

## Gewerbe

Eine attraktive Gewerbelandschaft kommt nicht nur der Stadt Langenfeld, sondern auch ihren Bewohnerinnen und Bewohnern zugute. Die Gewerbesteuer stellt eine sehr wichtige Einnahmequelle der Stadt dar. Sie bestimmt maßgeblich Solidität und Handlungsspielraum des Haushaltes. Ein attraktives Gewerbeumfeld, das möglichst solide Gewerbesteueereinnahmen garantiert, ist u.a. geprägt von einer guten Infrastruktur, optimalen finanziellen Rahmenbedingungen, hochwertigen Gewerbeflächen, ausreichender Anzahl von Fach- bzw. Arbeitskräften und Vielem mehr. Wir wollen die Langenfelder Gewerbelandschaft deshalb wie folgt gestalten:

Die **Verkehrsanbindungen zum Arbeitsplatz bzw. zur Bildungsstätte** sind von herausragender Bedeutung. Der Verkehr in Langenfeld muss dabei insgesamt deutlich weiterentwickelt werden (s. hierzu im Detail das Positionspapier Mobilität). Im Rahmen einer besseren Taktung müssen dabei insbesondere zu den Stoßzeiten morgens (7:00-9:00 Uhr) und nachmittags (15:30-17:30 Uhr) mehr Busse in kürzeren zeitlichen Abständen die S-Bahnstationen und Gewerbegebiete anfahren. So können verkehrsbedingte Verspätungen von Bussen abgefedert werden und Pendler sind flexibler, denn sie können sich auch mal Verspätungen erlauben, da sie wissen, dass die Anschlussverbindungen alle 10 Minuten fahren. Neue Gewerbegebiete müssen Haltestellen und ggf. neue Linien erhalten. Idealerweise werden Direkt- bzw. Shuttleverbindungen zu den wichtigsten Haltestellen eingerichtet, bspw. zu den Langenfelder S-Bahnhöfen, aber auch in die Kommunen des Kreises Mettmann oder in Richtung Solingen. Dies alles ist insbesondere wichtig, um Arbeitskräfte anzuziehen, die gerne in Langenfeld arbeiten und in den urbanen Zentren (z.B. Düsseldorf, Köln usw.) oder im Umkreis wohnen (bleiben) möchten.

Die Stadt Langenfeld braucht eine **attraktive Innenstadt** (s. Positionspapier Stadtentwicklung). Dies ist auch wichtig, um als Arbeitsstandort attraktiv zu sein. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern möchten z.B. hier Besorgungen machen oder in der Mittagspause oder nach Feierabend mit den Kollegen etwas Freizeit verbringen. Dazu müsste die Innenstadt u.a. mit mehr ansprechenden Grünflächen ausgestattet und die Art der ansässigen Geschäfte müsste überdacht werden.

Die **Gewerbsteuer** (konkreter: der Gewerbesteuerhebesatz) muss niedrig sein, damit Langenfeld als Unternehmensstandort attraktiv bleibt. Nur so können wir bei Ansiedlungen auch wählerisch sein. In Zusammenhang mit einer möglichst umsichtigen Haushaltspolitik (s. Positionspapier Finanzen), wird so die Finanzierung der Stadt – auch für Zukunftsprojekte (s. Positionspapiere Amt der Zukunft, Smart City usw.) – langfristig sichergestellt. Insofern wollen wir Erhöhungen vermeiden und die Gewerbsteuer – auch in schlechten Zeiten – zumindest stabil halten. Zunächst müssen Ausgaben gesenkt werden (s. Positionspapier Finanzen).

