

Das Magazin für Ihren Einblick in die Wirtschaftsförderung im Landkreis Göppingen

Leben, wohnen, arbeiten

## Zukunfts- initiative Stauferkreis

**Tourismusförderung:  
Anfang gemacht**

**Göppinger  
Maschinenbautage:  
Benchmark gesetzt**

Liebe Leserin, lieber Leser,



• Reiner Lohse

der Landkreis Göppingen befindet sich mitten im Prozess, dem Strukturwandel offensiv zu begegnen. Alle gesellschaftspolitischen Lager haben erkannt, dass Handlungsbedarf besteht und dass konjunkturell bedingte Wirtschaftszahlen nicht über Strukturprobleme im Landkreis hinwegtäuschen können und dürfen. Zunächst gilt, jeder muss seine eigenen Hausaufgaben machen. Egal ob Wirtschaft oder Verwaltung, es gibt immer Verbesserungspotenziale, um Unternehmen aber auch den Standort fit und attraktiv zu machen. Aufeinander zugehen ist sicherlich der nächste Punkt, um mit einer geschlossenen „Mannschaftsleistung“ im globalen Wettbewerb bestehen zu können.

„Tue Gutes und rede darüber“ ist eine alte Marketing-Weisheit und hat nichts von ihrer Aktualität eingebüßt. Der Landkreis Göppingen muss mit seinen Kompetenzen und Stärken als Standort zum Wohnen, Leben und Arbeiten in der Region und darüber hinaus werben. Nur so kann es gelingen frische Impulse für neue Branchen zu generieren. Deshalb ist es wichtig, dass eine professionelle Kommunikation für den Landkreis eingesetzt wird.

Die WiF als Motor und Moderator leistet ihren Beitrag im Veränderungsprozess. Wo wir die Wirtschaft fördern können, tun wir es ohne lange Wege, schnell, direkt und wirkungsvoll.

Mit freundlichem Gruß

Reiner Lohse

#### IMPRESSUM

WiF-PORTAL · Das Magazin für Ihren Einblick in die Wirtschaftsförderung im Landkreis Göppingen

Herausgegeben von der WiF - Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Göppingen mbH · Robert-Bosch-Str. 6 · 73037 Göppingen  
Telefon: (071 61) 50 23 585 · Fax: (071 61) 50 23 581

E-Mail: wif@wif-gp.de

Redaktion: Reiner Lohse (v.i.S.d.P.), Matthias Scholz, Martin Brückner;

Konzeption & Realisation: DIGNUS.DE Gesellschaft für

Kommunikation und Medien mbH, Bad Boll

Druck: Druckerei Beck OHG, Sülzen · Auflage: 2.000 Stück

► [www.wif-gp.de](http://www.wif-gp.de)



## ... wo die Menschen gerne wohnen, leben, arbeiten

Wirtschaftliche Entwicklung des Landkreises Göppingen unter dem Motto „Aus Stärke Dynamik entwickeln“

► Seite 4



## Bereicherung für die Region

Landrat Franz Weber über die Göppinger Maschinenbautage

► Seite 6

## Benchmark gesetzt

Die Göppinger Maschinenbautage: Im zweiten Anlauf ein Erfolg

► Seite 6

## Die eierlegende Wollmilchsau?

Dr.h.c. Wolfgang Leonhardt und Konrad Hohl über die fruchtbare Zusammenarbeit von Hersteller und Anwender

► Seite 7



## Erfolgsstory mit open End

Nachdem die Touristikmesse ein großer Erfolg war, bleibt die Frage, wie es nun weitergeht.

► Seite 8

## Übergreifende Vermarktungsstrategie

Vielversprechende Aussichten für die Tourismusbranche

► Seite 8

## Erfolg durch Kooperation

Die Gemeinsame Vermarktung von Angeboten ist sinnvoll.

► Seite 10

## Das war erst der Anfang!

Das Tourismuskonzept der WiF ist nachhaltig und hilft Kosten sparen. Auch für die Zukunft gibt es viel zu tun.

► Seite 10

## Landpartie ins Residenzschloss

Die Kooperation mit dem Verband Baden-Württembergischer Omnibusunternehmer (WBO) trägt erste Früchte.

► Seite 11

## „Das besondere Flair bleibt erhalten.“

Johannes Krauter über die Werfthalle im Stauferpark

► Seite 12

## Top-Trainer zum Einstieg

Eröffnung der Carl Stahl Academy in Sülzen

► Seite 13

## Harter Wettbewerb um Fachkräfte

Die WiF bietet dazu das „forum kontakt“.

► Seite 14

## Innovationspreis 2007

Innovative Produkte und Dienstleistungen werden ausgezeichnet.

► Seite 14

## Gebündelte Kompetenzen im Trichter

Unternehmensberater-Netzwerk: Denkfabrik Filstal

► Seite 15

# ... wo die Menschen gerne wohnen, leben und arbeiten.

**Wirtschaftliche Entwicklung des Landkreises Göppingen unter dem Motto „Aus Stärke Dynamik entwickeln“. Von Reiner Lohse.**

Der Landkreis Göppingen startete mit seiner Zukunftsinitiative Stauferkreis in eine Erfolg versprechende Zukunft. Im Rahmen eines Zukunftsworkshops im Jahr 2005 erfolgte die erste Phase den Landkreis für die zukünftigen Herausforderungen einer globalisierten und per Internet vernetzten Welt fit zu machen. In vier Handlungsfeldern wurden erste Projekte erfolgreich umgesetzt. Im Rahmen eines Standortstrukturgutachtens werden bis Anfang 2008 weitere Vorschläge, Workshops und umgesetzte Maßnahmen den begonnen Prozess beschleunigen und verstärken.

## Mannschaftsspiel

Ihren Ursprung hat die Zukunftsinitiative Stauferkreis im Jahr 2005. Die Kreissparkasse Göppingen initiierte einen Zukunftsworkshop unter wissenschaftlicher Begleitung des Süddeutschen Instituts für nachhaltiges Wirtschaften und Öko-Logistik in Augsburg mit Moderator Diplom-

Ökonom Stephan Brückl. Vorbereitet wurde der Workshop in einem Projektteam aus Jürgen Hilsse, Vorstandsvorsitzender Kreissparkasse Göppingen, Dr. Peter Saile, Geschäftsführer IHK Region Stuttgart Bezirkskammer Göppingen, Rüdiger Gramsch, Redaktionsleiter Neue Württembergische Zeitung, Prof. Werner Ziegler, designierter Rektor der Hochschule Nürtingen-Geislingen und Reiner Lohse, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Landkreis Göppingen.

Unter dem Motto „Wirtschaftsentwicklung wird immer mehr zu einem Mannschaftsspiel“ startete die Auftaktveranstaltung mit 25 Vertretern aus Verwaltung, Wirtschaft, Bildung, Verbänden und Medien. Der zweitägige Workshop erbrachte im Ergebnis vier Handlungsfelder in denen Zukunftspotenziale des Landkreises liegen, die es gilt auf- und/oder auszubauen.

- Wirtschaftsfreundliche Verwaltung
- Innovationsförderung, Cluster
- Finanzierung neuer Unternehmensinitiativen
- Kommunikationskonzept für den Stauferkreis

Drei dazu gebildete Arbeitskreise und ein Lenkungsausschuss nahmen danach ihre Arbeit auf.

## INITIATOREN

### Nicht zufriedenstellend



Kreistag und Kreisverwaltung haben ein Standort-Struktur-Gutachten in Auftrag gegeben, weil wir den Ursachen der schlechten Platzierungen bei diversen Rankings innerhalb der Region Stuttgart auf den Grund gehen wollen. In Baden-Württemberg und in Deutschland sind wir zwar immer noch in einem guten Mittelfeld bzw. im oberen Drittel, das kann uns aber nicht zufriedenstellen.

