuruf wird dann das zugehörige Immobilienexposé daneben projiziert, samt Grundriss aus dem Katasteramt, Mietpreis und Entfernung zum Flughafen. So mancher Manager hat gefragt, ob er selbst mal steuern dürfe – und

nach der Landung einen Vertrag unterzeichnet.

Der europaweit einzigartige Service ist eine Kampfansage an die anderen deutschen Städte. Wie derzeit kein anderer buhlt Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit (SPD) um Ansiedlungen und Arbeitsplätze (siehe Grafik). Essen spannte er die Deutschland-Zentrale von Coca-Cola aus, aus München kommt der Musiksender MTV. Aus Hamburg will der Axel-Springer-Verlag teilumziehen. Und die fusionswilligen Musikmultis Warner aus Hamburg und EMI aus Köln ködert der Senat mit attraktiven Konditionen. Wirtschaftssenator Harald Wolf (PDS) sieht bereits einen „Sog nach Berlin“.

Die Abwerbeoffensive hat zu einer erbitterten Schlammschlacht zwischen den deutschen Kommunen geführt. Die aufgeschreckte Konkurrenz wirft dem rot-roten Senat brutalstmögliche Abwerbung vor, eine Art modernes Raubrittertum, finanziert durch Steuergelder, fremde zudem.

„Unhaltbar“ sei diese Förderpraxis, giftete Hamburgs Wirtschaftsminister Gunnar Uldall (CDU), den „unerträglichen Berlin-Magnetismus“ geißelt sein Parteifreund, der Kölner Oberbürgermeister Fritz Schramma. Und der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Peer Steinbrück (SPD) fordert: „Dieses Derby von Anwerbungen mit staatlichen Anreizen gehört auf die Tagesordnung.“

Die harschen Töne sind Ausdruck rauer Realität: Selbst reiche Städte wie Hamburg oder München sind mittlerweile hoch verschuldet, die strukturschwache Hauptstadt hat vor dem Bundesverfassungsgericht gerade den finanziellen Offenbarungseid angemeldet und auf weitere Bundeshilfen geklagt. Deshalb ist jetzt, da selbst große Unternehmen flexibel wie Mittelständler agieren, regionale Wirtschaftspolitik zu einem verzweifelten Standortwettbewerb geworden. Dabei buhlen Großstädte so erbittert um Firmen, dass das Gefeilsche der Bun-

Magnet Berlin Von der Hauptstadt angeworbene Unternehmen

2002	VERLIERER	UNTERNEHMEN		ZUGESAGTE ARBEITSPLÄTZE	2003	VERLIERER	UNTERNEHMEN		ZUGESAGTE ARBEITSPLÄTZE
		BRANCHE	PROJEKT				BRANCHE	PROJEKT	
DER SPIEGEL	HAMBURG	Universal Music	Umzug der Deutschland-Zentrale von Hamburg nach Berlin	ca. 500	HAMBURG	Axel Springer Verlag	Bündelung zentraler Konzernsteuerungs- und Servicefunktionen am Hauptsitz Berlin	300	
		SAP	Zusammenfassung/Ausbau bestehender Aktivitäten in einer zentralen SAP-Geschäftsstelle Ost mit einem SAP-Schulungszentrum sowie der Europa-Marketing-Zentrale der SAP AG	240	ESSEN	Coca-Cola	Umsiedlung des deutschen Headquarters von Essen nach Berlin	300	
		Carmeq	Neugründung einer VW-Tochtergesellschaft für Software-Entwicklung auf dem Gebiet der Automobil-elektronik	160	MÜLHEIM, MAINZ	DB Cargo/Stinnes	Neue Hauptverwaltung für den Unternehmensbereich Cargo/Logistik der Deutschen Bahn AG	230	
		Lufthansa Global Telesales	Erweiterung des bestehenden Buchungs- und Service-Callcenters	100	LONDON	Corning Cable Systems	Gründung des europäischen Hauptsitzes mit den Funktionen Management, Marketing und Sales	120	
					MÜNCHEN	MTV networks	Umzug der Deutschland-Zentrale von München nach Berlin	120	

Quelle: Wirtschaftsförderung Berlin GmbH



PAUL LANGROCK / ZENIT

Neue Universal-Zentrale an der Spree: „Kreatives Ambiente“

desligaclubs um Fußballstars wie Kevin Kuranyi als harmloses Murrspiel erscheint: Die Summen sind fragwürdig, die Methoden noch fragwürdiger.

„Wie ein Bittsteller“ sei er sich vorgenommen, „der hart am Rande der Legalität Zusicherungen gibt, um irgendwie zu neuen Investitionen“ zu kommen, beschreibt der frühere Berliner Wirtschaftsminister Gregor Gysi (PDS) die nur mühsam kaschierte Überredung der Privatwirtschaft mit Staatskohle. Auch die Tricks kennt Gysi: Mal seien Millionen, die von der Europäischen Union stammten, kurzerhand als Landesmittel deklariert worden. Mal wurden Rechtsanwaltskosten (nicht förderfähig) als „Beraterhonorare“ (förderfähig) verbucht – eine „permanente Grauzone“, wie der Salonsozialist zugibt.

