

3.3 Wertschöpfung im Gebiet

Neben Beschäftigung sowie Ausbildung und Qualifizierung ist Wertschöpfung im Gebiet ein weiteres zentrales Handlungsfeld zur Förderung der Lokalen Ökonomie. In diesem Handlungsfeld werden ökonomische mit sozialen und gemeinwesenorientierten Zielen verbunden. Dabei stehen „soziale Unternehmen“ des „Dritten Sektors“ (beispielsweise gemeinwesenbezogene Stadtteilbetriebe, Stadtteilservices, hauswirtschaftliche Dienstleistungsagenturen, Schulküchen, Stadtteil- und Kulturcafés) mit ihrer starken Ausrichtung an lokalen Bedarfen als Akteure im Vordergrund. Mit ihren Aktivitäten ergänzen sie die soziale und kulturelle Infrastruktur sowie das lokale Angebot an Waren, personen-, haushalts-, und gemeinwesenbezogenen Dienstleistungen. So wird nicht nur die Versorgung im Gebiet verbessert, sondern auch das Zusammenleben im Stadtteil intensiviert und ein Beitrag zur sozialen Integration geleistet.

Strategien in diesem Handlungsfeld sind:

- *Förderung der Sozialen Ökonomie*, das heißt von Organisationsstrukturen und/oder von Betrieben, die unter anderem lokal nachgefragte, aber nicht über den Markt oder die öffentliche Hand anbietbare Dienstleistungen erbringen oder die Nahversorgung im Gebiet mit preiswerten Waren sicherstellen. Diese Gemeinwesenprojekte sind zum Teil mit Beschäftigungsmaßnahmen gekoppelt;
- *Einrichtung von Vor-Ort-Büros für Wirtschaftsentwicklung* zur Übernahme von Aufgaben der Beschäftigungsförderung (beispielsweise aufsuchende und begleitende Beratung sowie Qualifizierung von Einzelbetrieben, Existenzgründungsförderung, Initiierung von Netzwerken und Kooperationen, Imagearbeit, Einbindung von wirtschaftsrelevanten Einrichtungen);
- *Förderung von ehrenamtlichem Engagement* zur Verbesserung der personellen Ausstattung und Sicherung der Kontinuität von Projekten der Sozialen Ökonomie.

Beispiel

Büro für Wirtschaftsentwicklung Duisburg – Marxloh, Nordrhein-Westfalen

Projektbeschreibung

Anfang 1996 wurde das Büro für Wirtschaftsentwicklung (BfW) der EG DU Entwicklungsgesellschaft Duisburg mbH im Stadtteil Marxloh eingerichtet, um die Beschäftigungs- und Versorgungssituation im Gebiet zu verbessern, Abwanderungen und Kaufkraftabflüsse zu stoppen sowie die Identifikation von Bewohnerinnen und Bewohnern sowie Gewerbetreibenden mit ihrem Stadtteil zu stärken und damit Eigenaktivitäten in Marxloh zu fördern.

Schwerpunkt der Arbeit ist zum einen die Schaffung von Beratungsangeboten für Existenzgründer und lokale Betriebe. Die Angebotspalette umfasst: Klärung von Standortfragen, Beratungsgespräche, Überprüfung von Unternehmenskonzepten, Hinweise auf Finanzierungsmöglichkeiten sowie Mobilisierung von Gewerbeflächen und -räumen. Zum anderen initiiert das BfW Kooperationsstrukturen zwischen deutschen und nicht-deutschen Unternehmen, aber auch zwischen den ausländischen Unternehmen selbst. Zur Förderung der stärkeren Vernetzung zwischen in- und ausländischen Gewerbetreibenden richtete die EG DU beispielsweise in Kooperation mit dem Werbering e.V. und dem türkischen Unternehmerverband (TIAD) eine Kooperationsstelle ein. Das BfW veranstaltet in Kooperation mit der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Duisburg mbH mehrmals jährlich in den jeweiligen Stadtteilen Unternehmerstammtische, um Handlungsstrategien und Perspektiven zur Stärkung des Einzelhandels und der Unternehmensstruktur zu entwickeln. Die im Jahr 2000 aus dem Unternehmerstammtisch hervorgegangene „Arbeitsgruppe Stadtteilmarketing“ hat in Kooperation mit weiteren lokalen Akteuren eine Stärken-Schwächen-Analyse erarbeitet und sich mit der Entwicklung eines Leitbilds für Marxloh befasst. Darüber hinaus hat die Arbeitsgruppe ein Konzept zum Stadtteilmarketing entwickelt und verschiedene konkrete Maßnahmen umgesetzt, um das Image von Marxloh zu verbessern und die lokale Wirtschaft zu fördern.

Seit 1999 hat das BfW seine Aktivitäten auch auf den Stadtteil Hochfeld und seit 2001 auf den Stadtteil Beeck ausgeweitet.