Landrat Franz Weber

### Gemeinsame Umsetzung



Wir haben den Zukunftsworkshop 2005 initiiert, weil wir eine wirtschaftliche Dynamik vermissen und wir nicht ausreichend viele Unternehmen in Wachstums- und Zukunftsbranchen besitzen. Es muss uns jetzt gelingen die Ergebnisse aus Workshop und Gutachten gemeinsam mit Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Verbänden umzusetzen.

Jürgen Hilsse, Vorstandsvorsitzender der Kreissparkasse Göppingen und Bundesobmann der Sparkassenvorstände

## Wirtschaftsfreundliche Verwaltung

Im Handlungsfeld 1 mit dem Thema „Wirtschaftsfreundliche Verwaltung“ wurde als Ziel definiert, die Verwaltungseinrichtungen im Kreis Göppingen müssten einen Spitzenplatz unter den Landkreisen bei Servicequalität gegenüber den Unternehmen einnehmen. Als konkrete Maßnahme wurde seitdem umgesetzt, dass Lotsen bei den Rathäusern und im Landratsamt benannt wurden, die sich als Ansprechpartner für die Firmen verstehen. Diese Lotsen wurden inzwischen auch entsprechend geschult. Weitere Aktivitäten werden die genaue Definition von Standards zur Servicequalität sein.

## Innovationsförderung und Cluster

Innovationen sind der Motor für Wachstum und Beschäftigung und werden im Handlungsfeld 2 mit dem Ziel, den Strukturwandel und den Technologietransfer zu beschleunigen, weiter verfolgt. Dabei spielt das Thema Bildung eine zentrale Rolle, die zur Gründung einer Arbeitsgruppe geführt hat, um Bildungsangebote im Kreis zu profilieren und zu verknüpfen. Desweiteren wurde ein Antrag auf Förderung des Ausbaus von Lehrstellen beim BMBF gestellt. Die Ausschöpfung und Förderung des Humanressourcenpotenzials ist eine der zentralen Herausforderungen für die Zukunft in einer Wissensgesellschaft.

Außerdem werden künftig Existenzgründer, insbesondere an den beiden Hochschulstandorten im Kreis, stärker bei Ihren Gründungsaktivitäten unterstützt. Der Technologie- und Wissenstransfer in die Unternehmen wird als Know-how-

Quelle weiter ausgebaut. Dazu sind konkrete Maßnahmen geplant. Bei den vorhandenen Unternehmensnetzwerken Mechatronik und Gesundheit geht es um die Stabilisierung aber auch um die Nutzung von Synergieeffekten.

### Finanzierung neuer Unternehmensinitiativen

Neue Initiativen von Unternehmen aber auch innovative Finanzierungsformen erfordern einen stärkeren Dialog zwischen Banken und Wirtschaft. Im Handlungsfeld 3 geht es genau um diesen Themenkomplex. Konkrete Maßnahmen dazu waren die Durchführung des Eigenkapitaltags der Kreissparkasse, die Zusammenstellung einer Übersicht zu Fördermitteln aber auch die Antragstellung zu EU-Mitteln durch die WiF oder die Ausarbeitung einer Diplomarbeit zu modernen Finanzierungsformen.

### Kommunikationskonzept für den Stauferkreis

Die Standortkommunikation des Landkreises wurde bereits im Zukunftsworkshop als Handlungsfeld 4 definiert und durch eine Arbeitsgruppe mit Unterstützung von zwei Diplomarbeiten zu einem konkret umsetzbaren Konzept ausgearbeitet. „Gute Standortbedingungen zu haben, bringt nichts, wenn es niemand weiß. Wir müssen aktiv werben und mit klarer Botschaft unsere Stärken verkaufen“, war unisono der Tenor bei den Teilnehmern des Zukunftsworkshops. Die verstärkte Kommunikation der Kompetenzfelder (z. B. Mechatronik) und Wachstumsbranchen (z. B. Gesundheitswirtschaft) sowie die weitere Positionierung des Landkreises als attraktiver Wirtschafts-, Arbeits-, Lebens- und Naherholungsraum haben die Akteure der Arbeitsgruppe dabei im Auge. Daher haben auch alle in den anderen Handlungsfeldern entwickelten und umgesetzten Projekte ein ganzheitliches Standortmarketing für den Landkreis im Blick.

### Einbindung der Politik

Es ist durch den Zukunftsworkshop und seine daraus entstandenen Projekte bereits viel erreicht worden. Trotz dieser positiven Bilanz ist absehbar, dass durch ihn die Zukunftsfähigkeit des Landkreises allein nicht sichergestellt werden kann. Viele Fakten der wirtschaftlichen Entwicklung des Kreises wurden jüngst in zahlreichen Rankings und Bestandsaufnahmen dokumentiert. Daraus haben einzelne Fraktionen des Kreistages einen auswertenden sowie perspektivischen Bericht, wie es im Kreis weitergehen soll, gefordert. Die vorliegenden Unterlagen werden nun mit der Erstellung eines Gutachtens zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landkreises verbunden. Selbstverständlich wird dabei berücksichtigt, dass keine Parallelstrukturen aufgebaut werden, bestehende Initiativen weitergeführt werden, bekanntem Zahlen- und Datenmaterial zur Beschreibung der Ausgangssituation und der Zukunftsfähigkeit des Landkreises auf den Grund gegangen wird, Ursachen ermittelt werden, um daraus ganzheitliche Handlungskonzepte zu formulieren und umzusetzen.

Die Zukunftsinitiative Stauferkreis ist ein wichtiger Meilenstein für die Weiterentwicklung des Landkreises Göppingen im internationalen Wettbewerb. Hinter der Initiative stehen konkrete Projekte, die es gilt, in den nächsten Jahren zum Erfolg zu führen. Das Engagement der Akteure in diesem Prozess zeigt, wie wichtig ihnen die Weiterentwicklung des Kreises ist. Sie nehmen die Herausforderungen der Zukunft an, gestalten diese mit und tragen damit zu einem zukunftsfähigen Landkreis Göppingen bei, in dem die Menschen gerne wohnen, leben und arbeiten. •

# Warum knacken ...



## ... wenn's auch kreativer geht?

Wir kommunizieren für unsere Auftraggeber  
Marken, Botschaften, Werte ...

... und setzen sie in wirkungsvollen Medien um:  
Zeitschriften, Bücher, Online-Lösungen.

Wie zum Beispiel das *WiF* Portal:  
Redaktion, Lektorat, Gestaltung.

DIGNUS.DE GESELLSCHAFT FÜR KOMMUNIKATION  
UND MEDIEN MBH  
HECKENWEG 27 | 73087 BAD BOLL  
TELEFON: (071 64) 94 33 0

[www.dignus.de](http://www.dignus.de)

## INTERVIEW MIT LANDRAT WEBER

## Bereicherung für die Region

**WiF Portal:** Herr Landrat Weber, trotz eines großen Angebots an vergleichbaren Tagungsveranstaltungen kamen über 250 Teilnehmer zu den Maschinenbautagen nach Göppingen.

**Landrat Franz Weber:** Ich freue mich sehr, dass wir so viele Menschen dafür interessieren konnten. Es handelte sich auch um interessante Vorträge und ein attraktives Programm.



• Landrat Weber eröffnete die Maschinenbautage.

**WiF Portal:** Hilft das dem Landkreis Göppingen als Maschinenbauregion, auch für die Zukunft gut aufgestellt zu sein?

**Weber:** Auf den Maschinenbautagen wurde deutlich, dass die Branche auf Deutschland bezogen zur Zeit nicht über Auftragsmangel klagen muss. Das ist hocheifrig und insofern liegen wir auch zeitlich genau richtig mit den Maschinenbautagen, um diesen Trend zu unterstützen.

