



**Barlachstadt
Güstrow**

**Konzept zur kommunalen Wirtschaftsförderung
der Barlachstadt Güstrow**

Entwurf

**Der Bürgermeister
Güstrow, 30.07.2008
01/802000**

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
1. EINFÜHRUNG	3
2. BESTANDSERFASSUNG und RAHMENBEDINGUNGEN	4
2.1 Verkehrsentwicklungsplan und Fortschreibungen (1995).....	4
2.2 Tourismuskonzept.....	5
2.3 Konzept zum Stadtmarketing (2002)	6
2.4 ISEK (2002) und Fortschreibung.....	7
2.5 Einzelhandelfachplan (2003) und Fortschreibung (2007)	9
2.6 Jahreswirtschaftsberichte (2004 – 2007).....	10
3. PROFILBILDUNG und ZIELFINDUNG	11
4. MASSNAHMEN / PROJEKTE ZUR ZIELERREICHUNG.....	12
4.1 Bestandssicherung und –pflege.....	12
4.1.1 Maßnahmen.....	12
4.2 Förderung von Unternehmen und Existenzgründungen	13
4.2.1 Maßnahmen.....	13
4.3 Gewerbeflächenentwicklung	14
4.3.1 Maßnahmen.....	14
4.4 Förderung weicher Standortfaktoren	15
4.4.1 Maßnahmen.....	15
5. MARKETINGINSTRUMENTE	16
6. ZUSAMMENFASSUNG.....	17
6.1 Kurzfristige Chancen.....	17
6.2 Defizite.....	17
6.3 Maßnahmen.....	18
7. ZEITPLAN.....	19

1. EINFÜHRUNG

Das hier vorgelegte Konzept dient der Strukturierung, Förderung und Weiterentwicklung der örtlichen Wirtschaft der Barlachstadt Güstrow.

Das Konzept versteht sich als die Untersuchung eines Teilbereichs des Stadtmarketings. **Stadtmarketing** selber beruht auf einem umfassenden Konzept auf Grundlage eines ganzheitlichen Leitbildes, d.h. es dient als Kommunikationsklammer zwischen allen Handlungsfeldern einer Kommune.

Standortmarketing ist **kommunale Wirtschaftsförderung** im engeren Sinne, da es primär um die Sicherung von **Arbeitsplätzen**, die **Kaufkraft** der Bevölkerung und die Einnahmen aus **Gewerbesteuer** geht.

Das hier untersuchte **Standortmarketing** zielt ab auf die **Ansiedlung und Bestandspflege von Unternehmen**. Mit diesem Konzept wurde ein zielgruppenorientiertes Profil erstellt, mit Maßnahmen und Projekten unterlegt und Instrumente zur Umsetzung erarbeitet. Neu zu etablierende bzw. nachhaltig zu stärkende Maßnahmen / Projekte sind *kursiv* hervorgehoben.

Durch den seit 2004 jährlich vorgelegten **Jahreswirtschaftsbericht** sind die wesentlichen Daten der städtischen Entwicklung sowie die tendenziellen Entwicklungen in den Bereichen Gewerbe, Verkehr, Wohnen, Tourismus und Bildung erfasst. Die Detaildaten sind im nachfolgenden Konzept nicht separat aufgeführt.

Ausführliche erarbeitete und diskutierte Ziele und Maßnahmen aus der „**Lenkungsgruppe Stadtmarketing**“ sind den aktuellen Arbeitsplänen zu entnehmen.

Wirtschaftsförderung ist ein Querschnittsthema, das als Aufgabe für alle Bereiche der Stadtverwaltung, der städtischen Unternehmen und auch der Politik zu verstehen ist. Bei dem hier vorgelegten Konzept handelt es sich um die Beleuchtung der einzelnen Aufgabenfelder und die sich daraus ableitenden Handlungsschwerpunkte.

Einleitend werden im hier vorgelegte Konzept kurz die bereits bestehenden Konzepte bzw. Rahmenziele aus den Bereichen Verkehr, Tourismus, Stadtmarketing, Integrierte Stadtentwicklung und Einzelhandel aufgezeigt und auf die bestehenden Strukturen im Bereich Wirtschaft (z.B. Gewerbeverein Güstrow e.V., GüstrowCard Betreibergesellschaft) aufgebaut.

Wirtschaftsförderung in der Barlachstadt Güstrow macht daher nicht beim Bürgermeister und der Abt. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Internet und Tourismus halt, sondern muss noch mehr **Selbstverständnis** für jeden Mitarbeiter der Verwaltung und der kommunalen Betriebe sowie die Repräsentanten des öffentlichen Lebens der Barlachstadt werden.

