

## PRESSESPIEGEL

Zeitung/Internet: BM - Bergische Morgenpost  
Ausgabe: Donnerstag, 15. September 2011  
Rubrik: 1. Lokalseite  
Auflage: 14 Tsd.  
Thema: INITIATIVE ENGAGIERTER REMSCHEIDER PRO D.O.C.  
- Pressegespräch am 14. September 2011

---

# Wirtschaft wirbt für DOC

Eine **große Werbekampagne** soll die Remscheider dazu bewegen, bei der **Bürgerbefragung** am 16. Oktober für ein **Outlet-Center** an der Blume zu stimmen. Getragen wird die Aktion von drei **Wirtschaftsvereinigungen**.



Henner Blecher (Mittelstandsvereinigung der CDU), Gabi Marx (Werbeagentur Marxböhrer), Thorsten Kapitzka (Wirtschaftsjunioren) und Franz-Bernd Daum (Förderverein für Innovation und Technologie; v.L.) präsentierten ihre Kampagne fürs DOC. BM-FOTO: JÜRGEN MOLL

.../2

**PRESSESPIEGEL**

Zeitung/Internet: BM - Bergische Morgenpost  
Ausgabe: Donnerstag, 15. September 2011

**VON HENNING RÖSER**

**REMSCHIED** „I love Designer Outlet Center Remscheid“ – dieses Motto wird den Remscheidern ab dem 26. September drei Wochen lang häufiger begegnen. Mit einer großangelegten Werbekampagne in allen Medien, auf Bussen der Stadtwerke und auch im Internet sollen die Remscheider dazu bewegt werden, am 16. Oktober an der Bürgerbefragung zum Designer Outlet Center (DOC) an der Blume teilzunehmen – und ihr Kreuzchen auf dem Ja-Feld zu machen.

Angeschoben und finanziert wird die Kampagne von der „Initiative engagierter Remscheider pro D.O.C.“. Sie investiert eine fünfstellige Summe. Dahinter stehen der Förderverein für Innovation und Technologie (FIT), die Mittelstandsvereinigung der CDU Remscheid und die Wirtschaftsunioren Remscheid. Sie alle sind fest davon überzeugt, dass ein DOC „eine

Jahrhundertchance“ für Remscheid bedeutet, sagte Gabi Marx von der Werbeagentur Marxböhmmer, die die Kampagne entworfen hat, gestern vor Presse. Ziel sei es, den Remscheidern klar zu machen, dass sie mit ihrer Stimme Remscheid nach vorne bringen können.

**Kaufkraft binden und anziehen**

Die Stadtkasse sei leer, Remscheid brauche dringend Investoren, um wieder eine Zukunftsperspektive zu bekommen, sagte Franz-Bernd Daum (FIT). Durch ein DOC werde nicht nur Kaufkraft in der Stadt gebunden, die bislang in andere Städte abfluss, sondern auch Finanzkraft von außen nach Remscheid geholt, ergänzte Thorsten Kabitza von den Wirtschaftsunioren. Er ist überzeugt: Das DOC bedeutet ein Stück „Zukunft für Remscheid“, von dem aber die ganze Region profitiert.

Auch eine Imageaufwertung für die Stadt versprechen sich die Ini-

**INFO****Bürgerbefragung**

**Wann** Sonntag, 16. Oktober.

**Zeiten** Die Wahllokale sind von 8 bis 18 Uhr geöffnet.

**Wahlberechtigt** Rund 87000 Bürger stehen im Wählerverzeichnis.

**Bedingungen** Mindestens 8700 Bürger müssen für das DOC stimmen. Es muss die Mehrheit sein.

tiatoren von der Ansiedlung. „Wer Roermond sagt, denkt an das DOC“ sagt Daum. So soll es künftig auch in Remscheid sein.

„Remscheid soll wieder die Bedeutung bekommen, die der Stadt zusteht“, sagte Henner Blecher von der MIT mit viel Lokalpatriotismus. Es gehe darum, im Städtedreieck nicht nur Anhängsel zu sein.

Durch die zusätzlichen Steuereinnahmen werde die Kommune wieder handlungsfähiger und weniger abhängig von finanzieller Hilfe vom Land, argumentiert die Initiative. Sie hofft, dass dieses Argument auch bei der Landesregierung Gehör findet, wenn es in der Zukunft darum geht, die Genehmigung für das Projekt zu bekommen.

Daum geht von einem positiven Effekt des DOC auch auf die heimische Wirtschaft aus. Durch ein DOC werde Remscheid attraktiver. Das mache es für die Firmen leichter, Fachkräfte von außerhalb anzuwerben. Bei ihren Gesprächen in den vergangenen Wochen seien sie überall „mit offenen Armen empfangen worden“, berichtet Daum. Die Idee, für die Bürgerbefragung und das DOC zu werben, komme überall gut an.

**FRAGE DES TAGES**

**Internet** Mehr zum Thema unter [www.rp-online.de/remscheid](http://www.rp-online.de/remscheid)