**WiF Portal:** Worin sehen Sie den Nutzen für den Landkreis und die beteiligten Firmen?

**Weber:** Diese Veranstaltung verdeutlichte allen Tagungsteilnehmern, welche geballte Maschinenbaukompetenz im Kreis Göppingen ansässig ist. Das ist Standortmarketing und kann unserem Kreis nur gut tun.

**WiF Portal:** Die 250 Tagungsteilnehmer kamen immerhin aus dem gesamten Bundesgebiet und dem deutschsprachigen Ausland.

**Weber:** Deshalb sind die vielen Kontakte, die sich an den beiden Tagungstagen und am gemächlichen „Maschinenabend“ zwischen den Firmen und den Teilnehmern ergaben, besonders wertvoll. Nicht zu unterschätzen sind auch die direkten Effekte der Veranstaltung für die beteiligten Dienstleister wie zum Beispiel Hotels mit insgesamt fast 100.000 Euro. Diese Tagung ist eine Bereicherung für den Landkreis Göppingen und für die gesamte Region.

Das Gespräch führte Martin Brückner.



• Die Göppinger Maschinenbautage fanden an zwei Tagen in der Stadthalle mit 250 Teilnehmern aus ganz Deutschland und dem angrenzenden Ausland statt.

## Benchmark gesetzt

**Die Göppinger Maschinenbautage wurden im zweiten Anlauf ein großer Erfolg. Zuvor war eine minutiöse Vorbereitung nötig, die in eine hervorragend besuchte Veranstaltung mündete. Von Matthias Scholz.**

Gerade 45 Tage waren seit der Touristikmesse im Februar vergangen und die zweite Großveranstaltung der WiF in dem noch jungen Jahr 2007 hatte begonnen. Immer wenn eine Veranstaltung mit vielen Monaten Vorbereitungszeit eröffnet wird kann die Projektleitung durchatmen.

Jetzt kann ich nichts mehr tun, denke ich im Stillen. Alle Planungen und Vorbereitungen sind abgeschlossen, wenn ich etwas vergessen haben sollte, ist es jetzt zu spät. *Habe* ich etwas vergessen? Ich gehe nochmals den Ablaufplan durch und werde durch den Beifall nach der Eröffnungsrede von Herrn Landrat Weber aus den Gedanken gerissen, klatsche selbst mit.

18 Monate vorher wusste ich noch nicht, was alles auf mich zukommen würde. Gemeinsam mit den Veranstaltern und drei Ausstellern der ersten Maschinenbautage (die Messemacher – das Netzwerk) fand eine Messenachlese auf Schloss Filseck statt. Aus der Manöverkritik des Abends entwickelten sich regelmäßige Treffen mit Dr. Utz-Volker Jackisch von EPUCRET Mineralgusstechnik. Ehe wir uns versahen, steckten wir mitten in den Vorbereitungen für die Maschinenbautage 2007.

Nach Befragung von Entscheidern regionaler Unternehmen entwickelten wir das inhaltliche und organisatorische Konzept für eine Fachtagung der Werkzeugmaschinenbranche. Wir wollten sowohl die Anforderungen der Produktionsbetriebe an Werkzeugmaschinen aufzeigen als auch die innovativen Antworten der Maschinenbauer und ihrer Zulieferer. Mit Hilfe des Netzwerkes von Dr. Jackisch konnten wir hochkarätige Referenten gewinnen. Und als wir dann die Zusagen für Firmenbesichtigungen unserer regionalen Maschinenbauer hatten, war ein attraktives Tagungsprogramm zusammengestellt.

Nun fragten wir einige Unternehmen an, ob sie einen Messestand aufstellen wollen – so wurde die Einnahmenseite der kostenintensiven Veranstaltung aufgebessert. Parallel zur Fachtagung zusätzlich 36 Aussteller zu organisieren, war dann doch eine größere Herausforderung. Eigentlich wäre die Ausstellung mit 36 Messeständen schon eine eigene Veranstaltung wert gewesen. So aber konnten sich die Firmen den 250 Teilnehmern der Fachtagung präsentieren.

Glücklicherweise standen dem dreiköpfigen WiF-Team Dr. Jackisch und Visnja Rauch von EPUCRET tatkräftig zur Seite. Sonst hätte ich mir gleich ein Bett ins Büro stellen können, denke ich still bei mir. Die organisatorische Kleinarbeit, Adressen beschaffen, Flyer versenden, Homepage gestalten, Tagungsband zusammenstellen, Presse informieren und vieles andere mehr hat uns ohnehin oft bis in die Abendstunden beschäftigt.

So wurde die Veranstaltung professionell durchgeführt, und doch stehen wir „gerädert“ am Ende der Tagung gemeinsam auf der Bühne, Blumensträuße als Dankeschön in der Hand. Am Ende der mir schon fast peinlich langen Ovationen steht ein Teilnehmer auf und schreitet ans Mikrofon. „Ich denke ich spreche für alle, wenn ich sage: Mit dieser Veranstaltung haben sie einen Benchmark gesetzt, der nur schwer zu toppen ist“, waren seine Worte, die vom Beifall der anderen Teilnehmer im Saal lautstark bestätigt werden. Danach wusste ich, dass wir diese Veranstaltung wiederholen werden, wohlwollend, welche Strapazen erneut auf uns zukommen. Trotzdem werden wir es gerne tun. Beim Verlassen der Bühne ertappe ich mich bei der Frage: „Was können wir das nächste Mal noch besser machen?“ •



• Konrad Hohl von der Maschinenfabrik Berthold Hermle AG (links) und Dr.h.c. Wolfgang Leonhardt von Leonhardt Gravurbetrieb

#### TEILNEHMER-MEINUNGEN



**Gerald Mies, FANUC Robotics Deutschland GmbH:** Ich war überrascht von der Qualität der Teilnehmer und Referenten, die die Inhalte klar auf den Punkt gebracht haben. Die Organisation war top! Wenn ich mir die Teilnehmerliste anschau: Alle aus der Branche sind da.

## Die eierlegende Wollmilchsau?

**Dr.h.c. Wolfgang Leonhardt und Konrad Hohl über die fruchtbare Zusammenarbeit von Hersteller und Anwender sowie gemeinsame Lösungen. Das Gespräch führte Martin Brückner.**

**Wif-Portal:** Auf den Maschinenbautagen haben Sie von Ihrer intensiven Zusammenarbeit berichtet. Wie kam es dazu?

**Wolfgang Leonhardt:** Vor zwei Jahren entwickelten wir gemeinsam Prägwerkzeuge für die Herstellung einer Goldbibel, eine einmalige Sache. Die Herausforderung bestand in der Genauigkeit, die hohe Drehzahl und die kleinen filigranen Fräser vereint in einer Maschine unterzukriegen. Man muss sich vorstellen: Sie haben ein DIN A-4-Blatt großes Prägwerkzeug, das auf einmal gefräst wird. Das läuft über Tage und braucht eine Genauigkeit, die im Hundertstel-Bereich von einem Eck auf das andere diagonal gesehen kommen muss. Dafür brauche ich eine hochpräzise Maschine, sonst kann ich als Dienstleister auf dem Markt meine Kundschaft nicht bedienen. Ganz einfach.

**Konrad Hohl:** Das Know-how dabei ist nicht zu unterschätzen. Deutsche Werkzeugmaschinenhersteller haben sehr viel Erfahrung in der Bearbeitung solcher Dinge. Dazu gehört auch die Möglichkeit, die Maschine von Grund auf stabil zu halten und das thermische Verhalten der Maschine. Durch die Erwärmung der Motoren kommt Wärme in die Maschine, also eine physikalische Ausdehnung ist vorhanden, und die wird mit Technik kompensiert.

