

Redebeitrag

Plenum, 29.05.2017

Dok. 172 - Regierungsmitteilung bezüglich der Standortmarke „Ostbelgien“

-Michael Balter-

-Es gilt das gesprochene Wort-

Meine Damen und Herren,

Wir heißen jetzt Ostbelgien.

Ob im Internet, in Videos, in zahlreichen Zeitungsanzeigen,
auf Bierdeckeln, oder sonst wo in der DG –
Der Begriff Ostbelgien wird durch eine wahre Marketingoffensive
von der Regierung auf dem Gebiet der DG beworben.

Über die Art und Weise kann man sicherlich streiten.
Für mich gleicht dies einer Produktoffensive ähnlich
wie wenn ein Konzern in einem Gebiet eine neue Marke durchsetzen will.

Typisches Vorgehen von großen Werbeagenturen.
Wahrscheinlich teuer dabei.
Und ohne Tiefe – die Verpackung steht im Vordergrund.

Nun, grundsätzlich ist an dem Namen nichts auszusetzen,
wie ich bereits erwähnt habe klingt „Ostbelgien“ besser und ist griffiger
als das etwas schnöde DG Kürzel.

Nur dieses Tamtam, was wieder veranstaltet wird, müsste nicht sein.
Ist aber typisch für diese Regierung und diese Mehrheit –
das kennt man.

Bezüglich der Vorgehensweise und den Elementen welche in
den Dokumenten hervorgehoben werden möchte ich einige Anmerkungen machen.

Man versucht den Standort Ostbelgien gegenüber dem Raum Aachen und Luxemburg hervorzuheben.
Es heißt:
„Als Mitwettbewerber der Deutschsprachigen Gemeinschaft hätten sich Luxemburg, Aachen und die
Wallonie herausgestellt.“

Gut für diese Erkenntnis bedarf es keine teure Agentur, ich denke, dies ist den meisten in der DG bewusst.

Ostbelgien unterscheidet sich von Aachen durch die Mehrsprachigkeit, die geographische Lage sowie durch die Lebensqualität.

So heißt es im Bericht: „Ostbelgien differenziert sich im Wettbewerb mit anderen Regionen dadurch, dass es das Beste aus allen Welten vereint (germanische und romanische Einflüsse, städtisch und zugleich ländlich etc.)“.

Generell haben wir natürlich nichts gegen die Standortmarke, im Gegenteil. Ostbelgien finde ich ist ein passender Begriff für unser Gebiet, allerdings finde ich den Aufzug den man veranstaltet etwas übertrieben, wie so oft bei dieser Regierung.

Und es gilt hier zu differenzieren, besonders was die Sprachkompetenz, Lebensqualität und das Anwerben von Fachkräften und Unternehmen angeht.

In puncto Mehrsprachigkeit gibt es eine deutliche Verschlechterung und man kann eher von dem Wunschbild der gesteigerten Sprachkompetenz sprechen.

Viele Ostbelgier sind nicht richtig mehrsprachig, oder nicht mehr, das ist leider so.

Heute wird diesbezüglich ja noch eine Resolution besprochen, was die Problematik verdeutlicht, denn wenn ja alles in Ordnung wäre, bräuhete man nicht solch eine Resolution.

Und die Ausarbeitung der Standortmarke lässt einen kritischen Blick auf diese Tatsache eindeutig vermissen.

Auch hier typisches oberflächiges Vorgehen einer Werbeagentur.

Die Verpackung muss eben stimmen.

Auch die Annahme, dass Ostbelgien das Beste aus der Welt vereint, zeugt von einer ungesunden Überheblichkeit. Kennt man auch von dieser Regierung.

Es ist halt Werbung.

Was die Lebensqualität angeht, so gilt es zu differenzieren.

Puncto Arbeitslosigkeit:

Fraktion im PDG V.o.G.

Man darf beispielsweise nicht vergessen, dass große Teile der Eifel ihren Lebensstandard nur durch ihre Nähe zu Luxemburg aufrechterhalten können, oder dass 80% der Arbeitslosen der DG im Norden zu finden sind.

Darüber hinaus ist die Lebensqualität Ostbelgiens immer an die wirtschaftliche und politische Lage Belgiens gebunden.

Was die Besteuerung angeht sind wir laut OECD Spitze.

Und Steuern sind auch ein wichtiges Stichwort wenn es um die Anwerbung von Fachkräften und Unternehmen geht.

Ein lediger Angestellter ohne Kind musste hierzulande im vergangenen Jahr im Schnitt 54 Prozent an den Staat abliefern.

Und der Staat geht noch nicht einmal vernünftig mit unseren Steuergeldern um, im Gegenteil, Steuerverschwendung und Klüngelei à la Publifin bestimmen große Teile der klassischen Politik hier in Belgien.