Good-Practice-Begründung

Das BfW *befähigt und qualifiziert* durch seine Beratungsangebote Existenzgründer und lokale Unternehmer. Mit der Initiierung von *Kooperationen unterschiedlicher Akteure* trägt es zum *Aufbau langfristig selbsttragender Strukturen im Stadtteil* bei. Darüber hinaus zeichnet sich diese Fachabteilung der EG DU durch einen *hohen Grad an Förde-*



Foto: Entwicklungsgesellschaft Duisburg mbH

ung der *Eigeninitiative* aus, da die lokalen Akteure in der „Arbeitsgruppe Stadtteilmarketing“ eigenständig Stadtteilaktivitäten entwickeln und umsetzen. Die gezielte Förderung der lokalen Ökonomie durch das BfW stabilisiert das Gebiet und hat damit *Impulswirkung für die Stadtteilentwicklung*.

Projektträger und Beteiligte

- EG DU Entwicklungsgesellschaft Duisburg mbH, Büro für Wirtschaftsentwicklung

Zielgruppen

- Initiativen/Vereine
- Unternehmen/Gewerbetreibende
- Existenzgründer/Ausländische Unternehmen

Projektkosten und Finanzierung

- EU-Fördermittel
(z.B. URBAN und Ziel-2-Förderung)
- Mittel der Städtebauförderung von Maßnahmen zur Stadterneuerung
- Mittel aus Landesprogrammen
(z.B. Förderung von Stadt- und Regionalmarketing)



Foto:
Entwicklungsgesellschaft Duisburg mbH

1996 mit URBAN (EU-Gemeinschaftsinitiative URBAN II zur wirtschaftlichen und sozialen Wiederbelebung krisenbetroffener Städte und Stadtviertel)-Mitteln gegründet, erste Laufzeit bis 1998, über Nachtrag an URBAN und damit an Förderlimit 1999 angeglichen. Seitdem Mittel der Städtebauförderung zur Förderung von Maßnahmen sowie Landesmittel für einzelne Projekte (Stadtteile mit besonderem Erneuerungsbedarf).

Laufzeit

- Seit Januar 1996 fortlaufend

Weitere Informationen

- *Austermann, Klaus (Verf.); Zimmer-Hegmann, Ralf (Verf.); Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Analyse der Umsetzung des integrierten Handlungsprogramms für Stadtteile mit besonderem Erneuerungsbedarf, Dortmund 2000*
- *Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Lokale sozio-ökonomische Strategie in Stadtteilen mit besonderem Erneuerungsbedarf, Dortmund 2000*
- www.eg-du.de

*Ansprechpartnerin und -partner**

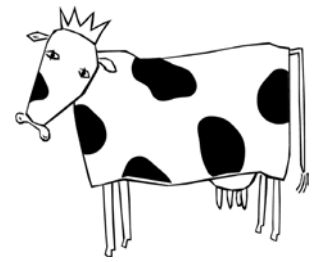
<i>Projektebene</i>	<i>Kommunalebene</i>
<p>Anke Gorres</p> <p>Büro für Wirtschaftsentwicklung Willy-Brandt-Ring 44 (Schwelgern-Stadion) 47169 Duisburg-Marxloh</p> <p>E-Mail: agorres@eg-du.de Telefon: +49 (0)203/99429-31 Telefax: +49 (0)203/99429-33 www.eg-du.de</p> <p>Ercan Idik</p> <p>Büro für Wirtschaftsentwicklung Willy-Brandt-Ring 44 (Schwelgern-Stadion) 47169 Duisburg-Marxloh</p> <p>E-Mail: eidik@eg-du.de Telefon: +49 (0)203/99429-32 Telefax: + 49 (0)203/99429-33 www.eg-du.de</p>	<p>Keine</p>

*Stand 2003

Beispiel

Q.pong

Gutscheinheft zur Förderung sozialer und kultureller Projekte



Saarbrücken – Nauwieserviertel, Saarland

Projektbeschreibung

Zur Unterstützung der Lokalen Ökonomie und zur Förderung von sozialen und kulturellen Projekten im Quartier wird im Saarbrücker Nauwieserviertel seit Oktober 2001 ein Rabattheft herausgegeben. Das Q.pong-Heft ist eine Gutscheinsammlung mit rund 40 Bons von Einzelhandels-, Gastronomie- und Handwerksbetrieben aus dem Quartier. Einzelne Unternehmen bieten durch die Gutscheine vergünstigte Waren und Dienstleistungen an. Im ersten Durchlauf wurde das Gutscheinheft, das einen Gegenwert von rund 500 DM hatte, wenn alle Bons eingesetzt wurden, zum symbolischen Preis von 15 DM angeboten. (Das zweite Heft kostete 7,50 Euro mit einem Gesamtwert von rund 300 Euro.) Nach dem Kauf des Heftes können sechs Monate lang Gutscheine eingelöst, dabei Geld gespart und die Einkaufs- und Unterhaltungsmöglichkeiten sowie Dienstleistungen im Nauwieserviertel ausprobiert werden. Die lokale Wirtschaft im Quartier kann sich durch die Werbung im Gutscheinheft und durch die Gutscheine selbst der Käuferschaft auf eine neue Weise präsentieren. Damit werden Kaufkraft in das Gebiet gelenkt und die Bevölkerung an die Geschäfte und Einrichtungen gebunden.