**Wif-Portal:** Der Anwender ist aber auch gefordert, oder?

**Leonhardt:** Ich muss die Rahmenbedingungen dafür schaffen, zum Beispiel korrekte Klimatisierung. Aber das allein reicht nicht aus. Es liegt tatsächlich auch eine Problematik an der Maschine selbst. Und darüber müssen sich die Maschinenbauer im Klaren sein, dass diese Qualität für uns hier in Europa, vor allem in Deutschland, ein maßgeblicher Punkt ist, um überhaupt die Arbeit hier im Land zu behalten.

**Wif-Portal:** Auf den Maschinenbautagen kamen auch die Maschinenebenkosten bzw. Folgekosten zur Sprache.

**Hohl:** Unter Umständen sind höhere Anschaffungskosten gerechtfertigt, weil der Anwender durch niedrigere Folgekosten letztendlich eine „günstigere“ Maschine besitzt, als eine beim Kauf billigere.

**Wif-Portal:** Wichtig ist auch, für wen eine Maschine gebaut wird.

**Leonhardt:** Das Wissen um den Unterschied zwischen einem Werkzeug- und Formenbauer wie uns und der Firma DaimlerChrysler, die Maschinen für die Serienproduktion benötigt, gehört unbedingt zum Know-how. Wir machen eigentlich jeden Tag irgendetwas Neues, und das Anforderungslevel an den Maschinenhersteller ist wesentlich höher als bei einer Prozessstraße.

**Hohl:** Weil sich Produkte sehr schnell ändern, müssen Maschinen von der Herstellung großer Teile kurzfristig auf kleine Teile umgestellt werden können. Hinzu kommen die unterschiedlichen Materialien, die die Maschine bearbeiten können muss. Sie wollen ja nicht für jedes Werkstück eine neue Maschine kaufen.

**Leonhardt:** Das geht gar nicht! Natürlich wünscht sich jeder Anwender am liebsten die eierlegende Wollmilchsau. Das wäre die Maschine, die auch wir brauchen, aber die gibt es leider nicht. Ich hoffe, dass die Firmenvertreter durch unser Referat auf den Maschinenbautagen ein Stück mehr erkannt haben, in welche Richtung wir uns gemeinsam weiterentwickeln können ...

**Hohl:** ... und wir in einen noch intensiveren Dialog treten können, um noch bessere Maschinen herstellen und benutzen zu können. •

**Christina Wimmel, ERAS GmbH:** Der Maschinenabend war ein sehr schönes Ambiente, sehr gute Musik, wir hatten eine schöne Unterhaltung am Tisch und finde es immer gut, wenn Techniker aus sich herauskommen.



**Bernd Heuchemer, Siemens AG Automation and Drives Motion Control Systems:** Die Breite vom Hersteller bis zum Anwender und die Fülle der verschiedenen Aspekte, die hier beleuchtet wurden, machten die Maschinenbautage so wertvoll.

**Klaus Dirnberger, Anger Flexible-Frässysteme:** Bereichernd war die breite Palette von Themen, die hier angeboten wurden. Die kurzen Referate, die sehr kompakt etwas bieten, waren für mich ein Grund, hierherzufahren und außerdem die Verbindung mit Betriebsbesichtigungen. Die Veranstaltungsdokumentation finde ich hochprofessionell.





- Ob Fossilien finden oder Bauchtanz-Darbietungen: Das Angebot auf der Touristikmesse war vielfältig.

#### INITIATIVE GEMEINSAM FORTFÜHREN

## Übergreifende Vermarktungsstrategie



Die Touristikmesse war ein guter Anfang, die Angebote und Anbieter des Landkreises Göppingen geschlossen zu präsentieren. Jetzt gilt es, an diesem Thema nachhaltig weiterzuarbeiten. Es muss gelingen, Angebote weiter zu bündeln, Kooperationen unter den Anbietern zu begünstigen und mehr zu vernetzen.

Mit einer unternehmensübergreifenden Vermarktungsstrategie sollte es möglich sein, den Landkreis auch außerhalb der Region Stuttgart als „Naherholungskreis Göppingen“ bekannt zu machen.

Deshalb würde ich es auch sehr begrüßen, wenn andere Landkreise die Idee der „Regionalen Touristikmesse“ aufgreifen würden und langfristig vielleicht sogar eine Touristikmesse mit regionalen Angeboten mehrerer Landkreise entsteht.

Beste Zukunftsaussichten werden der Tourismusbranche prognostiziert, aber nur durch eine übergreifende Koordination und Vermarktung wird es möglich sein, Kreise und Regionen erfolgreich für diese vielversprechende Zukunft aufzustellen.

**Richard Drautz**  
Staatssekretär im Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg

## Erfolgsstory mit open End

Die erste regionale Touristikmesse für die Region Stuttgart sollte im Landkreis Göppingen ihre Premiere feiern und nach gelungenem Pilotprojekt auf Rundreise in die gesamte Region gehen. So wurde die öffentlichkeitswirksame Veranstaltung von der WiF konzipiert. Nachdem die Touristikmesse ein großer Erfolg war, bleibt die Frage, wie es nun weitergeht. Von Matthias Scholz.



Fast 5.000 Besucher kamen zur Premiere der Regionalen Touristikmesse vom 2. bis 4. Februar in die Stauferlandhalle nach Salach. Die Besucher strömten aus dem ganzen Landkreis, rund tausend sogar aus der Region Stuttgart. Besonders viele Gäste konnten aus dem Nachbarlandkreis Esslingen begrüßt werden.

Keiner der über 60 Anbieter hatte mit dieser überwältigenden Resonanz gerechnet. Im Gegenteil – viele waren im Vorfeld sogar sehr kritisch der Veranstaltung und den Veranstaltern gegenüber. So musste viel Überzeugungsarbeit geleistet werden, um ausreichend Aussteller für dieses neue Veranstaltungskonzept zu gewinnen.

- „Was es nicht alles gibt...“: Viele Interessierte nutzen die Chance, mit den Anbietern direkt ins Gespräch zu kommen.

Möglich wurde die Touristikmesse letztlich nur, weil sie in eine professionelle Kommunikations-Kampagne eingebettet wurde, die die Teilnehmer überzeugt hatte: Flyer, Radio- und TV-Spots sorgten für die nötige Aufmerksamkeit in der Region Stuttgart. Mit dem Reiseführer „Berge, Birnen, Barbarossa“ wurden nicht nur neue Formen der Kommunikation erschlossen, indem der Landkreis nun auch den Buchhandel eroberte. Das Buch sorgte auch für den thematischen Überbau und leistet als langfristig angelegtes Kommunikationsinstrument gute Dienste für die Anbieter. Ob im Verkauf an der Rezeption und Ladentheke oder als exklusives Geschenk: Der Reiseführer zeigt, warum es sich lohnt, den Landkreis zu besuchen. Drittes Instrument war der messebegleitende Katalog mit buchbaren Angeboten. Er ist inzwischen vergriffen und wird in einer zweiten, aktualisierten und erweiterten Auflage neu aufgelegt.





- Die Touristikmesse wurde mit einem Fachkongress eröffnet, der ebenso gut besucht war wie die anschließend eröffnete Ausstellungshalle.



