

ZUKUNFT DER SMG

Heimische Firmen mit ins Boot holen

Die Erfolge sind oft nicht greifbar, doch an der Notwendigkeit ihrer Existenz zweifelt mittlerweile kaum noch jemand. Nach fünf Jahren hat sich die Standortmarketing-Gesellschaft (SMG) etabliert. Bis Mitte des Jahres gilt es nun, neue Strukturen zu finden, um den Fortbestand zu sichern.

VON STEPHEN HANK

Landkreis – Oliver Reitz hat viele Pfeile im Köcher, und manchmal zieht er einen davon zu früh heraus. So hatte sich der Geschäftsführer der Standortmarketing-Gesellschaft für den Landkreis Miesbach neulich einen schweren Ruffel vom Aufsichtsratsvorsitzenden eingefangen. Im Wirtschaftsausschuss hatte der 43-Jährige gar zu offen über die Gedankenspiele über eine Hochschule im Tegernseer Tal geplaudert (wir berichteten), und Landrat Jakob Kreidl war dem Vernehmen nach über den Vorstoß zu diesem frühen Zeitpunkt alles andere als erfreut. „Da hat er die politische Brisanz und öffentliche Wirkung unterschätzt“, konstatiert Kreidl, der eigenen Worten zufolge im Vorfeld nicht über den Tätigkeitsbericht informiert war. „Künftig wird er so was mit mir absprechen.“

Ansonsten ist er mit seinem SMG-Manager offenbar zufrieden. Erklärtermaßen sind die Themen Wirtschaft und Standortförderung für den Landrat ja auch Chefsache, und dergestalt liegt ihm an einer Fortschreibung der Erfolgsgeschichte – mit Reitz an der Spitze. „Er ist unheimlich aktiv und hat inzwischen sehr gute Kontakte zu den Unter-



nehmen aufgebaut“, lobt er ihn postwendend. „Nach jetzigem Stand ist vorgesehen, die Zusammenarbeit fortzusetzen.“ Der Personalie freilich ist ein nicht unbedeutender Schritt vorgeschaltet. Es geht um nicht mehr und nicht weniger als die künftige Struktur und damit den Fortbestand der SMG.

Vor fünf Jahren, als auf Initiative des damals noch stellvertretenden Landrats Kreidl das Thema Standortförderung hochkam, sollte alles relativ schnell gehen. „Andere Landkreise waren uns bereits weit voraus. Wir mussten sehen, dass die Sache möglichst schnell anläuft“, erinnert sich der 59-Jährige. Die Kreissparkasse erklärte sich damals bereit, die SMG auf fünf Jahre zu sponsern – mit 225 000 Euro jährlich. Ende Juni endet diese Gründungsphase. „Die zeitliche Begrenzung war von Anfang an klar“, so der Landrat. „Allerdings will sich die



Kreissparkasse weiterhin einbringen. Schließlich ist ihr daran gelegen, dass die hiesige Wirtschaft floriert.“

Für die Zukunft schwebt Kreidl als Aufsichtsratsvorsitzendem der Gesellschaft des-

halb ein Drei-Säulen-Modell vor. Je ein Drittel der SMG-Finanzierung – künftig insgesamt 270 000 Euro pro Jahr – übernehmen Kreissparkasse und Landkreis, den übrigen Teil – also 90 000 Euro – sol-

len Unternehmen aus dem Landkreis einbringen. „Wir müssen auch deren Erfahrungen nutzen“, findet Kreidl, der sich mit dieser Struktur ans erfolgreiche Stamberger Modell anlehnt. „Erste Vor-

FOTOS: THOMAS PLETTENBERG

gespräche mit Firmen haben bereits stattgefunden, die Resonanz ist positiv.“ Wo der Vorteil für die Unternehmen liegt? Im Rahmen regelmäßiger Beiratsitzungen können sie sich als Gesellschafter mit ihren Vorschlägen und Wünschen in die SMG einbringen.

Bis Mitte Mai soll das Gerüst stehen, Start ist zum 1. Juli. Ein Scheitern der Standortmarketing-Gesellschaft kommt für Kreidl nicht infrage: „Sie ist eine Erfolgsgeschichte. Notfalls werde ich nach anderen Wegen der Finanzierung suchen.“

Mit seiner Einschätzung ist Kreidl nicht allein. „Wir müssen alles daran setzen, dass es mit der SMG weitergeht“, sagt beispielsweise der Holzkirchner Bürgermeister Josef Hör. „Ihre Arbeit ist manchmal schwer zu greifen, aber wir brauchen sie. Es gibt viele positive Beispiele.“ Sein Irtschenberger Amtskollege Hans Schönauer sieht es ähnlich: „Mit meisten Anliegen in Sachen Wirtschaftsförderung sind wir bei der SMG in guten Händen.“

Noch mit Zurückhaltung – zumindest in der Öffentlichkeit – reagieren derzeit die Unternehmen auf die SMG-Pläne. Beim Arzneimittelhersteller Acino in Miesbach findet man die Initiative grundsätzlich gut, näher wolle man sich aber noch nicht äußern. TelAir-Geschäftsführer Axel Hauner aus Miesbach sieht in der Einbindung der heimischen Wirtschaft durchaus Sinn, will sich aber ebenfalls noch nicht festlegen. Profitieren könne aber selbst ein international agierendes Unternehmen wie seines von den Aktivitäten in Sachen Standortmarketing: „Wenn es darum geht, neue Produktionsflächen oder Wohnraum für Mitarbeiter zu finden, ist so ein lokaler Fachverband sinnvoll und wichtig.“