

Erkennen – Verstehen – Handeln

Machen was gut ist – Wirtschaftsförderung in Barleben

Erkennen

Globalisierung, Vernetzung, Mobilität und Flexibilität sind die neuen Schlagworte des 21. Jahrhunderts und prägen heute das Leben der Menschen. Im ständigen Wettbewerb um den Kunden werden in der heutigen Gesellschaft immer wieder neue technologische Mittel zu noch höherer Effizienz und Effektivität in der Kommunikation geschaffen. Den Gesetzen eines vernetzten, beweglichen Marktes kann keiner auf Dauer entfliehen. Kein Unternehmen und keine Kommune.

Der Mensch steht im Mittelpunkt

Die größte Herausforderung heute und in der Zukunft ist der Wettbewerb. Je stärker der Wettbewerb wird, desto wichtiger werden Themen wie Positionierung und Strategie – Mit und für Menschen. Im Mittelpunkt des Handelns sollte die stetige Entwicklung der Lebensqualität der Menschen stehen. Tut es das noch? Nur der Mensch, welcher in der Gegenwart motivierende Rahmenbedingungen erfährt und gesichert in eine Zukunft planen kann, wird in der Gemeinschaft und mit der Gemeinschaft demokratische, zivile und moralische Werte und Regeln gestalten und genießen können. Das wiederum ist die Basis für Engagement und Innovationskraft, die Basis für Kreativität, dem Rohstoff der Zukunft.

Geld und Management

Für Kommunen ist dieser Anspruch eine mächtige Herausforderung. In unserer Welt, in der der Alltag zunehmend von Komplexität bestimmt wird, wollen und müssen die kommunalen Lenker den Menschen hohe Standards in allen Lebenslagen verfügbar machen. Dafür braucht es notwendigen finanziellen Spielraum, der ist aber knapp bzw. nicht mehr vorhanden. Die Einnahmemöglichkeiten kommunaler Körperschaften sind überschaubar, die bedeutendste Quelle, neben den Zuschüssen und Zuwendungen vom Land, ist meist die Grund- und Gewerbesteuer. Die ist aber nur dann wirklich interessant, wenn im Verwaltungsgebiet genügend Gewerbesteuer zahlende Unternehmen angesiedelt sind. Und ob das so ist, oder eben nicht, ist neben allen unterschiedlichen objektiven Standortfaktoren abhängig vom Engagement, dem Know-how und den richtigen Konzepten der Verantwortlichen in den Körperschaften.

Verstehen

Regionen, Destinationen oder Kommunen müssen sich als dynamische Unternehmen verstehen, die in Konkurrenz der Standorte um unterschiedlichste Märkte stehen und dazu benötigen sie ein profiliertes Management. Standortmarketing und Wirtschaftsförderung brauchen eine gute

Wettbewerbspositionierung, nachfragegerechte Leistungen und nicht zuletzt ein für die Vermarktung attraktives Image.

Handeln

Beschluss der Gemeinde zur Entwicklung einer nachhaltigen Marketingstrategie, zur Unterstützung der gegenwärtigen und zukünftigen Ansiedlungspolitik, mit der Generalzielstellung, Unternehmen und Institutionen für eine Investition/Ansiedlung in der Gemeinde Barleben zu interessieren und zu überzeugen.

Erster Meilenstein – Entwicklung der Marke „BARLEBEN & CO.“

Die Dachmarke „BARLEBEN & CO.“ wird in Zukunft als flexible Marke für alle Lebenslagen Maßstab des Handelns und der Kommunikation sein. Unser Markenversprechen „Raum für Lebensqualität“ ist bekennend und verdeutlicht unser Bestreben, Raum für ganzheitliche Lebensplanung und Gestaltung zu schaffen, für Kreativität, Identifikation und Engagement. Wir können unser Markenversprechen halten, weil wir Barleben als „Unternehmen“ mit den Dienstleistungen „Lebensqualität“ und „Wirtschaftsstandort“ denken.

www.wirtschaftsstandort-barleben.de



Foto: Thomas Zschke