2. BESTANDSERFASSUNG und RAHMENBEDINGUNGEN

2.1 Verkehrsentwicklungsplan und Fortschreibungen (1997)

Erarbeitet durch das Stadtentwicklungsamt

Der vorgelegte Verkehrsentwicklungsplan Güstrow 2. Teil Vorrangstraßennetz Gesamtstadt wurde von der Stadtvertretung Güstrow 1997 gebilligt und beschlossen, den Plan-Fall 5 und die unter Punkt G genannten Prioritätenbildung Pkt. 1 und 2, ab 3 ff. vorzugsweise der gesamtstädtischen Verkehrsplanung zugrunde zu legen.

Die derzeitige untersuchte Verkehrssituation im Straßennetz von Güstrow war durch hohe Belastungen auf der Nord-Süd-Achse (Rostocker Chaussee, Liebnitzstraße, Goldberger Straße), der Bleicherstraße, der Eisenbahnstraße, der Lindenstraße und der Neukruger Straße gekennzeichnet.

Mit der weiteren Verkehrszunahme bis zum Prognosehorizont 2010 (schätzungsweise um 35 – 40%), ist mit einer ständigen Netzüberlastung in der Tagesverkehrszeit zu rechnen, wenn in diesem Zeitraum keine verkehrsentlastenden Maßnahmen wirksam werden.

Weil zu diesem Zeitpunkt die weitere Verkehrsentwicklung, auch im Hinblick auf die städtebauliche Entwicklung, im Güstrower Straßennetz noch nicht bekannt war, wurde zunächst mit dem Fahrtenaufkommen von 1995 Netzalternativen auf das Vorrangstraßennetz der Stadt Güstrow in fünf Fällen auf ihre verkehrliche Wirkung hin untersucht.

Alle untersuchten Analyse – Plan – Fälle enthalten gleichermaßen die Umsetzung des Innenstadtkonzeptes sowie den Ausbau des Paradiesweges und des 2. Ohrs.

Der verkehrliche Nutzen der Maßnahmen aus den Plan – Fällen 1 – 5 lässt sich anhand der Entlastung im bestehenden Straßennetz messen. Folgende Einflüsse wurden einer Betrachtung unterzogen:

- Entlastung des innerörtlichen Straßennetzes vom Durchgangsverkehr
- Entlastung der Ortsdurchfahrten Güstrows
- Entlastung der Innenstadt
- Entlastung des innerörtlichen Straßennetzes vom Schwerverkehr
- Verbindung der Nord – West – Erschließung (Anbindung an das Rahmenplangebiet Nord-west

Aktueller Stand:

Nach über zehn Jahren empfiehlt sich eine Neubewertung der Einflüsse und die Überprüfung der in der Fortschreibung des Verkehrsentwicklungsplans vorgeschlagenen Maßnahmen. Allerdings wird eine Überarbeitung bzw. erneute Überprüfung erst relevant, wenn das Straßenbauamt des Landes Mecklenburg - Vorpommern die Untersuchung zur Ortsumgebung Güstrow abgeschlossen hat.

2.2 Tourismuskonzept

Erarbeitet durch das DWIF im April 1997

Im Frühjahr 1996 hat die Stadtverwaltung Güstrow das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (DWIF – Büro Berlin) mit der Erarbeitung eines Tourismuskonzeptes für die Stadt beauftragt.

Als Kernproblem und damit Hauptaufgabe des Konzeptes wurde eine fehlende spezifische Zielstellung und Perspektive für die touristische Entwicklung der Stadt mit klaren Aussagen für das Marketing und das Fehlen einer effizienten Organisationsstruktur festgestellt.

Diese Hauptaufgaben bildeten die Grundlage für die Ziele und inhaltlichen Schwerpunkte der Beratung durch das DWIF.

Die touristischen Vertreter wurden von Beginn an aktiv an der Erarbeitung des Gutachtens beteiligt

Im Auftaktworkshop wurden die Arbeitsschwerpunkte des DWIF festgelegt, eine erste Richtung für die touristische Zukunft erarbeitet sowie eine Arbeitsgruppe „Binnenmarketing“ gegründet, deren Mitglieder sich aus dem Kreis der touristischen Akteure rekrutierten.

Mit Hilfe einer detaillierten Situationsanalyse wurden die größten Potentiale und die wichtigsten Probleme der Stadt herausgefiltert.

Es wurden drei zentrale Bausteine (▪ Kultur & Geschichte ▪ Events, Shopping & Gastronomie ▪ Umwelt, Technik & Natur) benannt, deren Vermarktungs- und Entwicklungsstand sehr unterschiedlich war.

