



Foto: Screenshot monheimplus.de

Die aktualisierte Website der Wirtschaftsförderung Monheim am Rhein zeigt, dass die Bereiche „Leben“ und „Arbeiten“ untrennbar sind

Mehr als ein Steuerparadies

Monheim – vielerorts bekannt durch den niedrigen Gewerbesteuer-Hebesatz – hat sich kommunikativ neu aufgestellt, um zu verdeutlichen, welche Vorteile es für Unternehmen und potenzielle Fachkräfte hat, den Standort am Rhein zu wählen.

Alleinstellungsmerkmale und besondere Angebote sind für Städte in Deutschland sehr wichtig, da sie sich so gegenüber anderen Orten mit gleichen oder ähnlichen Arbeits-, Ansiedlungs- und Lebensbedingungen behaupten können. Monheim am Rhein (Nordrhein-Westfalen) hat in einem mehrjährigen Prozess die Gewerbesteuer gesenkt und konnte eine Vielzahl von Unternehmen in die Region locken.

Insgesamt 300 Unternehmen sollen seit 2011 den Standort Monheim gewählt und so 2.500 Arbeitsplätze neu geschaffen haben, heißt es. Für die Stadt bedeutete das Einnahmen in Höhe von 277,3 Millionen Euro allein aus der Gewerbesteuer. Doch für Monheim ist dieser Segen in gewisser Weise auch ein Fluch. Denn die nordrhein-westfälische Stadt mit ihren rund 43.000 Einwohnern ist in der überregionalen Presse vor allem aufgrund der niedrigen Gewerbesteuer und dem mit seinen 35 Jahren ungewöhnlich jungen Bürgermeister Daniel Zimmermann (PETO – Die junge Alternative) ein Begriff. Sie sind die einzigen Merkmale, die die Mehrzahl der Bürger mit der Stadt verbinden.



Die Imagebroschüre ist Bestandteil des neuen Auftritts der Wirtschaftsförderung Monheims

Foto: Counterpart

„MONHEIM AM RHEIN 2020“

Um das zu ändern und den Blick auf weitere Besonderheiten zu lenken, hat die Stadt im September 2014 die Strategie „Monheim am Rhein 2020“ beschlossen, die sich mit der Neuausrichtung des Images befasst. Im Mittelpunkt stehen laut Zimmermann fünf zentrale Ziele: Neben der Schaffung optimaler Bildungschancen (Stichwort „Hauptstadt für Kinder“), der Verbesserung der Bau- und Sozialstruktur und der Inklusion will die Stadt auch im touristischen und standorttechnischen Bereich neue Akzente setzen. Der Fokus der Stadt liegt dabei darauf, „ihre öffentliche Wahrnehmung als kulturelle und touristische Destination mit Betonung der Rheinlage zu steigern und ihre Position als attraktiver Wirtschaftsstandort in der Metropolregion Köln/Düsseldorf weiter zu festigen“, sagt der Bürgermeister.

Ein wichtiger Baustein, damit das letztgenannte Ziel umgesetzt werden kann, stellt die Erneuerung der Internet-Präsenz dar. Dafür hat die Abteilung Wirtschaftsförderung und Tourismus von Monheim die Agentur Counterpart, Köln, engagiert. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stand der Relaunch der Website www.monheimplus.de, die einerseits Unternehmen anspricht, andererseits auch die Bedürfnisse der potenziellen Arbeitskräfte in den Blick nimmt. Um das ausreichend darzustellen, enthält die Plattform zwei Dimensionen – Monheim als Arbeits- und Monheim als Lebensstandort, zwischen denen Interessierte jederzeit hin und her wechseln können.

„Die neue Website der Wirtschaftsförderung stellt klar heraus, dass Monheim am Rhein eine Stadt ist, die den Boden für unternehmerischen Erfolg ebnet und einen hohen Mehrwert für Familien von Arbeitnehmern und -gebern bietet“, erklärt Daniel Zimmermann.

INTERAKTIVE KARTE AUF DER PLATFORM

Eine Besonderheit der Website, die in Deutsch, Englisch und Chinesisch verfügbar ist, stellt die interaktive Karte dar. Auf dieser erhalten User mit nur wenigen Klicks einen Überblick über Kindergärten, Schulen und Sehenswürdigkeiten, aber auch Gewerbegebiete, Entwicklungsflächen und die unternehmerische Nachbarschaft. Sie können sich über die örtlichen Gegebenheiten informieren und sich so gegebenenfalls für den Standort entscheiden.

„Die Stadt Monheim ist mehr als ein Steuerparadies. Hervorzuheben sind zum Beispiel die Familienpolitik und Kinderfreundlichkeit sowie die Serviceorientierung und die innovative Grundhaltung der Stadt mit der Bereit-

schaft, unkonventionelle Wege zu gehen“, betont Counterpart-Gründer und Geschäftsführer Michael Maasmeier, der den Relaunch mit seiner Digital-Unit umgesetzt hat. Die Agentur hatte 2015 den Pitch um die Neuausrichtung gewonnen.

In Anlehnung an den neuen Webauftritt wurde zudem eine Imagebroschüre für das Standortmarketing gestaltet. Diese soll an wichtigen Punkten ausliegen und auch den eher printaffinen Interessierten einen Einblick in den Standort Monheim verschaffen.

BÜRGER GESTALTEN WEBSITE AKTIV MIT

Da der zum Februar 2016 umgesetzte Relaunch von monheimplus.de aus Sicht der Wirtschaftsförderung ein Erfolg war, erhielt die Kölner Agentur im Nachgang den Auftrag zur Überarbeitung der Homepage www.monheim.de. „Die Bildwelt von monheimplus.de – warme Bilder, die Nähe zu Menschen, Humor – sollte auch den Internetauftritt der Stadt dominieren“, sagt Maasmeier. So wurde die Wort- und Bildsprache aktualisiert und die Navigation angepasst. Zudem enthält die Website ein Mitmach-Portal für Fotos, auf dem die Bürger eigene Bilder der Stadt hochladen können. Ziel ist es, den Menschen, die in der unmittelbaren Region leben, aber auch Unternehmern und Gästen das Leben in der Stadt auf authentische Weise aufzuzeigen. Der neu gestaltete Online-Auftritt von Monheim erscheint seit Januar 2017 im neuen Look.

Gemeinsam mit Counterpart führt die Wirtschaftsförderung nun verschiedene Kommunikationsmaßnahmen durch, die den Relaunch der beiden Websites und das damit verbundene Standortimage von Monheim am Rhein lokal sowie überregional sichtbar machen. Es handle sich dabei zwar nicht um eine ganzheitliche Kampagne, erklärt der Agentur-Chef, jedoch trügen die Elemente, die sukzessive weiterentwickelt werden, auch einzeln zur Bekanntheit der Stadt und zur nachhaltigen Imagestärkung bei. So sollen im Jahr 2017 unter anderem Markensignets entwickelt werden, die einen Wiedererkennungswert schaffen.

Darüber hinaus sind Stelen an den Ortseingängen der nordrhein-westfälischen Stadt geplant, die „zum Beispiel die Kinderfreundlichkeit der Stadt, das vernetzte Monheim 4.0, den Rhein, die wirtschaftliche Stärke oder den Tourismus“ thematisieren werden, sagt Maasmeier. Die Stadt erhofft sich dadurch, ihr Image stärker auszubauen und weitere Besonderheiten Monheims in den Mittelpunkt zu rücken. (al)



Foto: Stadt Monheim

Daniel Zimmermann (PETO – Die junge Alternative) ist seit 2009 Bürgermeister der Stadt Monheim am Rhein