



22.01.2005 – RP
Mediothek am Theaterplatz - Bezirksregierung gibt Zustimmung zum 13-Mio.-Neubau

20.01.2005 – RP
Lidl kommt nicht an den Nauenweg

19.01.2005 – WZ
Ars Vivendi – Kunstkonzept-Consulting für Firmenkunden

18.01.2005 – RP
Féraud hat wieder eine Adresse in Krefeld

10.01.2005 – WZ
Kunst-Samstage: Kunst-Carré lockt Besucher in die Innenstadt

06.12.2005 – RP
Linde, Wiesbadener Industriegase- und Gabelstaplerspezialist, erwirbt Mehrheit an Krefelder Gasfirma

01.12.2004 – RP
Fachbereich Stadtmarketing nimmt in der Stadtverwaltung seine Arbeit auf.

FOTO: Lawrenz

Kreativ und immer mit vielen realitätsnahen Ansatzpunkten zu aktuellen Fragestellungen: Eine Einschätzung, die man dem 43-jährigen gerne abnimmt. Seit mehr als 12 Jahren ist Andreas Struwe bei der WFG: Und weiterhin sieht der gebürtige Sauerländer „eine Stadt mit großem Standortpotential.“

Der Ideengeber

Besonders im Krefelder Süden gebe es viele interessante Entwicklungsmöglichkeiten. „Welcher Standort kann schon von sich behaupten, in direkter Nachbarschaft drei unterschiedlich interessante Standortqualitäten anzubieten? Das Gewerbe- und Industrieband entlang der A 44 vom Campus Fichtenhain über den Europark und die Thyssen-Flächen bis hin zum Postfrachtzentrum bietet Platz für viel Neues“. Grund genug, die anstehenden Projekte mit großem Engagement und vielen Ideen zu unterstützen und voranzutreiben. „Im Krefelder Süden haben wir die Chancen, die Zeit quasi zurückzudrehen: Wie vor zehn Jahren können hier Neubautätigkeiten unübersehbarer Ausdruck erfolgreicher Wirtschaftsförderung sein.“ Die Wirtschaftsförderungslandschaft habe sich aber sonst verändert. Messen, regionale Zusammenarbeit und internationale Kontakte sind für neue Impulse wichtiger geworden. Für das Flaggschiff des regionalen Marketings, die Gewerbeimmobilienmesse Expo Real in München, erarbeitet Struwe an der Untergath den Auftritt vom Messebau bis zur Hintergrundpräsentation schlüsselfertig mit zwei Kollegen aus Mönchengladbach und dem Rhein-Kreis Neuss. „Die organisatorische Abstimmung mit den Partnern hat sich im 5. Messejahr eingespielt, die richtige Positionierung der Standortregion fordert aber immer wieder neue Ansätze, gute Ideen, viel Geduld und harte Überzeugungsarbeit. Damit Krefeld auf dem Gemeinschaftsstand seiner Bedeutung gerecht werden kann, brauchen wir interessante Projekte und attraktive Präsentationen.“ Hier ist die intensi-

ve Zusammenarbeit mit Stadtmarketing und Bauverwaltung angesagt. „Ich muss viele Gespräche führen, um alle Projekte optimal abzustimmen.“ Wenn dann zum Schluss die Messetage anstehen, ist Andreas Struwe ganz besonders in seinem Element. Organisieren, Anpacken, Machen. Da wird der Kleintransporter gechartert, geladen und gefahren, um den Messestand von 95 auf 100 Prozent aufzurüsten. Seit Jahren ist er die Hälfte des „WFG-Teams für alle Fälle“. „Das Handwerkliche in der Wirtschaftsförderung ist immer unser Thema“, das er gemeinsam mit Kollegin Ute Schröder ins Visier nimmt. Bisheriger logistisch-organisatorischer Höhepunkt war 2002 allerdings ein Bildertransport nach Japan. Die Ausstellung in Hamamatsu diente der Pflege der guten Wirtschaftskontakte – ebenso wie die Gartenbauausstellung Pacific Flora im vergangenen Jahr. Japan und Fernost bleiben bei der WFG auch in den nächsten Jahren im Blick der Außenwirtschaftsförderung, verspricht Andreas Struwe. Das Alltägliche in der WFG beginnt bei ihm aber mit der Presseanalyse: Entwicklungen nachvollziehen, Trends verfolgen, Nachrichten aufbereiten. Anschließend gibt es vieles kreativ anzupacken: Materialentwicklung für die WFG, Veranstaltungen, Innenstadtthemen, Sonderprojekte, EDV-Betreuung oder die Internetpräsenz. Nach der Arbeit geht's dann nach Hause Richtung Niederkrüchten; hier erwarten noch Hund und Pferd Zuwendung. „Wirtschaftsförderung an der Theke ist nicht so meine Sache. Das ist nur durchzuhalten, wenn man in Krefeld wohnt. Das übernehmen bei der WFG andere Kollegen.“

Klaus Lawrenz

Andreas Struwe
 Telefon: +49(0)2151.820 74.40
andreas.struwe@wfg-krefeld.de