

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

1. Wirtschaft fördern

Nr.	Name Maßnahme	Ziel der Maßnahme
1	Erarbeitung von Grundlageninformationen: Bestandsaufnahme/ Analyse ansässige Unternehmen inkl. ethn. Ökonomie	Optimierung der Grundlagendaten aus verschiedenen Datenquellen, um Handlungsbedarfe für eine erfolgreiche Wirtschaftsförderung abzuleiten.
2	Regionale Kooperation: Maßgeblich in bestehenden Initiativen mitarbeiten (Automotive Cluster RheinMainNeckar)	Verstärkung der Mitarbeit im Automotive Cluster RheinMainNeckar; Intensivierung der Kooperation mit dem Kreis Groß-Gerau in diesem Sektor; ab 2008 sollen Veranstaltungen des Clusters verstärkt in Rüsselsheim stattfinden, um den Automotive-Standort zu stärken.
3	Netzwerkmanagement für Cluster und Unternehmensnetzwerke	Initiierung neuer Netzwerke (z.B. IT-Cluster), zielgruppenspezifische Netzwerke prüfen (z.B. Handwerk, Frauen).
4	Persönliche Kontakte zu Unternehmen aufbauen und kontinuierlich pflegen	Systematischer und kontinuierlicher persönlicher Kontakt zu Entscheidungsträgern ansässiger Unternehmen und Organisationen. Hierdurch kann rechtzeitig auf Handlungsfelder reagiert und Maßnahmen ergriffen werden, die dazu dienen, Unternehmen am Standort zu halten und deren Entwicklung zu sichern.
5	Förderung ansässiger kleinerer und mittlerer Unternehmen intensivieren (pragmatische Hilfestellungen)	Zu allen kleinen und mittelständischen Unternehmen persönliche Kontakte zu pflegen, erscheint nicht machbar. Darum sollen Aktivitäten gebündelt und Maßnahmen gezielt in Kooperation mit weiteren Partnern angeboten werden.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

6	Gründeroffensive zur Erhöhung der Selbständigenquote	Angebote zur Erhöhung der Selbständigenquote und Schaffung eines Existenzgründungsklimas (z.B. durch Workshops, Gründer-, Businessplanwettbewerbe, Planspiele etc.). Systematische und bestehende Zusammenarbeit (z.B. mit IHK, Handwerkskammern, FH etc.) wird fortgeführt und intensiviert, gemeinsame Veranstaltungen werden angestrebt.
7	Institutionalisierter zentraler Ansprechpartner für lokale Existenzgründer in Rüsselsheim	Angebote für Existenzgründer (z.B. Veranstaltungsreihen zum Thema Existenzgründung, Entwicklung von Fahrplänen für Existenzgründer etc.); Kontakt zu den für die Gründung relevanten Ansprechpartnern (z.B. RKW, Business-Angels, Gründernetzwerke etc.) wird durch eine zentrale Anlaufstelle hergestellt.
8	TIGZ anpassen	Überprüfung des TIGZs auf Kosten-/Nutzenrelation, Alternativen überprüfen, aufbauen.
9	Nutzungsbeschränkungen bei Gewerbeflächen aufheben, Flächen marktgerecht anbieten	Der Empfehlung der Autoren der Studie Rüsselsheim 2020, die Festsetzung des Bebauungsplans auch im Hinblick für die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel zu öffnen, kann nur im Rahmen der gesamtstädtischen Planungsziele erfolgen. Hierfür ist beispielsweise das Bauleitverfahren im Blauen See mit dem Ziel, die Beschränkungen des im Baugesetz vorgegebenen Maßes zu reduzieren, weiterzuführen etc. Die Vermarktung von Gewerbeflächen soll weitergeführt bzw. intensiviert werden.
10	Standortqualitäten bei überörtlichen Multiplikatoren bekannt machen	Imageverbesserung, Ansiedlung von Gewerbetreibenden, Steigerung Einwohnerzahl. Zusätzliche adäquate Werbemaßnahmen werden nach der Entscheidung zum Stadtmarketing aufgelegt.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

