

---

**RV-Drucksache Nr. VIII-39**

---

Verwaltungsausschuss	16.11.2010	nichtöffentlich
Verbandsversammlung	30.11.2010	öffentlich

---

Tagesordnungspunkt:

**Standortagentur Tübingen - Reutlingen - Zollernalb GmbH  
Beteiligungsbericht 2009**

**Beschlussvorschlag:**

Kenntnisnahme.

**Sachdarstellung/Begründung:**

**1. Allgemeine Informationen**

Die Standortagentur Tübingen - Reutlingen - Zollernalb GmbH ist ein Zusammenschluss von 30 Städten und Gemeinden, der Landkreise Tübingen und Reutlingen sowie des Zollernalbkreises, der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer und dem Regionalverband Neckar-Alb<sup>1</sup>. Sie wurde am 19.12.2003 gegründet.

Zentrale Aufgabe der Gesellschaft ist im Rahmen der kommunalen Aufgabenerfüllung die Entwicklung, Bündelung und Durchführung von Maßnahmen des Standortmarketings für die Region Neckar-Alb zur Stärkung der Region Neckar-Alb. Zum Unternehmensgegenstand gehören sämtliche damit zusammenhängenden und den Gesellschaftszweck fördernden Geschäfte.

Das Stammkapital liegt bei 52.400 Euro. Die Gruppe Kommunen, zu der auch der Regionalverband Neckar-Alb gehört, hält davon 60 %, die Gruppe Wirtschaft 40 %. In diesem Verhältnis spiegelt sich auch die Verteilung von Verantwortungs- und Entscheidungskompetenz wider. Von den 20 Sitzen im Aufsichtsrat werden 12 von der Gruppe Kommunen und 8 von der Gruppe Wirtschaft eingenommen. Dem Aufsichtsrat gehört der Verbandsvorsitzende des Regionalverbands Neckar-Alb Herr Eugen Höschele an. Stellvertreter ist der 1. Stellvertretende Vorsitzende der Verbandsversammlung Herr Holger Dembek.

Aufsichtsratsvorsitzende der Standortagentur ist Oberbürgermeisterin Barbara Bosch, Reutlingen. Stellvertretender Vorsitzender ist Eberhard Reiff, Präsident der IHK. Geschäftsführer ist Dr. Wolfgang Epp, Hauptgeschäftsführer der IHK.

---

<sup>1</sup> Alle in diesem Bericht aufgeführten Daten beziehen sich auf den Sachstand vom 31.12.2009.

## **2. Beteiligungsbericht (Vorgang, Aufgabe)**

Der Regionalverband Neckar-Alb ist aufgrund des einstimmigen Beschlusses der Verbandsversammlung vom 22.07.2003 Mitglied der Standortagentur. Der Beschluss enthält den Auftrag, der Verbandsversammlung jährlich einen schriftlichen Tätigkeitsbericht vorzulegen.

Nach § 105 Abs. 2 GemO haben Gemeinden jährlich einen Beteiligungsbericht zu erstellen. Auf diese Weise sollen sie dem Gemeinderat und der Öffentlichkeit Rechenschaft über die Entwicklung ihrer Unternehmen in Privatrechtsform geben und einen Beitrag zur größeren Transparenz über die ausgegliederten Aufgabenbereiche leisten. Die Vorschriften über das kommunale Unternehmens- und Beteiligungsrecht (§§ 102 - 108 GemO) finden auch auf die Regionalverbände Anwendung (§ 42 LplG).

Der letzte Beteiligungsbericht (2008) (*vgl. RV-Drucksache Nr. VIII-18*) wurde in der nichtöffentlichen Sitzung des Verwaltungsausschusses am 23.02.2010 und der öffentlichen Sitzung der Verbandsversammlung am 02.03.2010 behandelt.

Am 20.07.2010 hat Herr Dr. Epp, Hauptgeschäftsführer der IHK Reutlingen, in der öffentlichen Sitzung der Verbandsversammlung einen mündlichen Bericht über die Standortagentur Reutlingen - Tübingen - Zollernalb GmbH abgegeben.

Nach den gesetzlichen Bestimmungen könnten sich die Angaben im Beteiligungsbericht über die Standortagentur Tübingen - Reutlingen - Zollernalb GmbH auf wenige Eckdaten (Gegenstand des Unternehmens, Beteiligungsverhältnisse und Stand der Erfüllung des öffentlichen Zwecks des Unternehmens) beschränken. Es widerspräche jedoch den Zielen der Gesellschaft selbst, aber auch dem Ziel, das der Regionalverband Neckar-Alb mit seiner Beteiligung verfolgt, wenn sich die Berichterstattung nur streng entlang der gesetzlich vorgeschriebenen Mindestanforderungen bewegen würde. Der vorliegende Beteiligungsbericht soll die Information erhöhen und zur engagierten Außendarstellung der Standortagentur beitragen.

