

Für eine starke Wirtschaft

Die von der CDU zu verantwortende Wirtschaftspolitik in Berlin zeigt **eindeutige Erfolge**. Dies sind ein **überdurchschnittliches Wirtschaftswachstum, sinkende Arbeitslosigkeit und mehr Investitionen**. Hier gilt es, auch im Bezirk mit einer aktiven Wirtschaftspolitik anzuknüpfen. Auf Bezirksebene ist Wirtschaftspolitik in erster Linie Standortpolitik. Deshalb müssen wir unsere Infrastrukturinvestitionen im Bezirk stärker auf dieses Ziel ausrichten. Dies gilt auch für die Vereinfachung von Verwaltungswegen bei der Neugründung oder Erweiterung von Unternehmen.

Die CDU fordert daher:

- Die **Wirtschaftsförderung in Tempelhof-Schöneberg** muss wieder Chefsache werden. Die Wirtschaftsförderung in Berlin hat mit der Schwerpunktsetzung auf die Ansiedlung spezieller Branchen großen Anteil am wirtschaftlichen Erfolg der letzten Jahre gehabt. Dies fehlt uns im Bezirk. Leider wird die Bedeutung der bezirklichen Wirtschaftsförderung derzeit von Rot-Grün nicht erkannt. In der aktuellen „Berlin Strategie 2030“, das Stadtentwicklungskonzept des Senats, ist der Bezirk Tempelhof-Schöneberg im zukünftigen Handlungsfeld Wirtschaft nicht einmal erwähnt. Selbst das **EUREF am Gasometer Schöneberg** wird als wichtiger Forschungsstandort für die zukunftsfähige Energy and Green Technology ignoriert. Während sich die Berliner Wirtschaft rasant entwickelt, ruht sich die Bezirksbürgermeisterin auf der Industrie- und Gewerbegegeschichte des Bezirks aus.



Die CDU wird mit der bezirklichen Wirtschaftsförderung ein wirksames Wirtschafts- und Gewerbemanagement aufbauen, das - ergänzt um die Kenntnisse aus der Stadtplanung, der Sozialraumorientierung und dem Gewerbeamt - eine Mittler- und Koordinationsfunktion übernimmt. Wichtig ist eine einheitliche und vor allem erreichbare Anlaufstelle im Bezirk für Neugründer, Investoren und ortsansässige Unternehmen, die auch eine **Beschleunigung von notwendigen Genehmigungsverfahren** erreichen soll.

- Die positiven Effekte, die sich aus Inbetriebnahme des neuen Flughafens in Schönefeld für unseren Bezirk ergeben werden, dürfen vom Bezirksamt nicht länger verschlafen werden, sondern müssen als Standortvorteil genutzt werden. Der Bezirk braucht eine **klare Strategie und Vorstellungen** darüber, auf welche Wirtschaftsbranchen sich Marketing- und Förderaktivitäten konzentrieren sollen. Gemeinsam mit Unternehmerinnen und Unternehmern sowie den Verbänden wollen wir eine einheitliche Strategie für den Bezirk entwickeln.
- Das **Standortmarketing des Bezirks** muss verbessert werden. Dieses kann am glaubhaftesten vor Ort und gemeinsam mit ortsansässigen namhaften Unternehmerinnen und Unternehmern geschehen. Hierzu muss das Profil des Bezirks überdacht werden, wenn sich Tempelhof-Schöneberg von anderen Bezirken abheben möchte. Die Förderaktivitäten des Bezirks sind im Sinne einer Gesamtstrategie entsprechend anzupassen.

- Erhalt und Aufwertung der wirtschaftlich erfolgreichen **Wochenmärkte und Großveranstaltungen** im Bezirk. Über den Bezirk kann die Unterstützung sinnvoller Werbemaßnahmen als Beitrag für das Standortmarketing erfolgen.
- Zur Steigerung der **Attraktivität von Einkaufsstraßen** gehören auch eine Erhöhung der Aufenthaltsqualität und die Gewährleistung von ausreichenden Parkmöglichkeiten. Parkraumbewirtschaftung oder Parkscheibenregelungen können hierfür genauso einen Beitrag leisten wie die zeitliche Begrenzung von Busspuren. Die bezirklichen Einkaufsstraßen und Ortsteilzentren sind deshalb im Hinblick auf Käuferverhalten und Aufenthaltsqualität zu untersuchen und ein entsprechendes Maßnahmen- und Finanzierungskonzept gemeinsam mit Hauseigentümern und Einzelhandelsinitiativen zu entwickeln.
- Wir brauchen für die unterschiedlichen Bereiche des Bezirks endlich individuelle **Tourismuskonzepte**. Besondere Bedeutung hat dabei das Berlin der Westalliierten mit dem Kontrollratsgebäude im Kleistpark, dem Rathaus Schöneberg als Sitz der Regierung West-Berlins, dem RIAS-Gebäude, dem Flughafen Tempelhof und dem Alliiertenmuseum im Flughafengebäude.
- In unserem Bezirk befinden sich viele der wichtigsten Standorte des geteilten Berlins. Unter Einbeziehung des Checkpoint Charlie gibt es in Berlin keine vergleichbare Ansammlung von Standorten internationaler Nachkriegsgeschichte des geteilten Deutschlands. Mit einem vernünftigen Konzept bieten sich durchaus Chancen zur Aufnahme in internationale Reiseführer, um zusätzliche **Kaufkraft für den Einzelhandel** zu gewinnen.
- Im Süden Tempelhof-Schönebergs, in Lichtenrade und Marienfelde, müssen **Angebote besser vernetzt** und gemeinschaftlich mit den angrenzenden Brandenburger Landkreisen beworben werden. Dies gilt zum Beispiel für regionale gastronomische Angebote wie das der „Brandenburger Gastlichkeit“. Ein zusätzlicher Fokus soll dabei auch auf mögliche Flächen für Hotelstandorte in Lichtenrade und Marienfelde gelegt werden, um Angebote für Interessenten im Rahmen der BER-Eröffnung bereitstellen zu können. Der Aufbau von Übernachtungsmöglichkeiten könnte auch der Lichtenrader Bahnhofstraße neue wirtschaftliche Dynamik geben.
- Die bestehenden **Unternehmensnetzwerke** am Südkreuz, in der Motzener Straße und in der Großbeerenstraße sind eine Erfolgsgeschichte. Sie müssen durch die Bezirkspolitik weiter gestärkt und ausgebaut werden.