Wie groß der Erfolgsdruck der Stadt-oberhäupter ist, zeigt das Beispiel Warner: Kaum war durchgesickert, dass der Musikmulti auf der Leinwand des Berliner „Showroom“ bereits die frisch sanierten Edison-Höfe in Berlin-Mitte inspiziert hatte, lancierten die Hanseaten Details der angeblichen Berliner Offerte.

Dreizehn Punkte umfasst der vorweihnachtliche Geschenkezetteln: von der Beteiligung an den Umbaukosten des neuen Quartiers über eine Mietobergrenze von 8 Euro den Quadratmeter oder einen Einarbeitungszuschuss von 10 000 Euro pro Beschäftigten bis hin zu Kita-Plätzen für den Nachwuchs des Managements.

Das Berliner Angebot sei eine „perverse Ausprägung des sozialistischen Staatskapitalismus“, schimpfte der Fraktionschef der mitregierenden Hamburger FDP, Burkhardt Müller-Sönksen: „Das sind Verhältnisse, wie sie in einer Bananenrepublik Usus sind.“ Sein Wirtschaftsminister Uldall sekundierte: „Diese Förderung wird aus Steuergeldern bezahlt, die die Hamburger Bürger über den Länderfinanzausgleich miterwirtschaften.“ Uldall ärgert, dass die Hauptstadt im vergangenen Jahr 2,67 Mil-



STEFAN ENDERS

Musikmesse Popkomm (im August in Köln): „Zur Musik-Hauptstadt aufgestiegen“

liarden Euro aus dem föderalen Umlageverfahren erhielt – und nun indirekt mit diesen Geldern Standortpolitik betreibt. Das sei „aus Sicht vieler Städte“ ärgerlich, kritisiert auch der Kölner Schramma.

Schließlich sind von den Abwerbungen besonders Kommunen aus denjenigen Bundesländern betroffen, die die finanzschwachen Länder alimentieren: Neben Hamburg (190 Millionen Euro) zählten 2002 auch Bayern (2,04 Milliarden), Hessen (1,9 Milliarden) und Nordrhein-Westfalen (1,63 Milliarden) zu den Geberländern. Und jetzt müssen sie, wie die Hamburger durch Mietvergünstigungen für Warner, zusätzliches Geld investieren, um eine Abwerbung durch die klammen Berliner zu vermeiden.

Berlin-Werber Estermann verweist darauf, dass die Stadt lediglich den zulässigen Spielraum der Förderrichtlinien ausschöpfe, die in strukturschwachen Regionen Zuschüsse von bis zu 30 Prozent erlauben. Zudem habe Hamburg doch gerade erst selbst Staatskapitalismus in Reinform praktiziert, wenngleich auch nicht bei einer Abwerbung: Bei der Übernahme der Nivea-

Firma Beiersdorf investierten die Hanseaten unlängst 1,1 Milliarden Euro, um eine Übernahme durch den US-Giganten Procter & Gamble zu verhindern und so der Stadt 5000 Arbeitsplätze zu erhalten.

Zwischen Haupt- und Hafenstadt sind spätestens seit dem Fall Warner die erst 2001 vereinbarten „Spielregeln eines fairen Wettbewerbs“ vergessen, die Kooperation statt Konfrontation sichern sollten. Ungeniert sprechen die Berlin-Werber Unternehmen an, sich doch die kulturell prosperierende Hauptstadt anzuschauen.

Zum Kennenlernen bietet die Wirtschaftsförderung Interessenten einen dreimonatigen Schnupperkurs mit einer Art Rundum-sorglos-Paket an. Gestellt werden, gegen ein geringes Entgelt, ein möbliertes Appartement samt Büro, ein Prepaid-Handy, ein Zeitungsabo und ein Termin bei einem Wirtschaftsberater.

Selbst eine Monatskarte für den Nahverkehr fehlt nicht. Und hat die Wirtschaftsförderung einen besonders imageträchtigen Interessenten angelockt, ist das meist ein Fall für den Regierenden Bürgermeister persönlich – wie bei Universal.

Den Abschluss mit dem größten deutschen Musiklabel (Eminem, U2) machte Wowerit bei Cocktails auf einer After-Show-Party der Popqueen Madonna perfekt. Der „Regierende Partymeister“ („BZ“), der den Hauptstadt-Glanz zur Chefsache gemacht hat, war eigens für ein Vier-Augen-Gespräch mit dem deutschen Universal-Chef Tim Renner, 38, zum Madonna-Auftritt in die Max-Schmeling-Halle gekommen. Morgens um halb drei bei einem Gläschen Prosecco noch über Verträge zu parlieren, zählt Wowerit zu den vernünftigen Amtsgeschäften. In diesen „Sprechstunden“ (Wowerit) gibt er Wechselwilligen den letzten Anstoß: „Für ein Unternehmen ist es wichtig zu wissen, ob es auch gewollt und umworben wird.“

Seit dem vergangenen Jahr residiert Universal in einem edelsanierten Speicher aus