## **3. Was macht die Standortagentur?**

Die Standortagentur Tübingen - Reutlingen - Zollernalb GmbH

- macht regionale, nationale und internationale Anzeigenwerbung zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der Region Neckar-Alb
- wirbt für die Region dort, wo die Entscheider sitzen
- schärft konsequent das Profil der Region Neckar-Alb in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Landschaft
- gibt aktuelle und mehrsprachige Informationen über die Region durch Internetauftritte
- präsentiert die Region auf Messen
- unterstützt die Werbung mit begleitenden Broschüren, Postern und Filmen
- spricht direkt mit potenziellen Investoren
- ist der erste Ansprechpartner bei Anfragen aus ganz Europa zu Unternehmensansiedlung, zu Unternehmensübernahme und zu Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten

#### 4. Organe der GmbH im Überblick:

Aufsichtsrat und seine Vertreter für die Wahlperiode 29. Nov. 2007 bis 29. Nov. 2011

	Mitglied	Vertreter
Handwerkskammer	Dr. Joachim Eisert	Rainer Neth
Handwerkskammer	Harald Herrmann	Bernd Heusel
Handwerkskammer	Joachim Möhrle	August Wannenmacher
Industrie- und Handelskammer	Markus Schmid	Eugen Schäufele
Industrie- und Handelskammer	Eberhard Reiff	Dr. Thomas Lindner
Industrie- und Handelskammer	Christian O. Erbe	Prof. Dr. Bernd Engler
Industrie- und Handelskammer	Wolfgang Bauer	Prof. Dr. Peter Nieß
Industrie- und Handelskammer	Heinz-Peter Stoll	Johannes Schwörer

Stadt Reutlingen	Barbara Bosch	Peter Rist
Stadt Tübingen	Boris Palmer	Michael Lucke
Landkreis Reutlingen	Thomas Reumann	Gerd Pflumm
Landkreis Tübingen	Joachim Walter	Hans-Erich Messner
Zollernalbkreis	Günther-Martin Pauli	Matthias Frankenberg
Regionalverband Neckar-Alb	Dr. Edmund Merkel*	Holger Dembek

Zollernalbkreis	Dr. Jürgen Gneveckow	Karl-Josef Sprenger
Zollernalbkreis	Jürgen Weber	Michael Maier
Landkreis Reutlingen	Rudolf Heß	Klaus Bender
Landkreis Reutlingen	Dietmar Bez	Mike Münzing
Landkreis Tübingen	Werner Fifka	Friedrich Freiherr von Ow-Wachendorf
Landkreis Tübingen	Thomas Hölsch	Dr. Jürgen Soltau

\*ab 24.11.2009 Eugen Höschele

Die Gesellschafterversammlung besteht aus folgenden 30 Städten und Gemeinden:

Albstadt	Kusterdingen
Ammerbuch	Metzingen
Balingen	Mössingen
Bodelshausen	Münsingen
Dußlingen	Pfullingen
Engstingen	Pliezhausen
Eningen unter Achalm	Reutlingen
Geislingen	Riederich
Gomaringen	Römerstein
Grabenstetten	Rottenburg am Neckar
Grafenberg	Schömberg
Haigerloch	Starzach
Hausen	Tübingen
Hechingen	Walddorfhäslach
Hülben	Wannweil

den Landkreisen Tübingen und Reutlingen sowie dem Zollernalbkreis, dem Regionalverband Neckar-Alb, der Handwerkskammer und der Industrie- und Handelskammer.

##### **5. Auswahl und Finanzierung der Projekte**

Die einzelnen Projekte der Standortagentur schlagen die Gesellschafter vor, die wiederum ihren Entscheidungsgremien verpflichtet sind. Im Aufsichtsrat kommt es dann zur Entscheidung über diese Vorschläge. Die gemeinsame Finanzierung von Projekten durch die Kommunen auf der einen Seite und durch die Wirtschaftskammern auf der anderen Seite bildet die Basis für regionale Kooperationen.