Um diese drei zentralen Segmente gruppierte sich eine Fülle einzelner Angebote, die sich für unterschiedliche Zielgruppen zu interessanten Angebotspaketen zusammenfügen lassen. In der Vernetzung der drei Bausteine miteinander liegt die nötige Vielfalt für das touristische Angebot.

Die Diskussion unterschiedlicher Alternativen für die Struktur der Tourismusarbeit in Güstrow ergab eine klare Präferenz der Beteiligten dafür, keine neuen Organisationen zu gründen, sondern die bestehenden zu optimieren.

Der Fremdenverkehrsverein (FVV) mit der Güstrow-Information sollte dabei die Schlüsselfunktion übernehmen.

Die Voraussetzung dafür sind

- eine professionelle Arbeit von Güstrow-Information und FVV sowie
- die Bereitschaft aller Leistungsträger, Vereine, Verbände, Ämter und Einzelpersonen in der Stadt, diese Arbeit zu unterstützen

Das Fazit der Gutachter war, die Reformen im FVV und in der Güstrow-Information müssen realisiert und eine integrierte Tourismusarbeit mit Leben erfüllt werden. Geschieht dies nicht, werden weiterhin wertvolle Synergieeffekte verschenkt.

Die touristische Arbeit kann nur erfolgreich sein, wenn alle gemeinsam an der Umsetzung der notwendigen Reformen innerhalb ihrer definierten Zuständigkeiten arbeiten und diese auch mittragen.

Aktueller Stand:

Die als Fazit genannte integrierte Tourismusarbeit ist durch die Etablierung des Marketingbeirates zu Beginn 2008 wieder aufgegriffen worden. Aufbauend auf dem Konzept und vorhandenen Strukturen ist ein übergreifendes Touristisches Marketingkonzept erarbeitet worden mit dem Ziel, durch den informellen Austausch, die Bündelung und Abstimmung der Aktivitäten aller Leistungsträger sowie die Zusammenfassung des Budgets einen stärkeren Wahrnehmung nach außen zu erreichen und damit langfristig die Erhöhung touristische Attraktivität weiter zu erhöhen und die Besucherzahlen zu steigern.

Der angestrebte Umzug der Güstrow-Information im März 2009 in den Eingangsbereich des städtischen Museums sollen darüber hinaus zusätzliche Synergien schaffen und das Zusammenwirken der Stadt und des Vereins sowie die touristische Akzeptanz der Barlachstadt Güstrow betonen.

2.3 Konzept zum Stadtmarketing (2002)

Erarbeitet durch Stadtentwicklungsamt 2002

Schwerpunktaufgaben und Umsetzungsstrategie zur Einführung eines Stadtmarketings

Seit Ende 2001 wurden durch die Verwaltung alle bisher vorliegenden Konzepte im Hinblick auf Ziele und Maßnahmen für das Stadtmarketing analysiert. Für die Etablierung des Stadtmarketings wurde ein Stufenplan aufgestellt, der in gemeinsamer Beratung mit den Unternehmerverbänden, der Kreishandwerkerschaft, dem Fremdenverkehrsverein Güstrow e.V., dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband, dem Einzelhandelsverband und dem Stadtplanungsbeirat vervollständigt wurde.

Durch den Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen und Beratungsgesprächen mit Firmen die Beratungsleistungen im Bereich Stadtmarketing/Citymanagement/Standortmarketing anbieten, wurden die Schwerpunktprojekte und die Vorstellungen zur Struktur weiter präzisiert.

Der Entwurf zu den Zielen und Schwerpunktaufgaben wurde in gemeinsamen Beratungen mit verschiedenen Vereinen und Verbänden aus der Stadt und der Region Güstrow ausgearbeitet.

Die Struktur für die Umsetzung wurde durch die Bildung einer Abteilung Stadtmarketing in der Stadtverwaltung einschließlich der Beratung und des Trainings durch ein externes Büro sowie die Unterstützung durch Arbeitsgruppen geschaffen.

Weiterhin wurde die Bildung einer Strategiegruppe geplant, die die jährlichen Arbeitspläne für das Stadtmarketing entwirft und deren Umsetzung kontrolliert. Die Arbeitsgruppen sollen aus den bis dahin tätigen bzw. im Aufbau befindlichen Arbeitsgruppen zur Vorbereitung des 775 Stadtjubiläums gebildet werden, um eine Fortführung der Zusammenarbeit zu erreichen. Parallel wurde mit der Umsetzung erster Projekte begonnen. Erste Priorität hatte hierbei die 775- Jahrfeier.

Weitere Schwerpunkte waren die Einwerbung von Investoren und das touristische Marketing. Über die Aktivitäten zum Stadtmarketing wird die Stadtvertretung halbjährlich informiert.

