

## ***Konzept der CDU-Herdecke zum Thema Stadtmarketing/Wirtschaftsförderung in Herdecke***

### **Ist – Situation**

Nach dem BBE-Standort-Gutachten hat Herdecke im Vergleich mit den meisten Städten der Region eine deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegende Pro-Kopf-Kaufkraft, ist jedoch eine Stadt mit hohem Kaufkraftabfluss:

- Läden machen zu, Einzelhändler schließen, werden z.B. durch Drogeriemärkte ersetzt,
- Aussterben der Innenstadt (Attraktivitätsverlust),
- zudem wandern Firmen ab, dadurch Wegfall von Arbeitsplätzen.

Hieraus ergeben sich negative finanzwirtschaftliche Folgen für die Stadt Herdecke. So führen sinkende Steuereinnahmen zu einer angespannten Haushaltslage in Herdecke mit der Konsequenz, dass die Stadt ihre originären Aufgaben nur eingeschränkt wahrnehmen kann.

Darum braucht Herdecke dringend ein eigenständiges Stadtmarketing/Wirtschaftsförderung um:

- die Attraktivität Herdeckes zu steigern,
- die Wirtschaftskraft unserer Stadt zu erhöhen,
- mehr Wachstum in Herdecke zu generieren und damit mehr Arbeitsplätze zu schaffen,
- die Einkaufsmöglichkeiten unserer Stadt stärker ins Bewusstsein zu rufen und zu verbessern,
- im Konkurrenzkampf der Städte um neue Gewerbeansiedlungen zu bestehen,
- die Entwicklung des demografischen Faktors berücksichtigen, um die langfristige Daseinsvorsorge absichern zu können.

Wirksame kommunale Wirtschaftspolitik heißt, Kaufkraft in der eigenen Stadt zu binden!

### **Soll – Konzept: Eigenständiges Stadtmarketing/Wirtschaftsförderung**

Vordringlich sind zu nennen:

- die Entwicklung Herdeckes als Markenzeichen,
- ein strategisches Gesamtkonzept zu erarbeiten,
- die Entwicklung eines Tourismus-Konzeptes,
- ein Werbungs-Gesamtkonzept zu erstellen,
- individuelle Hilfen für ansässige Unternehmen (Bestandspflege/-entwicklung),
- Verbesserung der allgemeinen Rahmenbedingungen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Unternehmen,
- Gewerbeflächenmanagement (Aufteilung und Besatz),
- Förderung der Ansiedlung neuer auswärtiger Unternehmen,

- Förderung von Existenzgründungen,
- Technologie- und Innovationsförderung  
(Uni Dortmund, Bochum, Witten/Herdecke, Fernuniversität, Technologiezentrum Hagen),
- Finanzierungsberatung (z.B. Förderungsmöglichkeiten),
- Bildung von Netzwerken:
  - Gründung einer Entwicklungsgesellschaft für Gelände „Westfalia“, Mark-E, Gahlenfeld IV u.a.,
  - Einbindung bei Infrastruktur- und Verkehrsplanung,
  - Einbindung von: Pro-Herdecke, Heimat- und Verkehrsverein, Stadt Herdecke (Agenda-Beauftragte), EN-Agentur, Wirtschaft und Gewerbebetreibende, SIHK, u.a.

### Vorteile externe(s) Stadtmarketing/Wirtschaftsförderung:

- Durchführung einer unabhängigen Stärken-/Schwächen-Analyse,
- Größere Akzeptanz der Gesprächspartner der Bewerber,
- Unabhängigkeit vor Behörden und Parteien,
- Agieren statt Reagieren – keine Hemmschwellen,
- Flexibilität und größere Entscheidungsspielräume,
- Weitgehende Unabhängigkeit bei Personalkosten und Stellenkegel,
- Vorgabe von Zielen,
- Vertraulichkeit der betrieblichen Daten,
- Interessenvertretung durch unabhängigen Aufsichts-/Beirat.

Umsetzung des Soll – Konzeptes durch:

Gründung einer externen unabhängigen Wirtschaftsförderungsgesellschaft/Stadtmarketing.

Mögliche Gesellschafter:

Stadt Herdecke,  
Gewerbe,  
Industrie,  
Vermieter/Grundstückseigentümer,  
Banken/Sparkassen,  
EN-Kreis,  
Dienstleister,  
Andere Institutionen (z.B. Versorgungsunternehmen).

(Weitergehendes – wie z.B. Kontrollgremium – ist im Gesellschaftsvertrag zu regeln.)

Herdecke, im Mai 2004