

Stadtvertretung der Landeshauptstadt Schwerin

Datum: 19.08.2018

Dezernat: I / Büro der
Stadtvertretung
Bearbeiter/in: Herr Nemitz
Telefon: 545 - 1021

Informationsvorlage Drucksache Nr.

01420/2018/B

öffentlich

Beratung und Beschlussfassung

Stadtvertretung

Betreff

Berichts Antrag | zur Zukunftsstrategie der Landeshauptstadt Schwerin

Beschlussvorschlag

Die Stadtvertretung nimmt das Ergebnis zur Kenntnis.

Begründung

Die Stadtvertretung hat in der 34. Sitzung unter TOP 46.2 zu Drucksache 01420/2018 folgendes beschlossen:

Der Oberbürgermeister wird aufgefordert zu berichten, welche Aktivitäten die Verwaltung unternehmen wird, um das "Strategiepapier zur Steigerung der kulturellen Strahlkraft des Wirtschaftsstandortes Schwerin" umzusetzen. Der erste Bericht soll zur Sitzung der Stadtvertretung am 18.06.2018 vorliegen und dann halbjährlich fortgeschrieben werden.

Hierzu wird mitgeteilt:

(Stand der Sitzung der Stadtvertretung am 18.06.2018)

Am 02.03.2018 wurde dem Oberbürgermeister ein 10-Punkte-Papier übergeben, welches von 14 Vereinen und Institutionen der Wirtschaft erarbeitet wurde. Ein erster Bericht zur Umsetzung sollte am 18.06.18 zur Stadtvertretung erfolgen. Das Strategiepapier enthält insbesondere Grundsätze, die in der Zusammenarbeit mit den Partnern der Wirtschaft bereits verankert sind und nicht nur durch die Verwaltung allein umgesetzt werden können.

Zum jetzigen Zeitpunkt kann zu folgenden Punkten berichtet werden:

Punkt 1 Landeshauptstadt:

Nach dem Auftakt der ersten Kampagne am 17.11.17 ist „Landeshauptstadt“ als kommunikative Klammer ein fester Arbeitsinhalt im Standortmarketing. Die Aufgabe nimmt innerhalb der Stadtverwaltung die Fachgruppe Wirtschaft und Tourismus wahr. Koordiniert

werden die Maßnahmen und Planungen im Fachbeirat der Marketinginitiative der Wirtschaft - Region Schwerin e. V. (PMI). Hier arbeiten PMI, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung unter Beratung der IHK zu Schwerin zusammen. Seit dem 01.06.2018 gibt es eine Projektstelle bei der Stadtmarketing, die die im Fachbeirat beschlossenen Aufgaben unmittelbar umsetzen wird. Die Ziele der Kampagnen sind entsprechend der in Punkt 1 des Strategiepapiers geforderten Ausrichtung auf den Wohn-, Arbeits-, Ausbildungs- und Investitionsstandort festgeschrieben.

Punkt 4 Top Destinationsmarke:

Für Veranstaltungen und Kongresse ab einer bestimmten Größenordnung benötigt die Stadt ein breiteres Angebot an größeren Hotels, als es derzeit in Schwerin der Fall ist. Die über Jahre laufenden Bemühungen der Verwaltung um Hotelinvestoren hat erst in den letzten zwei Jahren erste Ansätze für konkrete Projekte gezeigt. Besondere Priorität hat die Ansiedlung eines Tagungshotels.

Punkt 9 Kreativ Lab:

Die Wirtschaftsförderung arbeitet seit 2017 sehr eng mit dem Netzwerk Kreative M-V zusammen. Hieraus ergeben sich konkrete Projekte, wie zum Thema Coworking-Spaces Schwerin oder auch die Unterstützung bei Veranstaltungen des Netzwerks vor Ort, z.B. Konferenz Raumwohlstand im September 2018.

