



Fraktion im Rat der Stadt Hagen

Herrn
Oberbürgermeister
Jörg Dehm

Rathausstraße 11
58095 Hagen

- im Hause -

Telefon: 02331 207-5529
Fax: 02331 207-5530
E-Mail: fraktion@fraktion-hagen-aktiv.de
Internet: www.fraktion-hagen-aktiv.de

Hagen, 26. Mai 2011

Vorschlag zur Tagesordnung (§ 6, Abs. 1 GeschO) der Ratssitzung am 14. Juli 2011

Thema: „Wirtschaftsförderung“

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

die Neuaufstellung der Hagerer Wirtschaftsförderung, insbesondere die Kompetenzbündelung von Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus unter einem Dach, haben wir stets gefordert und – abgesehen von der Besetzung der Geschäftsführerposition – nachhaltig aktiv unterstützt.

Mittlerweile ist ein halbes Jahr vergangen, und wir können weiterhin keine Profilschärfung und Dynamik bei der Hagenagentur erkennen. Es fehlen nach wie vor die Alleinstellungsmerkmale für eine positive Außendarstellung des Standortes Hagen. Mit der Folge, dass der Standort Hagen für neue Unternehmensansiedlungen und auswärtige Besucher weiterhin unattraktiv ist. Es fehlen prägnante und moderne Claims, mit denen sich die heimischen Unternehmen und die Bürgerinnen und Bürger identifizieren können. Es fehlen eindeutige Botschaften, die Hagen für neue Unternehmen interessant machen. Es scheint generell ein Gesamtkonzept zu fehlen.

Im Wirtschaftsblatt (Ausgabe 1/11) heben Sie „die Schlüssellage Hagens inmitten NRWs“ zu Recht als markantes Alleinstellungsmerkmal hervor. Eine inhaltliche und konzeptionelle Umsetzung dieser Aussage durch die Hagenagentur vermissen wir jedoch. Herr Schießler und Sie bezeichnen im selben Artikel Hagen als „liebenswert, grün, ausgesprochen lebendig und zukunftsorientiert“. Dies mag sicherlich zutreffen, hebt Hagen im Wettbewerb mit anderen Städten jedoch nicht hervor, denn diese Charakteristika treffen auf eine Vielzahl x-beliebiger Städte in Deutschland zu.

Die Hagenagentur hat erstmals am 14. April 2011 im HFA über ihre Neuaufstellung Bericht erstattet. Ebenso wie in der bisherigen Außendarstellung in den Hageren Medien war dieses Reporting allerdings ernüchternd. Die Hagenagentur leistet lediglich eine quantitative Berichterstattung. Aussagen zu einer konzeptionellen Gesamtstrategie, prägnanten Weichenstellungen für die Zukunft oder gar qualitativen Erfolgen gibt es nicht. Dies haben wir im HFA und Rat mehrfach kritisch hinterfragt und angemerkt.

Wie auch von der Verwaltung, bei der wir uns mit der Aufstellung eines wirkungsorientierten Haushalts hoffentlich schon bald auf einen zukunftssträchtigen Weg begeben werden, erwarten wir insbesondere von einer städtischen GmbH wie der Hagenagentur und von deren Geschäftsführung ein fundiertes,

insbesondere qualitatives Reporting anhand messbarer Erfolgsparameter. Außerdem auch die Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Marketing- und Vertriebsstrategien.

Vor diesem Hintergrund bitten wir Sie, die folgenden Fragen zur Neuausrichtung der Hagenagentur **bis spätestens 30. Juni 2011** zu beantworten.

Ergänzend würden wir es selbstverständlich begrüßen, wenn die Geschäftsführung der Hagenagentur die Beantwortung im Rahmen der kommenden Ratssitzung persönlich vornimmt. Eine nach außen starke und auch wahrnehmbare Hagenagentur halten wir für unverzichtbar für den Standort Hagen.

Da die Stadtverwaltung und die Hagenagentur bei der Aufstellung von Leitbildern, ebenso wie im Bereich Stadtentwicklung sehr eng zusammenarbeiten müssen und werden, ist eine regelmäßige, persönliche Berichterstattung und damit Transparenz und Offenheit gegenüber dem Rat der Stadt Hagen und gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern sicherlich zielführend und erstrebenswert.

Fragen:

