



## Antrag

TOP:  
Vorlagen-Nummer: **V/2013/12272**  
Datum: 26.11.2013  
Bezug-Nummer.  
PSP-Element/ Sachkonto: 1.11101.06/58110220  
Verfasser: Dr. Meerheim, Bodo  
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	18.12.2013	öffentlich Entscheidung
Ausschuss für Wirtschafts- und Wirtschaftsförderung sowie Beschäftigung	25.02.2014 25.03.2014	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Finanzen, städtische Beteiligungsverwaltung und Liegenschaften	18.03.2014 22.04.2014	öffentlich Vorberatung
Hauptausschuss	23.04.2014	öffentlich Vorberatung
Stadtrat	30.04.2014	öffentlich Entscheidung

**Betreff: Antrag der Fraktion DIE LINKE. im Stadtrat Halle (Saale) zur Abstimmung  
von Marketingaktivitäten in der Stadt Halle (Saale)**

### Beschlussvorschlag:

Die Verwaltung wird beauftragt, dem Stadtrat bis zum Mai 2014 eine mit wichtigen Partnern abgestimmte Konzeption zu den Marketingaktivitäten der Stadt Halle vorzulegen.

gez. Dr. Bodo Meerheim  
Vorsitzender der Fraktion

## **Begründung:**

Ziel des Antrages ist es, die unterschiedlichen Aktionen und Maßnahmen verschiedener Akteure in Halle im Bereich Marketing untereinander bekannt zu machen und - wo es möglich ist - abzustimmen. Mittel und Ressourcen sollen effektiver eingesetzt werden.

Derzeit bemühen sich verschiedene Institutionen, die Stadt Halle (Saale) und ihre Vorteile bei unterschiedlichen Zielgruppen bekannter zu machen, u.a. sind dies die Wirtschaftsförderung (und die von ihr beauftragte Agentur), die Stadtmarketinggesellschaft, ein Bereich für Öffentlichkeitsarbeit der Stadt (siehe Homepage), die Citygemeinschaft Halle e.V., verschiedene Interessengemeinschaften der Händler, Marketingabteilungen größerer städtischer und privater Unternehmen und der Universität bis hin zur Metropolregion Mitteldeutschland und deren Wirtschaftsinitiative.

Nach dem Vergleich der Präsentationen verschiedener vorgenannter Akteure im Wirtschaftsausschuss ergibt sich ein inhomogener Eindruck. Die Akteure scheinen bisher auf ihre Bereiche und Aktivitäten fixiert, obwohl diese sich teilweise überlagern. Punktuell wird das Nebeneinander als Interessenkonflikt wahrgenommen bzw. die Abstimmungen scheinen zu fehlen.

Exemplarisch sei in diesem Zusammenhang auf eine Stadtratsanfrage vom 27.06.2012 zur möglichen Zusammenarbeit der Stadtmarketinggesellschaft und der Wirtschaftsförderung verwiesen. Der Antwort zu Folge ist die explizite Aufgabe der Wirtschaftsförderung die Investorengewinnung. Dennoch finanziert die Wirtschaftsförderung aus ihrem knappen Etat auch Projekte zur Förderung des innerstädtischen Handels - vielleicht eher eine Angelegenheit der Citygemeinschaft. Nicht nur hier ist ein konzeptionelles Zusammengehen nötig.

Als Positivbeispiel einer gelungenen Kooperation wird übrigens in der gleichen Antwort die Bewerbung zur „Stadt der Wissenschaft“ genannt, bei der verschiedene Partnern wie z. B. die Wirtschaftsförderung und deren beauftragte Agentur, die Martin-Luther-Universität, die Leopoldina, die Burg Giebichenstein, Kunsthochschule Halle und die Stadtmarketing GmbH gut zusammenarbeiteten. Ein abgestimmtes Handeln ist also grundsätzlich möglich.