Aktueller Stand:

Mit der im April 2008 in der Stadtverwaltung erfolgten Umstrukturierung zu einer eigenständigen Abt. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Internet und Tourismus, die direkt dem Bürgermeister unterstellt wurde, erhalten die Aufgaben des Stadtmarketings weitere Stärkung.

Die im o.g. Konzept empfohlenen Arbeitsgruppen mit daraus resultierenden Arbeitsplänen haben sich langfristig etabliert und bilden die Grundlage für ein zwischen der Verwaltung, der Politik und den Handelnden vor Ort abgestimmten Maßnahmen im Rahmen eines integrierten Stadtmarketings.

Besondere Unterstützung erfahren diese Strukturen durch örtliche Vereine wie den Gewerbeverein Güstrow e.V. oder die GüstrowCard Betreibergesellschaft mbH. Mit der größten CityCard Deutschlands, der GüstrowCard, wurde ein Instrument geschaffen, das die Einbindung der örtlichen Händler, der Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie auch Partner der Region umfasst und eine breite Plattform bietet.

2.4 ISEK (2002) und Fortschreibung

Erarbeitet durch Wirtschaftsinstitut „wimes“, Rostock

Im Rahmen der ersten Fortschreibung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes im Jahr 2005 wurde das Monitoring Stadtentwicklung für die Stadt Güstrow als fortschreibungsfähiges Stadtbeobachtungssystem für die Gesamtstadt und für die Fördergebiete aufgebaut. Die Fortschreibung der festgelegten Daten und Indikatoren erfolgt einmal jährlich zum Stichtag 31. Dezember.

Im ersten Arbeitsschritt erfolgte die Fortschreibung der festgelegten Daten und Indikatoren und die Analyse des Ist-Zustandes. Die Auswertung erfolgte nach den 17 Stadtteilen und im Vergleich zur Gesamtstadt.

Im zweiten Arbeitsschritt werden Indikatoren ausgewählt, die für die Klassifizierung der Stadtteile nach Entwicklungszielen festgelegt wurden. Bei der Auswertung wurden immer ein Wert für die Gesamtstadt und ein Wert für den festgelegten Stadtteil ermittelt. Die Variablen wurden normiert und gewichtet. Die Messung des Entwicklungsstandes erfolgte mit Hilfe von Relativwerten, die aus mindestens einer Größe im Nenner (Stadtteil) und einer Größe im Zähler (Gesamtstadt) bestehen. Die Größen im Zähler und Nenner stehen in direkten Bezug zueinander (um verzerrte oder falsche Ergebnisse auszuschließen) und sind der Zielausrichtung angepasst. Die gemessenen Variablenausprägungen wurden zu einem Gesamtindikator zusammengefasst. Für die Gesamtstadt wurde dieser Indikator gleich 100 gesetzt.

Dieses Stadtteilmessungssystem wird nur im zweijährigen Rhythmus aktualisiert, da die städtebaulichen Indikatoren auch nur alle zwei Jahre fortgeschrieben werden.

Im dritten Arbeitsschritt wurden für die stadtentwicklungsrelevanten Stadtgebiete die kleinräumigen, so genannten Fördermonitorings fortgeschrieben. Im Ergebnis der Fortschreibung des Monitorings erfolgte ein Abgleich zum Stand der Realisierung der aufgestellten Ziele der 1. Fortschreibung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes aus dem Jahr 2005.

Aktueller Stand : Einwohnerentwicklung (Juni 2008)

- Der Einwohnerverlust (mit Hauptwohnsitz in Güstrow) betrug im Zeitraum 2002 bis 2007 nur noch 2,4 %, das sind -756 Einwohner. Auf den höchsten Einwohnerverlust im städtischen Vergleich verweist die Südstadt (absolut), auf die höchsten Einwohnergewinne das Rostocker Viertel, der Ortsteil Suckow und mit Abstand die Altstadt. Während die Altstadt der Stadt Güstrow im Zeitraum von 1993 bis 2001 relativ gesehen die höchsten Bevölkerungsverluste im Vergleich zu den anderen Stadtteilen Güstrows verzeichnete, hat sie gegenüber 2002 einen deutlichen Einwohnergewinn zu verzeichnen. Der Zuwachs der Einwohner (mit Hauptwohnsitz) betrug im Zeitraum 31.12.2002 bis 31.12.2007 insgesamt 313 Personen, das sind 14,7 %. Allein von 2005 zu 2006 stieg die Einwohnerzahl in der Altstadt um 131 Personen an.
- Der Einwohnerverlust wird gegenwärtig noch überwiegend durch Wanderungsverluste (2007=-183 Personen) bestimmt. Der Saldo der natürlichen Migration (Verhältnis Geborene: Gestorbene) lag im Jahr 2007 bei -109 Personen. Auf Grund der zunehmenden Alterung der Einwohner wird dies in den kommenden Jahren aber umkehren.
- Der Einwohnerrückgang seit dem Basisjahr betrifft mit Ausnahme der Älteren ab 65 Jahre sowie einem Zugewinn bei den Kindern bis sechs Jahre alle Altersgruppen. Die Verluste betreffen in besonderem Maße die Kinder im Alter von 6 bis 15 Jahren, deren Bestand sich um etwa ein Viertel reduzierte. Ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung verringerte sich von 7,4 % im Jahr 2002 auf 5,7 % in 2007. Merklich zugenommen hat der Anteil der Älteren ab 65 Jahre von 19,0 % im Basisjahr auf 24,2 % im Jahr 2007.

