FDP Offenbach

FDP WILL STADTMARKETING OPTIMIEREN

25.11.2015

Die Offenbacher FDP-Fraktion will das Stadtmarketing in Offenbach professionalisieren. Anlass ist die Äußerung des scheidenden Stadtsprechers Matthias Müller, dass es in Offenbach ausreichend Geld für Marketing gebe, es sei aber auf zu viele Verantwortlichkeiten in Verwaltung und Stadtkonzern aufgeteilt. „Dies bestätigt eindrücklich unsere Forderung aus unserem Kommunalwahlprogramm 2011*, so der FDP-Fraktionsvorsitzende Oliver Stirböck. Die Freien Demokraten treten in diesem Sinne seit langem dafür ein, die unterschiedlichen Akteure des Stadtkommunikation (Wirtschaftsförderung, Amt für Öffentlichkeitsarbeit, SOH, OSG) besser zu vernetzen oder möglicherweise sogar in einer eigene Gesellschaft zusammenführen. So sei ein stärkeres gemeinsames Auftreten nach außen möglich. Die FDP kündigt daher einen Antrag an, unterschiedliche Modelle zu prüfen, etwa die Integration in die SOH, die Kombination mit der städtischen OSG oder eine neue Gesellschaft. „Aus der Frage, ob Integration im Stadtkonzern oder Ämterlösung wollen wir keine Glaubensfrage machen“, so Stirböck. „In jedem Fall seine eine räumliche Zusammenlegung und eine organisatorische Verknüpfung der unterschiedlichen Akteure des kreativen und strategischen Marketings das absolute Minimum“. Derzeit laufe zu viel nebeneinander, so der Eindruck der Liberalen. Stirböck: „Zu viele Köche verderben den Brei“. Die einen riefen die Kreativstadt aus, die anderen beschreiben Offenbach als „Wetter- und Lederstadt“. Dieses „kommunikative und strategische Tohuwabohu muss beendet werden“. Außerdem müssten die unterschiedlichen externen Treiber des Stadtmarketings wie Einzelhandelsverbände und ProOF stärker integriert werden. Dies ließe sich möglicherweise besser im Rahmen einer Stadtmarketinggesellschaft lösen.

Abgerufen am 11.11.2026 unter https://fdp-of.de/?p=2592