Ein maximales Projektvolumen von insgesamt 300.000 Euro im Jahr 2009 sorgt dafür, dass die Ausgaben überschaubar bleiben und keinen Gesellschafter überfordern. Basierend auf diesem Projektvolumen werden jährliche Budgetplanungen erstellt.

<b>Planung</b>	<b>Planung in EURO</b>	<b>Ist per 31.12.2009</b>
<b>Homepages gesamt</b>	<b>36.000</b>	<b>29.862,53</b>
neckaralb.de	18.000	17.511,53
tourismus-schwaebische-alb.de	18.000	12.351,00
<b>Werbung/PR gesamt</b>	<b>118.000</b>	<b>104.536,90</b>
Anzeigenüberarbeitung Textil	5.000	2.487,10
Anzeige Reinraum: Bildrechte	2.000	3.086,10
Anzeigenschaltung überregional	15.000	15.402,40
Anzeigenschaltung regional	15.000	13.498,37
Advertorial Stuttgarter Zeitung	15.000	12.817,44
Anzeigenschaltung international	25.000	13.292,72
Google Internet-Werbung (Adwords)	3.000	1.911,66
Expresso-Werbung	0	6.879,99
Taxi Berlin	1.000	750,00
Werbung Deutsche Bahn	10.000	3.502,17
LKW-Plane (3)	12.000	0
Gutscheine SNA	0	692,00
Werbematerial	0	10.796,83
Flyer: Allgemein und Cluster	15.000	19.420,12

<b>Planung</b>	<b>Planung in EURO</b>	<b>Ist per 31.12.2009</b>
<b>Sonderaktionen gesamt</b>	<b>76.000</b>	<b>44.744,09</b>
Werbung in Outletcity Metzingen für die Region	10.000	10.000
Pressearbeit Textil / Technische Textilien	12.000	0
Journalistenreise Medizintechnik	10.000	10.674,16
Türkische Textildelegation	0	3.224,95
Newsletter an potentielle Investoren (aus Fachpräsentationen)	8.000	356,70
Standortpräsentation: Niederlande, Saudi-Arabien	36.000	20.488,28
<b>Messebeteiligungen gesamt</b>	<b>50.000</b>	<b>72.019,45</b>
ExpoReal Beteiligung	40.000	63.609,88
TopClinica Beteiligung	10.000	6.446,07
Übertrag Medica 2008	0	1.963,50
<b>Katalogausstellungen gesamt</b>	<b>1.000</b>	<b>75,00</b>
Arab Health	1.000	75,00
<b>Externe Dienstleistungen</b>	<b>0</b>	<b>12.653,19</b>
<b>Buchhaltung/Verwaltung</b>	<b>10.000</b>	<b>10.492,99</b>
<b>Reserve</b>	<b>9.000</b>	<b>3.454,51</b>
<b>Gesamtbudget</b>	<b>300.000</b>	<b>277.838,66</b>

Von den anfallenden Kosten werden 60 % von der Gruppe Kommunen und 40 % von der Gruppe Wirtschaft getragen. Den auf die Gruppe Kommunen entfallenden Anteil bringen die drei Landkreise und der Regionalverband mit jeweils 19.000 Euro sowie die Städte und Gemeinden - abhängig von der Zahl der Einwohner - auf.

<b>Planung</b>	<b>Planung in EURO</b>	<b>Ist per 31.12.2009</b>
<b>Zusätzliche Aktivitäten aus Budget 2007 und 2008</b>	<b>70.000</b>	<b>24.280,05</b>
Relaunch Internet www.neckaralb.de	20.000	22.512,86
Bildungsportal	50.000	1.767,19

Das Restbudget von € 70.000 aus den Jahren 2007/2008 wurde für zusätzliche Werbemaßnahmen ausgegeben. Knapp € 25.000 wurden wie vorgesehen im Jahr 2008 investiert, die Restsumme ins Jahr 2009 übertragen. Aus dem Jahr 2008 wurde ein neuer Überschuss in Höhe von € 38.576,37 ins Jahr 2009 übernommen. Der Aufsichtsrat beschloss am 27.04.2009 aus diesen Mitteln den Neustart der Website www.neckaralb.de und den Aufbau des Bildungsportals zu finanzieren.

## **6. Leistungsbericht 2009**

### ***Projektübergreifende Marketingmaßnahmen***

Die Standortagentur hat sich das Marketing für die gesamte Region zum Ziel gesetzt, ohne das Subsidiaritätsprinzip zu verletzen und in Konkurrenz zu kommunalen Marketingmaßnahmen zu treten. Mit übergreifenden Marketing- und Werbemaßnahmen sollen die Stärken der Region bekannter gemacht werden, Kooperationen, Investitionen und Informationsaustausch sollen gefördert und somit die Wirtschaftskraft der Region gesteigert werden.