Hierzu wird mitgeteilt:

(Stand der Sitzung der Stadtvertretung am 29.10.2018)

Punkt Lebenshauptstadt

Seit dem 01.06.2018 werden alle Marketingaktivitäten zur Lebenshauptstadt Schwerin über eine Projektstelle, die bei der Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH eingebunden ist, koordiniert. In 2018 lag der Schwerpunkt der Aktivitäten bei der Erarbeitung einer Social Media-Strategie und der Umsetzung erster Maßnahmen auf facebook zur Fachkräfte- und Einwohnergewinnung. Die Ausrichtung der deutschlandweiten Plakataktion auf Großflächen in 2018 untersetzte die Ansprache dieser Zielgruppen mit einem entsprechenden Motiv. Um eine stärkere Identifikation mit dem Thema Lebenshauptstadt zu erreichen, gehen unter anderem Mitglieder der Marketinginitiative der Wirtschaft e. V. mit gutem Beispiel voran und geben kurze Statements zu ihrer persönlichen Verbundenheit mit Schwerin per Video auf facebook. Diese Aktion wurde 2018 begonnen und wird im kommenden Jahr fortgesetzt.

Punkt Kreativ Lab

Am 25.09.2018 führte die Kreative MV in Schwerin die Konferenz „Raumwohlstand“ durch. Nach Aussagen der Kreative MV brachte die Tagung rund 100 Teilnehmer in Schwerin zusammen. Kreative Raumpioniere zeigten beeindruckende Beispiele anderer Städte zur Nutzung von Leerständen als Freiraum für die Entwicklung der Kreativwirtschaft. Die Kreative MV, das Landesnetzwerk Kultur – und Kreativwirtschaft Mecklenburg-Vorpommern, wollte die Konferenz u. a. dazu nutzen, Kooperationen anzubahnen, konkrete Raumerschließungsprojekte zu initiieren und einen Aktionsplan für eine Landesstrategie zur Erschließung der kreativen Raumpotenziale zu erarbeiten. Die Landeshauptstadt Schwerin unterstützte die Veranstalter bei der Vorbereitung und Durchführung der Konferenz und erhofft sich auch für Schwerin eine positive Wirkung, zum Beispiel bei der Umsetzung von Coworking Spaces und Nutzung von Leerständen in Plattenbausiedlungen.

Das Thema Kreativwirtschaft wurde ebenfalls durch das diesjährige Immobilienforum Schwerin aufgegriffen. Unter dem Motto „Mittendrin wachsen“ erhielten die Teilnehmer des Forums einen Einblick in die Projektentwicklung für die Kreativwirtschaft in Berlin und in Ortschaften in Oberbayern. Stefanie Raab, Inhaberin des coopolis Plaunigsbüros für kooperative Stadtentwicklung hielt dazu einen Vortrag. Ähnliches berichtete Clemens Kießling, Mitbegründer der Jakobspassage GbR, über sein Entwicklungskonzept aus Görlitz und gab dem Schweriner Forum sehr gute und beeindruckende Impulse aus der Praxis.

Hierzu wird mitgeteilt:

(Stand der Sitzung der Stadtvertretung am 09.09.2019)

Aktueller Stand zur Umsetzung des Strategiepapiers zur Steigerung der kulturellen Strahlkraft des Wirtschaftsstandortes Schwerin:

Zu 1. Lebenshauptstadt

Zur Gewinnung von Fachkräften und zur Bewerbung des Standortes Schwerin werden alle Maßnahmen der Standortmarketings zwecks Verwendung der kommunikativen Klammer „Lebenshauptstadt Schwerin“ mit der Marketinginitiative der Wirtschaft e. V. Region Schwerin und der Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH abgestimmt und auch gemeinsam umgesetzt. Die Landeshauptstadt Schwerin bewirbt gemeinsam mit diesen Partnern aktiv alle im Strategiepapier genannten Punkte mit dem Ziel, die Einwohnerzahl stetig zu erhöhen.

