

## **Postulat Fraktion SP/JUSO (Halua Pinto de Magalhães/Johannes Wartenweiler, SP): Neuorientierung der Wirtschaftsförderung: Mehr Kooperation statt Standortmarketing**

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Bern versteht sich als Behörde, die im Wettstreit mit anderen Standorten Unternehmen anwirbt und ansiedelt und so die Wirtschaftsentwicklung fördern will. Mit allerlei finanziellen und anderen Massnahmen soll der Wirtschaftsstandort Bern gegenüber anderen Standorten aufgewertet und zur Geltung gebracht werden. Im globalisierten Umfeld herrsche – so die Logik der Behörde – ein permanenter Wettbewerb, dem sich die Stadt Bern nicht entziehen könne. Der Fokus richtet sich dabei auf grosse international tätige Unternehmen, die permanent auf der Suche nach besseren Rahmenbedingungen finanzieller und nichtfinanzieller Art sind. Der Konkurrenzgedanke zieht sich durch gesamte Tätigkeit der Wirtschaftsförderung.

Ein solch einseitiger Fokus der Wirtschaftsförderung ist problematisch. Zum einen, weil sie sich durch die zugespitzte Kapitalmacht der globalen Grossunternehmen auf deren Förderung ausrichtet und die lokale und kleinräumig geprägte Wirtschaft vernachlässigt. Dabei geht vergessen, dass die lokale Wirtschaft viel schwierigere Rahmenbedingungen hat als grosse Unternehmen, die ihre Märkte beherrschen und absichern können. Viele kleine Unternehmen bewegen sich ständig an der Grenze ihrer Existenz. Gleichzeitig sind sie für die UnternehmerInnen eine Chance, um aus einer traditionellen Aufgabe oder aus einer bestimmten Schicht auszubrechen. Zum Beispiel erweist sich für die migrantische Bevölkerung der berufliche Weg in die Selbstständigkeit als soziale Aufstiegschance, die ihnen wegen strukturellen Hürden im Arbeitsmarkt ansonsten verwehrt bliebe. Neuere Studien belegen daher auch, dass MigrantInnen überdurchschnittlich oft Unternehmen gründen.<sup>1</sup>

Auf der anderen Seite sind nicht nur unternehmerische Vorhaben ökonomisch tätig. Die Stadt Bern erlebte in den letzten Jahren einen Boom von selbstverwalteten Initiativen, wie Landwirtschafts-Initiativen (Radisli), urban gardening, gemeinschaftliche Zwischennutzungen (Warmbächlibrache) und viele mehr. Sowohl diese Initiativen wie auch die erwähnten Kleinstunternehmen bieten vielfach Möglichkeiten, der Stadtbevölkerung attraktive alternative Angebote für den Alltag bereitzustellen und zugänglich zu machen. Da sich insbesondere diese selbstverwalteten Initiativen nicht nur an Marktlogiken orientieren, erlauben sie es, jenseits von Waren- und Geldbeziehungen soziale Beziehungen zu entfalten.

Eine nachhaltige Wirtschaftsförderung in einer offenen und solidarischen Stadt sollte der Kooperation eine hohe Bedeutung zumessen und die gesellschaftliche Bedeutung solcher Initiativen, aber auch von Kleinstunternehmen – darunter, wie erwähnt, viele mit migrantischem Hintergrund – anerkennen und entsprechend unterstützen. Diese Initiativen und Engagements schaffen Zugang zu Ressourcen, welche die Grundlage für die demokratische Beteiligung aller StadtbewohnerInnen sind. Erforderlich sind Konzepte der Wirtschaftsförderung, die eine Zusammenarbeit der Stadt und den beteiligten AkteurInnen in Form von Kooperation ermöglichen: Die Wirtschaftsförderung muss einen Beitrag leisten, um eine solidarische öffentliche Infrastruktur bereit zu stellen und die Kooperationen mit der Stadt aber auch unter den privaten Akteuren zu erleichtern und zu ermöglichen (z.B. ein Haus der Vereine).

---

<sup>1</sup> «Migranten überdurchschnittlich gründungsaktiv – Arbeitsmarkt spielt große Rolle», KfW Research – Fokus Volkswirtschaft, Nr. 115, 29. Januar 2016

Der Gemeinderat wird deshalb beauftragt,

1. einen Bericht zu erstellen über die Situation von Kleinunternehmen in der Stadt Bern, insbesondere ihre Bedeutung für die Wertschöpfung, die Beschäftigung und den sozialen Zusammenhalt.
2. einen Bericht zu erstellen über wirtschaftliche Initiativen aus Kreisen der Migrationsbevölkerung und ihrer Bedeutung für die Stadt Bern einerseits und für die soziale und wirtschaftliche Integration der MigrantInnen andererseits.
3. eine Strategie zur Wirtschaftsförderung auszuarbeiten, die über das Standortmarketing hinausgeht. Gesellschaftspolitische Aspekte sollen ebenso dazu gehören wie die Möglichkeit, eine solidarische öffentliche Infrastruktur bereitzustellen.
4. die Wirtschaftsförderung dazu zu verpflichten, auch kooperative Aktivitäten und Engagements von KMU und Einzelpersonen zu unterstützen und zu fördern.

Bern, 28. Juni 2018

*Erstunterzeichnende: Halua Pinto de Magalhães, Johannes Wartenweiler*

*Mitunterzeichnende:* Tabea Rai, Ingrid Kissling-Näf, Fuat Köçer, Benno Frauchiger, Marieke Kruit, Lena Sorg, Katharina Altas, Mohamed Abdirahim, Christa Ammann, Lisa Witzig, Yasemin Cevik, Edith Siegenthaler, Martin Krebs, Luzius Theiler, Nora Krummen, Laura Binz, Barbara Nyffeler, Ladina Kirchen Abegg, Zora Schneider