Hier setzt die Standortagentur an. Mit einem informativen und ansprechenden Internetportal sowie einer zielgruppengerechten Investorenwerbung werden diese Ziele verfolgt. Eine Anzeigen- und Imagekampagne soll potentielle Investoren aus dem In- und Ausland ansprechen, ebenso qualifizierte Fach- und Führungskräfte und junge Familien.

### ***Imagekampagne***

Um die Region Neckar-Alb im harten Wettbewerb der Regionen in Deutschland und Europa zu positionieren, wurde eine Imagekampagne konzipiert, die nach wie vor auf positive Resonanz trifft. Der Slogan "Zukunft - wir haben schon mal angefangen" weist charmant auf die Stärken des Standorts hin. Darauf basiert die Imagekampagne als zentraler Teil des Kommunikationskonzepts, das auf sympathische Art die Leistungsfähigkeit und die idealen Voraussetzungen des Standorts deutlich machen soll.

Die Kampagne zeigt, dass die Region Neckar-Alb schon heute fit für die Zukunft ist. Sie bietet wesentliche Faktoren, mit denen "Zukunft entstehen und gedeihen" kann. Die Stärken der Region liegen in ihrer Wirtschaftskraft, der Bildung, der Forschung, der Wissenschaft und nicht zuletzt auch in der hohen Lebensqualität. Dazu kommen sehr gute Ausbildungsmöglichkeiten und renommierte Fachhochschulen und Universitäten. Die Kampagne soll zudem

die geographisch günstige Lage der Region verdeutlichen. Mit der neuen Messe auf den Fildern und Stuttgart 21 gewinnt die Region Neckar-Alb nochmals an Bedeutung. Auch die Nähe zum internationalen Flughafen Stuttgart stellt einen echten Standortvorteil dar.

Die Bewerbung des Profils "Wirtschaft, Wissenschaft und Landschaft" wurde 2009 unter anderem realisiert durch:

- Internetauftritt [www.neckaralb.de](http://www.neckaralb.de)
- Sonderbeilagen in der örtlichen und überregionalen Presse
- Advertorial in der Stuttgarter Zeitung
- Anzeige auf dem ICE-Fahrplan der Deutschen Bahn
- Anzeigenschaltungen regional, überregional, international
- Poster (bestellbar)
- Flyer (bestellbar)
- Roll-up Displays (ausleihbar)
- Kleinanzeigen
- Google Adwords
- Bannerschaltungen

Das Kapital der Region ist ihre Zukunftsfähigkeit. Die Kampagne soll ein Gefühl des Zusammenhalts vermitteln. Sie wird regelmäßig regional und überregional sowie über Internetwerbekampagnen geschaltet.





# Sauber! Wir haben die Kehrwoche zu Ende gedacht.



Deshalb entsteht heute in der Region Neckar-Alb erstklassige Reinraumtechnik. Eine wichtige Voraussetzung für Innovation auf allen Gebieten von High Tech und Life Sciences. Innovationen, die vielleicht schon ein paar Häuser weiter ausgetüftelt werden, sei es im weltweiten Unternehmen oder im jungen Spin-off von Uni oder FH. So gesehen liegt es eigentlich auch an der Kehrwoche, dass wir heute so glänzende Zukunftschancen bieten können.

Sie halten auch nichts von verstaubten Meinungen? [www.neckaralb.de](http://www.neckaralb.de)



Tübingen  
Reutlingen  
Zollernalb | Region NeckarAlb

Zukunft – wir haben schon mal angefangen.

## **Internetportale der Region**

### ➤ [www.neckaralb.de](http://www.neckaralb.de)

Die Homepage der Standortagentur, das Internetportal [www.neckaralb.de](http://www.neckaralb.de), enthält alle wichtigen Informationen über die Region - von Wirtschaftsnachrichten über kulturelle Veranstaltungen bis hin zu freien Gewerbeflächen. Außerdem sind dort tagesaktuelle Meldungen über Messen sowie Veranstaltungen in den Gesellschafterkommunen zu finden.

Im Oktober 2009 wurde der geplante Relaunch abgeschlossen. Seitdem präsentiert sich die Website in einem modernen, besucherfreundlichen Design. Ab 2010 wird die Website in folgenden Sprachen zur Verfügung stehen: Englisch, Spanisch, Französisch, Chinesisch, Japanisch und Russisch.