Mit dem Erlös der Hefte werden soziale und kulturelle Maßnahmen im Gebiet unterstützt. Über die Vergabe der Verkaufserlöse entscheidet eine Jury aus Käuferinnen und Käufern des Gutscheinheftes. Durch die erste Auflage (1 000 Hefte) konnten acht Einrichtungen im Nauwieserviertel mit insgesamt rund 7 000 Euro unterstützt werden; unter anderem gehörten dazu der Verein Therapie Interkulturell e.V. in seiner Arbeit mit Flüchtlingsfrauen, der Kulturverein in Gründung „Rockstar e.V.“ für die Organisation von Veranstaltungen, der Förderverein Grundschule und Halboffener Hort Rotenberg e.V. für Hausaufgabenbetreuung und Sprachförderung sowie das Kino 8½ für seine Filmangebote. Die Idee und das Konzept für das Q.pong-Heft wurden vom Netzwerk Selbsthilfe Saar e.V. entwickelt.

Good-Practice-Begründung

Das „Q.pong“-Heft ist ein *Mehrzielprojekt*, denn neben der Erhöhung der Wertschöpfung im Gebiet können die Käuferinnen und Käufer vergünstigt konsumieren und unterstützen gleichzeitig kulturelle und soziale Initiativen, deren Arbeit der gesamten Stadtteilentwicklung förderlich ist. Die zweite Auflage des Heftes hat bereits gezeigt, dass die Anschubfinanzierung einen *Beitrag zum Aufbau langfristig selbsttragender Strukturen* leisten konnte, und dass eine *dauerhafte finanzielle Sicherung* nunmehr auch ohne Fördermittel möglich ist.

Projektträger und Beteiligte

- Netzwerk Selbsthilfe Saar e.V. (Projektträger)
- Landeshauptstadt Saarbrücken, Stadtplanungsamt (Projektträger)
- Einzelhandel, Unternehmen und Einrichtungen im Nauwieserviertel
- Käuferschaft im Nauwieserviertel
- Soziale und kulturelle Projekte, die sich im Nauwieserviertel engagieren

Zielgruppen

- Lokales Gewerbe
- Käuferschaft im Nauwieserviertel
- Soziale und kulturelle Projekte, die sich im Nauwieserviertel engagieren

Projektkosten und Finanzierung

Erstes Q.pong-Heft

- 8 255 DM Bund-Länder-Programm Soziale Stadt (Anschubfinanzierung)
- 7 500 DM Mittel aus Landesprogrammen: Totomittel des Ministeriums für Frauen, Arbeit, Gesundheit, Soziales
- 750 DM Stiftungsgelder: Stiftung Mitarbeit
- 1 850 DM Sonstige private Mittel: Bearbeitungsgebühr von den beteiligten Unternehmen

Zweites Q.pong-Heft

Für das zweite Q.pong-Heft standen keine öffentlichen Fördergelder mehr zur Verfügung. Es wurde aus Werbeeinnahmen und der inzwischen erhöhten Bearbeitungsgebühr von den beteiligten Unternehmen finanziert. Auch leistete der Netzwerk Selbsthilfe Saar e.V. einen finanziellen Beitrag. Die Gesamtkosten waren deutlich geringer, da das Layout des Heftes mit seinem Logo von der ersten Ausgabe übernommen wurde.



Laufzeit

- Seit Oktober 2001 fortlaufend

*Ansprechpartnerinnen und -partner**

<i>Projektebene</i>	<i>Kommunalebene</i>
<p>Antje Blacha Rolf Lauermann Illi Reusch</p> <p>Netzwerk Selbsthilfe Saar e.V. Nauwieserstraße 19, 66111 Saarbrücken</p> <p>E-Mail: Netzwerk@t-online.de Telefon: +49 (0)681/371502 Telefax: +49 (0)681/376012 www.nauwieser19.de/Netzwerk/netzwerk.htm</p>	<p>Uli Heimann</p> <p>Landeshauptstadt Saarbrücken Stadtplanungsamt Bahnhofstraße 31, 66111 Saarbrücken</p> <p>Telefon: +49 (0)681/905-4078 Telefax: +49 (0)681/905-4155</p>

*Stand 2003