1. Gibt es ein übergeordnetes Gesamtkonzept und Leitbild für den Standort Hagen, das Stadtspitze und Hagenagentur im Zuge des Neuaufstellungsprozesses gemeinsam entwickelt haben („Lebendiges Hagen“ ist hier nicht gemeint)? Welche Alleinstellungsmerkmale wurden identifiziert und welche Alleinstellungsmerkmale sollen zukünftig in die Öffentlichkeit transportiert werden? Sollte ein derartiges Konzept bestehen, bitten wir um eine Einbringung in den politischen Beratungsprozess.
2. Die Geschäftsführung der Hagenagentur teilte uns im vergangenen Jahr mit, dass die Wirtschaftsförderung anhand eines externen Gutachtens bereits im Jahr 2007 Kernbranchen mit Zukunftsperspektiven für den Standort Hagen („Kundenakquise“) identifiziert hat.
 - a) Sind die Kernbranchen aus 2007 weiterhin für Hagen relevant? Oder konnten binnen der letzten vier Jahre weitere Branchen für eine Ansiedlung am Standort Hagen identifiziert werden? Wenn ja, um welche Branchen handelt es sich hierbei? Welche Branchen stehen generell im Fokus der Hagenagentur?
 - b) Wie ist der Status quo bei der Ansprache von Unternehmen in den o.g. Kernbranchen? Welche Gewerbeflächen im Hagener Stadtgebiet bieten sich für diese Unternehmen am besten an?
 - c) Hat die Hagenagentur bereits analysiert, in welchen Branchen Hagener Unternehmen besonders stark aufgestellt sind, so dass man eine gezielte Kundenakquise zu Unternehmen auf horizontaler oder vertikaler Wirtschaftsstufe aufnehmen kann? Ziel ist es, die Wertschöpfungskette in Hagen zu erweitern und somit Hagen als Kompetenzzentrum in der betreffenden Branche ggf. zu etablieren (siehe Essen: „Europäische Energiehauptstadt“ und Dortmund: „Mikro-/Nanotechnologie (MST)“).
3. Hauptfokus legt die Hagenagentur bei den Vertriebsaktivitäten auf die „Kundenbindung“. Aus unserer Sicht gehört zu einer nachhaltigen Kundenbindung auch die Erkenntnis darüber, was man in den Vorjahren bei abgewanderten (verlorengegangenen) Unternehmen falsch gemacht hat, d.h. aus „aus Fehlern lernen“.
 - a) Hat die Hagenagentur bereits Gespräche mit Unternehmen geführt, die den Standort Hagen in den letzten 5 Jahren verlassen haben? Wenn ja, mit welchen (Branche, Größe) und wie war die Resonanz auch im Hinblick auf eine mögliche „Kundenrückgewinnung“?
 - b) Was sind die maßgeblichen Kritikpunkte dieser Unternehmen, die dazu geführt haben, dass diese dem Wirtschaftsstandort Hagen „den Rücken gekehrt haben“?
 - c) Hat die Hagenagentur bereits ein Konzept (Gegenmaßnahmen) erarbeitet, damit zumindest der aktuelle Kundenbestand zukünftig nicht aus denselben Gründen den Wirtschaftsstandort Hagen verlassen wird?

- d) Kann die Hagenagentur darlegen, worin ein Widerspruch zwischen aktiver Kundenbindung und aktiver Kundenakquise besteht? Warum bekommen beide Kriterien nicht die gleiche Priorität?

Um den Dialog mit ansässigen Unternehmen und somit die Kundenbindung zu erhöhen, wurden sog. „Quartiersmanager“, d.h. feste Ansprechpartner je Stadtbezirk, installiert.

- e) Wie ist die Resonanz seitens der Unternehmen, aktiv mit diesen in Kontakt zu treten und wie bewerten die in Hagen ansässigen Unternehmen dieses Angebot? Wie aktiv gehen die „Quartiersmanager“ auf die ansässigen Unternehmen zu?
- f) Welche Hauptaktivitäten resultieren aus diesen Gesprächen (Antragstellungen, Fördermittel, Netzwerkaufbau usw.)?
- g) Welche Kritikpunkte nennen Unternehmen in diesen Gesprächen? Welche Gegenmaßnahmen (Prozessoptimierungen) entwickelt die Hagenagentur aus diesen Gesprächen?
- h) Der Presse war zu entnehmen, dass Mitarbeiter der Hagenagentur seit dem 01.01.2011 an Sitzungen der Bezirksvertretungen teilnehmen. Erfolgt die Teilnahme im Rahmen der regulären Arbeitszeit? Welche Erkenntnisse / Erfolge konnte man bis dato aus diesen Sitzungen mitnehmen? (Letztendlich sind hier nicht unbedingt Unternehmer anwesend.)

4. Inwieweit wird die Stadtverwaltung bei der Kundengewinnung, -bindung und -rückgewinnung unterstützend tätig (Bereitstellung von Gewerbeflächen, Bauplanung, optimierte Prozesse, zügigere Bearbeitung usw.)?

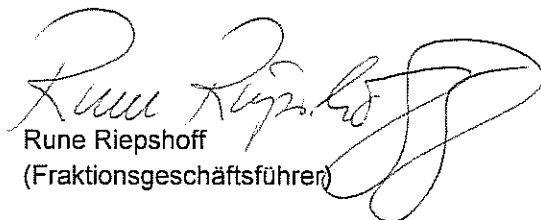
Da die Hagenagentur – zu Recht - das Fehlen von Gewerbeflächen in Hagen kritisiert, haben wir für den HFA am 30. Juni 2011 einen Antrag gestellt, der das Streichen des Gebäudes auf dem ehemaligen Betriebsgrundstück der Firma Brandt aus der Denkmalliste vorsieht. Wir hoffen und wünschen uns, dass auch die anderen Fraktionen an einer Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts Hagen interessiert sind und diesen Antrag positiv unterstützen werden.

Für die Ratssitzung am 14.07.2011 haben wir zudem das „Verfahren zur Besetzung von Geschäftsführerpositionen“ auf die Tagesordnung gesetzt. Das Beispiel der Hagenagentur zeigt, dass Transparenz und eine fachlich qualifizierte Besetzung wichtig sind.

Für das voran genannte Thema „Wirtschaftsförderung“, insbesondere eine Struktur- und Prozessoptimierung zwischen Stadtverwaltung und Hagenagentur, behalten wir uns vor, einen entsprechenden Beschlussvorschlag in die Ratssitzung am 14. Juli 2011 einzubringen.

Mit freundlichen Grüßen

gez.
Dr. Josef Bücker
(Fraktionsvorsitzender HAGEN AKTIV)


Rune Riepshoff
(Fraktionsgeschäftsführer)