



Protokollauszug aus der öffentliche/nichtöffentliche Sitzung des Hauptausschusses vom 11.09.2002

öffentlich

Top 6 Projektvorstellung Regionalmarketing und -management der Region um die Landeshauptstadt Potsdam

Herr Bornholdt vom Gemeindeforum Havelseen stellt das Projekt Regionalmarketing und –management der Region um die Landeshauptstadt Potsdam vor. (Dazu wurden an die Mitglieder des Hauptausschusses schriftliche Unterlagen ausgereicht.)

Er wolle dafür werben, eine Art Kooperation zu vereinbaren, um die Vielzahl der Bemühungen privater, kommunaler, behördlicher und anderer Akteure zu bündeln. Wichtige Bereiche regionaler Entwicklung sollen unter einem Dach gesammelt, entwickelt und vermarktet werden. Dazu ist die Gründung einer Agentur vorgesehen, die sich in 2 – 3 Jahren selbst tragen sollte.

Herr Mühlberg und Frau Geywitz verweisen auf schlechte Erfahrungen, insbesondere mit der PTM und fragen nach den für die Gemeinden und die Stadt Potsdam entstehenden Kosten. Ebenso äußern Herr Dr. Arlt und Frau Dr. Lotz Bedenken zu diesem Vorhaben und sprechen sich für eine gründliche Prüfung und Diskussion aus.

Herr Dr. Scharfenberg bittet die Verwaltung, ihren Standpunkt darzulegen. Aus seiner Sicht sei die Region gut beraten, hier gemeinsam zu arbeiten; das vorgestellte Projekt wäre eine zu prüfende Variante, allerdings seien auch noch viele Fragen zu klären.

Der Bitte von Herrn Dr. Scharfenberg entsprechend führt Herr Goetzmann dazu aus, dass die Verwaltung intensiv in die Diskussion einbezogen worden sei. Die Stadt meine, hier einen richtigen Ansatz gefunden zu haben und das richtige Modell, was nun aber noch fundiert werden müsse. Auf Grund der Haushaltssituation könne der finanzielle Beitrag der Stadt nicht maßgeblich erhöht werden; ein Mehr an Kosten müsse aus der Wirtschaft kommen, dann wäre das eine gangbare Lösung. Schwierigkeiten sehe die Verwaltung noch in der Übernahme städtischer Aufgaben durch die Agentur, d.h. ob das durch die Agentur leistbar wäre. Ebenso bestehen Bedenken dahingehend, ob sich kleinere Gemeinden evtl. durch die Stadt „überfahren“ fühlen könnten. Deshalb müssen Schnittstellen definiert und Berührungspunkte gefunden werden, um die gewollten Effekte dann auch zu erreichen.

Bezogen auf die in den Ausführungen von Herrn Bornholdt erwähnte Studie bittet Herr Bruch zu prüfen, ob diese im Rahmen einer Diplomarbeit erarbeitet werden könne. Herr Jakobs sagt zu, diese Variante zu prüfen. Herr Mühlberg regt an, das Regionalmarketing nicht neu aufzulegen, sondern die hier genannten Gemeinden an der PT zu beteiligen. Diese existiere schon, könne das leisten und würde sich evtl. besser finanzieren.