

(Beifall SPD)

Vizepräsidentin Pelke:

Weitere Wortmeldungen liegen vor. Abgeordneter Günther, CDU-Fraktion.

Abgeordneter Günther, CDU:

Frau Präsidentin, meine Damen und Herren, vielleicht ein Wort, Herr Schubert: Die Kampagne „Deutschlands starke Mitte“, auf die ich jetzt weiter eingehen möchte, gibt es bekanntermaßen schon seit mehr als den paar Monaten, wie Sie sie beschreiben, und „Willkommen in der Denkfabrik“ ist nicht nur eine Kampagne, die innerhalb Thüringens und Deutschlands läuft, sondern die läuft europa-, ja weltweit. Das dürfte auch Ihnen nicht verborgen geblieben sein, dass es dafür höchste Anerkennung und auch Preise gegeben hat.

(Beifall SPD)

Herr Gerstenberger sagte, die Landesregierung sucht mit der Kampagne nach dem Image, Herr Gerstenberger, das ist sicherlich die Auffassung ... Bitte?

(Zwischenruf aus der Fraktion DIE LINKE)

Ja, ja, Sie haben es jetzt hier so vorgetragen. Für meine Fraktion sage ich, Sie halten mit Ihrer Fraktion an Ihrem Image fest, nicht lernfähig, schlechtreden und Positives ausblenden.

(Beifall CDU)

Fakt ist, meine Damen und Herren, dass die Denkfabrik - eine Imagekampagne des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Arbeit - dazu beigetragen hat, dass Unternehmen und potenzielle Investoren Thüringen eben nicht nur als Tourismus-, sondern als besonders attraktiven Wirtschafts- und Forschungsstandort wahrnehmen. In diesem Sinne müssen nun auch weitere Schritte unternommen werden, um bereits angesiedelte Unternehmen dauerhaft in Thüringen zu halten und natürlich auch eine Abwanderung zu verhindern. In den Köpfen von Betrieben sowie auch Studenten muss sich der Wille, ich bleibe oder ich gehe gern nach Thüringen, festsetzen und durchsetzen. Gerade das Niveau von über 50.000 Studenten im Freistaat müssen wir halten. Ein Zugewinn an Fachkräften in betriebs-, natur- und ingenieurwissenschaftlichen Fachrichtungen ist nicht schon letztlich wegen des Rufes von Thüringen als Kaderschmiede für Ingenieure und Mathematiker anzustreben. Danke, Frau Dr. Kaschuba, dass Sie mir da zustimmen.

Um es mit den Worten von Werner Niefer, das ist ein deutscher Top-Manager, der war von 1989 bis 1993 Vorstandsvorsitzender der Mercedes Benz AG, zu sagen und ich nutze jetzt einmal so die Kunst des bildungspolitischen Sprechers der SPD-Fraktion und nehme auch einmal ein Zitat: „Imagepflege ist keine Lackpflege, kein Aufpolieren von Oberflächenglanz, sondern eine Frage der Qualität der ganzen Konstruktion.“ Das heißt, dass ein sinnvolles Konzept notwendig ist, das die eben angesprochene Anforderung erfüllt. Facettenreiche Standort- und Aktionswerbung ist dabei die Devise und deshalb kann man eben nicht nur mit einer einzelnen gezielten Kampagne das facettenreiche Aufgabenfeld bedienen. Es reicht eben nicht aus, wie es offensichtlich die Fraktion der LINKEN vorsieht, abzuwarten und zu hoffen, dass Unternehmer und Fachkräfte irgendwann ins Land strömen. Das wird nicht funktionieren. Parteien, unabhängig von der politischen Ausrichtung, sollten selbst stets im Interesse des Landes und seiner Bürger handeln, dementsprechend auch Verantwortung übernehmen und Positives wird nach außen zeigen. Sie sollten zu positiven Entwicklungen Ihres Heimatlandes stehen und es nicht ständig schlechtreden, so wie wir das hier immer wieder und immer wieder hören. Das Image, was jedoch die LINKE von Thüringen zu konstruieren versucht, ist ein ganz anderes. Mit demagogischen und populistischen Parolen, welche sich jeder sachlichen Grundlage entziehen und darauf abzielen, die wirtschaftliche Entwicklung unseres Landes schlechtzureden, wird ein Effizienzgewinn ausbleiben. Niemand wird uns dann vertrauen und hier weiter investieren. Jetzt will ich wirklich einmal ein Beispiel der Kampagne bringen aus meinem Heimatwahlkreis. Dort gibt es einen orthopädischen Betrieb, der fertigt Körper für die Wirbelstabilisierung, es handelt sich hier um den Betrieb Königsee-Implantate, der war auf einer Russlandreise dabei unter der großen Kampagne und, meine Damen und Herren, dort wird gerade eben in dieser Woche ein Wirbelsäulen- und Traumazentrum eröffnet, genau aufgrund dieser Kampagnen. Der Umsatz dieses Unternehmens wird sich im nächsten Jahr um ca. 2 Mio. € erhöhen. Das heißt für meine Region, für meine kleine Region da unten 15 neue Arbeitskräfte vor Ort. Wenn das kein Erfolg einer erfolgreichen Kompetenz- oder Imagekampagne ist, dann weiß ich nicht mehr, was noch. Herzlichen Dank.

(Beifall CDU)

Vizepräsidentin Pelke:

Das Wort hat jetzt Abgeordnete Dr. Kaschuba, Fraktion DIE LINKE.