Um gute Unternehmen ansiedeln zu können, müssen **attraktive Gewerbeflächen** zur Verfügung stehen. Dazu müssen wir zunächst die bestehenden Gewerbegebiete bewahren. Trotz einiger Leerstände (bspw. im Gewerbegebiet an der Robert-Koch-Straße), sind gute, insbesondere große Flächen in Langenfeld Mangelware. Deshalb wollen wir erreichen, dass die Stadt Langenfeld zunächst eine Fortentwicklung der Regional-, dann der Flächennutzungs- und schließlich der Bebauungsplanung anstrebt. Diese Entwicklung muss das Ziel haben, eine neue, große, zusammenhängende Gewerbefläche entstehen zu lassen. Dabei ist auf eine sorgfältige Abstimmung mit konfligierenden Bedürfnissen zu achten (s. Positionspapiere Stadtentwicklung und Umwelt). So können auch Bestandsunternehmen, die expandieren wollen, in Langenfeld gehalten werden.

Bei **Bewirtschaftung und Auswahl der Gewerbe** sind sorgfältige Maßstäbe anzulegen. Hierzu ist zunächst das Liegenschaftsmanagement der Stadt zu stärken (s. Positionspapier Amt der Zukunft), insbesondere um Leerstände zu vermeiden und das eigenständige Ankaufen und Entwickeln von Flächen zu ermöglichen. Das Liegenschaftsmanagement (städtische Wirtschaftsförderung) muss zudem alle Werkzeuge an die Hand bekommen, um attraktive Unternehmen vom Standort Langenfeld zu überzeugen. Die anzusiedelnden Gewerbe sind nicht nur nach Höhe der zu erwartenden Gewerbesteuern auszuwählen, auch Unternehmen, die hochwertige Arbeitsplätze in Langenfeld schaffen, sind gleichermaßen willkommen. Bei überregional tätigen Unternehmen ist besonders darauf zu achten, dass ein signifikanter Teil der Gewerbsteuer in Langenfeld verbleibe. Allerdings müssen auch die Belastungen für die Langenfelder Bevölkerung bedacht werden. Insbesondere im Hinblick auf die langfristige Stadtentwicklung. Außerdem ist ein ausgewogener Mix verschiedener Größen sowie Gewerbearten anzustreben. Der Ansiedlungsprozess ist zudem bis zum Ende zu durchdenken. Das schließt auch Überlegungen mit ein, wie im Falle einer Unternehmensschließung oder einem Unternehmenswegzug zu verfahren wäre. Hierzu wäre in jedem Fall ein Vorgriffsrecht auf die Gewerbefläche vonnöten, um beim Nachfolger überhaupt wieder mitsprechen zu können.

Die Stadt Langenfeld muss in ihre **Imagebildung** investieren. Langenfelder Innovationen, Produkte und Dienstleistungen sollten deshalb mit einem eigenen Label versehen und beworben werden (können). Dieses Label ist nicht nur körperlich zu verstehen, sondern als Marketing-Slogan. Die IHK

schlug bspw. den Markennamen „Made in LA“ vor. Die Idee gilt es aufzugreifen! Das Citymanagement könnte die Kampagne betreuen. So entstehen erhebliche Kosten- und Synergieeffekte. Nutznießer wäre u.a. das örtliche Handwerk, z.B. Backwaren „Made in LA“. Mit eingebunden werden sollte auch der Umstand, dass Langenfeld „Wakeboard City“ ist, also Standort der größten Wasserski- und Wakeboardanlage weltweit.

Zudem sollten die Unternehmen und das Personal von der Stadt eine umfassende **Unterstützung** bekommen, damit es jedem Arbeitswilligen auch möglich ist, seiner Arbeit nachzugehen. Dies sollte bereits bei der Gewinnung von Fachkräften beginnen. Die Stadt sollte die Unternehmen u.a. dabei unterstützen, Events zu organisieren, bei denen sich Unternehmen vorstellen und für sich Werbung machen können. Ein weiterer Punkt betrifft die Aus- und Weiterbildung des Personals. Angefangen von Sprachkursen für Migrantinnen und Migranten bis hin zum Angebot von dualen Ausbildungen für die in unseren Schulen aktiv und zielgerichtet geworben wird. Zusätzlich sollte eine Kooperation mit einer Hochschule oder Universität gesucht werden, um den Unternehmen eine Anlaufstelle für diese Ausbildungsbereiche an die Hand zu geben.