Ein Großteil der DG Bürger machen ihre Einkäufe im Ausland, weil es da günstiger ist.

Auch für Unternehmen ist Belgien aufgrund der hohen Steuerlast nicht attraktiv genug oder sogar abschreckend.

In der vergangenen Woche berichte das Grenz Echo hierüber.

Belgien liegt nur auf Rang acht der attraktivsten EU-Mitglieder und muss, wie schon seit Jahren, die Nachbarn Deutschland, Frankreich und Niederlande den Vortritt lassen. Was die Schaffung neuer Arbeitsplätze betrifft, belegt Belgien gar nur Platz 18.

Laut einer Umfrage der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young zu den Faktoren, die die Attraktivität Belgiens beeinflussen, nehmen die ausländischen Firmenchefs eine sehr zurückhaltende Haltung gegenüber künftigen Investitionen in Belgien ein. Der hohe Steuerdruck bleibt eine der Hauptsorgen der ausländischen Investoren.

Hinzu kommt das Belgien nach einer Studie des Europäischen Gewerkschafts-Bundes das einzige Land in der Europäischen Union ist, in dem die Arbeitnehmer an Kaufkraft im vergangenen Jahr verloren haben.

Zahlreiche Eifeler Selbständige haben ihren Betrieb nach Luxemburg verlegt oder haben dort eine Niederlassung.

Luxemburg gilt als Brotschrank der Eifel.

Fraktion im PDG V.o.G.

Meine Damen und Herren,

natürlich ist dies eine Thematik welche vorrangig in Brüssel geändert bzw. verbessert werden müsste, hier sind die Zuständigkeiten des Föderalstaates gefragt.

Nur so viel.

Wir müssen endlich die hohen Bürokratiekosten in Belgien senken, damit Steuern und Abgaben für Bürger und Unternehmen ermäßigt werden können.

Beispiele wie unser Resolutionsvorschlag zur Abschaffung der Provinzen und die Nutzung der freigewordenen Gelder als Steuererleichterungen für die Bürger sind nur Ansätze – aber diese Ansätze sollten wir gemeinsam fordern und Brüssel und die Regionen auffordern endlich zu handeln.

Auch muss ich niemanden erklären, dass die DG dieses ganze Brimborium hier nicht braucht und man mit weniger mehr gestalten könnte.

Und nur immer neue Beamte im Dienste der DG einzustellen, ist der falsche Angang.

Das gleiche gilt natürlich für die Wallonische Region.

Die Bürger da draußen verstehen und befürworten dies, nur die klassische Politik macht engstirnig weiter wie gehabt.

Bezüglich Zahlen und Fakten verweise ich auf meine Haushaltsreden.

Nur so viel dazu, es ist erschreckend zu sehen, wie auch hier in der DG Steuergelder achtlos seitens der Mehrheit und der Regierung verschwendet werden.

Meine Damen und Herren,

Werbung alleine bringt keine neuen Unternehmen und Fachkräfte nach Ostbelgien. Sie kann helfen, ja, mehr aber auch nicht!

Das ist wie mit Schokolade, da hilft die beste Werbung nichts, wenn sie nicht schmeckt! Die kauft man nur einmal – und dann nie wieder.

Und somit sind einige Hauptargumente der Marketingstrategie nicht haltbar und auch nicht vernünftig durchdacht.

Die Macher arbeiten halt wie eine Werbeagentur und die klassische Politik.

Tiefe Analysen sind da Fehlanzeige.

Touristisch verfügen wir über wahre Trümpfe – und dies soll auch so bleiben.

Fraktion im PDG V.o.G.

Ich liebe es in Ostbelgien zu wandern und die Natur zu genießen.
Und zahlreiche Touristen schätzen unser Gebiet.

Wobei wir dieses Erhalten nochmal besprechen müssen.

Zahlreiche ostbelgische Fließgewässer sind durch Abwässer belastet,
in der Our bei Ouren gilt ein Badeverbot.

Die Zustände rund um den See von Bütgenbach sind nicht immer attraktiv und für den Tourismus förderlich.

Will man ernsthaft die anvisierten Ziele verfolgen, muss mehr als nur eine Standortmarke ins Leben gerufen werden.

Es müssen vor allem tiefgreifende Reformen in Angriff genommen werden, damit Ostbelgien als Wirtschaftsfaktor auch wirklich interessant für Fachkräfte und Unternehmen wird.

Meine Damen und Herren,
wussten Sie, dass Ostbelgien das einzige Gebiet in Belgien ist, wo die Anzahl der Selbständigen seit 2003 gesunken ist? Um mehr als 5 Prozent in der Eifel sogar um 13 Prozent.
Das verschweigt die Regierung.

