

gen bzw. Investitionen als gezielte Initialzündungen für eine großflächige und konzeptionelle Standortpolitik ist somit rein zufällig. Ein Umstand, der dem zunehmenden Wettbewerb der Städte und Gemeinden untereinander in keiner Weise mehr gerecht wird.

Auf Initiative des Dezernates für Stadtentwicklung hat Dresden nun »den Spieß umgedreht«. Angesichts des sich verschärfenden Wettbewerbs und infolge der gegenwärtig sehr zurückhaltend operierenden Immobilienwirtschaft übernimmt die Stadt Dresden die Initiative zur aktiven Standortentwicklung. Um den einmaligen Standort »Großes Ostragehege« mit seiner landschaftlichen Besonderheit, der verfügbaren Fläche und der direkten Zentrumsnähe in seiner Gesamtentwicklung nicht dem eher zufälligen Spiel des Marktes zu überlassen und zu riskieren, daß diese Fläche konjunkturbedingt und nach wirtschaftlichen Zwängen schrittweise entwickelt wird, wurde eine Projektgruppe aus Stadtplanern und Marketingfachleuten zusammengestellt. Unter der Leitung von Bürgermeister Gunter Just wurde konzeptionell nach Alternativen für eine aktive »Produktentwicklung« gesucht.

Systematisch wurde nach Geschäftsfeldern gesucht, die einerseits über ein erhebliches Wachstumspotential und eine starke Ertragskraft verfügen, und andererseits wurde überlegt, welche Angebotsausrichtung zusätzlich Dresdens Attraktivität für die eigenen Bürger und die zahlreichen Touristen steigern könnte. Weitere, auch internationale Fachleute aus dem Bereich von Freizeit und Unterhaltung wurden hinzugezogen, und es entstand das Projekt eines technischen Unterhaltungsparks, in dem unter Einsatz neuester Multimediatechniken und in virtuellen Welten eine populäre Wissensvermittlung für alle Altersgruppen angeboten werden soll. In Kombination mit einem Musicaltheater, modernster Kinotechnik und einer erlebbaren Landschaft mit Hafen und Parkanlagen soll im Ostragehege ein Zentrum moderner Unterhaltung und Freizeitgestaltung entstehen. Ausstellungs- und Kongreßangebote, entsprechende Übernachtungsmöglichkeiten und ausgedehnte Flaniermöglichkeiten lassen in Dresden eine Erlebniswelt entstehen, die für die Besucher ein eigenes Motiv für einen Dresden-Besuch sein soll.

Im Rahmen des angesprochenen aktiven Marketings wurde die erste Planung unter Hinzuziehung von Spezialisten im Rahmen einer Machbarkeitsstudie überprüft und teilweise ausgebaut bzw. modifiziert. Mit dieser Studie wurden die Gespräche mit potentiellen Investoren und mit den Grundstückseigentümern aufgenommen, und gleichzeitig wurden Kontakte zu möglichen Betreibern hergestellt.

Die Stadtverwaltung mit der Projektgruppe beim Dezernat Stadtentwicklung und Bau hat also die Initiative ergriffen, ein »Produkt« entwickelt und den privatwirtschaftlichen Partnern der unterschiedlichsten Fachrichtungen die Chance im plausiblen Zusammenwirken erläutert. So gesehen, führt die Stadt Regie beim Kombinieren privater Interessen und verbessert durch aktives Organisieren und Motivieren die Wirtschaftlichkeit. Vernetzte Aktivitäten unterschiedlicher Partner würden nur zufällig und kaum von selbst an einem Ort zusammenfinden.

Aktives Stadtmarketing nach dem Muster Dresdens findet gegenwärtig überwiegend im Osten Deutschlands statt. Hier wird eine moderne Kommunalpolitik mit Mut, Innovationskraft und professioneller Strategie die Wettbewerbsfähigkeit einzelner Kommunen verbessern. Dresden hat mit dem Ostragehege die Chance, mit gutem Beispiel erfolgreich voranzugehen.