



Interpellation

06/16 betreffend Standortmarketing Gemeinde Emmen

Standortmarketing ist die Ausrichtung einer Stadt oder Region, als Standortanbieter, an regionale, nationale und internationale Standortmärkte. Ziel ist die Beeinflussung der Standortentscheidungen von Unternehmen. Dabei richtet sich das Marketing auf die Sicherung bestehender Betriebsstätten sowie die Gewinnung von neuen ansiedlungswilligen Unternehmen. Standortmarketing umfasst neben der Beschaffung und Vermarktung von Grundstücken auch die Beeinflussung von Stadtentwicklung, der Infrastruktur, des Verkehrs und der Umwelt, um im Rahmen einer Produktpolitik die Standortbedingungen der Stadt für die Zielgruppe Unternehmen attraktiver zu gestalten. Darüber hinaus möchten die Betreiber des Standortmarketings mehr Bekanntheit und ein besseres Image bei der primären Zielgruppe Unternehmen erreichen sowie bei Touristen, Investoren, qualifizierte Arbeitskräfte, Familien werben und zusätzliche Kaufkraft an den Standort bringen.

Wir wissen nicht im Detail, wie die Gemeinde Emmen heute im Standortmarketing aufgestellt ist, darum bitten wir den Gemeinderat, uns folgende Fragen zu beantworten:

1. Welche Märkte und Zielgruppen möchte die Gemeinde erreichen und ansiedeln und welche von diesen kann man realistisch erreichen?
2. Wie wird allgemein in der Gemeinde Emmen das Standortmarketing definiert, gibt es jährlich definierte zu erreichende Ziele?
3. Hatten die Aktivitäten des Standortmarketings – im Sinne der gesetzten Ziele – Erfolg, in welchem Masse wurden sie erreicht?
4. Stehen Erfolg und Einsatz von Geld und Arbeit in einem angemessenen Verhältnis, wie hoch sind die gesamten finanziellen Aufwendungen des Standortmarketings pro Kalenderjahr?
5. Über welche Wege (Medien) und wie wird durch die Gemeinde Emmen Standortmarketing betrieben?
6. Anfangs 2015 starteten Ebikon, Emmen, Horw, Kriens und Luzern einen neuen Kooperationsprozess K5 mit fünf Handlungsfeldern, um unter anderem ein überkommunales Standortmarketing für Unternehmen und Arbeitskräfte zu etablieren. Hat man mit K5 schon Erfahrungswerte?
7. Wird das ortsansässige Gewerbe vom Standortmarketing der Gemeinde tatkräftig unterstützt und erhält so gute Rahmenbedingungen?
8. Wie viele Firmen sind neu zugezogen, wieviel abgewandert und weshalb?
9. Besteht ein „Reglement“, welches einsehbar ist, wie die Firmenbesuche jeweils abzulaufen haben?

10. Wie erfolgt die Auswahl der Firmenbesuche und wie viele sind pro Kalenderjahr eingeplant?
11. Wie hoch sind die jährlichen finanziellen Auswirkungen, welche rein diese Firmenbesuche verursachen?
12. Wie viele Vertreter der Gemeinde nehmen jeweils gesamthaft an diesen Firmenbesuchen teil, und wie hoch ist das totale zeitliche Engagement der Gemeindevertreter für die Firmenbesuche pro Kalenderjahr?
13. Was resultiert aus diesen Firmenbesuchen, gibt es eine Art „Beschluss-Sitzungsprotokoll“ mit den Feedbacks der Firmen, und werden anhand diesen Korrekturmassnahmen ergriffen?
14. Gibt es einen jährlichen Wirkungsbericht über das Standortmarketing?

Emmenbrücke, 4. März 2016

Namens der SVP Fraktion

Markus Greter