Klinkerstein mit Blick auf die Spree, in „kreativem Ambiente“, wie die Musikmacher loben. In Hamburg, sagt Renner enttäuscht, „ging das über Cafétrinken in der Behörde und den Hinweis, man kenne gute Makler, die vielleicht noch billigere Büroflächen anbieten könnten, anfänglich nicht hinaus“. Hilflos wollte der damalige Bürgermeister Ortwin Runde (SPD) den eingeflogenen Weltvorstand von Universal mit einer biederen Rathausführung doch noch an der Alster halten. „Bauhistorisch sicher interessant“ sei das gewesen, erinnert sich Renner. „Aber das internationale Management hat es nicht sehr überzeugt.“



Warner-Zentrale in Hamburg: „Sog nach Berlin“

Der Deal, der direkt nur rund 500 Mitarbeiter betraf, hatte Sogwirkung: So wie Süddeutschland durch BMW und Mercedes zur Heimat für Zulieferer der Autoindustrie geworden ist, ist Berlin durch Universal „zur kreativen Musik-Hauptstadt Deutschlands“ (MTV-Geschäftsführerin Catherine Mühlemann) aufgestiegen. Mittlerweile konzentrieren sich an der Spree 60 Prozent der Tonträgerindustrie. 2000 bis 3000 Arbeitsplätze seien im Umfeld von Universal entstanden, schätzt Hans Estermann. Und vor allem: Renner vermittelte im Sommer als eine Art außerparlamentarischer Berlin-Botschafter den Kontakt zur Musikmesse Popkomm, als deren Chef Dieter Gorny aus Köln weg wollte.

Die Regeln im Wettbewerb der Städte diktieren letztlich die Unternehmen. „Wie auf einer Auktion“ ist sich der Berliner Wirtschaftsminister Wolf vorgekommen, wenn die Konzernchefs, die ansonsten stets den Rückzug des Staates aus der Marktwirtschaft fordern, unverblümt ihre Wünsche vortragen – und provokant mit dem Gegengebot der Mitbieter wedelten.

Bis ins Detail sondierte der US-Multi General Electric beispielsweise, was Berlin

im Angebot hat. Trotz Zusagen über Förderungen in Millionenhöhe, versprochener Forschungsprojekte mit allen drei Berliner Universitäten und einer Kooperation der Physikalisch-Technischen Bundesanstalt entschieden sich die Amerikaner für München – angeblich, so behauptet es jedenfalls der Berliner Senat, weil dort direkte und indirekte Subventionen von bis zu 300 Millionen Euro fließen sollen.

Das Prinzip Handaufhalten zeigt sich in kaum einem Fall so deutlich wie beim Nationalen Olympischen Komitee (NOK). Scheinbar beste Bedingungen hatte Berlin geboten, um die Olympier aus Frankfurt wegzulocken: 30 Jahre Mietfreiheit in einer barocken Villa, 800 repräsentative Quadratmeter, nur 200 Meter vom Reichstag entfernt. Dazu ein Handgeld von jährlich 100 000 Euro. Schließlich, begründete Wowerit die Freizügigkeit, gehe es um eine „Schlüsselentscheidung“.

„Die Berliner agieren offensichtlich nach der Devise: Ist der Ruf erst ruiniert, lebt’s sich völlig ungeniert“, entrüstete sich der Büroleiter von Frankfurts Oberbürgermeisterin Petra Roth (CDU), Felix Semmelroth. Postwendend aber präsentierten die Hessen ein Gegengebot. Die Stadt subventioniert die Miete nun ebenfalls mit 100 000 Euro jährlich, die gleiche Summe zahlt das Land dem NOK-Ableger Deutsches Olympisches Institut, das zudem in der Universität unterkommen kann. Das reichte: Anfang November entschied die NOK-Spitze zu bleiben. Das Präsidium gab unumwunden zu: „aus finanziellen Gründen“.

Das Poker, warnt der Stadtforscher Klaus Brake, „ist eine Spirale nach oben, die letztlich für alle Städte ruinös ist“. Da müssten die Kommunalpolitiker „Spielregeln verabreden“. Erste Ansätze dazu gibt es bereits: Nach der emotionalen Debatte um den Fall Warner schlägt Wirtschaftsminister Ullrich nun vor, die Bundesregierung solle die offenbar häufig zweckentfremdete Regionalförderung ganz „überdenken“.

Doch vorerst geht der Krieg der Städte unvermindert weiter, und wenn es nur um symbolische Siege geht. Als vorvergangene Woche der Hamburger Bausenator Mario Mettbach (Schill-Partei) ein 190 Meter langes Filmplakat für den neuen Seefahrer-Schinken „Master and Commander“ aus dem Hamburger Hafendock verbannen lassen wollte, meldeten sich umgehend die Berliner: Das attraktive Riesenposter würde doch wunderbar in der Hauptstadt hängen. Kaum hatte die Filmfirma Twentieth Century Fox mit der Berlin-Option gedroht, besann sich Mettbach. Ehe Berlins Wowerit künftig auf noch mehr Filmpremierentänzen kann, ertragen die Hamburger Bürokraten lieber das Plakat in ihrem Hafen.

HOLGER STARK