

OBERBÜRGERMEISTER					
19. Sep. 2017					
D/PM	D/VZ	BMPA	GST	RpA	Infra
Ref. I	Ref. II	Ref. III	Ref. IV	Ref. V	Ref. VI
Zur Kts			z. v. V.		
m.d.B. um Stellungnahme					
Bitte Antwort zur Unterschrift vorlegen					

Stadtratsfraktion DIE GRÜNEN, Mathildenstr. 24, 90762 Fürth

Direktorium
Herrn Oberbürgermeister
Dr. Thomas Jung
- Rathaus -
90744 Fürth



STADTRATSFRAKTION FÜRTH

stadtratsfraktion@gruene-fuerth.de

Harald Riedel, 0911/78 76 333
(Fraktionsvorsitzender)

Barbara Fuchs, 0172/83 666 77
(Stellv. Fraktionsvorsitzende)

Waltraud Galaske, 0911/76 29 74

Kamran Salimi, 0911/73 29 03

Philipp Steffen, 0176/63 49 37 57

Dagmar Svoboda, 0177/7 32 90 31

19. September 2017

Antrag zur Sitzung des Stadtrats am 27. September 2017

Imagekampagne für den Wirtschafts- und Tourismus-Standort Fürth – Vorlage der Ausschreibungsunterlagen im Vorfeld des Ideenwettbewerbs

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,
zur Sitzung des Stadtrats am 27. September 2017 stellen wir folgenden

Antrag:

1. Die Verwaltung informiert den Stadtrat zum aktuellen Planungsstand in Bezug auf die angekündigte Imagekampagne zur Förderung des Wirtschafts- und Tourismusstandorts Fürth.
2. Im Rahmen der Imagekampagne werden gezielt umsiedlungs- und expansionswillige Unternehmen aus großen Wirtschaftsstandorten (z.B. München, Frankfurt a. M., etc.) angesprochen, mit dem Ziel, dass diese Unternehmen sich in Fürth ansiedeln und Arbeitsplätze für die wachsende Bevölkerung schaffen.
3. Die Ausschreibungsunterlagen zur Kampagne werden, bevor sie an die Werbeagenturen verschickt werden, dem Stadtrat zur Diskussion und Abstimmung vorgelegt.

Begründung:

Vor der Sommerpause kündigte das städtische Wirtschaftsreferat zusammen mit Vertretern der Industrie- und Handelskammer eine Imagekampagne für Fürth an, in die insgesamt 400.000 Euro investiert werden sollen. Ein Viertel der Summe soll demnach aus der Wirtschaft kommen, die Bereitstellung der restlichen 300.000 Euro aus städtischen Mitteln wurde im Wirtschaftsausschuss am 24.07.2017 befürwortet. Die GRÜNE Stadtratsfraktion begrüßt ausdrücklich die Initiative, sowie die Bereitschaft der Wirtschaft, sich auch finanziell zu beteiligen.

Da die Zielgruppen-Ausrichtung und wichtige Inhalte der Kampagne unverzichtbarer Bestandteil der Ausschreibungsunterlagen zum Ideenwettbewerb sind, beantragt die Stadtratsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN die Vorlage dieser Ausschreibungsunterlagen zur Diskussion und Abstimmung im Stadtrat, bevor die Unterlagen an interessierte Agenturen verschickt werden.

Die großen Wirtschaftsstandorte (v.a. München und Frankfurt, aber auch Stuttgart, Düsseldorf, Köln) sind zunehmend überhitzt. In diesen Ballungszentren finden Unternehmen teilweise keine Arbeitskräfte mehr, die Mieten und Grundstückspreise werden zur immer größeren Last. Daher erwägen viele Betriebe, in andere Städte umzusiedeln. Eine Kampagne für Fürth, die genau solche Unternehmen anspricht, wäre gut angelegtes Geld, weil die Investition durch höhere Gewerbesteuereinnahmen wieder zurückfließt. Die Stadt Fürth verfügt über konkurrenzfähige Standortfaktoren: gute Zug- und Autobahn-Anbindung, einen internationalen Flughafen, Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen und relativ erschwingliche Gewerbeflächen. Außerdem ist es einfacher als in den überlaufenen Metropolen, auch hochqualifizierte Mitarbeiter*innen zu finden, da die Wohnungen vergleichsweise günstiger sind und die Lebensqualität hoch. Es entstünden auch neue Arbeitsplätze für Fürther*innen, die dann ihr gewohntes Wohnumfeld nicht ändern oder auspendeln müssten.

Fürth gilt immer noch als Industrie- und Handelsstadt. Dass sich die Stadt längst zu einer grünen, lebenswerten Stadt mit vielen Arbeitsplätzen auch für Akademiker*innen gemausert hat, ist oft noch nicht über die Stadtgrenzen hinausgedrungen. Hier kann es natürlich helfen, auch die allgemeine Außendarstellung der Stadt (z.B. Stadtlogo, Webseite usw.) aufzupolieren und die Digitalisierung der Verwaltung voranzutreiben, sodass Start-ups und etablierte Betriebe es leichter haben, mit den Fürther Behörden zu kommunizieren.

Sinnvoll ist die geplante Imagekampagne dann, wenn sie sich an die Wirtschaft richtet und es gelingt, Unternehmen vom Wirtschaftsstandort Fürth zu überzeugen und den touristischen Wert der Stadt bekannter zu machen.

Auch bei einer angedachten Tourismusförderung muss die anzusprechende Zielgruppe (demographisch sowie geografisch) klar definiert werden. Eine denkbare Zielgruppe wäre etwa die Bevölkerung benachbarter Städte und Regionen im nordbayerischen Raum („Bayernticket“- bzw. Tagesausflugs-Distanz).

In jedem Fall müssen die wichtigen inhaltlichen Eckpunkte der Kampagne bereits vor dem Ideenwettbewerb geklärt werden und als klare Vorgaben in der Ausschreibung für die Werbeagenturen definiert sein. Eine demokratische Diskussion halten wir angesichts des hohen veranschlagten Budgets für unverzichtbar.

Mit freundlichen Grüßen



Harald Riedel



Barbara Fuchs



Waltraud Galaske



Kamran Salimi



Philipp Steffen



Dagmar Svoboda