11	Regionale Kooperationen: Maßgeblich in bestehenden Initiativen mitarbeiten (Frankfurt RheinMain GmbH)	Kooperation mit verschiedenen Akteuren und Netzwerkbildung intensivieren, um die Stadt zu präsentieren und im globalen Wettbewerb als Standort zu profilieren (z.B. Kooperation mit der Frankfurt Rhein Main GmbH, der Hessen Agentur, dem Hessischen Wirtschaftsministerium etc.); Ggf. persönliche Präsenz und Marketingaktivitäten (z.B. Messeauftritte, Roadshows, Unternehmensbesuche etc.) in strategischen Ländern (z.B. China, Korea und anderen noch zu identifizierenden Ländern).
12	Strategische Städtepartnerschaften und internationale Beziehungen begründen	Um Rüsselsheim als innovativen Standort der Automobil- und IT-Branche zu etablieren und Investoren anzuwerben, sind strategische Städtepartnerschaften neuen Zuschnitts ein geeignetes Instrument. Diese Städte sind zu identifizieren (z.B. Profile erstellen, Erwartungshaltungen definieren etc.). Städtepartnerschaften sind weiter interessant, um Wissens- und Technologietransfer zu fördern (z.B. Interesse bei jungen Menschen an technologischen und kulturellen Beziehungen wecken).
13	Strategisches Stadtmarketingkonzept entwickeln	Erarbeitung der städtischen Marke "Rüsselsheim" und Festlegung von Inhalten, Feldern und Bildern, wie Rüsselsheim als innovativer Standort gesehen werden will. Dieses Stadtmarketing soll verbindlich für alle Kommunikationsformen der Stadt werden.
14	Initiierung eines Citymanagements und Vernetzung vorhandener Initiativen	Das Citymarketing soll mit dem Ziel betrieben werden, die Frequenz in der Innenstadt zu erhöhen. Die Zentralität soll wieder gewonnen und die Aufenthaltsqualität verbessert werden. Die Installation eines Event-Marketing soll Planung und Organisation von zielgruppenorientierten Maßnahmen in der Innenstadt sicherstellen.
15	Kommunikation und "Corporate Identity" der Stadt vereinheitlichen	Vereinheitlichung des Selbstverständnisses von Stadtverwaltung und Politik in der Außendarstellung im engeren und weiteren (Eigenbetriebe und Dritte) Sinne. Alle Medien und Signets der Stadt sollen einheitlich erscheinen und die Ziele von "Rüsselsheim 2020" repräsentieren. Hierfür ist der visuelle Auftritt zu überprüfen und evtl. neu zu gestalten.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

16	Imagekampagne entwickeln	Eine professionelle Imagekampagne soll die positiven Aspekte in der Entwicklung der Stadt Rüsselsheim vermitteln. Der Wandel von einer Arbeiterstadt hin zu einer postindustriellen Stadt ist zu wenig deutlich. Durch eine positivere Wahrnehmung von innen und außen werden neue Einwohner und Unternehmen auf Rüsselsheim aufmerksam gemacht. Hier ist u.a. ein Kreativwettbewerb geplant.
17	„Wir sind für Sie da!“, Kundenfreundlichkeits-Offensive der Politik und Stadtverwaltung	Eine optimierte, auf den Kunden ausgerichtete Leistungserbringung ist Ziel der Politik und der Stadtverwaltung. Dafür ist insbesondere eine Erhöhung der Service- / Dienstleistungsorientierung notwendig. Die Durchführung einer Ist-Analyse mit Erarbeitung von Vorschlägen für die Prozessoptimierung bei einzelnen Verwaltungseinheiten ist vorgesehen. Darauf folgt die Umsetzung sowie eine laufende Überprüfung auf deren Aktualität. Darüber hinaus sollen Dienstleistungsrichtlinien entwickelt werden (z.B. zu den Themen Öffnungszeiten, Telefonpräsenz etc.).
18	Coaching der städtischen Mitarbeiter (Kunden- und Serviceorientierung)	Die Dienstleistungsorientierung der Mitarbeiter/innen soll gestärkt werden. Dazu ist eine Weiterentwicklung der Führungskräftekonzeption mit Fokus auf Dienstleistungsorientierung notwendig. Weiter soll das Seminarangebot für Mitarbeiter/innen um Themen wie Kundenorientierung, zeitgemäße Korrespondenz, Telefontraining etc. ausgebaut werden.
19	Qualitätsmanagement in der Verwaltung implementieren	Als Weiterführung der Maßnahmen im Sinne einer Kundenorientierung könnte mittelfristig ein Qualitätsmanagement implementiert werden.
20	Projekt- und teamorientierte ressortübergreifende Herangehensweise	Mit der Vermittlung der methodischen Kenntnisse zum Projektmanagement werden die Beschäftigten in die Lage versetzt in interdisziplinärer Zusammenarbeit ihre unterschiedlichen professionellen Kompetenzen zu nutzen. Das vernetzte Denken innerhalb der Stadtverwaltung wird gefördert und so die Arbeitsprozesse beschleunigt und die Ergebnisse verbessert.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