- Die reale Entwicklung (Einwohner mit Hauptwohnsitz) weicht von der Prognosezahl (regional-realistisches Szenario) nur um ein Prozent nach unten ab. Die Prognosezahl für 2007 sagte eine Einwohnerzahl von 30.591 Personen voraus. Die Realentwicklung erreichte einen Wert von 30.287 Einwohnern mit Hauptwohnsitz in Güstrow.

2.4 Einzelhandelfachplan (2003) und Fortschreibung (2007)

Erarbeitet durch Büro Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung, Dortmund, März 2007

Im April 2006 wurde das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund mit der Fortschreibung des gesamtstädtischen Konzeptes zu den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel der Barlachstadt Güstrow beauftragt.

Das vorliegende Gutachten berücksichtigt einerseits aktuelle und absehbare Rahmenbedingungen (u.a. demographische Entwicklung, Kaufkraftentwicklung und Kaufverhalten, Angebotssituation und Angebotsentwicklung in den letzten Jahren) und befasst sich zudem mit aktuell bestehenden konkreten Ansiedlungsinteressen. Ziel der Fortschreibung bzw. Aktualisierung war es, sowohl fundierte Bewertungsgrundlagen für die anstehenden Ansiedlungsanfragen zu erhalten, als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzuzeigen.

Gleichzeitig sollen sowohl Stadtverwaltung als auch Politik in die Lage versetzt werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die städtischen Versorgungsstrukturen einschätzen zu können.

Die aufgezeigte, zielgerichtete Weiter- und Neuentwicklung der Einzelhandel- und Zentrenstruktur in der Barlachstadt Güstrow bietet Chancen, trotz in Teilen schwieriger angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen, ein attraktives, konzentriertes und hinsichtlich der wohnungsnahen Grundversorgung engmaschiges Versorgungsnetz- auch zukünftig, mit Blick auf die anhaltend negative demographische Entwicklung- zu erhalten, welches einen Kompromiss zwischen den betrieblichen Notwendigkeiten und den städtebaulich wünschenswerten Entwicklungen darstellt. Die Sicherung und Stärkung der Güstrower Innenstadt steht dabei besonders im Vordergrund.

In das Konzept integriert wurde die Leerstands- und Nachnutzungsproblematik.

Mit dem vorgelegten Einzelhandelskonzept liegt nunmehr ein Baustein für die künftige Stadtentwicklung vor, der durch seine Empfehlungen und Anregungen den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung, Politik sowie weiteren Institutionen einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen liefert. Der Umgang und die Komplexität der zu ergreifenden Maßnahmen machen ein zielgerichtetes und möglichst abgestimmtes Engagement aller Akteure erforderlich. Nur im Konsens ist eine Umsetzung der Empfehlungen zeitnah möglich.

Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten einbringen.

Aktueller Stand:

Die Empfehlungen und Anregungen der Gutachter werden in den Planungen und planungsrechtlichen Stellungnahmen zu einzelnen Bauvorhaben konsequent umgesetzt.

Die AG Einzelhandel/Dienstleistung setzt in ihren Jahresarbeitsplänen gezielt Schwerpunktthemen aus dem Einzelhandelskonzept um.

Ein gelungenes Beispiel ist die nun bereits zum 5. mal organisierte Einkaufsnacht, deren Erfolg den Organisatoren bestätigt, dass man auf dem richtigen Weg ist.

2.6 Jahreswirtschaftsberichte (2004 – 2007)

Erarbeitet durch Abt. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Internet und Tourismus

Analog zu den Berichten der Vorjahre werden die Entwicklungen im Jahr 2007 den Vorjahreszahlen gegenübergestellt und bewertet. Ziel der Berichterstattung war auch in 2007, anhand der erfassten Ergebnisse in Zahlen und Fakten nicht nur einen Rückblick zu ermöglichen, sondern Methoden und Maßnahmen auf ihren Erfolg hin zu prüfen, Trends zu erkennen und das zukünftige Handeln entsprechend auszurichten.

