
FDP Offenbach

FDP-NEWSLETTER: WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG UND STADTMARKETING AUSBAUEN

02.11.2007

Oliver Stirböck (Newsletter der FDP-Fraktion) Im Newsletter der FDP-Fraktion erläutert FDP-Fraktionsvorsitzender Oliver Stirböck warum ein verstärkter Stadtmarketing erforderlich ist, woran es der Wirtschaftsförderung mangelt und wie die Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing künftig organisiert werden sollten.

Wir sehen in einem ungerechtfertigt "durchwachsenen" Image der Stadt ein zentrales Problem für neue Unternehmensansiedlungen. Daher wünschen wir uns eine Offensive im Stadtmarketing. Unser Vorschlag, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung zu stärken, hat das Ziel, personelle und finanzielle Ressourcen zu erhöhen, um aggressiver das Ziel der Ansiedlung von Betrieben verfolgen zu können.

Die Bestandspflege funktioniert gut, die Mitarbeiter in der Wirtschaftsförderung machen einen kompetenten Eindruck. Aber wir brauchen, überspitzt gesagt, "Drückerkolonnen", die offensiv Unternehmen nach Offenbach abwerben. Wer den Eindruck hat, die Unternehmensansiedlung funktioniert in Offenbach in einem ausreichenden Maße, redet sich die Situation selbst schön - die Gewerbesteuerentwicklung Offenbachs im Vergleich zu anderen Kommunen zeigt dies deutlich.

Unser Vorschlag, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung aus der Stadtverwaltung auszugliedern, soll eine bessere Verknüpfung mit bestehenden Projekten ("Besser leben in Offenbach") und mehr Flexibilität ermöglichen. Nicht umsonst sind bundesweit viele Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaften in GmbHs organisiert, wobei es durchaus unterschiedliche Modelle geben kann: Integration in die SOH, Kombination mit der städtischen OSG oder eine neue Gesellschaft.

Der Ausgliederungsaspekt ist für uns aber nicht das zentrale Element unseres Vorschlags - wiewohl wir es für sinnvoll halten. Es geht uns in erster Linie um die Stärkung des

gesamten Bereichs. Und übrigens überhaupt nicht um die Schwächung des Oberbürgermeisters, der ja als Wirtschaftsförderungsdezernent von einer im Stadtkonzern gestärkten Wirtschaftsförderung wirklich enorm profitieren könnte. Zumal der Stadtkonzern für ihn als Aufsichtsratsvorsitzendem auch direkter Einflussbereich ist.

Stadtmarketing bedeutet übrigens mehr als ein paar Plakate oder Anzeigen. Es ist mehr als eine Imagekampagne, es ist die Vernetzung unterschiedlicher Bereiche - von klassischem Standortmarketing, über das Citymarketing (Einzelhandelskonzepte etc. pp.) bis zum Tourismusmarketing.