

# Kann man mit Leitbildern das Image einer Kommune aufbügeln?

Wie in vielen Städten und Gemeinden Deutschlands bereits geschehen, beschloss im Jahre 2015 auch die künftige Großgemeinde Wandlitz, dass in einem basisdemokratischen Prozess ein **Leitbild für die künftige Entwicklung der Kommune** ausgearbeitet werden soll.

Was ist das? Wem nützt das?

Die „Brandenburgische Beratungsgesellschaft für Stadterneuerung und Modernisierung mbH Potsdam“, die diesen Prozess nicht nur in Wandlitz leitet und führt, gibt uns auf diese Fragen die allgemein verständliche Antwort:

Ein Leitbild ist die **„Strategische Planungsgrundlage für die langfristige kommunale Entwicklung. Es dokumentiert zum einen das Selbstverständnis einer Gemeinde und bildet zum anderen die langfristige Richtschnur und den konzeptionellen Rahmen für die Planungen und Entscheidungen der Kommunalpolitik, der Gemeindevertretung und der Verwaltung. Wie genau ein solches Leitbild auszusehen hat, dafür gibt es jedoch keine feste Definition“** (siehe Amtsblatt für die Gemeinde Wandlitz Nr.1, Seite 11).

Wenn es derartige Leitbild-Entwürfe schon in anderen Kommunen gibt, dann schauen wir doch einfach mal dort hin.

Schon in unserer Landeshauptstadt Potsdam werden wir fündig. Unter der Anleitung von Dr. Cristoph Andersen (das ist natürlich nicht der berühmte Märchenerzähler Hans Christian Andersen!) wird dort folgendes Leitbild-Konzept vorgestellt:

- **EINE Stadt für ALLE**
- *Bürger und Verwaltung vertrauen einander*
- *Generationen helfen und gestalten miteinander*

**Potsdam** profitiert von einer lebendigen und engagierten Bürgerschaft ...

**Potsdam** ist eine Stadt des guten Miteinanders ...

**Potsdam** ist eine Stadt der Vielfalt, der Chancengleichheit und Toleranz für alle Menschen, unabhängig von Lebensentwurf, Alter, Geschlecht, Behinderung, Herkunft, Glaube, sexueller Orientierung und Einkommen ...

**Potsdam** bekennt sich zu einer starken öffentlichen Daseinsvorsorge ...

**Potsdam** heißt Zuwanderinnen und Zuwanderer willkommen und setzt sich für ihre Integration ein ...

**Potsdam** ist eine generationengerechte Stadt ...

- **Die innovative Stadt**
- *Potsdam als vorausschauende, intelligente und vernetzte Stadt*

**Potsdam** ist eine Stadt mit bürgernaher, effizienter und moderner Verwaltung ...

**Potsdam** steht für eine starke lokale Wirtschaft, die international vernetzt ist ...

**Potsdam** geht sparsam und sinnvoll mit öffentlichen Ressourcen um und bekennt sich zur generationsübergreifenden Gerechtigkeit ...

**Potsdam** setzt den digitalen Wandel aktiv für Innovationen ein ...

- **Die Wissenschaft** - *Aus wissenschaftlichen Patenten werden erfolgreiche Produkte made in Potsdam*

**Potsdam** ist eine Stadt der Bildung und des Wissens ...

**Potsdam** ist Film- und Medienstadt – ein wirtschaftlicher wie kultureller Erfolgsfaktor der Stadt...

**Potsdam** ist eine Stadt der Wissenschaft ...

- **Die wachsende Stadt** - *Stadtgeschichte ist Stadtbiographie*  
- *Potsdam als Zukunfts-(Werk-) Stadt für nachhaltige Urbanität und Energiewende*