Die Webseite verzeichnete 2009 durchschnittlich 8.802 Besucher im Monat (Vorjahr: 10.058). Der Rückgang der Besucherzahlen ist auf den Relaunch der Website im Oktober 2009 zurückzuführen, nach dem aus technischen Gründen die Websitebesucher über einen gewissen Zeitraum nicht gezählt werden konnten und die Auswertung so nur bedingt möglich war. Der Rekord der Besucherzahlen lag im Jahr 2009 bei knapp 12.500 Besuchern im Januar 2009.

Durch intensive Verlinkung und Werbung sowie die Optimierung der Google Adwords Kampagne konnte der Google PageRank bei einer Skala von 1 bis 10 auf 5 gesteigert werden (vorher: PageRank 3).

### ➤ [www.tourismus-schwaebische-alb.de](http://www.tourismus-schwaebische-alb.de)

Der Infopool Tourismus ist eine Datenbank speziell zur Förderung von Tourismus- und Freizeitangeboten, sowohl für Urlauber als auch für Geschäftsreisende und Bürger der Region. Grund genug für die Standortagentur, dieses touristische Potenzial für die Vermarktung der Region Neckar-Alb zu nutzen.

Ende 2005 freigeschaltet hat sich die Seite inzwischen gut etabliert. Die Website hatte 2009 monatlich durchschnittlich 6.705 Besucher (Vorjahr: 6.807).

Auch diese Website ist in den Sprachen Englisch und Französisch verfügbar. Der Infopool bietet mehr als 3.000 Einträge zu Themen wie Land & Leute, Schlafen & Träumen, Essen & Trinken, Veranstaltungen und Shopping. Das Portal ist mit vorhandenen Angeboten von Kommunen und Verbänden vernetzt. Ein besonders besucherfreundliches Tool ist der Routenplaner, mit dem sich der Gast seine Reiseroute quer durch die Region selbst zusammenstellen kann. Dieser Service der Standortagentur macht die Tourismusregion Neckar-Alb für potenzielle Gäste noch attraktiver.

### ➤ [Das Bildungsportal](#)

Der Aufsichtsrat hat im April 2009 beschlossen, das Internetangebot der Standortagentur durch ein Bildungsportal zu ergänzen. Dieses wird im Frühsommer 2010 ans Netz gehen. Es dient als Schaufenster für den Standortfaktor Bildung in der Region.

Übersichtlich werden dabei alle Bildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten von der Kleinkindbetreuung bis zur Hochschule und Erwachsenenbildung aufgezeigt. Ziel ist es, das vorhandene Bildungsangebot in der Region für Bürger und Unternehmen transparenter zu gestalten. Zusätzlich will das Bildungsportal langfristig dazu beitragen, den Fachkräftemangel in der Region zu reduzieren. Das Bildungsportal wird unter [www.bildungsportal-neckaralb.de](http://www.bildungsportal-neckaralb.de) abrufbar sein.

## **Werbung für die Internetseiten der Standortagentur (Auswahl)**

- Die Vermarktung der Portale (außer Bildungsportal) erfolgt unter anderem über diverse Anzeigenschaltungen und über ein Schild an der B27 aus Stuttgart kommend.
- Google Adwords Kampagne

- Seit Oktober 2006 wird ein Werbetaxi in Berlin eingesetzt. Die Fahrerin stammt aus der Region und hat Werbematerial für die Fahrgäste parat.
- Auf allen Werbematerialien der Standortagentur ist die Internetadresse abgedruckt (Flyer, Poster, Rollup-Displays, Broschüren, give-aways etc.)
- Regionale, überregionale und internationale Anzeigenschaltungen
- Bannertausch mit allen Gesellschaftern
- Bannerschaltungen auf diversen AHK-Websites
- Bannerschaltung in e-Newslettern
- Bannerschaltung auf [www.telefonbuch.de](http://www.telefonbuch.de)

## Messebeteiligungen

Mit direkten Messebeteiligungen oder Katalogausstellungen soll der Bekanntheitsgrad der Region Neckar-Alb weiter gesteigert werden. Vertreter der einzelnen Gesellschafter waren auch 2009 am Messestand vor Ort, um ihre Kommune und die Region persönlich zu präsentieren. Katalogausstellungen gab es 2009 nur eine, die **Arab Health** Messe in Dubai. Der Aufsichtsrat hat beschlossen, zukünftig keine Katalogausstellungen mehr durchzuführen, da bei diesen die Zielgruppe nur sehr bedingt erreicht wurde und das Preis-Leistungsverhältnis damit nicht gerechtfertigt werden kann.

