

HP, 1.12.12

Lob für Wirtschaftsstandort Hanau

Überwiegend positive Bewertungen bei Umfrage unter Unternehmern / Aber Nachholbedarf in Sachen Image

HANAU ■ „Hohe Zufriedenheit“ mit dem Wirtschaftsstandort Hanau und der Arbeit der Wirtschaftsförderung Hanau“, ergab eine Umfrage der LQM Marktfor- schung GmbH bei mehr als 100 Hanauer Unternehmen. Am Image der Stadt müsse jedoch weiter gefeilt werden, waren sich viele der Führungskräfte einig. Die Befragung erfolgte telefonisch. Da bei beantworteten 102 Unternehmer 26 Fragen.

Als „besonders erfreulich“ nennt Wirtschaftsdezernent Dr. Ralf-Rainer Piesold (FDP) die Tatsache, dass die befrag-

tung wird seit dem 1. Januar 2010 als GmbH geführt. Wie die Umfrage ergab, schätzen die Unternehmen in Hanau die Arbeit der Wirtschaftsförderung und nehmen sie auch gerne in Anspruch: Ein Drittel der befragten Unternehmen hatte schon einmal in den letzten zwölf Monaten Kontakt. Diese Unternehmen geben in allen Belangen eine positivere Bewertung ab. „Die kontinuierliche Arbeit der Wirtschaftsförderung trägt Früchte. Die Aktivitäten werden von den Unternehmen bemerkt und positiv bewertet,

das zeigt sich auch im Vergleich zu anderen Kommunen“, meint Ute Kerber, Geschäftsführerin der LQM Marktforschung. Mehr Informationen wünschten sich Unternehmen jedoch zum Thema „Fördermöglichkeiten“, berichtet Erika Schulte, Geschäftsführerin der Hanau Wirtschaftsförderung GmbH. „Hier weisen wir auf die Beratungen der Verbände und der Hausbanken hin. Eine direkte Förderung mit Geldmitteln ist Kommunen schon aufgrund des EU-Rechtes verboten, auch wenn der Begriff „För-

derung“ in unserem Namen enthalten ist“, so Schulte.

Ebenfalls auf der Wunschliste vieler Unternehmen standen mehr Werbung und eine bessere Vermarktung des Standorts Hanau insgesamt. Das Image der Stadt werde oft kritisch wahrgenommen, hieß es im Bericht. „Wir wissen, dass Hanau ein Imageproblem hat. Aber wir arbeiten sehr hart daran, das zu ändern. In den vergangenen Jahren hat sich da viel getan“, findet Piesold.

Zum einen trügen die Stadtentwicklungsprojekte „Innenstadt-Umbau“ und „Konversion“ zur Imageverbesserung bei - zum anderen arbeiteten städtische Unternehmenungen wie die Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit und die Tourist-information mit allen Kräften daran, die vielen positiven Seiten Hanaus für die Öffentlichkeit sichtbar zu machen. „Dass diese Maßnahmen Wirkung zeigen, beweisen die steigenden Einwohnerzahlen. Seit Januar 2010 haben wir ein Plus von 2720 Hanauerinnen und Hanauer. Diese Zahl spricht für sich“, so Piesold. ■ did

WA, 27.11.12

Hanauer Firmen sind zufrieden mit Standort

Umfrage bei mehr als 100 Hanauer Unternehmen

Hanau (pm/upn). „Hohe Zufriedenheit“ mit dem Wirtschaftsstandort Hanau und der Arbeit der Wirtschaftsförderung Hanau“, ergab eine Umfrage der LQM Marktforschung GmbH bei mehr als 100 Hanauer Unternehmen. Am Image der Stadt müsse jedoch weiter gefeilt werden, hier gäbe es Verbesserungspotenzial, waren sich viele der Führungskräfte einig.

Als „besonders erfreulich“ wertet Wirtschaftsdezernent Dr. Ralf-Rainer Piesold in einer Pressemitteilung die Tatsache, dass die befragten Führungskräfte die wirtschaftliche Entwicklung in Hanau als positiv bewerteten und auch optimistisch in die Zukunft blickten. Mehr als 40 Prozent der Unternehmen planten in den kommenden Jahren eine Steigerung von Investitionen und/oder die Erhöhung der Zahl der Mitarbeiter.

Die Hälfte der Befragungsteilnehmer habe für ihr Unternehmen Expansionspläne, ergab die Umfrage. „Die wirtschaftsfreundliche Atmosphäre in Hanau – gepaart mit den optimistischen Prognosen der hiesigen Unternehmen – zeigt, dass die Wirtschaftsförderung den richtigen Weg eingeschlagen hat“, so Piesold. „Unser explizites Ziel ist es, den Wirtschafts- und Logistikstandort Hanau voranzubringen, indem wir sowohl ansässige Unternehmen unterstützen als auch Existenzgründungen und Neuansiedlungen von Gewerbe fördern.“ Dazu gehöre auch der regelmäßige

Austausch mit den Handelnden in den Unternehmen, so der Stadtrat.

Eine der Säulen des wirtschaftsfreundlichen Klimas in Hanau bilde die Arbeit der Wirtschaftsförderung. Wie die Umfrage ergeben habe, schätzten die Unternehmen in Hanau die Arbeit der Wirtschaftsförderung und nehmen sie auch gerne in Anspruch: Ein Drittel der befragten Unternehmen habe schon einmal in den letzten zwölf Monaten Kontakt. Diese Unternehmen geben in allen Belangen eine positive Bewertung ab. „Die kontinuierliche Arbeit der der Wirtschaftsförderung zeigt Früchte. Die Aktivitäten werden von den Unternehmen bemerkt und positiv bewertet, das zeigt sich auch im Vergleich zu anderen Kommunen“, diese Schlussfolgerung zieht Ute Kerber, Geschäftsführerin der LQM Marktforschung, aus den Ergebnissen. „Das Hauptergebnis der diesjährigen Befragung zeigt, dass die Unternehmen unsere Anstrengungen honorieren, so Erika Schulte, Geschäftsführerin der Wirtschaftsförderung GmbH.

Auf der Wunschliste vieler Unternehmen standen mehr Werbung und eine bessere Vermarktung des Standorts Hanau insgesamt. Das Image der Stadt würde oft kritisch wahrgenommen, hieß es im Bericht. „Wir wissen, dass Hanau ein Imageproblem hat. Aber wir arbeiten sehr hart daran das zu ändern. In den vergangenen Jahren hat sich da viel getan“, so Piesold.