



Gute Lage

Ein Standort mit Tradition blickt in die Zukunft: Derzeit werden 1,2 Mrd. Euro in Mannheim investiert. Regelmäßig schneidet die Stadt im Vergleich mit anderen deutschen Standorten gut ab. Zuletzt stand ein siebter Platz im Städte-Ranking der „Wirtschaftswoche“ zu Buche. Die Arbeitslosenquote erreichte 2008 den niedrigsten Stand seit 1992.

Starke Branchen

Mannheim profitiert von einer ausgewogenen Wirtschaftsstruktur. Die größten Arbeitgeber sind Daimler, Roche, die Universitätsklinik sowie John Deere.

Guter Mix

Wirtschaftszweige in Mannheim

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Handel u. Verkehr, Gastgewerbe 23%

Baugewerbe 5%

Verarbeitendes Gewerbe 27%

Gesamt: 162.346

Sonstige Dienstleistungen 43%

Land- u. Forstwirtschaft 2%

Handelsblatt | Stand: 31.12.2007; Quelle: Stadt Mannheim

INHALT

Gut gehandelt:

Investitionen in Ladenlokale machen die City zur Top-Einkaufszone. **SEITE B 2**

Gesundes Wachstum:

Die großen Pharmafirmen stärken den Standort. **SEITE B 2**

Mit Bio an die Spitze:

Die Region Rhein-Neckar will europaweit mit Life Sciences punkten. **SEITE B 3**

Auf dem Sprung:

Das Kongresszentrum Rosengarten will im Jahr 2009 Gewinne schreiben. **SEITE B 3**

Klima-Allianz:

Versorger und Stadt gehen gemeinsame Wege. **SEITE B 4**

IMPRESSUM

Redaktion: Thomas Mersch, Stefan Merx, Harry Pannenbecker, Andreas Schulte

Layout: Ute Doerenkamp

Bildredaktion: Iris Zielinski

Anzeigen:

iq media marketing gmbh

Verantwortlich: Ute Wellmann

E-Mail: u.wellmann@iqm.de

STEPHANIE HÜGLER | MANNHEIM

Simon Sauter ist zuversichtlich, den Termin für den Baubeginn halten zu können. Ende März will der Pharmahersteller Roche in Mannheim den Grundstein für ein Gebäude zur Produktion von Immundiagnostik legen. Sauter, bei Roche in Mannheim Leiter des Ingenieurwesens und zuständig für Bauprojekte, ist mit der Unterstützung durch die Stadt zufrieden. „Vor allem bei großen Projekten ist eine kurze Bearbeitungszeit seitens der Verwaltung wichtig. Den Bauantrag für unsere Immundiagnostikproduktion haben wir kurz vor Weihnachten eingereicht. Schon am nächsten Tag erhielten wir die Vollständigkeitsbestätigung.“ Für solche Verfahren sind andernorts durchaus bis zu zehn Tage üblich. Jetzt rechnet man bei Roche jeden Augenblick mit der Baugenehmigung für das 54 Mio. Euro teure Projekt.

Mannheim ruht sich auf dem Erfolg nicht aus: Die Stadt will ihre Verwaltung mit einem Mammutprojekt weiter auf Vordermann bringen, obwohl die Mühlen hier schon jetzt schneller mahlen als in den meisten anderen Kommunen. Im Städtevergleich landet Mannheim bei Effizienzrankings regelmäßig im ersten Drittel. Doch klar ist auch: „Mannheim steht innerhalb des internationalen Roche-Konzerns als Standort im Wettbewerb“, sagt Sauter. Für Oberbürgermeister Peter Kurz ist eine effiziente Verwaltung Chefsache: „Im Jahr 2013 wollen wir die modernste Verwaltung Deutschlands haben“, sagt er. Die Verwaltung solle die Stadt mitgestalten.

Das engagierte Ziel ist Teil des sogenannten „Change“-Prozesses der Stadt, innerhalb dessen ein Masterplan mit derzeit 33 Teilprojekten den Fahrplan zum Verwaltungsumbau bis 2013 vorgibt. Eines der großen Projekte des Plans, den die Stadt seit 2008 umsetzt: mehr Nähe zu Unternehmen und Bürgern.

Ein Ansprechpartner hilft Unternehmen bei allen Fragen

Davon möchte auch Roche profitieren, das neben der Immundiagnostik in eine Produktion für medizinische Spritzen investieren will. Denn wer in Mannheim bisher eine Baugenehmigung für ein Unternehmen brauchte, musste oft noch den Marsch durch die Instanzen antreten. Das Bauamt schickte ihn zum Fachbereich für Sicherheit und Ordnung, dieses verlangte ein Schreiben des Grundbuchamts. Das soll nun anders werden, sagt Gerhard Mersmann, Leiter der eigens gebildeten Fachgruppe Verwaltungsarchitektur 2013. „Wir wollen unser Sparten denken abstellen und es dadurch der Industrie leichter machen.“ Zukünftig soll es auf Seiten der Verwaltung nur noch einen Ansprechpartner für alle Angelegenheiten eines Unternehmens geben.