Intensiviert wurde der Messeauftritt auf der Immobilienmesse **Expo Real**. Eine erstmals aufgelegte, professionelle Broschüre mit den Gewerbegebieten und -immobilien aus der Region fiel positiv auf. Die Broschüre "Land in Sicht" ist als gedruckte Version oder als CD erhältlich und steht auch auf [www.neckaralb.de](http://www.neckaralb.de) zum Download bereit.

Der Auftritt auf der **Top Clinica** im Juni wurde von einer internationalen Pressekonferenz begleitet. Bei dieser von der Standortagentur organisierten Veranstaltung standen Experten aus dem Bereich Medizintechnik den Journalisten Frage und Antwort zum Thema Neckar-Alb.

Die in 2009 besuchten Messen waren:

- TopClinica → Messeauftritt
- Expo Real → Messeauftritt
- Arab Health → Katalogausstellung

## Anzeigenschaltungen unter anderem in folgenden Printmedien

- Stuttgarter Zeitung mit einem Advertorial zum Thema "Bildung Neckar-Alb"
- Süddeutsche Zeitung
- Südwestpresse, Beilage Handwerk in der Region
- Business Baden-Württemberg
- Schwäbisches Tagblatt in Sonderbeilage und Sonderveröffentlichung
- Reutlinger Generalanzeiger GEA
- Telefonbuch Reutlingen, Tübingen, Zollernalb
- Diverse AHK-Zeitungen in Österreich, Russland, Niederlande, Türkei
- DB ICE-Reiseplan
- Wirtschaftsbild

Mit den gesamten Anzeigenschaltung im Jahr 2009 konnten insgesamt **4.293.070 Leser** erreicht werden (im Vorjahr lag der Wert bei 4.131.400 Lesern). Dies entspricht einer Steigerung von 4 %.

## Pressemitteilungen und Veröffentlichungen

In diversen Zeitungen und Zeitschriften mit einer **Gesamtauflage** von **737.666** (Vorjahr: 550.340) wurden die Aktivitäten der Standortagentur in Form von Pressemitteilungen und Veröffentlichungen publik gemacht, um die Leser über die Vielzahl der Leistungen zu informieren. Veröffentlichungen sind unter anderem in folgenden Printmedien erschienen:

- Süddeutsche Zeitung
- Stuttgarter Zeitung
- Zollernalb Kurier
- Alb Bote
- Reutlinger Generalanzeiger GEA
- Schwäbisches Tagblatt
- Schwarzwälder Bote

Auch in ausländischen Medien erfuhren die Projekte der Standortagentur Aufmerksamkeit. Neben den AHK-Magazinen wurde u. a. in folgenden Printmedien über die Standortagentur berichtet:

- Eindhoven Dagblad (Niederlande)
- Hürriyet Gazetesi (Türkei)
- Milliyet Gazetesi (Türkei)

## Beiträge und Publikationen

Über zahlreiche Beiträge in diversen Printmedien konnten weitere **1.013.950 Leser** erreicht werden (2008 lag die Zahl der erreichten Leser bei 3.188.260).

Die Beiträge erschienen unter anderem in:

- Stuttgarter Zeitung
- Business Baden-Württemberg
- impulse – Das Unternehmer Magazin
- Diverse AHK-Magazine
- Auch der regionale Fernsehsender RTF.1 berichtete mehrfach über die Standortagentur

## Erreichte Medienkontakte

Aktivitäten	Erreichte Leser / Besucher (Stand: 31. 12. 09)
Homepages	Im Monat Ø 15.507
Anzeigenschaltungen	4.293.070
Beiträge/Publikationen	1.013.950
Digitale Medien	1.512.940
Pressemitteilungen/ Veröffentlichungen	737.666
Publikationen im Cluster Medizintechnik	28.500
<b>Gesamt</b>	<b>7.772.210</b>

Dies entspricht einer Steigerung von 18,1 %.  
Hintergrund ist u.a. die Einführung der Rubrik "Digitale Medien".

## **Clusterbezogene Investorensuche**

Aufbauend auf der für die Region Neckar-Alb durchgeführten Clusteranalyse erfolgt seit 2006 eine zielgruppenorientierte Investorenansprache, sowohl zur Förderung des Wissenstransfers als auch zur Anbahnung von Kooperationen. Als Cluster wurden die Bereiche Maschinenbau, Automotive, Technische Textilien, Medizintechnik, Holzwirtschaft und regenerative Energien sowie Biotechnologie identifiziert.