Im Jahr 2007 blieb der Trend in der Bevölkerungsentwicklung gegenüber den in der Überarbeitung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes 2005 aufgestellten Prognosen positiv. So hatten am 31.12.2007 31.529 Personen ihren Haupt- und Nebenwohnsitz in der Barlachstadt Güstrow.

Die Gesamtentwicklung des Jahres 2007 war u.a. geprägt durch zahlreiche bauliche Maßnahmen, die weiter zur Stärkung der Innenstadt und ihrer Erschließung beitrugen. So wurde auch in Güstrow dem Trend entsprochen, das zentrumsnahe Wohnen für älteren Mitbürger noch verstärkter anzubieten. Hierzu entstanden in der Hollstraße Objekte, die dieser Nachfrage gerecht werden.

Insgesamt ließ sich für 2007 auch eine Steigerung der Gesamtzahl der Gewerbebetriebe verzeichnen. Besonders schmerzhaft wiegt dem gegenüber die geplante Betriebschließung der Zuckfabrik.

Der landesweite positive Trend auf dem Arbeitsmarkt war und ist in Güstrow spürbar. Lag die Arbeitslosenquote im Dezember 2006 bei 18,7%, konnte im Dezember 2007 mit 14,5 % eine deutliche Verringerung festgestellt werden.

3. PROFILBILDUNG und ZIELFINDUNG

Der Wirtschaftsstandort Güstrow soll zum Wohle der Bevölkerung und der bestehenden Unternehmen gesichert und zukunftsorientiert gestärkt werden.

„**Barlachstadt Güstrow – Stadt mit Tradition und Zukunft**“ – unter diesem denkbaren Leitbild ließen sich die Ziele der Wirtschaftsförderung einordnen.

Oberstes strategisches Ziel ist dabei, die die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Güstrow zu erhalten und auszubauen, die Wirtschaftskraft zu stärken und damit die Lebens- und Stadtqualität im bestehenden Mittelzentrum zu erhöhen.

Dies erfordert u.a.

- Stärkung der KMU und damit Schaffung stabiler, zukunftssicherer Unternehmen und Dienstleistungen
- Erhöhung der Attraktivität vorhandener Gewerbegebiete und Reaktivierung von Branchen
- Innen- vor Außenentwicklung
- die Ausrichtung des Standortes am Standortmarkt zur Gewinnung neuer und Sicherung bestehender Betriebsstätten (z.B. Logistik)
- qualitatives Wachstum unter Berücksichtigung der Bevölkerungsentwicklung
- die Schaffung und Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen,
- Stärkung der Attraktivität des Einkaufsstandortes

Kurz- und mittelfristig stehen dabei folgende Ziele im Vordergrund:

- verstärkte Bestandssicherung und -pflege
- verbessertes, einheitliches Standortmarketing
- Revitalisierung von (innerstädtischen) Gewerbebranchen; Nacherschließung von Gewerbe- und Industriegebieten unter der Berücksichtigung strategischer Entwicklungsflächen
- Schaffung von Anreizen für Existenzgründungen / Unternehmensansiedlungen
- Erhöhung der Attraktivität von Bildungsangeboten und Qualifizierungsmaßnahmen
- Aktivierung leer stehender Ladenflächen in der Innenstadt außerhalb der 1a-Lage und langfristige Stärkung sowie qualitative Aufwertung der Altstadt als Hauptgeschäftszentrum

4. MASSNAHMEN / PROJEKTE ZUR ZIELERREICHUNG

4.1 Bestandssicherung und –pflege

- Der Focus liegt auf den Unternehmen vor Ort
- Der Bürgermeister ist erster Ansprechpartner für die Unternehmen
- Die Abt. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Internet und Tourismus vertritt die Interessen der Unternehmen gegenüber der Verwaltung
- Das Image der Stadt spielt als „weicher Standortfaktor“ eine wesentliche Rolle für die Identifikation der Unternehmen mit ihrem Standort

4.1.1 Maßnahmen

- Betriebskontakte / Unternehmensbesuche durch den Bürgermeister, die Abt. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Internet und Tourismus sowie den Stadtentwicklungsausschuss
- Informationsangebote /-veranstaltungen für Unternehmen (branchen- bzw. unternehmensorientierte „Unternehmerstammtische“)
- Begegnungsplattformen (GüstrowSchau, neu: *Unternehmerfrühstück*)
- handlungsfeldübergreifende Partnerschaften („Partner des Museums 2008“)
- Gewerbeflächenkataster
- Online-B Branchenbuch
- Online - Newsletter der GüstrowCard
- Printmaterial
- Fördermittelberatung
- Einzelhandelsfachplan
- Einkaufsnacht

