

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
Team 1	S0076/07	02.04.2007
zum/zur		
F0070/07		
Bezeichnung		
Umsetzung der Ergebnisse der Kienbaum-Studie		
Verteiler	Tag	
Der Oberbürgermeister	10.04.2007	

1.) Die Kienbaum-Studie wurde gemeinsam mit Magdeburger Unternehmen beauftragt und gemeinsam finanziert. Das Ergebnis ist eine Ist-Analyse mit einer Bewertung der Vor- und Nachteile des Wirtschaftsstandortes. Das wurde verbunden mit dem Hinweis auf mehrere Handlungsfelder, die sich für die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes ergeben. Das sind:

- Technologie- und Wissenstransfer
- Produkt- und Standortentwicklung
- Ansiedlungsakquisition/Internationalisierung
- Bestandspflege
- Image für den Wirtschaftsstandort

Die mitfinanzierenden Unternehmen haben entschieden, dass für die Wirtschaft der Punkt „Image“ von ganz besonderer Bedeutung ist. Deshalb wird dieses Handlungsfeld auch jetzt weiter gemeinsam vertiefend behandelt. Für die anderen Handlungsfelder werden die einzelnen Handlungsvorschläge nochmals geprüft und schrittweise umgesetzt.

2.) Folgende Umsetzungsschritte werden in den einzelnen Handlungsfeldern derzeit realisiert:

Technologie- und Wissenstransfer

Die Forderung der Herstellung der Stärkung der Standortfaktors Wissenschaft hat 2006 mit dem „Jahr der Wissenschaft“ eine ganz besondere Rolle gespielt. Von besonderer Bedeutung war dabei die intensivere Verbindung zwischen der Wissenschaft und der Wirtschaft. Im Ergebnis ist unter der Federführung des Dezernates III ein ständiges Beratungsgremium mit allen Wissenschaftseinrichtungen aufgebaut worden. Besonders erfolgreich war die „Lange Nacht der Wissenschaft“, die auch zukünftig fortgesetzt werden soll.

Auch auf europäischer Ebene konnte der Wirtschaftsstandort gut platziert werden. Auf dem 1. Kongress der Wissenschaftsstädte wurde die „Magdeburger Erklärung“ verabschiedet, auf deren Grundlage die zuständige EU-Kommission die Stadt aufgefordert hat, eine führende Rolle beim Aufbau eines europäischen Netzwerkes der Wissenschaftsstädte zu übernehmen. Dazu ist Magdeburg aufgefordert worden, im laufenden Programm ESCiTY mitzuarbeiten.

Produkt- und Standortentwicklung

Das Industrie- und Logistikzentrum (ILC) als größtes Industriegebiet in Magdeburg hat gegenüber den konkurrierenden Umlandflächen einige Nachteile. Daraus ableitend haben wir uns entschieden, dass die Gewerbeflächen Hanschaften und ILC gemeinsam vermarktet werden, indem das besondere Standortmerkmal der Wasserstraßenanbindung im Marketing herausgestellt wird. Zur Abstimmung der Partner ist im Dezernat III eine ständige Koordinierungsrunde eingerichtet worden.

Um großflächige Investitionen, deren Flächenbedarf die städtischen Angebotsmöglichkeiten überschreitet, in die Region zu bekommen, ist im Sommer 2006 ein Vertrag mit der Gemeinde Sülzetal zur Entwicklung eines gemeinsamen Gewerbegebietes unterzeichnet worden.

Ansiedlungsakquisition/Internationalisierung

KGE ist Mitglied im CoreNet Global geworden, einer Vereinigung von Vermarktern von Industrieimmobilien in den USA mit mehr als 7000 Mitgliedern. Damit verfügt die Stadt über alle wichtigen Informationen und hat den Zugang zu den entsprechenden Datenbanken.

Die Stadt gemeinsam mit KGE und MHG sowie die Gemeinde Sülzetal haben ein Special in dem amerikanischen Investorenmagazin „Side selection“ in Auftrag gegeben, das in der Märzausgabe erschienen ist. Dieses Special wurde intensiv vorbereitet und der zuständige Redakteur während seines einwöchigen Besuchs in Magdeburg umfassend betreut. Das Investorenmagazin hat eine Auflage von 35.000.

Stadt und MHG haben gemeinsam die Internationale Logistiktagung in Antwerpen für das Standortmarketing im Bereich Logistik genutzt. Auch auf der internationalen Logistikmesse in München werden wir vertreten sein.

Bestandspflege

Mit besonderer Anstrengung wurden die bereits bestehenden vielfältigen Unternehmerkontakte verstärkt. Zusätzlich ist eine AB-Maßnahme eingerichtet worden, die sicherstellt, dass alle Einzelhandelsunternehmen der Stadt besucht werden. Hierbei geht es neben der Erfassung statistischer Größen besonders darum Probleme der Unternehmer aufzunehmen und zu lösen.

Die Callcenterbranche mit mehr als 5000 Arbeitsplätzen hat für den Standort eine besondere Bedeutung erlangt. Dies zeigt auch die derzeitige Erweiterung bei Quelle um mehr als 900 Stellen. Deshalb wird derzeit ein ständiger Stammtisch der Unternehmen vorbereitet.

Image für den Wirtschaftsstandort

Die an der Kienbaumstudie beteiligten Firmen haben dieses Handlungsfeld als ihren Schwerpunkt festgelegt. Hier können die Stadt und die Unternehmen sehr eng zusammenarbeiten, da auf der Grundlage des Stadtratsbeschlusses vorgesehen ist, eine neue Marketingstrategie für Magdeburg zu entwickeln. Grundlage dafür ist eine Imageanalyse. Das Dezernat III und die Unternehmen haben gemeinsam die Fa. Cima beauftragt eine solche Analyse zu erstellen. Die Ergebnisse werden im Juni 2007 vorliegen.

