

**Beschlussvorlage**

zur Behandlung in **öffentlicher Sitzung**

**Betreff**

**Nicht finanzielle Unterstützung von Kölner Unternehmen, die sich für den Standort Köln stark gemacht haben**

**Beschlussorgan**  
Wirtschaftsausschuss

Beratungsfolge	Abstimmungsergebnis						
	Datum/ Top	zugestimmt Änderungen s. Anlage Nr.	abge- lehnt	zu- rück- ge- stellt	verwiesen in	ein- stim- mig	mehr- heitlich gegen
Wirtschaftsausschuss	24.08.2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

**Beschlussvorschlag einschl. Deckungsvorschlag, Alternative**

In einigen Städten, u.a. in Essen, ist es üblich, mit dem Aufdruck von Unternehmenslogos auf städtischen Schreiben nicht finanzielle Wirtschaftsförderung zu betreiben. Dem dazu für die Stadt Köln entwickelten Verfahrensvorschlag stimmt der Wirtschaftsausschuss zu und beauftragt die Verwaltung das vorliegende Konzept der nicht finanziellen Wirtschaftsförderung als Pilotprojekt für 2 Jahre umzusetzen und dem Wirtschaftsausschuss halbjährlich einen Vorschlag mit geeigneten Unternehmen zur Entscheidung vorzulegen.

Die Logo-Aufbringung auf die Briefumschläge muss einen Bezug zum Standort Köln haben und wird durch den Satz: „Die Wirtschaftsförderung der Stadt Köln informiert:“ eingeführt.

**Haushaltsmäßige Auswirkungen**

<input checked="" type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> ja, Kosten der Maßnahme	Zuschussfähige Maßnahme ggf. Höhe des Zuschusses	<input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja	Jährliche Folgekosten a) Personalkosten    b) Sachkosten	
	€	%	€	€	€
Jährliche Folgeeinnahmen (Art, Euro)			Einsparungen (Euro)		

**Problemstellung des Beschlussvorschlages, Begründung, ggf. Auswirkungen****Möglichkeiten der nicht finanziellen Wirtschaftsförderung**

Immer wieder werden Anfragen an das Dezernat für Wirtschaft und Liegenschaften herangetragen, wie die Stadt Köln Unternehmen unterstützen kann, die nach Köln kommen, sich erweitern oder neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen wollen. Die Wirtschaftsförderung unterstützt solche Firmen mit dem Unternehmensservice und vielen anderen Hilfsmitteln, die zur Verfügung stehen. Eine finanzielle Förderung kommt aus vielerlei Gründen nicht in Frage. Ergänzend zu den bereits bestehenden Angeboten der Verwaltung hat die Wirtschaftsförderung der Stadt Köln Überlegungen angestellt, welche Möglichkeiten es gibt, Kölner Unternehmen oder Unternehmen, die nach Köln kommen möchten, auf andere Art und Weise zu unterstützen.

Eine Möglichkeit wäre, die Rückseiten der städtischen Briefumschläge temporär mit Aufdrucken von Kölner Unternehmen zu versehen, die sich um den Standort Köln bemüht haben. So könnten z.B. Unternehmen belohnt werden, die besonders viele junge Menschen ausgebildet haben, ihr Unternehmen in Köln signifikant vergrößert haben, viele neue Mitarbeiter eingestellt haben, sich neu für den Standort Köln entschieden haben oder die Marke Köln bekannter gemacht haben.

Jährlich werden von der Stadt rund 1,5 Mio. Briefumschläge des Formats C6 (Standardbriefe) versendet. Technisch wäre es möglich, die Briefumschläge auf der Rückseite mit dem Logo/Slogan einer Firma zu versehen.

Wenn man jährlich vier Unternehmen die Möglichkeit geben möchte, ihr Logo auf den städtischen Briefumschlägen zu drucken, hätten sie eine Verbreitung von 375.000 Haushalten.

Die Mehrkosten für den Druck der Logos müssten die Firmen übernehmen. Die Verantwortung für Druck und Logistik wird von der Stadtverwaltung (1000) übernommen. Einige Städte praktizieren schon seit längerem, die Rückseiten der Briefumschläge als Werbeträger zu vermarkten. Im Anhang ist eine Werbung aus Essen zu sehen. Einmal jährlich sollten die vier ausgewählten Unternehmen zudem im Rahmen einer Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Hier kann dann auch erörtert werden, warum und wie die Unternehmen sich für den Standort stark gemacht haben.

Sämtliche Unternehmen können für diese Art der Förderung vorgeschlagen werden oder sich selbst vorschlagen. Bewerbungen nimmt die städtische Wirtschaftsförderung entgegen. Jährlich wird dem Wirtschaftsausschuss eine Beschlussvorlage vorgelegt, in der eine Rangfolge empfohlen wird (die ersten vier bekommen den Zuschlag, sollte ein Unternehmen kein Interesse haben, folgt das fünfte etc.). Der Wirtschaftsausschuss entscheidet auf dieser Grundlage, welche vier Logos im nächsten Jahr auf den städtischen Briefumschlägen platziert werden.

Da es sich hierbei um ein neues Vorhaben handelt, wird vorerst eine Testphase von 2 Jahren vorgesehen. Das Logo der Unternehmen auf den Briefumschlägen ist mit einem Köln-Bezug herzustellen. Um die Neutralität der städtischen Post zu gewährleisten, wird das Logo mit dem Satz „Die Wirtschaftsförderung der Stadt Köln informiert:“ eingeführt.

Weitere Erläuterungen, Pläne, Übersichten siehe Anlage(n) Nr.