Die Vorbereitungen realisierte die WiF in kleinem Team in weniger als einem Jahr. Neben dem Aufwand für ein dreitägiges Event mit 60 Anbietern, Fachkongress und Rahmenprogramm steckte in der Vorbereitungsphase noch mehr Arbeit. Viele der Akteure waren sich vor einem Jahr nämlich noch gar nicht bewusst, was für Möglichkeiten sie im Tourismus haben. Andere ahnten es vielleicht, waren aber noch nicht ausreichend überzeugt, sich zu engagieren. Selbst die Tourismus-Profis im Landkreis galt es zu motivieren: Die Hoteliers begrüßten zwar die Initiative der WiF, den Tourismus im Kreis zu fördern, unterschätzen jedoch die Wirkung und das Potenzial der Regionalmesse.

### Messe-Nachlese voller Lob

Bei der Messe-Nachlese einige Wochen nach der Veranstaltung waren die Teilnehmer voller Lob. Auch vormalige Kritiker sprachen sich nun für die Fortführung einer solchen Tourismusförderung aus. Die hochzufriedenen Aussteller brachten viele Impulse für eine zweite Messe ein und wollten am liebsten sofort in die Vorbereitung einsteigen. Doch leider stehen der WiF nicht die nötigen Ressourcen zur Verfügung, um die Tourismusförderung für den Landkreis dauerhaft zu betreiben. Derzeit diskutiert der Kreistag, ob die Stelle eines Kreistourismusförderers eingerichtet werden soll. •



# Berge, Birnen, Barbarossa

## Der Reiseführer für den Naherholungskreis Göppingen

Mit interessanten Reportagen bringt der Reiseführer die Highlights des Naherholungskreises Göppingen näher. Er stellt Menschen vor, die mit schwäbischen Tugenden sowie neuen Ideen ihre Heimat pflegen und einladen, deren Schönheit kennenzulernen. Das reich bebilderte Buch nennt Sport- und Erholungsangebote, gibt Ausflugstipps und hilft mit vielen Detailkarten bei der Orientierung vor Ort.

*„Ein Lesebuch für Fremde und Einheimische gleichermaßen. Durch die vielen Geschichten und Reportagen eröffnen sich neue und ungewohnte Perspektiven.“*  
Stuttgarter Zeitung

*„Ein lebendig erzähltes Portrait der Region.“*  
NWZ



**144 Seiten, gebunden, mit zahlreichen farbigen Abbildungen und detailreichem Kartenmaterial**

**Preis: Euro 12,90**

**ISBN: 978-3-936682-08-3**

**Erhältlich im Buchhandel oder unter [www.filisa.de](http://www.filisa.de)**



## INITIATIVE GEMEINSAM FORTFÜHREN

## Mehr Erfolg durch Kooperation

Die professionell organisierte Touristikmesse in Salach wertete ich als gelungene Initiative. Mit diesem Impuls der WiF wurde ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung getan. Dabei sollte es nicht bleiben. Die hervorragende Resonanz und die direkten Effekte gilt es zu nutzen. Dazu zählt, das gestärkte Bewusstsein, eine marktfähige Tourismusregion und ein serviceorientierter Gastgeber zu sein, nachhaltig zu pflegen und weiter auszubauen.



Innerhalb des Landkreises Göppingen stellen die drei Heilbäder, Bad Boll, Bad Ditzenbach und Bad Überkingen ein dominierendes touristisches wie gesundheitstouristisches Potenzial dar. Die Ansätze einer Zusammenarbeit bestehen. Eine gemeinsame Marketingstrategie, der eine an den Zielgruppen orientierte Darstellung der Stärken und Vorzüge des einzelnen Heilbades sowie der Gemeinsamkeiten des Trios zugrunde liegt, würde einen noch effektiveren Marktauftritt ermöglichen.

Zu diesem Miteinander ermutige ich über die Heilbäder und die in ihnen wirkenden Akteure hinaus alle touristischen Anbieter im Kreis Göppingen und der Region. Vermarkten Sie Ihre Angebote als Naherholungskreis gemeinsam. Nützen Sie aber auch aktiv die Möglichkeiten, die für das Marketing in entfernteren Zielgebieten die Tourismusorganisationen und fachspezifisch der Heilbäderverband bieten. Erst gemeinsam nehmen uns die Kunden wahr. Kooperationen sparen mehr Kosten als sie verursachen. Sie fördern den wirtschaftlichen Erfolg und sind somit für einen zukunftsfähigen Tourismus unverzichtbar.

Prof. Rudolf Forcher,  
Bürgermeister a .D.,  
Präsident Heilbäderverband  
Baden-Württemberg e. V.



• Blick von der neuen Messepiazza auf die drei Kaiserberge – ganz ohne Aussteller-Gebühr.

## Das war erst der Anfang!

**Das Tourismuskonzept der WiF hat gezeigt: Gute Planung hilft Kosten sparen. Und manchmal hilft die Natur auch noch mit. Von Martin Brückner.**

Es geschah am Abend des 8. März auf Schloss Filseck: Draußen gaben angenehme Temperaturen einen ersten Eindruck des bevorstehenden Frühlings. Drinnen war die Stimmung von Vorfreude auf die warme Jahreszeit geprägt, wenn viele Gäste den Landkreis Göppingen besuchen werden. Die anwesenden Tourismus-Anbieter ließen nämlich die gut einen Monat zuvor durchgeführte Touristikmesse Revue passieren und waren von der Besucher-Resonanz überwältigt (s. S. 8/9).

Doch die Freude war nicht ungetrübt. Alle Beteiligten wussten, dass die EU-Fördergelder nicht mehr so üppig sprudeln würden wie im Rahmen der Touristikmesse. Neben dem Lob für die Organisation seitens der WiF und für die mediale Umsetzung durch die beteiligten Agenturen DIGNUS.DE und P.O.M zweifelten viele, ob sie sich künftig an den gemeinsamen Maßnahmen beteiligen könnten, würden die Kosten nun in die Höhe schnellen.

Diese Befürchtung gehört jetzt, vier Monate später, bei vielen Gastgebern und Veranstaltern der Vergangenheit an. Derzeit wird aufgrund der großen Nachfrage eine zweite Auflage des Katalogs „Touristische Angebote“ produziert – über 50 Angebote weist die Broschüre wieder auf. Es sind keineswegs nur finanziell potente Auftraggeber, die sich für eine Anschlussbuchung entschieden haben, sondern ebenso Vereine und Gaststätten ohne großes Werbebudget. Auch neue Anbieter finden sich in dem überarbeiteten Katalog.

Für den moderaten Preis von 80 Euro wird viel geboten: 10.000 Stück des Katalogs sind im Druck und Freixemplare gibt es in beliebiger Höhe. Alle Einträge erscheinen auch auf dem Online-Portal [www.filisa.de](http://www.filisa.de), das redaktionell ausgebaut wird, um weiterhin ein anspruchsvolles Umfeld für die Angebote zu gewährleisten. Das alles funktioniert auch ohne Finanzspritze aus Brüssel. Wie ist das möglich?

Am Abend der Nachbesprechung auf Schloss Filseck war die Tourismusförderung nicht an ihr Ziel gelangt, sondern

erst der Anfang gemacht. Dass dies nicht nur ein wohlfeiler Appell bleiben sollte, lag an der vorausschauenden Konzeption der WiF. Längst waren die Weichen gestellt, den Verband Baden-Württembergischer Omnibusunternehmen in den Landkreis zu locken (s. S. 11). Das Event im Juni gab zusätzlichen Schub, im Bemühen um die Gäste nicht nachzulassen.

Der Reiseführer „Berge, Birnen, Barbarossa“ spiegelt ebenfalls die langfristige Perspektive wieder. Er dient als anspruchsvolles Fundament, auf dem weitere Marketing-Maßnahmen um so glaubwürdiger erscheinen können. Schließlich gibt das Buch dem Landkreis nicht einfach einen schönen Anstrich, sondern zeigt auf authentische Weise die bestehenden Werte zwischen Albtrauf und den drei Kaiserbergen auf.