Auf ihrem Weg zur modernsten Stadtverwaltung hat die Stadt im Februar ein wirtschaftspolitisches Leit-

Fünfjahresplan bringt Schwung ins Amt



Aufstrebender Standort: Mannheim – im Bild der Wasserturm – verbindet Lebensqualität mit hoher Wirtschaftskraft. Eine schlanke Bürokratie soll die Position weiter verbessern.

bild beauftragt – auch das ist in Mannheim eine Sache der Verwaltung: „Wirtschaftsförderung ist eine Querschnittsaufgabe, die die gesamte Stadtverwaltung umfasst“, sagt Wirtschaftsdezernent Michael Grötsch. Das Leitbild soll die Alleinstellungsmerkmale der Stadt darstellen. Dazu hat die Verwaltung die beiden Wirtschaftsberatungsgesellschaften Experconsult und Roland Berger Strategy Consultants mit ins Boot geholt. Im Herbst sollen sie Ergebnisse vorlegen. „Die werden die Grundlage unserer zukünftigen Arbeit bilden“, sagt Grötsch.

OB Kurz hat unabhängig von der Studie angekündigt, dass die Stadt neben den etablierten Wirtschaftszweigen Fahrzeugbau, Pharma und Einzelhandel auch auf zwei jüngere Branchen setzt, die Wachstum versprechen: die Medizintechnik und die Kreativwirtschaft. Im Fahrzeugbau und in die Pharmaindustrie sind in der Stadt jeweils rund 13.000 Menschen beschäftigt, im Einzelhandel immerhin 10.000.

Die Metropolregion Rhein-Neckar mit ihrem Zentrum Mannheim gilt auch als führender Life-Science-Standort. Die Heidelberger Universi-

Im Jahr 2013 will Mannheim Deutschlands modernste Verwaltung haben

tät genießt Weltruf in der Medizin, und darüber hinaus befindet sich eines der größten Chemie-Cluster Europas in der Region. „Diese Unternehmen sollen vor Ort qualifizierte Fachkräfte finden“, sagt Mersmann. Deshalb will die Verwaltung in die Berufsschulen investieren. Zusammen mit dem Land plant sie, ihnen ein eigenes Budget zu geben. So könnten sie gezielter ausbilden.

Am Beispiel der Musikwirtschaft hat Mannheim vorgemacht, wie eine

Stadtverwaltung Wachstum fördern kann. Von der Musik leben in Mannheim bereits 4.000 Menschen. Mit Popakademie, dem Gründerzentrum Musikpark und der Popförderung der Stadt hat sich binnen fünf Jahren ein eigenständiger Wirtschaftszweig entwickelt. Er strahlt auf die Kreativwirtschaft aus. „Ich habe den Eindruck, dass die gesamte Kreativwirtschaft bei der Stadt immer weiter an Stellenwert gewinnt“, sagt Robin Ebinger, Marketingleiter der Mann-

heimer Event-Agentur Cosmopop. So fördern sie ein von Cosmopop veranstaltetes Festival für elektronische Musik. „Viele solche Projekte wären ohne Unterstützung unmöglich“, sagt Ebinger. Zur Förderung von Kreativen gehöre indes auch, dass man sich in ihre Köpfe hineindefenkt, sagt Mersmann. Man müsse sich fragen, was die Kreativen wünschen – zum Beispiel Partner in der Verwaltung, „die nicht den Ordnungsfutzi raushängen lassen“.

SECHS FRAGEN AN: PETER KURZ

„Wir wollen Talente für Mannheim gewinnen“

Mannheim hat den Plan gefasst, bis zum Jahr 2013 die modernste Verwaltung Deutschlands zu haben. Was werden Sie tun?

Unser großes Ziel ist, eine Art Agentur für Stadtgestaltung zu werden. Die Verwaltung soll nicht nur ein guter Dienstleister sein, etwa beim Ausstellen von Führerscheinen und Personalausweisen. Wir wollen auch Einfluss auf die Entwicklung der Stadt insgesamt nehmen. Dafür wollen wir das Bewusstsein stärken und noch effektiver werden.

Ende Januar hat die Stadt zudem eine wirtschaftspolitische Strategie vorgestellt: Darin heißt es: „Mannheim gewinnt überdurchschnittlich viele Unternehmen und Existenzgründer.“ Wie soll dies geschehen?

Wir wollen die Organisation der Wirtschaftsförderung verbessern und herausfinden, in welchen Feldern wir überdurchschnittlich viele Institutionen und Unternehmen haben, die als Cluster zusammenwirken können. Für diese werden wir jeweils eine eigene Strategie festlegen.