**Potsdam** ist eine Stadt in der die Menschen vielfältig und umweltfreundlich mobil sein können ...

**Potsdam** bekennt sich zum Wachstum der Stadt und gestaltet dieses nachhaltig ...

**Potsdam** verbindet zukunftsorientiertes Handeln mit dem Bewusstsein für die eigene Geschichte ...

**Potsdam** ist eine Stadt mit unterschiedlichen Identitäten der Stadt- und Ortsteile ...

**Potsdam** ist eine Stadt mit bezahlbarem Wohnraum ...

**Potsdam** ist eine Stadt innovativer und vernetzter Mobilitätskonzepte ...

**Potsdam** setzt sich für eine Verkehrsinfrastruktur ein, die regionale, nationale und internationale Vernetzung ermöglicht ...

- **Die lebendige Stadt** - *Ich wünsche mir einen leichten Zugang zur Kultur für alle Potsdamer*

**Potsdam** ist eine Stadt der Kultur

**Potsdam** ist eine Stadt in Bewegung ...

**Potsdam** ist eine gesunde und sichere Stadt ...

**Potsdam** ist eine grüne Stadt am Wasser ...

**Potsdam** ist eine ökologische Stadt, die sich zu Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz bekennt ...

**Potsdam** ist eine Stadt des Tourismus ...

**Potsdam** ist eine Stadt mit zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten sowie mit einer vielfältigen Einzelhandelsstruktur ...

Der Link lautet: <https://www.potsdam-weiterdenken.de/node/948>). Sie können es selbst lesen!

### **Erlauben Sie mir bitte folgende Fragen:**

Ist das eine neue Reklame des Deutschen Reisebüros für die Stadt Potsdam?

Ist das der Ansatz für eine neue farbenfrohe Heimatliebe?

Ist das eine neue Ideologie des Kapitalismus? ...

Doch bevor wir versuchen diese Fragen zu beantworten, wenden wir uns hilfesuchend an den großen französischen Philosophen und Denker, Henri Bergson, der sinngemäß sagte:

## Um ein Problem richtig zu verstehen, müssen wir seine Geschichte kennen!

Also beschäftigen wir uns kurz mit der Geschichte der Leitbilder:

Leitbilder (Corporate Identity) sind im vorigen Jahrhundert vorrangig von großen amerikanischen Unternehmen entwickelt worden. In erster Linie dienten sie dazu, das Image der im brutalen und knallharten nationalen und internationalen Wettbewerb stehenden Banken und Konzerne „aufzubügeln“. Angesichts eines alarmierenden Anstiegs der korrupten und kriminellen Methoden des Managements, der ausschließlich auf Maximalprofit orientierten Unternehmenskultur und Mitarbeiterführung sind diese Leitbilder in der Regel nur Wunschvorstellungen und haben mit der Wirklichkeit nichts zu tun (siehe auch Georg Schreyögg und Horst Steinmann im Internet).

Jedes Leitbild ist eine schriftliche Erklärung über das Selbstverständnis (Selbstwahrnehmung und Selbstbeschreibung) und die Grundprinzipien eines Unternehmens. Nach innen sollte es die Fragen beantworten „Was wollen wir gemeinsam erreichen?“ und „Welche Werte und Prinzipien bestimmen unser Handeln?“. Da diese Fragen immer attraktiv beantwortet werden müssen, ist mit einem Leitbild stets die Hoffnung auf eine positive Motivation der Mitarbeiter verknüpft. Nach außen soll es einen positiven Imageeffekt bewirken, d.h. der Öffentlichkeit und dem Kunden ein Idealbild der Banken und Unternehmen vorgaukeln. Eine Antwort auf die Frage, wie dieses Idealbild zur Realität wird, gibt es im Leitbild nicht.