Zu 2. Leuchtturm der Wirtschaft

Die Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Schwerin betreibt intensiv Bestandspflege. Von großer Bedeutung sind dabei die regelmäßigen Betriebsbesuche, die gemeinsam abwechselnd mit dem Oberbürgermeister und dem 1. Stellvertreter des Oberbürgermeisters durchgeführt werden. Diese werden genutzt, um auf direktem und individuellem Weg den Kontakt zu den Unternehmen zu halten und Unterstützung zu geben. In 2018 wurden insgesamt 44 Unternehmensbesuche mit der Führungsspitze der Verwaltung durchgeführt. In 2019 sind es bis Mitte August bereits 27. Die Wirtschaftsförderung nutzt darüber hinaus jede Gelegenheit, um auf kurzem Weg mit den hiesigen Unternehmen ins Gespräch zu kommen.

Für den Industriepark Schwerin liegt der Stand der Anfragen zwecks Neuansiedlung in diesem Jahr über den Erwartungen. Das zeigt, dass die Vermarktungsstrategie für diese großräumige Fläche erfolgsversprechend ist. Der Trend der letzten Jahre hält an und bringt jährliches Wachstum und zusätzliche Arbeitsplätze. Das Schweizer Medizintechnik-Unternehmen Ypsomed, das offiziell am 22.08.2019 an den Start ging und 81 Millionen Euro investierte, hat wieder für einen Meilenstein in der Entwicklung des Industriegebietes gesorgt. Geplant sind 150 neue Arbeitsplätze.

Zu 3. Kulturelle Strahlkraft

Die Landeshauptstadt Schwerin stärkt weiter ihr Image als Kulturhauptstadt des Landes. Das Schloss Schwerin ist immer stärker in den Medien präsent und erzeugt dadurch eine große Wahrnehmung und somit Aufmerksamkeit und Resonanz. Die Schlossfestspiele Schwerin konnten in diesem Jahr mit der Bespielung des Alten Gartens und des Schlossinnenhofes die Zuschauerzahlen im Vergleich zum letzten Jahr steigern.

Über Jahre wird die Veranstaltungsreihe „Schweriner Kultur- und Gartensommer“ als Folgeprojekt der BUGA 2009 nun schon erfolgreich fortgeführt und profiliert sich jährlich weiter zu einem kulturellen Höhepunkt. So sind das Schlossfest mit einer Vielzahl von Mitwirkenden, die sich ehrenamtlich einbringen, und die Schlossgartenlust als etabliertes Event zwei wesentliche Veranstaltungen des Kulturjahres geworden.

Zu 4. Top Destinationsmarke

Schwerin punktet als Städtereiseziel in den Bereichen Genuß und Kultur. Die Wahrnehmung liegt dabei hauptsächlich auf dem Theater, dem Schloss mit Residenzensemble und auf der attraktiven historischen Altstadt. Aber auch Einrichtungen wie der Zoo Schwerin gewinnen an Bedeutung. Steigende Besucherzahlen belegen dieses. Die Vermarktung Schwerins als Reiseziel innerhalb der Mecklenburgischen Seen wird in der zukünftigen Destinationsentwicklung, die gemeinsam mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern vorangetrieben werden muss, eine größere Rolle spielen.

Mit großer Freude erwartet Schwerin gemeinsam mit Rostock in 2020 die über 1.000 Gäste des German Travel Marts (GTM). In der Landeshauptstadt wird eine groß angelegte Veranstaltung für die Teilnehmer des GTM stattfinden, die aus der ganzen Welt kommen und in ihrer Funktion als Reiseveranstalter touristische Ziele vermarkten.

Zu 5. International gefragt

Internationale Beziehungen pflegt die Landeshauptstadt Schwerin vor allem innerhalb ihrer Städtepartnerschaften. Im kommenden Jahr wird gemeinsam mit Vaasa das 50. Jahr der Städtepartnerschaft begangen. Hierzu wird es einen Austausch in verschiedenen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens geben.

Zu 6. Bildung ganz vorn

Der Prozess, der aktuell in breiter Allianz zur Stärkung des Wissenschaftsstandortes und zur Ansiedlung einer Hochschule unter Federführung der IHK zu Schwerin stattfindet, ist eine der wesentlichsten Maßnahmen zur Entwicklung des Bildungsstandortes Schwerin. Eine entsprechende Konzeption wird unter Beteiligung aller Interessenträger erarbeitet und stellt die Weichen für die Zukunft.

