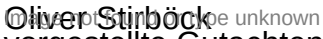
FDP Offenbach

OFFENBACH ALS "KREATIVSTADT" POSITIONIEREN – FDP BEGRÜSST GUTACHTEN ZUR KREATIVWIRTSCHAFT IN OFFENBACH

22.11.2007



Die FDP-Fraktion sieht sich durch das von der Stadt Offenbach vorgestellte Gutachten zur "Kreativwirtschaft in Offenbach" in ihrem Ansinnen bestätigt, Offenbach den "schmückenden Beinamen" der "Kreativstadt" zu verleihen. Die Universität Trier hatte im Auftrag der Stadt die Bedeutung der Kreativbranche für die Wirtschaft der Stadt untersucht und dabei den Vorschlag unterbreitet, in Offenbach eine "Dachmarke Kreatives Offenbach" zu etablieren.

Die FDP begrüße es ausdrücklich, dass das Gutachten "alle Maßnahmen mit Relevanz für den kreativwirtschaftlichen Bereich" an einer zentralen Stelle gebündelt sehen will und darüber hinaus einzelne Maßnahmen "als Bestandteile einer integrierten Positionsstrategie" vorschlage, mit dem Ziel, "Offenbach als Kreativstadt zu verstehen". Die Gutachter teilten zudem die Auffassung der Liberalen, dass alleine von unten angestoßene Imageveränderungen der Stadt zu langsam abliefen und fordere gerade deshalb die Etablierung der Dachmarke "Kreatives Offenbach". Dies könne nach Ansicht der FDP auch Teil eines Prozesses zur Entwicklung eines Stadtleitbildes sein. "Wer aber die Stadt wirklich als Kreativstadt verstehen und auch überregional verankern will, darf nicht auf halber Strecke stehen bleiben und muss der Stadt auch den Beinamen Kreativstadt geben".

Ein als "Kreativstadt" vermarktetes Offenbach würde sich auch in ein regionales Rollenkonzept einfügen. Der Begriff Kreativstadt könne "image- und wirtschaftsfördernd für Offenbach wirken", so Stirböck. Kein anderer Wirtschaftsbereich werde sich vom Image einer Kreativstadt abgestoßen fühlen. "Im

Abgerufen am 18.11.2026 unter https://fdp-of.de/?p=155

Gegenteil: Kreativität lockt durchaus Unternehmen anderer Branchen an". Daher sei der Begriff auch wirkungsvoller und treffender als der von der von der Union einst vorgeschlagene Titel der "Wetterstadt".

"Natürlich ist eine Positionierung als Kreativstadt zu einem gewissen Teil auch Zukunftsversprechen und Zielbestimmung. Denn bisher spielt die Kreativbranche bei aller Bedeutung sicherlich keine Hauptrolle, sondern eher eine Nebenrolle mit Charakter", meint Stirböck. Aber auf dem Fundament von rund 1000 Betrieben der Kreativwirtschaft und einem stetigen Wachstum der Branche in der Stadt lasse sich aufbauen. "Allerdings ist noch viel Arbeit vonnöten den Begriff der Kreativstadt mit Fundament zu füllen", meint Stirböck. Daher sei es umso wichtiger, dass man sich auf ein solches Ziel verständige, um einzelne Maßnahmen der Stadt- und Standortpolitik immer wieder auf die Frage hin zu beleuchten, ob sie dem Ziel der Kreativstadt dienlich seien.

Die FDP-Fraktion lobt Oberbürgermeister Horst Schneider, die Kreativ-Studie in Auftrag gegeben zu haben. Er habe damit möglicherweise dem Gedanken einer derartigen Positionierung einen neuen Schub gegeben. Nicht nur die Hochschule für Gestaltung (HfG) oder das durchaus vorhandene Kreativpotenzial in der Lederwarenindustrie der Vergangenheit seien der Beweis dafür, dass der Begriff der "Kreativstadt nicht auf Sand gebaut ist, sondern auf Bestehendem aufsetzt".

Abgerufen am 18.11.2026 unter https://fdp-of.de/?p=155