21	One-Stop Agency mit Lotsenfunktion	Die Wirtschaftsförderung und die STEG bieten nach außen eine einheitliche Anlaufstelle und sind Ansprechpartner für die Wirtschaft. Die innere Organisationsform bleibt davon unberührt, stellt aber eine Lotsenfunktion für Unternehmen zu anderen Fachbereichen und Ämtern sicher. Die Wirtschaft nimmt die One-Stop-Agency als positives Signal und Service wahr.
22	Zusammenführung von Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklungsgesellschaft prüfen	Die Aktivitäten von Wirtschaftsförderung und STEG werden im operativen Bereich koordiniert. Es wird weiter definiert, wer für welche Aufgabenbereiche zuständig ist. Marketingmaßnahmen sollen koordiniert und zielgruppengerecht eingesetzt werden. Eine rechtliche Zusammenfassung ist nach einigen Monaten Erfahrung zu prüfen.
23	Regelmäßige Zeit- und Maßnahmenüberprüfung anhand quantifizierbarer Faktoren	Nachdem gemeinsam mit der STEG Aufgabenschwerpunkte ermittelt wurden, sollen zur Verbesserung des Wirkungsgrades regelmäßige Zeit- und Maßnahmenüberprüfungen anhand quantifizierbarer Faktoren vorgenommen werden.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

2. Innenstadt aufwerten

24	Opel Forum als Impuls für Innenstadtentwicklung aktiv begleiten	Das Opel Forum als Kern- und Keimzelle für eine positive Entwicklung der Gesamtstadt mit Strahlkraft in die Region nutzen. Chance für die Schaffung neuer Wohn-, Einkaufs- und Freizeitformen in Rüsselsheim nutzen.
25	Sichtbar- und Erlebbarmachen der Industriearchitektur	Die Industriearchitektur des Opel Forums könnte bedeutende Sammlungen unter noch zu prüfenden Voraussetzungen aufnehmen und sich damit innerhalb der Gesamtroute zur Industriekultur Rhein-Main zu einem regionalen Zentrum für Industriekultur entwickeln.
26	Durchlässigkeit des Opel Forums zur Verknüpfung mit der Innenstadt	Anbindung des Opel Forums mit der Innenstadt und umgekehrt zum beiderseitigen Nutzen; Verhinderung eines Solitärs (Opel Forum) in der City, der als introvertierter Fremdkörper erschiene.
27	Opel Forum als attraktiven innerstädtischen Wohnstandort nutzen	Gewinnung neuer Mieterschichten, Bereicherung der innerstädtischen Bevölkerungsstruktur; Einleitung einer Trendwende bei den innerstädtisch angebotenen Wohnungsqualitäten
28	Zügige Maßnahmenentwicklung und Umsetzung unter Berücksichtigung neuerer Einzelhandelsentwicklungen	Stärkung der bisher bestehenden Einzelhandelsangebote in der City insbesondere im Hinblick auf das kommende Opel Forum. Eventuell Bildung einer sog. Task Force (planender Gesprächskreis der relevanten Akteure).
29	Kooperationen zum Einzelhandelsbesatz in Opel Forum und Innenstadt	Vergleiche Maßnahme Nr. 28.
30	Einbinden ausländischer Einzelhändler	Um eine stärkere Einbindung zu erreichen, soll den ausländischen Einzelhändlern eine Plattform gegeben werden, auf der sie sich aufstellen können, um ihre spezifischen Anliegen zu diskutieren. Eine sukzessive Integration sollte so erfolgen, dass deutsche und ausländische Händler gemeinsam ihre Anliegen auf einer Plattform erläutern.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