Zu 7. Politisches Zentrum

Dieser Punkt wird im nächsten Bericht behandelt.

Zu 8. Verbindende Drehscheibe

Die Landeshauptstadt Schwerin wird ein Elektromobilitätskonzept erarbeiten und erhält dafür auch eine Förderung. Den Auftrag zur Erarbeitung der Konzeption erhielt die ISME Institut Stadt| Mobilität| Energie GmbH.

Als Mitglied der Metropolregion Hamburg ist Schwerin stets eingebunden in die Untersuchungen und Studien, die in diesem Rahmen durchgeführt werden. Beispiele dafür sind die Machbarkeitsstudien für neun potenzielle Radschnellwege, regionale Erreichbarkeitsanalysen und die Einbindung der MRH in die Studie „Mobilität in Deutschland 2017“.

Zu 9. Kreativ Lab

Mit dem Digitalen Innovationsraum Schwerin wird für die Gründerszene, für Start-Ups und für die Kreativwirtschaft als Treiber neuer Arbeitsmodelle eine neue Form der Unterstützung und Förderung geschaffen. Der Innovationsraum eröffnet einem breiten Spektrum an Nutzern eine direkte und unkomplizierte Anlaufstelle für die Entwicklung innovativer, unternehmerischer Ideen. Labore, Werkstätten und Coworking Spaces bieten dafür das entsprechende Umfeld.

Zu 10. Smart City

Auch dieser Strategiepunkt ist im Zusammenhang mit der Schaffung des Digitalen Innovationsraumes Schwerin zu betrachten und kann in Zukunft mit konkreten Projekten belegt werden. Es gibt zudem für Schwerin bereits einen Ansatz im Rahmen eines Impulsprojektes der regionalen Tourismuskonzeption „S³“ für Anwendungen von Virtual und Augmented Reality für Besucherinformation.

Der nächste Bericht zum Stand der Umsetzung erfolgt im September 2020.

Hierzu wird ergänzend mitgeteilt:

Der Oberbürgermeister wurde lt. Beschluss aufgefordert zu berichten, welche Aktivitäten die Verwaltung unternehmen wird, um das "Strategiepapier zur Steigerung der kulturellen Strahlkraft des Wirtschaftsstandortes Schwerin" umzusetzen. Es wurde mehrere Sachstandsberichte dazu abgegeben.

Das Papier, welches von 14 Vereinen und Institutionen erarbeitet und an den Oberbürgermeister übergeben wurde, enthält wesentliche Zielstellungen für überwiegend wirtschaftsrelevante Themen. Die Verwaltung hat die betreffenden Inhalte des Papiers, insbesondere im Bereich Wirtschaft und Tourismus, in ihre Arbeitsinhalte und ihre perspektivischen Aufgabenstellungen übernommen. Eine fortlaufende Berichterstattung ist insofern nicht umsetzbar, da es sich bei dem 10-Punkte-Papier um eine strategische Ausrichtung und weniger um konkrete Aufgabenstellungen handelt. Die Bearbeitung und der Austausch zu den Inhalten findet laufend durch die Zusammenarbeit mit den betreffenden Vereinen in Arbeitsgruppen, Gesprächsrunden und regelmäßigen Terminen mit dem Oberbürgermeister statt. Zu verschiedenen Punkten, wie zum Beispiel Hochschule, berichtet die Verwaltung zudem innerhalb anderer Beschlusskontrollen. Es wird daher vorgeschlagen, diesen Antrag als erledigt zu betrachten.

über- bzw. außerplanmäßige Aufwendungen / Auszahlungen im Haushaltsjahr

Mehraufwendungen / Mehrauszahlungen im Produkt: ---

Die Deckung erfolgt durch Mehrerträge / Mehreinzahlungen bzw. Minderaufwendungen / Minderausgaben im Produkt: ---

Die Entscheidung berührt das Haushaltssicherungskonzept:

☐ ja

Darstellung der Auswirkungen:

☒ nein

Anlagen:

keine

gez. Dr. Rico Badenschier
Oberbürgermeister