### Mehr Know-how, bessere Kontakte

Und schließlich: Die Vernetzung der verschiedenen Medien beginnt sich auszuzahlen. Wo Buch, Flyer, Katalog und Online-Auftritt von einer Agentur verantwortet werden, lässt sich einerseits besser in das inhaltliche Know-how investieren, andererseits können aufgrund gewachsener Kontakte zu den Anbietern die Prozesse effizienter ablaufen.

Die Basis ist gelegt. Wenn Gastgeber und Veranstalter weiterhin gemeinsame Lösungen anstreben, ist dies auch ein Signal an Landkreis und Region Stuttgart, weitere Unterstützung bereitzustellen.

Und es gibt noch viel zu tun. Das neue Messegelände auf den Fildern ist fertiggestellt, Aussteller wie Besucher werden Betten und Erholung suchen – wo, wenn nicht im Filstal, das ebenso schnell erreicht ist wie die Stuttgarter City? Der Landkreis Göppingen empfiehlt sich schon jetzt auf einzigartige Weise den Gästen: Auf der Messepiazza vor dem Haupteingang fällt der Blick vorbei am Parkhaus über die Autobahn unweigerlich auf den Albtrauf und die drei Kaiserberge. Das Panorama kostet keine Standgebühr – wieder was g'spart. •



• Rolf Schmid (Geschäftsführer des WBO), Dr. Gisela Volz (Vizepräsidentin WBO), Franz Weber (Landrat), Matthias Scholz (Projektleiter Wif)

## Landpartie ins Residenzschloss

**Kooperation mit dem Verband Baden-Württembergischer Omnibusunternehmer (WBO) trägt erste Früchte. 60 Busunternehmer nahmen den Landkreis Göppingen Ende Juni in Augenschein. Auszug aus dem Projekt-Tagebuch.**

**16. 2. 2006**

**9.00 Uhr:** Matthias Scholz begleitet die Schwäbische Landpartie nach Beilstein zu der Fachtagung: „Im Ländle unterwegs“. Neben dem Vortragsprogramm präsentieren sich dort auch die Baden-Württembergischen Landschafts- und Gästeführerinnen auf Messeständen, so auch die Schwäbische Landpartie.

**13.00 Uhr:** Nach dem Ende der Podiumsdiskussion nimmt Projektleiter Scholz Kontakt zu Frau Dr. Gisela Volz, der Präsidentin des Verbandes Baden-Württembergischer Omnibusunternehmer e. V. (WBO) auf. Im weiteren Gespräch werden Kooperationsmöglichkeiten zwischen WBO und der Schwäbischen Landpartie besprochen. Scholz schlägt vor, den Messestand der Schwäbischen Landpartie zu besuchen und sich gegenseitig bekannt zu machen. Frau Dr. Volz zeigt sich sehr interessiert vom Angebot am Stand und sagt zu, den Kontakt zur Geschäftsstelle des WBO herzustellen, um weitere Kooperationsmöglichkeiten zu prüfen.

**25. 7. 2006:**

**10.00 Uhr:** Gesprächstermin mit dem Geschäftsführer des WBO, Herrn Rolf Schmid und seiner Assistentin Diana Rivic in der WBO Zentrale in Böblingen. Im Gespräch werden verschiedene Ansatzpunkte für die künftige Zusammenarbeit besprochen:

1. Einladung der Landpartie mit einem Messestand am Busforum Workshop, der jährlichen Busunternehmermesse die der WBO veranstaltet, teilzunehmen
2. Zusage des WBO einen Vortrag auf der Regionalen Touristikmesse zu halten
3. Angebot, einen Busunternehmerausflug mit der Schwäbischen Landpartie in den Landkreis Göppingen zu organisieren, zu dem der WBO alle seine Mitglieder einlädt.

**9. bis 10. 11. 2006**

**10.00 Uhr:** Die Schwäbische Landpartie eröffnet ihren 16 Quadratmeter großen Messestand als freistehende Insel auf dem Busforum-Workshop in der Messehalle 5 auf dem Killesberg in Stuttgart.

**2. 2. 2007**

**12.15 Uhr:** Silke Geiger vom WBO beginnt auf der Regionalen Touristikmesse in Salach ihren Vortrag: „Bequem Reisen – viel Erleben, unterwegs mit dem Bus“.



• Silke Geiger auf dem Fachkongress zur Touristikmesse in Salach

**23. 6. 2007**

**15.00 Uhr:** 60 Busunternehmer aus ganz Baden-Württemberg kommen im Landkreis Göppingen an und werden von der Schwäbischen Landpartie empfangen. In einem gemeinsamen Bus fahren Sie zum „Aasrücken“ und genießen die beeindruckende Aussicht.

**15.45 Uhr:** Die Gäste erhalten eine exklusive Betriebsführung in der Kunstgläberei Strassacker. Der Minister für Ernährung und Ländlichen Raum, Peter Hauk (MdL), hält eine kurze Ansprache und begrüßt die Initiative, Ausflugsziele in Baden-Württemberg bekannter zu machen.



• Minister Peter Hauk begrüßt die WBO-Gäste bei Strassacker in Süßen.

**18.00 Uhr:** Empfang im Residenzschloss in Wiesensteig. Nach einem Aperitif im Schlosshof lernen die Busunternehmer im weiteren Verlauf des Abends die kulinarischen Köstlichkeiten des Landkreises und seiner Gastronomen im Residenzsaal kennen. Ein Katalog informiert über viele Angebote für Gruppenreisen in den Landkreis.

**21.30 Uhr:** Erfüllt von einem eindrucksvollen Tag machen sich die Busunternehmer auf den Heimweg – und werden wiederkommen. •



• Aufgrund der Vermittlung durch die Wif präsentierte sich die Schwäbische Landpartie während des Busforum-Workshops auf der Stuttgarter Messe.



## „Das besondere Flair bleibt erhalten.“

Matthias Scholz sprach mit Johannes Krauter über seine Pläne mit der Werfthalle im Stauferpark Göppingen.

### WERFTHALLE

## Neuer Glanz

Einst Sorgenkind der Stadt Göppingen, erwacht die Werfthalle nach über 15 Jahren in neuem Glanz. Im Oktober 2003 kaufte der Stuttgarter Unternehmer Wolfgang Kreis die Halle mit der Maßgabe, sie in ein Veranstaltungszentrum umzubauen. 2005 kam das große Aus für die Pläne: Wolfgang Kreis ging in Insolvenz, die Halle fiel wieder an die Stadt zurück.

Danach dauerte es fast zwei Jahre, bis ein neuer Investor für die in den 30er-Jahren erbaute Werfthalle im Stauferpark Göppingen gefunden werden konnte. Der Unternehmer Johannes Krauter erwarb die Halle im Dezember 2006 und verpflichtete sich im Kaufvertrag, sie mitsamt den Außenanlagen innerhalb von drei Jahren bezugsfertig zu machen.

### Geschichte der Werfthalle

- ▶ 1934 als Flugzeughalle erbaut
- ▶ Bis 1992 noch im Besitz der amerikanischen Militärverwaltung
- ▶ 1999 entstanden Pläne für einen Messestandort Stauferpark
- ▶ 2001: Scheitern der Pläne eines Familienparks
- ▶ 2003: Idee, Werfthalle in eine Kunsthalle umzubauen, wird verworfen
- ▶ Oktober 2003: Wolfgang Kreis kauft Halle, um ein Veranstaltungszentrum zu schaffen
- ▶ 2005: Insolvenz Wolfgang Kreis, Halle wird wieder Eigentum der Stadt
- ▶ Dezember 2006: Johannes Krauter erwirbt Werfthalle, Hangarhalle und Headquarter
- ▶ Februar 2007: Krauter übernimmt die Halle
- ▶ Juni 2007: Nach über 15 Jahren Stillstand ist die Revitalisierung bereits weit fortgeschritten.