31	Business Improvement District initiieren	Stärkung der Innenstadtfunktion „Handel“ in Ergänzung zu den Sanierungsmaßnahmen durch Beiträge der Eigentümer und Geschäftsinhaber; Vermeidung von Trittbrettfahrerei
32	Nutzungen aus dem Infrastrukturgürtel verlagern (vgl. Maßnahme 47)	Gesamtstädtisch bedeutsame frequenzbringende Einrichtungen wie z.B. Volkshochschule, Musikschule, Stadtbücherei und Theater werden auf ihre Verlagerung in die Innenstadt geprüft.
33	Mainuferentwicklung	Rückholung des Mainufers in das Bewusstsein der Bürgerschaft; Nutzwertsteigerung einer der schönsten Zeilen Rüsselsheims unter Beachtung von Natur und Geschichte
34	Inszenierung vorhandener Industriekulturpotenziale	Realisierung zweier erweiterter Routen zur Industriekultur in Rüsselsheim. Erlebnisraum "Arbeiterwohnhaus" als Pendant zu den Opel-Villen.
35	Strukturkonzept zum öffentlichen Raum	Erscheinungsbild- und Imageverbesserung im Zusammenhang mit privaten Aktivitäten zur Aufwertung der gesamten Stadt

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

3. Wohnen attraktiver gestalten

36	Kampagne „Wohnen in Rüsselsheim“	Rüsselsheim als hervorragenden Wohnort ins Bewusstsein der Menschen rücken, die in Rüsselsheim oder der Region arbeiten; ausgewogene Bevölkerungsstruktur.
37	Besondere Projekte regional kommunizieren	Durch besonders attraktive Projekte wird der Standort Rüsselsheim als Wohnstandort für zukunftsgerichtetes Wohnen bekannt gemacht. Aktuelle und herausragende Neu- und Umbauprojekte müssen entwickelt und vor allem in Fachkreisen regional kommuniziert werden.
38	Gemeinsame Aktionen der Wohnungsbaugesellschaften	Anpassung der Wohnungsangebote an die Bedürfnisse der Bewohner vor Ort und vor allem auch neuer Zielgruppen, deren Zuzug nach Rüsselsheim besonders vorteilhaft ist.
39	Historische Siedlungen weiterentwickeln	Pflege des Bestands durch dessen Weiterentwicklung zu Siedlungen mit gewachsenen Strukturen und zukunftsorientierten Angeboten
40	Qualitativ hochwertiges Wohnangebot für mittlere/ hohe Einkommensgruppen in der Innenstadt stärken	Sicherung einer ausgewogenen Bevölkerungsstruktur auch für ein qualitativ ansprechendes Handels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebot in der Innenstadt
41	Westend entwickeln auf Basis des „Leitbild Stadtquartier Westend“	Sicherung einer ausgewogenen Bevölkerungsstruktur, Steigerung der Identifikation der Bewohner mit ihrem Quartier
42	Eigentumsbildung durch preiswerte Grundstücke für Familien und Bauherrengruppen	Eine Stabilisierung der Einwohnerzahl ist sicherzustellen. Dadurch wird u.a. der Einkommenssteueranteil erhöht, eine Verbesserung der sozialen Strukturen ermöglicht und ein Imagewandel für Rüsselsheim als Wohnstandort vollzogen. Dafür sind u.a. preiswerte Grundstücke anzubieten. Eine Ausweisung / Entwicklung / Umnutzung neuer / vorhandener Wohngebiete und -flächen (z.B. Außenbereich FNP, Eichgrundschule, SC Opel-Flächen etc.) ist dafür notwendig.
43	Spezielle innerstädtische Angebote für Senioren ausbauen	Anpassungen im öffentlichen und privaten Raum an veränderte Bedürfnisse von Senioren.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

