

Postulat Fraktion GFL/EVP (Rania Bahnan Buechi/Manuel C. Widmer, GFL): Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing neu andenken?

Die GFL/EVP kann der Planungserklärung No. 7 zum IAFP 2015-2018 zur PG 260100 (Wirtschaftsförderung) nicht zustimmen. Dies weniger aus inhaltlichen als aus formalen Gründen. Einerseits erachtet die Fraktion es als einen zu grossen Umbau in der Stadtverwaltung, als das er ohne sorgfältige vorherige Prüfung und Abklärung der Auswirkungen per Planungserklärung wirksam gefordert werden sollte. Andererseits gibt es neben der Wirtschaftsförderung auch das Stadtmarketing, welches die Stadt endlich professionell an die Hand nehmen sollte. Die praktische Erfahrung zeigt, dass, wer etwas *von* oder *in* Bern will, den Weg über die PRD nimmt – auch wenn die Wirtschaftsförderung in der SUE angegliedert ist. Es stellt sich daher die berechtigte Frage, ob ein der PRD angegliedertes Stadtmarketing die Aufgaben einer Wirtschaftsförderung nicht direkter wahrnehmen könnte – und ob es eine der Stadtverwaltung angegliederte Wirtschaftsförderung braucht oder ob diese Aufgabe auch ausgelagert werden könnte.

Die GFL/EVP bitten den Gemeinderat deshalb, folgende Schritte zu prüfen:

1. Es soll geprüft werden, ob ein der Präsidialdirektion PRD angegliedertes Stadtmarketing die heutigen Aufgaben der Wirtschaftsförderung der SUE übernehmen könnte. Dies gilt insbesondere für die an Mikrostandorten interessierten Unternehmen. Das Stadtmarketing soll als One-Stop-Shop für ansiedlungswillige Unternehmen fungieren.
2. Ob ein „Stadtmarketing“ die ansiedlungsinteressierten Unternehmen von einer an den Kanton oder einen verwaltungsexternen Auftragnehmer ausgelagerten Wirtschaftsförderung übernimmt oder selber im Rahmen eines Stadtmarketings Wirtschaftsförderung betreiben soll/muss – und welche operativen und finanziellen Vor- und Nachteile diese einzelnen Optionen hätten – ist ebenfalls zu prüfen.
3. Es ist zu prüfen, wie und wo eine professionelle Abteilung „Stadtmarketing“ sinnvollerweise aufgebaut werden könnte, welches in Zusammenarbeit mit dem Leistungserbringer gemäss Punkt 2 (Wirtschaftsförderung), Bern Tourismus und natürlich weiteren Playern folgende Ziele verfolgt: Steigerung der Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandort, Wohn-, Einkaufs- und Kulturort und (touristische) Destination. Insbesondere sind dabei Fragen des Citymarketings, des Stadtteilmarketings und des Verwaltungsmarketings unter Einbezug der folgenden Punkte zu beachten:
 - a. Aufbau, Korrektur und Pflege eines Stadtimages
 - b. Steigerung der finanziellen Handlungsspielräume der Akteure
 - c. Ausrichtung der städtischen Leistungen auf die Bürger
 - d. Steigerung der Identifikation der Bürger mit der Stadt
 - e. Steigerung der Zufriedenheit der unterschiedlichen Anspruchsgruppen mit der Stadt
 - f. Förderung der Zusammenarbeit wichtiger Handlungsträger der Stadt
 - g. Erhalt bzw. Steigerung der Einwohnerzahl („Kundenbindung“)
 - h. Bern gibt es nur einmal: Vereinheitlichung des Auftritts an allen Fronten (Marke, Logo...)
 - i. Förderung und Vereinfachung der Kommunikation zwischen Bürger/innen und Stadt/Verwaltung/... (www.bern.ch; Online-Schalter; Twitter; Facebook; ...)
4. Es ist zu prüfen, welche Dienstleistungen im Sinne von Punkt 3 heute von verschiedenen Dienststellen erbracht werden und was eine Zusammenfassung derselben für organisatorische und personelle Folgen hätte.

Bern, 22. Mai 2014

Erstunterzeichnende: Rania Bahnan Buechi, Manuel C. Widmer

Mitunterzeichnende: Daniela Lutz-Beck, Bettina Jans-Troxler, Daniel Klauser, Matthias Stürmer, Tania Espinoza Haller, Lukas Gutzwiller