### Daten zur Werfthalle

- ▶ Stützenfreie Grundfläche: 3200 m<sup>2</sup>
- ▶ Praxis-, Loft-, Büro-, Gewerbe- und Lagerflächen auf 4500 m<sup>2</sup>
- ▶ Stützenfreie Ausstellungsfläche: 2000 m<sup>2</sup>

**WiF-Portal:** Herr Krauter, Sie haben neben der Werfthalle auch gleich die den Dr.-Herbert-König-Platz umschließenden anderen beiden Gebäude erworben. Planen Sie die Gebäude Headquarter, Hangarhalle und Werfthalle in ihrer Nutzung zusammenzuführen? Gibt es aufgrund der Lage also auch heute wieder Synergieeffekte?

**Johannes Krauter:** Uns wurden die drei Gebäude als Paket angeboten. Die räumliche Nähe ist eher ein angenehmer Nebeneffekt. Ein gemeinsames Nutzungskonzept ist aber aufgrund der unterschiedlichen Gegebenheiten der einzelnen Gebäude derzeit nicht vorgesehen. Denkbar wäre jedoch eine kombinierte Nutzung von Hangar- und Werfthalle im Bereich Ausstellung und Veranstaltung.

**WiF-Portal:** Den ersten Pressemeldungen zufolge sollten die Gebäude Hangar- und Werfthalle parzelliert an Handwerk und Gewerbe vermietet werden. Jüngsten Meldungen nach wird die Werfthalle nun doch zur Veranstaltungshalle ausgebaut. Was war ausschlaggebend für die geänderte Nutzungskonzeption?

**Krauter:** Neben den Elektromaschinen hat unser Unternehmen einen guten Ruf im Bereich gewerblicher Immobilien. Naheliegender war es deshalb für uns, die „Neuzugänge“ im Stauferpark einer gewerblichen Nutzung zuzuführen. Aufgrund der großen Nachfrage nach Ausstellungs- und Veranstaltungsflächen untersuchen wir derzeit jedoch erneut das Konzept „Werfthalle = Veranstaltungshalle“. Von Bedeutung ist, welche Auflagen mit einer Umnutzung verbunden sind, damit einhergehend der hieraus resultierende Kostenfaktor. Auch die prognostizierte Auslastung einer solchen Veranstaltungshalle wird bei der Entscheidungsfindung eine gewichtige Rolle spielen.

**WiF-Portal:** Glauben Sie denn, dass der Landkreis ausreichend Potenzial an Veranstaltungen birgt, um die Werfthalle ausla-

sten zu können, und sich ein geändertes Nutzungskonzept rechnet?

**Krauter:** Das ist natürlich der springende Punkt. Im Zuge der Besichtigungen potenzieller Veranstalter erfahren wir jedenfalls eine überaus positive Resonanz. Aufgrund des tollen Ambientes konnten sich bislang alle direkt vorstellen, die Räumlichkeiten zukünftig zu nutzen. Gleichsam insbesondere beeindruckt von der sich über die historische, stützenfreie Halle erstreckenden Stahlkonstruktion.

**WiF-Portal:** „Sensible Revitalisierung, statt Abriss“. Unter diesem Motto haben Sie die Renovierungsarbeiten begonnen. Welche Innenausstattung wird die neue Veranstaltungshalle bekommen?

**Krauter:** Geschichte mit Moderne in Einklang bringen, steht bei der Sanierung schon allein aufgrund der denkmalgeschützten Gebäudesubstanz im Vordergrund. Überlegungen werden bereits angestellt, der Halle eine multifunktionale Einrichtung zu verschaffen. Nur so kann man den vielfältigen Anforderungen der Veranstalter gerecht werden. Eines kann ich jedenfalls vorwegnehmen: Das historisch-technische Ambiente wird in jedem Fall erhalten bleiben und damit das ganz besondere Flair der Werfthalle.

**WiF-Portal:** Die Sanierung der Werfthalle läuft nun auf Hochtouren. Mit der Schwäbischen Woche im Oktober 2007 wird hier die erste Veranstaltung stattfinden. Gibt es schon weitere Planungen?

**Krauter:** Wir stehen im Moment kurz vor dem Abschluss einer Mietvereinbarung, was die Schwäbische Woche anbelangt. Derzeit verhandeln wir mit neun weiteren Veranstaltern, die ihr Event regelmäßig ausrichten wollen. Sollte sich eine Umnutzung der Werfthalle in ein Veranstaltungszentrum wirtschaftlich als dauerhaft erweisen können, so würde dies der Stadt Göppingen weiteres Ansehen verschaffen. •

# Top-Trainer zum Einstieg

**Eröffnung der Carl Stahl Academy: Cay von Fournier faszi-  
niert mit Vortrag über den perfekten Chef. Von Leonhard  
Fromm.**

Zum Eröffnungsabend der Carl Stahl Academy sind 300 Führungskräfte nach Salach in das EMAG-Forum gekommen. Der Maschinenbauer hatte dem Seil- und Hebeteknikspezialisten aus dem benachbarten Süßen aushelfen müssen. So groß war die Resonanz auf das Eröffnungsreferat mit Cay von Fournier.



• Cay von Fournier im Gespräch mit Willy Schwenger.

Mit Eröffnung der Carl Stahl Academy, die für 1,5 Millionen Euro bis zum Sommer auch baulich fertig gestellt sein wird, gehen die Schwaben eine strategische Partnerschaft mit dem bayerischen Anbieter für Führungsseminare ein. Damit bündelt und erweitert die Carl Stahl GmbH sämtliche Weiterbildungsaktivitäten in einer Academy.

Was 1985 auf Kundenwunsch hin mit einer Produktschulung im Umgang mit Anschlagmitteln begonnen hatte, hat sich mittlerweile zu einem Programm entwickelt, das dieses Jahr 40 Seminare zu 18 Themen rund um die Seil-, Hebe-, Zurr- und Sicherheitstechnik umfasst. Mittlerweile erreicht die Carl Stahl GmbH jährlich 2700 Teilnehmer an ihren Seminarstandorten Süßen, Frankfurt, München, Berlin und Dresden. Hinzu kommen Schulungen, die beim Kunden vor Ort stattfinden.

2006 setzte allein Süßen mit Fachseminaren für Meister und Vorgesetzte 193.000 Euro um, die mit Qualifikationsabschlüssen nach DIN-EN und BGV endeten. Diese erwerben die Ausbildung zur befähigten Person, früher Sachkundigenausbildung genannt, die sich an vier Zielen orientiert: Sicherheit erhöhen, Unfälle vermeiden, Kosten senken und Mitarbeiter ausbilden und motivieren. Dafür bietet die Academy acht Basisseminare an.

Ergänzt wird das klassische Seminargeschäft nun durch Managementthemen zu Führung, Organisation und Strategie. Beste Referenz für das SchmidtColleg als Kooperationspartner ist Carl Stahl-Seniorchef Willy Schwenger selbst. Seit 1967 hat er die damalige Seilerei mit fünf Mitarbeitern zum Weltmarktführer ausgebaut, der 2006 mit 830 Mitarbeitern an weltweit 50 Standorten 181 Millionen Euro umsetzte.

Allein bis Juli finden zwei viertägige Seminare über Strategie und ein zweitägiges Seminar über Führung für jeweils maximal 30 Teilnehmer statt. Zielgruppe sind Jungunternehmer und der gesamte Mittelstand. Teilnehmer aus der Region sparen sich so die Hotelkosten. Insgesamt umfasst die Academy vier Schulungsräume für jeweils 150, 40, 30 und 20 Personen.