4. Infrastruktur anpassen

44	Infrastrukturanalyse von Immobilien und Einrichtungen	Grundlage des weiteren Handelns ist die systematische Bewertung von Einrichtungen, ihrer Auslastung, ihrer Potenziale, der Kosten und des Gebäudezustandes. Technische Infrastruktur ist nicht gemeint. Die fachbereichsübergreifende Analyse sollte auch unter Berücksichtigung der Bedeutung von Einrichtungen für das Quartier, die Gesamtstadt und die Region erfolgen.
45	Kooperationen mit privaten Investoren ausbauen, Beteiligungen prüfen	Rückzug der Kommune aus der Finanzierung von Einrichtungen. Folgende Formen der Privatisierung sind denkbar: 1. Die materielle Privatisierung, d.h. eine kommunale Aufgabe komplett in den privatwirtschaftlichen Bereich zu entlassen, 2. Beauftragung privater Dritter zur Erfüllung von Aufgaben, die weiter in städtischer Verantwortung bleiben, 3. Die formelle Privatisierung, bei der nur eine private Rechtsform gewählt wird, 4. Verschiedene Formen des PPP oder Investitionsfinanzierungen, wie Leasing.
46	Kooperationen mit Nachbarkommunen	Gemeinsame Profilierung und Positionierung in der Region bei gleichzeitiger Schonung kommunaler Ressourcen
47	Verlagerung von Einrichtungen aus dem Infrastrukturgürtel (vgl. Maßnahme 32)	Durch die Verlagerung von Frequenzbringern in die Innenstadt kann eine Optimierung der Infrastruktur und die Schaffung von Reserveflächen erzielt werden. Dadurch wird die Innenstadt belebt, Kosten langfristig gesenkt und Flächen für attraktives Wohnbauland geschaffen werden.
48	Mehrfache und synergetische Nutzung von Einrichtungen	Mehrfache und synergetische Nutzung von Einrichtungen. Die Qualität städtischer Einrichtungen ist nicht allein anhand der quantitativen Auslastungen zu bewerten. Synergieeffekte in Bezug auf Auslastungen sind zu nutzen. Dafür sind Bedarfsanalysen-, -planungen zu erstellen sowie Vielfach-Nutzungen zu prüfen. Langfristiges Ziel: Kostensenkungen, Anpassung an veränderte Nutzerbedürfnisse. Dadurch werden optimierte und flexible Belegungen der Nutzflächen möglich.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

49	Rüsselsheim als Zentrum für lebensbegleitendes Lernen	Der leichte Zugang zu Aus- und Weiterbildung ist ein zukunftsweisender Aspekt, gerade für Kommunen mit einem hohen Anteil von Migranten. Ein Ausbau durch spezialisierte Angebote von öffentlichen und privaten Schulen sowie dem Bereich Weiterbildung dient der weiteren Profilierung des Bildungsstandorts. Hierbei ist der Kooperation zwischen den relevanten Akteuren eine besondere Bedeutung beizumessen.
----	---	---

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

5. Freizeit / Kultur / Bildung qualifizieren

50	Freizeitnutzungen im Opel Forum	Im Rahmen der Entwicklung des Opel Forums wird empfohlen, auch privatwirtschaftlich betriebene Freizeitnutzungen mit einzubeziehen. Während in Mainnähe (Opelvillen, Festung, Palais Verna) eher ‚klassische‘ kulturelle Angebote vorgehalten werden, kann das Opel Forum komplementär mit modernen Kultur- und Freizeitnutzungen oder einer Studiobühne aufgewertet werden.
51	Kulturplatz - Bahnhofplatz	Aufgrund der Neugestaltung des Bahnhofs und des Bahnhofplatzes und der geplanten Entwicklung des Opel Forums bildet sich ein markanter neuer Schwerpunkt in der Rüsselsheimer Innenstadt. Der Bahnhofplatz verfügt über eine hohe Besucherfrequenz und eine optimale Anbindung. Kombinationen und Kooperationen sind vielfältig denkbar: Lesung und Film, Konzert und Fest, Kinder- und Schulprogramme etc.
52	Internationale Schule	Erweiterung der Schullandschaft (private Schule mit internationaler Ausrichtung) - Schulstandort auch für internationale Beschäftigte interessant.
53	Mainvorland als Freizeitprojekt	Mainufer für die Menschen als Freizeitraum erlebbar machen, gleichzeitig das Mainufer als Naturraum bewahren (Mensch und Natur in Einklang bringen)
54	Stadtmarketing und Tourismus	Die Stadt Rüsselsheim will ihre Attraktivität im Bereich Tourismus ausweiten und künftig verstärkt bewerben. Eine konkrete Perspektive bietet die Entwicklung und Realisierung des Opel Forums mit seinen Freizeit- und Kultureinrichtungen. Hierfür sind Anzeigen, Imagewerbung, der Aufbau buchbarer touristischer Programme etc. notwendig.

Übersicht Maßnahmen ‚Rüsselsheim 2020‘

55	Angebote für Qualifizierte und Hochqualifizierte	Die in Rüsselsheim arbeitenden qualifizierten und hochqualifizierten Beschäftigten sowie die Studenten, die derzeit häufig nur in der Stadt arbeiten / studieren und hier nicht ihre Freizeit verbringen, mit entsprechenden Freizeit- und Kulturangeboten zu versorgen, bildet eine zusätzliche Herausforderung. Denkbar sind eine Freizeitanlage mit Golfplatz, Erweiterung des gastronomischen Angebotes etc.
----	--	--