4.2 Förderung von Unternehmen und Existenzgründungen

- Der Focus liegt auf der Förderung neuer Unternehmen aus den Branchen Logistik, Bioenergie und Wellness/Gesundheit(stechnik)
- Der Bürgermeister ist die 1. Adresse für die Unternehmen
- Die Abt. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Internet und Tourismus ist der Koordinator für die Unternehmen gegenüber den Behörden

4.2.1 Maßnahmen

- Unterstützung bei der Grundstücks- und Immobiliensuche
- Begleitung bei der Akquirierung von Fördermitteln
- Abstimmung von Terminen bei Ämtern und Institutionen
- Begleitung des Baugenehmigungsverfahrens um die Bearbeitungszeiten zu verkürzen
- Zusammenstellung aller erforderlichen Unterlagen u.v.m.
- Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes: 300 von Hundert
- neu: *KrisenBeratung*,
- neu: *Unternehmensleitfaden, Gründungspaket*,
- neu: *UnternehmerInnenPreise, -tage, -foren*,

4.3 Gewerbeflächenentwicklung

- zukunftsorientierte Entwicklungsstrategien unter den Schwerpunkten: Logistik, Bioenergie und Wellness/Gesundheit(technik)
- Primärentwicklung von Flächen entlang der Hauptverkehrsachsen (Rostocker Str. – Verknüpfung Krankenhaus / Glasewitzer Chaussee – ehemalige Zuckerfabrik)
- Sicherung bestehender Industrieflächen
- Unbürokratische Vermittlung von Restflächen im Bestand (Glasewitzer Chaussee, Wolfskrögen, Bredentiner Weg)

4.3.1 Maßnahmen

- Verkaufspreis von 1,- €/qm für die bereits mehrfach ausgeschriebenen „Restflächen“ im Gewerbegebiet Glasewitzer Burg und Bredentiner Straße, gebunden an die Investitionsverpflichtung und Arbeitsplatzschaffung, vorausgesetzt der Genehmigung durch die Untere Rechtsaufsichtsbehörde des Landkreises Güstrow
- Vermarktung der Gewerbeflächen im Internet: städtisches Portal, weitere Immobilien- bzw. Gewerbeflächenportale wie Immopool oder Immonet; Anzeigenwerbung über google,
- verstärken: *Marketingkampagnen bzw. Mailingaktion*
- verstärken: *Präsentation auf Fachmessen*
- verstärken: *Kooperation mit Fachverbänden*

4.4 Förderung weicher Standortfaktoren

- Profilbildung „Barlachstadt Güstrow“
- Stärkung des Kultur- Bildungs- und Wohnstandortes
- Aufwertung des Einzelhandelsstandortes
- Familienfreundlichkeit

4.4.1 Maßnahmen

- Umsetzung der übergreifenden Marketingstrategien, festgelegt im Marketingkonzept des Marketingbeirats unter Führung des FVV Güstrow e.V.
- Vernetzung und Verbreiterung der Bildungsangebote durch eine breite Angebotspalette wie die Stärkung des Bildungsnetzwerkes, die Verknüpfung der Ausbildungsmesse mit der GewerbeSchau Güstrow, die Gründung der Christliche Schule
- Weiterführung der Förderprogramme zur Stadtentwicklung wie Stadtumbau Ost, Sanierungsgebiet „Altstadt“
- weiterer Ausbau der Infrastruktur; Stärkung des innerstädtischen Handels in den gegebenen kleinräumigen Strukturen, Etablierung eines Kaufhauses
- Verstärkung Ordnung & Sauberkeit durch die Aufstockung KOSD,
- Steuerung der demographischen Entwicklung durch die Fortschreibung des ISEK, zentrumsnahes Wohnen für älteren Mitbürger, Neubau Kindergarten „Butzemannhaus“

5. MARKETINGSINSTRUMENTE

Unter Marketinginstrumenten ist die gebräuchliche Bezeichnung für diejenigen Marketingmittel und –maßnahmen zu verstehen, mit denen Zielgruppen adressiert werden, wie mit der Zielgruppe kommuniziert wird, wie der Vertrieb zu geschehen hat u.a.