Das SchmidtColleg umfasst in Kronach, Berlin und Zürich 20 Mitarbeiter und erreicht jährlich 4000 Teilnehmer. Inhaber Cay von Fournier, der auch in Salach durch „Führung mit Werten“ und sehr praxistaugliche Beispiele überzeugte, gehört zu Deutschlands Top-Trainer. Der 40-Jährige, der seine Inhalte mit einem hohen Unterhaltungswert transportiert, ist promovierter Arzt und Wirtschaftswissenschaftler. •



• Denkfabrik-Mitglieder: Das Netzwerk analysiert Probleme aus unterschiedlichen Blickwinkeln.

## Gebündelte Kompetenzen im Trichter

**Probleme gemeinsam aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten, um so die bestmögliche Lösung für ihre Kunden zu finden - das machen die Mitglieder der Denkfabrik Filstal. Sechs Unternehmensberater haben sich zu einem Netzwerk zusammengeschlossen. Von Steffen Wolff.**

Das Detail betrachten, aber das Ganze im Blick behalten – so lautet das Motto der Denkfabrik Filstal. Sechs Experten aus verschiedenen Bereichen der Unternehmensberatung haben sich zu einem Netzwerk zusammengeschlossen, um ihre Kompetenzen zu bündeln. Susanne Zettl-Röhler, Eberhard Röhler, Martin Roos, Isabel Stolz, Jochen Oeser und Christopher Goelz haben alle eine langjährige Erfahrung auf ihrem Gebiet. Erfahrung auch, was den Ruf der Unternehmensberater in der Öffentlichkeit angeht. „Externe Berater werden häufig mit Entlassungen in Verbindung gebracht, nicht selten fehlt bei einer Beratung der ganzheitliche Ansatz“, haben die Mitglieder festgestellt.

Genau darin will sich die Denkfabrik von anderen in der Branche unterscheiden. Noch bevor die eigentliche Beraterarbeit beginnt, wird das Problem auf den Tisch gelegt, und alle Mitglieder des Netzwerkes schauen gemeinsam drauf. Das Gremium diskutiert und entscheidet dann, welche Einzelkompetenzen gefragt sind und wem die Bearbeitung schließlich zugeteilt wird. Der Kunde profitiert so von den gebündelten Kompetenzen.

„Das funktioniert wie ein Trichter.“ Auch die Schnittstellen von einem zum nächsten Berater können damit ausgeschaltet oder zumindest möglichst gering gehalten werden. Und da die Denkfabrik-Mitglieder unterschiedliche Themenschwerpunkte abdecken – von klassischem Controlling und der Unternehmensplanung, über die Organisation, Akquise, IT-Lösungen, Coaching und Energiecontrolling – können so die Probleme eines Unternehmens aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet und analysiert werden. •

Weitere Informationen

► [www.denkfabrik-filstal.de](http://www.denkfabrik-filstal.de)



## Harter Wettbewerb um Fachkräfte

**Händeringend suchen Personalverantwortliche junge Ingenieure, Informatiker und Betriebswirte. Das Institut der deutschen Wirtschaft spricht nach einer Umfrage unter Unternehmen von 40.000 fehlenden Ingenieuren. Faktisch entspricht das nahezu einem gesamten Absolventenjahrgang.**

Aufgrund der positiven Konjunktorentwicklung spüren auch die Unternehmen im Kreis den Fachkräftemangel immer stärker. Leider scheinen die Großunternehmen in Stuttgart für viele Fachkräfte immer noch interessanter als die kleinen und mittelständischen Unternehmen aus dem Landkreis. Deshalb wird es für die ansässigen Unternehmen im Kreisgebiet auch zunehmend schwieriger freie Stellen zu besetzen.

Bereits vor neun Jahren hat die WiF sich dieser Problematik angenommen und die Kontaktmesse „forum kontakt“ an der Fachhochschule Esslingen, Standort Göppingen organisiert. Erklärtes Ziel dieser Veranstaltung ist es, die Studierenden schon während ihres Studiums in Göppingen/Esslingen in Kontakt mit den ansässigen Firmen zu bringen. Auf diese Weise kann der angehende Ingenieur die Vorzü-

ge eines kleineren Betriebes kennenlernen und der Unternehmer hat die Möglichkeit den begehrten Absolventen an seinen Betrieb zu binden. Auf diese Weise wurde das Erfolgsmodell „forum kontakt“ immer in Zeiten des Fachkräftemangels von der WiF aufgegriffen, und bereits sechs Mal in verschiedenen Variationen durchgeführt.

Dieses Jahr möchte sich die WiF vor dem Hintergrund des akuten Fachkräftemangels wieder mit diesem Thema beschäftigen. Aus diesem Grund wurde am 17.06.2007 eine Infoveranstaltung für Unternehmer an der FH durchgeführt. 20 interessierte Unternehmer hörten von Dekan Prof. Dr.-Ing. Rainer Würslin ein Impulsreferat mit unterschiedlichen Ansätzen die von der Hochschule Esslingen am Standort Göppingen angeboten werden. Im Anschluss daran wurde von der WiF die Diskussion moderiert, welche Maßnahmen

von den Unternehmern gewünscht werden, wieder vermehrt in die Akquisition von Studierenden einzusteigen.

Hierbei hat sich der Ansatz herauskristallisiert wieder eine Kontaktveranstaltung in der Hochschule zu veranstalten und gleichzeitig eine ausführliche Broschüre auszugeben, in der die Profile der Unternehmen und deren konkreter Bedarf an Fachkräften enthalten ist. Zusätzlich können die beteiligten Betriebe jetzt auch Termine zur Firmenbesichtigung anbieten. Gerade diese Option hat sich als attraktive Variante der Kontaktaufnahme herausgestellt, weil der Unternehmer viel mehr zeigen kann als an einem Messestand. Auch die Studierenden befürworten die Besichtigungen, weil Sie wichtige Einblicke in den Betrieb erhalten und auch schon informelle Gespräche mit den Verantwortlichen führen können. •

## Innovationspreis 2007 für den Landkreis Göppingen

**Innovative Produkte und Dienstleistungen, die in Betrieben im Kreis Göppingen entwickelt wurden, können mit dem Innovationspreis 2007 ausgezeichnet werden.**

Der Preis ist mit insgesamt 15.000 Euro dotiert und wird von der Kreissparkasse Göppingen zusammen mit der WiF-Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Landkreis Göppingen ausgeschrieben. Teilnehmen können alle Unternehmen und auch Unternehmensnetzwerke aus dem Landkreis Göppingen, unabhängig von der Betriebsgröße, und deren innovative Produkte, Verfahren, Dienstleistungen oder Formen der Unternehmensorganisa-

tion innerhalb der Jahre 2005 – 2007 auf dem Markt eingeführt wurden. Neben den Unternehmen der gewachsenen Industrien und dem Handwerk sind besonders Vertreter aus den Branchen Handel und Dienstleistung eingeladen sich zu beteiligen.

Über die Vergabe des Preises entscheidet der Innovationsausschuss der WiF, dem folgende Personen angehören: Jürgen Hille, Vorstandsvorsitzender der Kreisspar-

kasse Göppingen, Prof. Dr. Heinz Trasch, Vorstandsvorsitzender der Steinbeis-Stiftung für Wirtschaftsförderung und Reiner Lohse, Geschäftsführer der WiF.

Die Preisvergabe erfolgt in feierlichem Rahmen im Januar 2008. Bewerbungsschluss ist der 21. September 2007; Bewerbungsunterlagen lassen sich telefonisch anfordern unter (071 61) 50 23 585 oder über [www.innovationspreis-gp.de](http://www.innovationspreis-gp.de) •