

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Vorwort</b>	<b>Wir kehren vor der eigenen Tür</b> .....	9
<b>Kapitel 1:</b>	<b>Eine Stadt wie viele andere – und doch ...</b> .....	13
	<b>Langenfeld ist überall</b> .....	14
	Die Wurzeln Langenfelds .....	14
	Die Lage am Knotenpunkt der Verkehrsströme .....	16
	Der Weg ins industrielle Zeitalter .....	18
	<b>Überall könnte Langenfeld sein</b> .....	21
	Der Einsatz: für eine attraktive Stadt sorgen .....	22
	Das Mittel: die Menschen an die Stadt und ihr Zentrum binden .....	24
	Der Lohn: stolze Bürger ernten .....	26
<b>Kapitel 2:</b>	<b>Die Ärmel hochgekrempt!</b> .....	31
	<b>Die Krise in Langenfeld</b> .....	33
	<b>(Irr-)Wege aus der Krise</b> .....	34
	In der Umgebung: unglückliche Bindung an Großkonzerne .....	34
	In Langenfeld: das klare Bekenntnis zum Mittelstand .....	35
	<b>Der Grundstock für den Erfolg: das ehemalige Mannesmann-Gelände</b> .....	37
	<b>Das Maß ist voll: die Brandrede des Stadtkämmerers</b> .....	39

<b>Null Nettoneuverschuldung!</b> . . . . .	41
Freie Bahn nur für wichtige Investitionen . . . . .	41
Kein Budget für Prestige- und Lieblingsprojekte . . . . .	43
<b>Auf in den Kampf</b> . . . . .	45
Erste Hürden . . . . .	45
13 Punkte für die Sanierung des Haushalts . . . . .	47
10 Punkte für die Entwicklung der Stadtmitte . . . . .	53
<b>Kapitel 3: Jedes Unternehmen ist ein Juwel</b> . . . . .	57
<b>Wichtige Aspekte des Standorts Langenfeld</b> . . . . .	59
Nicht entscheidend, aber förderlich: die Lage . . . . .	59
Ein lebendiges Umfeld für Chefs und Mitarbeiter . . . . .	60
<b>Der richtige Branchenmix</b> . . . . .	61
<b>So gewinnen und halten wir Unternehmen</b> . . . . .	65
Die richtige Ansprache . . . . .	67
Die erste Prüfung . . . . .	67
Die grundlegenden Überlegungen . . . . .	68
Der „Runde Tisch“ . . . . .	69
Die schnelle Abwicklung . . . . .	69
Die Bestandspflege . . . . .	70
<b>Sinnvolles Flächenmanagement</b> . . . . .	71
Das „Langenfelder Modell“ . . . . .	72
Die Stadtentwicklungsgesellschaft . . . . .	74
<b>Auch unbürokratisch zum Ziel</b> . . . . .	77
<b>Gegen die Kommunalisierung von Kosten</b> . . . . .	78
<b>O-Töne: Was die Unternehmen zu sagen haben</b> . . . . .	79
Orthomol – erfolgreich erweitert . . . . .	79
Silag – erfolgreich gewechselt . . . . .	80
redi-Group – erfolgreich geblieben . . . . .	81
<b>Kapitel 4: Es ist nicht unser Geld – die Stadtverwaltung als Dienstleister</b> . . . . .	87
<b>Weg mit der „klassischen Behörde“!</b> . . . . .	88

<b>In 5 Schritten vom Amtsschimmel zum Dienstleister</b> . . . . .	92
1. Wirtschaftlicher organisieren . . . . .	92
2. Verantwortung übernehmen . . . . .	92
3. Gemeinsam die „Verwaltung der Zukunft“ gestalten . . . . .	93
4. Vertrauen aufbauen . . . . .	94
5. Engagiert Dienste leisten . . . . .	95
<b>Das Rathaus der offenen Türen</b> . . . . .	95
<b>Der Schlüssel zum Glück: das richtige Personal</b> . . . . .	97
Gutes Personal braucht Karrierechancen . . . . .	99
Gutes Personal bildet sich weiter . . . . .	101
Gutes Personal wird belohnt . . . . .	102
Gutes Personal darf flexibel arbeiten . . . . .	105
<b>Die Kosten im Griff dank Budgetierung und gutem Management</b> . . . . .	107
<b>Kapitel 5: Kluges Gebäudemanagement:</b>	
<b>Kommunales Eigentum hegen und pflegen</b> . . . . .	109
<b>Die Säulen des Gebäudemanagements</b> . . . . .	111
Ein effektives Hausmeistersystem . . . . .	111
Geschicktes Flächenmanagement . . . . .	113
<b>Privat vor Staat ist kein Allheilmittel</b> . . . . .	116
<b>Kapitel 6: Die Bürger als Gesellschafter der Stadt AG</b> . . . . .	119
<b>Was die Bürger für ihre Stadt tun</b> . . . . .	120
Die Bürger als Träger kommunaler Projekte . . . . .	120
Die Vereine als Keimzelle kommunaler Kraft . . . . .	122
Das Ehrenamt als Pflichtaufgabe . . . . .	126
Die Stadtteilpatenschaft . . . . .	127
Die Eigeninitiative – „Kehren Sie Ihre Kosten runter!“ . . . . .	130

<b>Was die Stadt ihren Bürgern zurückgibt</b> . . . . .	133
Die Bürgerdividende . . . . .	133
Der Gesellschaftsfonds . . . . .	136
Herzliche Begrüßung von Neubürgern . . . . .	136
Kommit – das kommunale Leben beleben . . . . .	138
Hilfe zur Selbsthilfe . . . . .	143
<b>Kapitel 7: Wissen, Kunst und Kultur – den „anderen Blick“ möglich machen</b> . . . . .	147
<b>Bildung – eine Offensive für bessere Chancen</b> . . . . .	150
<b>Wissen – ein neues Zentrum bietet Abwechslung</b> . . . . .	152
<b>Kunst und Kultur – auch eine Gegenwelt</b> . . . . .	155
<b>Kapitel 8: Die Republik horcht auf</b> . . . . .	161
<b>Die Entschuldungsuhr macht Langenfeld berühmt</b> . . . . .	162
<b>Die Medienpräsenz wird konstruktiv genutzt</b> . . . . .	166
<b>Kapitel 9: Die süßen Früchte des Erfolgs</b> . . . . .	173
<b>Worauf es ankommt ...</b> . . . . .	175
1. Die Überzeugungskraft guter und positiver Vorbilder . . . . .	175
2. Die öffentliche Kontroverse . . . . .	176
3. Die Vorteile pragmatischer Entscheidungen . . . . .	178
4. Die absolute Verlässlichkeit seitens des Entscheiders . . . . .	180
<b>Befreit in die Zukunft!</b> . . . . .	183