### ➤ **Italienische Journalistenreise zum Thema Medizintechnik**

Vom 22. - 24. Juni 2009 verbrachten fünf Medienvertreter aus Italien drei Tage in Neckar-Alb. Sie besuchten das Naturwissenschaftliche und Medizinische Institut (NMI) an der Universität Tübingen und das Universitätsklinikum Tübingen (UKT). Beim Besuch der Firma Erbe Elektromedizin GmbH in Tübingen durften sie selbst an Putenfilets ihre Operationskünste testen. Abschluss der Journalistenreise war der Besuch der TopClinica in Stuttgart und der zugehörigen internationalen Pressekonferenz der Standortagentur. Auf dieser gaben hochrangige Vertreter aus der Medizintechnikbranche Auskunft über die Region Neckar-Alb.

### ➤ **Fachpräsentation in Eindhoven zu den Themen Medizintechnik & technische Textilien**

Rund 40 Gäste empfing die Standortagentur zu ihrer ersten Fachpräsentation in den Niederlanden am 15. September 2009. Medizintechnik und Technische Textilien sowie die Region und ihr wirtschaftliches Potenzial standen auf dem Programm der Veranstaltung. Bei schwäbischen Spezialitäten ergaben sich im Anschluss an die Vorträge intensive Gespräche zwischen den niederländischen Firmenvertretern und den deutschen Referenten. Die Fachbesucher erhalten regelmäßig den Newsletter, der Neuigkeiten aus diesen Branchen enthält.

### ➤ **Türkische Textildelegation**

Vom 28. bis 30. September besuchten rund 30 türkische Textilunternehmer drei Tage lang die Textilregion Neckar-Alb. Die Türkei ist traditionell ein Textilstandort mit einer großen Bandbreite von Produkten - vom Garnhersteller und Weber über Heimtextilanbieter und Denimfabrikanten waren die verschiedensten Anbieter innerhalb der türkischen Delegation vertreten. Bei zahlreichen Firmen- und Hochschulbesuchen wurden Kontakte geknüpft aus denen Kooperationen erwachsen können.

## **Weitere Aktivitäten**

### ➤ **Taxi Berlin**

In der Bundeshauptstadt ist eine Taxi-Fahrerin aus der Region mit dem "Neckar-Alb Taxi" unterwegs, um für die Region zu werben. Das Taxi trägt das Logo der Standortagentur. Außerdem liegen verschiedene Infomaterialien für die Fahrgäste zum Mitnehmen bereit.

### ➤ **Newsletter**

An Investorenkontakte von den Fachpräsentationen in Wien, Zürich und Eindhoven wurden 2009 drei Newsletter in der jeweiligen Muttersprache verschickt. Diese enthielten interessante Neuigkeiten zu Innovationen in Neckar-Alb im Bereich Medizintechnik und Technische Textilien. Ziel ist es, diese Kontakte nachhaltig mit Informationen zu versorgen.

### ➤ **Premiumpaket Österreich**

Es wurde mit der AHK Österreich eine Kooperation vereinbart, die u. a. Anzeigenschaltungen im AHK-Magazin und ganzjährige Bannerschaltung auf AHK-Website beinhaltet.

### ➤ **Werbeaktionen in OUTLETCITY Metzingen**

In Kooperation mit der Stadt Metzingen konnten in der Outletcity zahlreiche Werbeaktionen umgesetzt werden. Die Flyer der Standortagentur wurden unter anderem auf der ITB Messe in Berlin sowie der CMT Messe in Stuttgart verteilt. Mit Schaufensterwerbung am Lindenplatz und dem Flughafentaxi wurden in Metzingen Shopping-Touristen aus aller Welt angesprochen und so auf die Region aufmerksam gemacht.

### ➤ **Neckar-Alb-Trucks**

Seit Anfang des Jahres ist für die Region Neckar-Alb je ein LKW der Logistik-Unternehmen Barth und Betz unterwegs. Die LKW-Planen mit aufgedrucktem Logo der Standortagentur und dem bekannten Claim "Zukunft – wir haben schon mal angefangen" sollen die Region landauf, landab noch bekannter machen.