An welche Branchen denken Sie? Ein Feld wird die Kreativwirtschaft sein, andere die Logistik und Medizintechnik. Auch an den Clustern der Metropolregion möchten wir uns beteiligen, etwa an der organischen Elektronik oder der molekularen Medizin. Zudem wollen wir gezielt Ta-



PETER KURZ
Oberbürgermeister der Stadt Mannheim

lente fördern. Wir möchten feststellen, für welche Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer der Standort Mannheim attraktiv ist, und diese dann für uns gewinnen.

Wie gelingt es, solche Talente zu finden?

Zum einen wollen wir analysieren, wen wir für die Zukunft unserer Stadt benötigen und Mannheim mit seinem besonderen Profil bei diesen Zielgruppen bekannter machen. Dies geschieht zum Beispiel mit klassischen Marketing- und PR-Maßnahmen wie gemeinsamen Auftritten mit Unternehmen aus der Region bei Talentbörsen von Universitäten. Zum anderen wollen wir im Rahmen der kommunalen Bildungspolitik jungen Menschen, die in Mannheim aufwachsen, für jedes Lebensalter passende Bildungsangebote machen und dafür sorgen, dass sie diese auch erfolgreich wahrnehmen.

Stichwort Bildungsgerechtigkeit: Auch dies ist ein Thema der Strategie...

Dieses Thema ist uns sehr wichtig. In Mannheim leben Menschen aus über

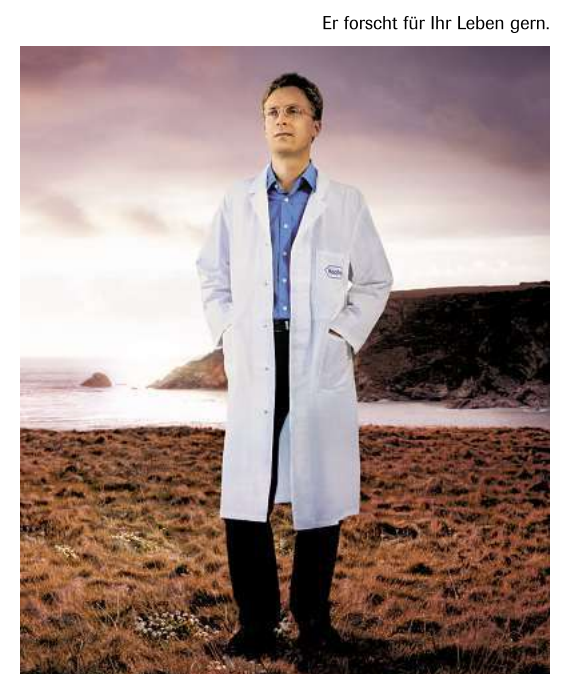
160 Nationen und vielen sozialen Schichten. Meist fallen gerade diejenigen aus dem Bildungssystem heraus, deren Eltern schon keinen Schulabschluss haben. Das ist ein großes Problem. Wir wollen den Bildungserfolg der Einzelnen dadurch erhöhen, dass wir möglichst früh mit einer Förderung beginnen. So haben wir etwa das Projekt „Willkommen im Leben“ gestartet, bei dem wir alle Familien von Neugeborenen besuchen, um frühzeitig festzustellen, wo Unterstützungsbedarf besteht.

Die neue Strategie geht von einem überdurchschnittlichen Engagement der Mannheimer Bürger aus. Wie will die Stadt sie darin unterstützen?

Für die Entwicklung von Städten ist das Engagement ihrer Bürger entscheidend. Und die Bürger Mannheims identifizieren sich stark mit der Stadt. Wir wünschen uns eine stärkere Einbeziehung von Bürgern in Planungen. Wir wollen Menschen gezielt ansprechen, damit sie sich mit ihren Überlegungen aktiv einbringen. Dadurch erhöhen wir die Akzeptanz für bestimmte Projekte. Bei schwierigen Entscheidungen haben wir zum Beispiel Räumlichkeiten für eine Diskussion organisiert und Moderatoren beauftragt. Damit haben wir bereits gute Erfahrungen gemacht.

Die Fragen stellte Stephanie Hüglér.

DR. CHRISTIAN KLEIN, GESUNDHEITSPIONIER, IST DEM KREBS AUF DER SPUR.



Er forscht für Ihr Leben gern.

Gemeinsam mit über 11.000 Mitarbeitenden von Roche Diagnostics in Deutschland arbeitet Dr. Christian Klein an Innovationen für die Gesundheit. Mit Hilfe modernster molekularbiologischer Verfahren forscht er nach neuen Ansätzen in der Krebstherapie. So kann er biologische und chemische Substanzen schneller daraufhin überprüfen, ob sie sich zur Behandlung von Krebs eignen. Vielversprechende Wirkstoffe lassen sich auf diese Weise schneller finden – und zu Medikamenten weiterentwickeln, die die Therapiechancen und somit die Lebensqualität von Krebspatienten und -patientinnen verbessern.

www.gesundheitspioniere.de
www.roche.de



Innovation für die Gesundheit