Hinsichtlich der Anzahl, der Art und der Reihenfolge der Marketinginstrumente bestehen verschiedene Ansichten. Am weitesten verbreitet sind die Vier-Faktoren-Ansätze. Unter Berücksichtigung der verschiedenen Umfänge, Inhalte und Abfolgen scheint für das Standortmarketing die folgende Einteilung die zweckmäßigste zu sein:

- Standortqualität
Die Standortqualität ist auch unter dem Aspekt der Angebotsqualität zu bewerten und bezieht sich auf das vor Ort vorhandene Potential an Standortvorteilen.
- Förderung
Die Förderung des Verkaufs bzw. der Vermarktung versteht sich als Preispolitik, die einen entscheidenden Einfluss auf den Erfolg der Wirtschaftsförderung hat.
- Persönlicher Einsatz der Wirtschaftsförderer
- Information und Kommunikation
Entstehen durch Vernetzung Austausch

6. ZUSAMMENFASSUNG

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die kommunale Wirtschaftsförderung der Barlachstadt Güstrow durch die bestehenden bzw. neu geschaffenen Strukturen auf eine fundierte Basis gestellt wurde und zahlreiche Maßnahmen und Projekte sich bereits langfristig etabliert haben und fester Bestandteil des kommunalen wirtschaftlichen Handelns sind.

Zukünftig gilt es, die im folgenden aufgezeigten Chancen für weitere konkrete Maßnahmen und Projekte zu nutzen, den Defizite mit den entsprechenden Maßnahmen entgegenzuwirken sowie in einzelnen Punkten noch engere Verknüpfungen zu schaffen.

6.1 Kurzfristige Chancen

- Fertigstellung und Inbetriebnahme des Bioenergieparks und somit Sicherung des Absatzmarktes für die umliegenden landwirtschaftlichen Betriebe
- Ansiedlung des CyberKnife Zentrums und der Dialyse-Nebenbetriebsstätte in unmittelbarer Nähe zum Krankenhaus sowie Sicherung der benachbarten Flächen für die Ansiedlung branchenähnlicher Unternehmen
- Erwerb, Vorhaltung und Konzeption zur Entwicklung der Flächen der ehemaligen Zuckerfabrik einschließlich der angrenzenden Flächen unter dem Profil „Logistikstandort“
- Profilierung der Marke „Barlachstadt Güstrow“ durch Fortführung der Sanierungsmaßnahmen in der Altstadt; der Fortführung des Ausbaus der Infrastruktur, Steigerung der Attraktivität des Einkaufsstandortes durch den Umbau des Kaufhauses und Weiterführung der Stärkung des Bildungsstandortes durch den Ausbau der Ausbildungsmesse in Verknüpfung mit der GüstrowSchau, der Ansiedlung der Evangelischen Schule und stärkere Fokussierung des Baltic Colleges als internationale Bildungseinrichtung

6.2 Defizite

- Verwaltung „aus einer Hand“
- Gewerbeflächenprofil
- Netzwerke und Vermarktungsstrategie rund um das Produkt „Gewerbefläche“
- Unternehmerkontakte
- Vermarktung von Restflächen in den bestehenden Gewerbegebieten zum Unterwertverkauf für 1,- €/qm bei Einhaltung der vorgegeben Rahmenbedingungen

6.3 Maßnahmen

- Monatliche Koordinierungsrunden „Gewerbe“ beim Bürgermeister unter Mitwirkung der Abt. Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Internet und Tourismus, der Abt. Kommunale Betriebe und Liegenschaften, der Kämmerei und ggf. weiterer explizit einzuladender Partner
- Profilbildung für leerstehende und zu entwickelnde Gewerbeflächen, z.B. „MV tut gut“ – auch in Güstrow! Wir haben für Sie die passende Gewerbefläche für Ihre Branche..
- verstärkte Vermarktung durch Einbindung in Netzwerke und Erschließung neuer zukunftsweisender bzw. standortgeeigneter Märkte durch engere Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Güstrow, Präsentation auf der EXPOReal,
- Schaffung neuer Kommunikationsmethoden zwischen den Unternehmen und der Verwaltung durch die Etablierung eines vierteljährigen branchenspezifischen „Unternehmerfrühstücks“ beim Bürgermeister
- verstärkte Bemühungen um die Vermarktung der Restflächen in bereits bestehenden Gewerbegebieten durch erneute Ausschreibung, Erlangung der Zustimmung der Kommunalaufsicht zu dem Unterwertverkauf
-

7. ZEITPLAN

- Abstimmung mit den Fraktionsvorsitzenden ?
- Anmeldung im Hauptausschuss: 21.08.2008
- Ausschuss f. Stadtentwicklung, Umwelt u. Wirtschaftsförderung: 15.09.2008
- Hauptausschuss: 02.10.2008
- Stadtvertretung: 16.10.2008
- Verankerung der unter 6.3 genannten Maßnahmen im Haushalt 2009
- Umsetzung ab 2009