### ➤ **Preisausschreiben "Bannertausch"**

Bei dem Preisausschreiben wurden die drei Unternehmen gekürt, die das Banner der Standortagentur am Besten in ihre eigene Website integrieren. Der Wettbewerb fand großen Anklang und zahlreiche Unternehmen platzierten das Logo der Standortagentur auf ihrer Website. Ziel der Aktion war, die Identifikation der Firmen mit der Region zu stärken und die Wahrnehmung über die Grenzen Neckar-Albs hinaus zu steigern.

### ➤ **eXpresso-Bus Werbung**

In den markanten schwarz-gelben Espresso-Bussen, die täglich zwischen Flughafen Stuttgart, Messe Stuttgart und Reutlingen verkehren, erleben die Fahrgäste die Stärken des Standorts Neckar-Alb auf Postern und Aufklebern. Zusätzlich wird eine Standortpräsentation über die modernen TFT-Bildschirme in den Bussen ausgestrahlt. Einzigartig ist der Busanhänger mit Außenwerbung der Standortagentur, der auf der Strecke eingesetzt wird und für einen weiteren Blickfang sorgt.

### ➤ **Vorträge/öffentliche Auftritte**

mit einem Stand vertreten war die Standortagentur bei

- der Podiumsdiskussion der IHK im Spitalhof am 06.05.2009
- den Heimattagen Reutlingen am 13.06.2009
- dem Alumnifest der Hochschule Reutlingen am 26.06.2009

14. Mai 2009: Herr Dr. Epp und Frau Diewald präsentierten die Aktivitäten der Standortagentur vor dem Gemeinderat Hechingen

9. Juli 2009: Herr Dr. Epp präsentierte die Aktivitäten der Standortagentur im Rahmen der Ausschusssitzung des Kreistages Reutlingen

3. August 2009: Besuch beim Oberbürgermeister von Rottenburg

5. August 2009: Besuch beim Oberbürgermeister von Balingen

## **7. Ausblick**

Regionales und überregionales Marketing nützt allen Städten und Gemeinden der Region. Für 2010 hat der Aufsichtsrat unter anderem folgende Maßnahmen beschlossen:

### ➤ **Fachpräsentationen**

Auch 2010 führt die Standortagentur Fachpräsentationen zu den Themen Medizintechnik und Technische Textilien durch. Zielmärkte sind u. a. Schweden und Italien.

### ➤ **Osterausstellung in Brüssel**

In der Osterzeit wird in der Landesvertretung Baden-Württembergs in Brüssel eine Osterpalme aus Neckar-Alb aufgestellt. Die Eier der Osterpalme werden von einer Künstlerin mit regionalen Motiven gestaltet. In Zusammenarbeit mit dem Ostereimuseum in Sonnenbühl wird diese Osterpalme gemeinsam mit einer Auswahl von Exponaten aus dem Museum in Brüssel ausgestellt.

➤ **Online-Gang des Bildungsportals im Frühsommer**

Ab dem Frühsommer 2010 finden Interessierte sämtliche Bildungsangebote der Region unter [www.bildungsportal-neckaralb.de](http://www.bildungsportal-neckaralb.de)

➤ **Messebeteiligungen Expo Real und Global Connect**

Aufgrund der Erfolge der vergangenen Jahre wird die Standortagentur erneut auf der Expo Real Messe in München Präsenz zeigen. Vom 4.-6. Oktober 2010 werden freie Gewerbeflächen und -immobilien aus der Region vorgestellt und potenzielle Investoren angesprochen. Zusätzlich wird sich die Region Neckar-Alb auf der Global Connect Messe präsentieren. Diese größte Außenwirtschaftsveranstaltung Deutschlands findet am 26. und 27. Oktober 2010 in Stuttgart statt.

➤ **Diverse nationale und internationale Anzeigenschaltungen**

Geplant sind bisher Anzeigenschaltungen im Zusammenhang mit den Fachpräsentationen in Schweden und Italien sowie bei der AHK Irland. Aus Kostengründen wird auf das Advertorial in der Stuttgarter Zeitung im Jahr 2010 verzichtet.

➤ **E-Cards**

Über [www.neckaralb.de](http://www.neckaralb.de) können künftig E-Cards mit regionalen Motiven verschickt werden. Dadurch soll die Zahl der Besucher sowie die Bekanntheit der Region gesteigert werden.

➤ **Branchennewsletter**

Der Branchennewsletter soll in Zukunft regelmäßig per E-Mail in englisch, italienisch, schwedisch und niederländisch an die durch Fachpräsentationen gewonnen Kontakte geschickt werden.

Angela Bernhardt  
Verbandsdirektorin

Stefan Losch  
Verwaltungsleiter