Leitbilder haben in der Regel folgende typische Zielvorgaben (Beispiele vom E.ON-Konzern):

- Kennzahlen des Marktanteils  
„E.ON – weltweit größter privater Strom- und Gasanbieter“.
- Innovationsziele
  - **Neue Produkte**  
„Wir sind ein Weltmarktführer in der Windenergie“
  - **Neue Dienstleistungen**  
„Entwicklung von CO<sub>2</sub>-Abscheidungs- und Speichertechnologien“
- Ressourcen
  - **Rohstoffquellen**  
„Unser größtes Fördergebiet ist Yushno Russkoje“
  - **Kapital**  
„Einsatz des Kapitals im Interesse der Aktionäre“
  - **Moderne Ausrüstungen**  
„Dezentrale Energieversorgung“
  - **Qualifizierte Mitarbeiter**  
Trotz weltweiter Expansion ist die Anzahl der Mitarbeiter in der Zeit von 2008 bis 2015 um 35% gesunken.
- Effektivität der Tätigkeit  
„Hoher Ausbeutungsgrad!“

- Soziale Ziele  
*Eine hoher Beschäftigungs- und Bildungsgrad aller Mitarbeiter steht nicht im Mittelpunkt des Unternehmens.*
- Profitziele  
*Der Konzern orientiert sich auf eine Maximierung des Profits.*

Jetzt wissen wir was Leitbilder sind. Aber warum brauchen wir Leitbilder, die aus dem kommerziellen Bereich kommen, in den Kommunen? Gibt es in den Kommunen Abgeordnete, die auch Unternehmer sind? Greifen solche Leitfiguren in die Tasten der kommunalen Leitkultur? Ist das öffentliche Image der Kommunen schlecht und muss es verbessert werden? Fragen über Fragen!

**Meine Meinung:** Solange sich die Daseinsvorsorge in den Händen skrupelloser und profitgieriger Aktionäre und Unternehmen befindet, die jedes Jahr die Preise für Strom, Gas, Wasser, Mieten, Verkehr, Gesundheit sowie für soziale und kulturelle Leistungen erhöhen, werden die Kommunen für ihre Leistungen (Bau von Straßen, Geh- und Radwegen, Spielplätzen, Abstimmung von Flächennutzungsplänen, Unterstützung von Vereinen und Verbänden, Organisation von Veranstaltungen u.a.) bei der großen Mehrheit der Bevölkerung nicht die Anerkennung erhalten, die sie erwarten. Die wichtigsten Elemente der Daseinsvorsorge, die gesetzmäßig in die Hände der Kommunen gehören und mit denen sie durch die Bereitstellung der erforderlichen Leistungen und Güter ihren Bürgerinnen und Bürgern ein sinnvolles, würdiges und menschliches Leben sichern können, haben sie in den 90iger Jahren des vorigen Jahrhunderts verkauft. Die Vermarktung der Daseinsvorsorge ist noch nicht beendet. Im Rahmen des Beschleunigungsgesetzes zur Umsetzung der Öffentlich-Privaten-Partnerschaften (ÖPP) werden z.Z. die letzten kommunalen Güter, Dienstleistungen, materiellen und immateriellen Ressourcen, Natur- und Bodenschätze verramscht.

Deshalb brauchen die Kommunen ein Leitbild, das ihr Image aufbügelt! Deshalb werden wir von den Leitfiguren der Gemeinde kategorisch aufgefordert, den Leitbildgedanken mit Leben zu erfüllen. Deshalb wird unsere rege Teilnahme erwartet. Deshalb können unsere Ideen und Vorschläge nicht futuristisch und abenteuerlich genug sein.

**Meine futuristischen Vorschläge lauten:**

- Reprivatisierung des Wandlitz-Sees;
- Reprivatisierung der Wälder im Gemeindegebiet;
- Aufbau und Organisation einer eigenen Daseinsvorsorge;
- Kündigung der Konzessionsverträge;
- Trennung von Politik und Kommerz.

Zu meinem Leidwesen werden weder Leitbilder noch futuristische Vorschläge in unserer Scheindemokratie etwas ändern. Denn die Ausarbeitung von Leitbildern ist inzwischen ein sehr lukratives Geschäft geworden!