



Sehr geehrte Frau Oberbürgermeisterin,
sehr geehrte Stadträtinnen und Stadträte,
sehr geehrte Gäste,

das gute zuerst: Wir werden dem Beschluss zum Stadtmarketing heute zustimmen. Wenn auch mit knirschenden Zähnen. Präferiert haben wir eine eigenständige Stadtmarketinggesellschaft. Das war eigentlich auch der Wunsch von vielen Verbänden aus Wirtschaft und Kultur. Verwaltungstechnische und steuerliche Probleme sprechen nun dagegen. Das darf aber eigentlich nicht der Hauptgrund für eine Entscheidung sein.

Wir stimmen trotzdem zu, da die neue Struktur der CWE – dann unter neuem Namen – Hoffnung auf Verbesserung machen. Es gibt endlich überfällige personelle Veränderungen, dem Stadtmarketing wird mehr Gewicht verliehen. Es wird ein Beirat aus Wirtschaft und Kultur insbesondere für das Stadtmarketing gegründet. Das Budget wird nicht unwesentlich erhöht. Und wie mir die Oberbürgermeisterin im Verwaltungs- und Finanzausschuss versicherte und protokollarisch vermerken ließ, sollen die Volksfeste, wie das Stadtfest oder die Tage der Industriekultur nicht mehr von der neuen CWE organisiert werden. Es braucht eine deutliche Entschlackung der alten Dame CWE. Beispielsweise können Agenturen oder die Stadthallengesellschaft C3 Veranstaltungen besser organisieren. Damit werden auch personelle Ressourcen für die Kernaufgaben Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing frei.

Wir sollten diesen heutigen Beschluss als Startschuss für eine neue Qualität des Stadtmarketings sehen. Die Marketingaktivitäten der Stadt müssen ab jetzt endlich vernetzt werden und ein gemeinsames Ziel haben: Ein besseres Image unserer Stadt, nicht nur bei der heimischen Bevölkerung, sondern weit über die Stadtgrenzen hinaus.

Chemnitz ist eine attraktive Stadt. Mit hervorragenden Arbeitsplätzen, guten Wohnungen und einem für diese Stadtgröße fast beispiellosen hochqualitativen Kulturangebot. Nur wissen das zu wenige.

Und das zweite Ziel muss sein: Mehr Einwohner, mehr Einwohner und nochmals mehr Einwohner. Wachsende Städte haben automatisch ein besseres Image als schrumpfende. Und Chemnitz wächst. Auch bedeutet jeder Einwohner mehr, auch mehr Zuschüsse durch den Freistaat. Der neue Geschäftsführer der neuen CWE sollte am besten eine Provision auf Einwohnerwachstum erhalten.

Eine coole Werbekampagne bedeutet nicht, dass Chemnitz plötzlich zu einer obercoolen Stadt wird. Das würde uns auch niemand abnehmen. Wir sollten also auch bei der Vermarktung unserer Stadt ehrlich bleiben. Vielleicht ist Chemnitz nicht unbedingt cool, aber es ist lebenswert, kulturvoll und sozial. Es bietet eine gute Universität sowie sichere und interessante Arbeitsplätze.

Um das aber auch die Welt hinauszutragen, müssen alle Marketingverantwortlichen endlich an einem Strang ziehen. Egal ob sie beispielsweise im Tietz, den Kunstsammlungen, im Tierpark, im Theater oder im neu zu schaffenden Kulturamt arbeiten. Es braucht endlich mehr Geschlossenheit. Das zu erreichen, liegt auch in der Verantwortung der neuen CWE, die wir bitte nicht ChemnitzMacher GmbH nennen sollten. Das klingt schnoddrig und blöd. Aber auch da wird uns bestimmt noch etwas kreativeres einfallen.

Danke

Thomas Lehmann (Fraktionsvorsitzender)