

Südkurier, 10.05.2018

Grenzach-Wyhlen 10. Mai 2018, 23:59 Uhr

Beraterin stellt im Hauptausschuss Strategien vor, um die Wirtschaft in der Gemeinde zu fördern

Eine so große Kommune wie Grenzach-Wyhlen braucht dringend eine hauptamtliche Wirtschaftsförderung. Zu diesem Schluss kam das unlängst von der Gemeinde in Auftrag gegebene Organisationsgutachten.



Schilder im Gewerbegebiet im Fallberg. | Bild: Verena Pichler

Silke d'Aubert ist seit einem Jahr in diesem Bereich tätig und hat gemeinsam mit der externen Beraterin Julia Bubbel im Hauptausschuss vorgestellt, welche Strategie sie künftig verfolgen will und welche Schritte die Gemeinde bereits gegangen ist, um die Wirtschaft zu fördern.

- Das Konzept:** Es bringe nichts, so Bürgermeister Tobias Benz, einfach vor sich hin zu wurschteln. „Wir brauchen eine klare Strategie und Zielsetzung.“ Insbesondere in den kommenden Jahren, wo mit der Neuausrichtung des BASF-Areals und der Ansiedlung neuer Gewerbebetriebe in Fallberg Nord weiteres Potenzial ausgeschöpft werden kann. Dass Wirtschaftsförderung aber mehr ist, als die Neuansiedlung von Betrieben zu betreuen, machte Bubbel deutlich. Und: „Das ist ein Thema, das mittlerweile viele Kommunen umtreibt.“ Jede Gemeinde müsse für sich definieren, welche Schwerpunkte sie setze, denn Wirtschaftsförderung sei breit gefächert und komplex. Zu den klassischen Aufgaben der Wirtschaftsförderung gehört laut Bubbel Bestandspflege, Akquise neuer Unternehmen sowie die Verbesserung der Standortbedingungen. Aber auch Marketing und Fachkräftemangel sind Themen, die die Wirtschaftsförderung angehen werden. Nach der Untersuchung des Ist-Zustands – es fanden unter anderem Expertenrunden und Unternehmensberatungen statt – kam Bubbel zu dem Schluss, „dass die Gemeinde grundsätzlich gut da stehe“. Zwar fließe mehr Kaufkraft ab als hinein, aber das sei für ein Unterzentrum auch völlig in Ordnung. Schwachstellen gibt's bei der Vermarktung der Gemeinde. „Da könnte das Profil noch individueller sein“, so Bubbel.

- **Die Strategie:** Im Kern hat die Verwaltung gemeinsam mit Bubbel drei Ziele erarbeitet: den Wirtschaftsstandort zukunftsfähig aufstellen, die Zentren beleben und die Vermarktung beziehungsweise Profilierung. Als konkrete Einzelmaßnahme nannte Bubbel etwa die Erstellung eines Wirtschaftsnewsletters, die enge Zusammenarbeit mit Schulen und Firmen, um dem Fachkräftemangel zu begegnen oder auch die Ansiedlung eines Gründerzentrums. Um die Zentren zu beleben, sollen Veranstaltungen besser etabliert und ein aktives Leerstandsmanagement betrieben werden. Gerade dieser Vorschlag rief bei den Mitgliedern Fragen hervor – auch weil die Gemeinde ja gar keine Leerstände habe, wie Peter Endrun-Kehr (FDP) sehr deutlich sagte. Auch Ulrike Ebi-Kuhn (CDU) und Karin Lischer (SPD) hatten mit diesem Punkt ihre Schwierigkeiten. „Leerstandsmanagement heißt eben nicht, einen Zettel mit der Aufschrift zu vermieten ins Schaufenster zu hängen und eine Handynummer anzugeben“, verdeutlichte Bubbel. Vielmehr gehe es darum, frühzeitig mit Pächtern und Eigentümern in Kontakt zu treten, um Einfluss auf die Ansiedlung zu nehmen. Dazu ist Netzwerkarbeit das A und O – auch mit dem Gewerbeverein. Die Aufgabenverteilung zwischen Verein und Gemeinde sinnvoll zu strukturieren, ist eine weitere Priorität. Bei der Unternehmensbefragung, deren Rücklauf mit 36 Prozent Bubbel sehr gut fand, kam heraus, dass sich die Gewerbetreibenden von der Wirtschaftsförderung insbesondere zwei Dinge wünschen: eine Lotsenfunktion und Unterstützung bei Werbung und Imagepflege.
- **Das Erreichte:** „Empfohlen wurde für die Wirtschaftsförderung die Schaffung von 2,5 Stellen“, so Benz. De facto sind es nun 1,6 Stellen, neben d’Aubert kümmert sich auch Jacqueline Schwalke-Lämmelin um das Ressort. Auch wenn die Arbeit nun so richtig Schwung aufnehmen soll – untätig war die Wirtschaftsförderung auch im vergangenen Jahr nicht. 17 Anfragen von Gewerbetreibenden oder Interessierten landeten auf D’Auberts Schreibtisch. „Leider ist jemand abgezogen, weil wir keine attraktiven Büroflächen zur Verfügung stellen konnten“, so d’Aubert. Deshalb sei eine wichtige Aufgabe, den Bestand von Flächen aufzunehmen, was bereits laufe. Ebenfalls angelaufen ist der Aufbau einer Datenbank für Unternehmer und die Intensivierung der Kontakte. Mit einer überarbeiteten Homepage, Flyern und Messeauftritten – wie etwa bei der Regio-Messe im März – soll der Standort besser vermarktet werden. Heinz Intveen (SPD) erklärte, gespannt zu sein, wie sich die Wirtschaftsförderung entwickle. „Das ist ein Riesensfeld, wir dürfen nicht zu viel aufmachen, sondern besser Akzente setzen.“

Quelle: <https://www.suedkurier.de/region/hochrhein/grenzach-wyhlen/Beraterin-stellt-im-Hauptausschuss-Strategien-vor-um-die-Wirtschaft-in-der-Gemeinde-zu-foerdern;art372596,9731552>, abgerufen am 05.07.2018

| |
|------------------------------------|
| INFO: imakomm AKADEMIE GmbH |
|------------------------------------|

Das Institut für Marketing und Kommunalentwicklung – IMAKOMM – wurde im Jahr 2000 in Aalen als Expertennetzwerk ins Leben gerufen. 2004 haben Prof. Dr. Holger Held als Initiator der IMAKOMM und Dr. Peter Markert als geschäftsführender Gesellschafter die imakomm AKADEMIE gegründet.

Die imakomm AKADEMIE GmbH betreut mittlerweile weit über 300 Kommunen überwiegend im süddeutschen Raum sehr erfolgreich bei Fragen zu Markt- und Standortanalysen, zur strategischen Kommunalentwicklung sowie im Bereich Markenstrategien für Kommunen.

Kontakt:

imakomm AKADEMIE GmbH

Ulmer Straße 130

73431 Aalen

Telefon: 07361 – 5 28 29-0

Telefax: 07361 – 5 28 29-20

E-Mail: info@imakomm-akademie.de

www.imakomm-akademie.de