Wenn man den Bereich Landwirtschaft, der in Ostbelgien von überproportionaler Bedeutung ist, rauslässt bleibt der Unterschied in der Entwicklung immer noch hoch: Landesweit betrug der Zuwachs seit 2003 +24%, in Ostbelgien, ohne die Landwirte, nur +1%.
Seltsam und dabei soll Ostbelgien das Beste aller Welten vereinen.

2015 wurden in der DG 14 % weniger Betriebe gegründet als ein Jahr zuvor.
Die Anzahl der Pendler ist in den letzten Jahren enorm angestiegen.
Insbesondere für den Süden Ostbelgiens ist der Pendlerstrom von immer stärkerer Bedeutung und verzeichnete Wachstumsraten von rund 9% jährlich zwischen 2000 und 2016.
Zahlen welche nicht unbedingt für den Standort DG sprechen.

QUELLE: http://www.ostbelgienstatistik.be/DesktopDefault.aspx/tabid-4833/8570_read-47962/usetemplate-print/

Meine Damen und Herren,
wie sollen wir es schaffen, Unternehmer von außen für unseren Standort zu begeistern wenn hierzulande die Anzahl der Selbständigen sinkt, und zahlreiche Unternehmen wegziehen? Wir haben ein Standortproblem und da ist Werbung nichts Weiteres als Kosmetik.

Ich weiß nicht wie es ihnen geht, aber man hat oft

Fraktion im PDG V.o.G.

den Eindruck, als wolle man sich mit dieser Kampagne bloß ein Denkmal setzen und von den wahren Problemen der DG und des Landes ablenken.

Somit muss das Motto sein: Standortmarke ja, aber mit weitreichenderen Reformen. Die Schokolade muss nicht nur gut aussehen, sie muss schmecken!

Zuerst einmal müssen wir die Bürokratiekosten senken –
Hier vor Ort und anderenorts durch entsprechende gemeinsame Forderungen.
In der DG sollte man als gutes Beispiel vorangehen und nicht immer nur neue Leute einstellen, sondern Optimierungsprozesse in allen Diensten durchführen.

Dann Steuersenkungen bei den zuständigen Instanzen gemeinsam fordern.
Auch das Arbeitsamt muss mitziehen, in unseren Augen wird viel zu lasch reagiert und Langzeitarbeitslose müssen gezielter zu einer neuen Aufgabe geführt werden. Da liegt Potential brach.

Und natürlich Schule und Bildungseinrichtungen, hier wird einiges wie die Duale-Ausbildung ganz gut gemacht – aber manches bleibt noch zu tun.
Schulabbrecher oder Ausbildungsabbrecher müssen wir an die Hand nehmen und gezielt Perspektiven vermitteln.

Unser jetziges Schulsystem fördert weder Kreativität noch innovatives Denken, im Gegenteil.

Was tut zum Beispiel die Regierung um aktiv Eigenschaften zu fördern,
welche Unternehmensgründer zwingend benötigen:
Mut, Verantwortungsbewußtsein, und die Stärkung des eigenen Willens.
Diese Eigenschaften werden in unserem Schulsystem nicht gefördert sondern unterdrückt.

Zum Thema Umwelt.
Verschmutzte Bäche entlang von Wanderrouten darf es nicht geben,
hier sind unsere Gemeinden gefragt und auch die Wallonische Region. Wenn diese nicht handeln, dann sollte die DG auch ein Wörtchen mitreden.
Denn dies fördert nicht den Tourismusstandort Ostbelgien.

Wir können vieles tun um den Standort Ostbelgien attraktiv zu machen.
Was den Tourismus angeht, haben wir einiges in der Hand.
Was die Erhaltung der Natur angeht, können wir nicht nur mahnende Worte und Verbesserungsvorschläge an die Verantwortlichen senden, sondern konsequent Veränderungen einfordern wo Missstände herrschen.

Wenn die richtige Haltung dahinter steckt, dann können wir gemeinsam etwas bewegen.

Nur dieses „Gemeinsam“ ist bekanntlich so eine Sache.

Einzelinteressen, ob von Gemeinden oder einzelnen Parteien, stehen einer positiven Veränderung leider oft im Wege.

Wir werden weiterhin gezielt versuchen Missstände anzusprechen und konkrete Maßnahmen vorzuschlagen.

Im vergangenen Jahr haben wir dies auch Puncto Standort DG getan und werden dies auch weiterhin tun.

Vor Jahren gab es mal einen Werbespot einer Schokoladenfirma welcher bewusst schlicht und einfach war.

Der Slogan war:

„Wir stecken alles in die Schokolade und nichts in die Werbung.“

Vielleicht eine Anregung an unsere Regierung.