
RV-Drucksache Nr. VIII-62

Verwaltungsausschuss	22.11.2010	nichtöffentlich
Verbandsversammlung	29.11.2010	öffentlich

Tagesordnungspunkt:

**Standortagentur Tübingen - Reutlingen - Zollernalb GmbH
Beteiligungsbericht 2010**

Beschlussvorschlag:

Kenntnisnahme.

Sachdarstellung/Begründung:

1. Allgemeine Informationen

Die Standortagentur Tübingen - Reutlingen - Zollernalb GmbH ist ein Zusammenschluss von 31 Städten und Gemeinden, der Landkreise Tübingen und Reutlingen sowie des Zollernalbkreises, der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer und dem Regionalverband Neckar-Alb¹. Sie wurde am 19.12.2003 gegründet. Im Jahr 2010 trat die Stadt Bad Urach als 31. Kommune der Standortagentur bei.

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 52.850 Euro (Vorjahr 52.400). Die Gruppe Kommunen, zu der auch der Regionalverband Neckar-Alb gehört, hält davon 32.550 Euro, die Gruppe Wirtschaft (Handwerkskammer und Industrie- und Handelskammer) 20.300 Euro. 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, Eugen Höschele, an. Stellvertreter ist der 1. Stellvertretende Vorsitzende der Verbandsversammlung, 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.

¹ Alle in diesem Bericht aufgeführten Daten beziehen sich auf den Sachstand vom 31.12.2010.

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 (2009) (*vgl. RV-Drucksache Nr. VIII-39*) wurde in der nichtöffentlichen Sitzung des Verwaltungsausschusses am 16.11.2010 und der öffentlichen Sitzung der Verbandsversammlung am 23.11.2010 behandelt.

In der öffentlichen Sitzung der Verbandsversammlung im Sommer 2010 hat Herr Dr. Epp, Hauptgeschäftsführer der IHK Reutlingen, einen mündlichen Bericht über die Standortagentur Tübingen - Reutlingen - 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 Wannemacher
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	Eugen Höschele	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	Michael Bulander	Friedrich Freiherr von Ow-Wachendorf
Landkreis Tübingen	Thomas Hölsch	Dr. Jürgen Soltau

Die Gesellschafterversammlung besteht aus folgenden 31 Städten und Gemeinden:

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

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.

Das bisherige Projektvolumen von insgesamt 300.000 Euro wurde im Jahr 2010 erstmalig auf 250.000 Euro festgelegt, um der angespannten Finanzlage der Kommunen Rechnung zu tragen. Basierend auf diesem Projektvolumen werden jährliche Budgetplanungen erstellt.

Planung	Planung in EURO	Ist per 31.12.2010
Homepages gesamt	40.000	30.025,54
www.neckaralb.de	18.000	18.542,97
www.bildungsportal-neckaralb.de	10.000	1.699,57
www.tourismus-schwaebische-alb.de	12.000	9.783
Werbung/PR gesamt	39.500	44.260,54
Anzeigenschaltung regional	5.000	7.949,99
Anzeigenschaltung überregional	7.500	7.712,87
Anzeigenschaltung international	6.500	16.017,20
Übersetzung Website www.neckaralb.de	9.000	840,77
Google Internet-Werbung (Adwords)	1.500	1.130,12
E-Cards	0	2.142
Printpostkarten Neckar-Alb	0	2.222,92
Faltblätter / Nachbestellungen	10.000	6.244,67

Planung	Planung in EURO	Ist per 31.12.2010
Sonderaktionen gesamt	78.500	58.481,84
Werbung in Outletcity Metzingen für die Region	8.000	8.000
Informationsbrief an potentielle Investoren (aus Fachpräsentationen)	8.500	5.934,31
Osterpalme Brüssel	0	1.997,24
Standortpräsentation: Schweden, Italien	62.000	42.550,29
Messebeteiligungen gesamt	57.000	53.768,40
ExpoReal Beteiligung	52.000	49.955,90
Global Connect Beteiligung	5.000	3.778,51
AMB Messe (abgesagt)	0	33,99
Externe Dienstleistungen	25.000	17.376,10
Buchhaltung/Verwaltung	9.000	12.720,73
Reserve	1.000	0
Gesamtbudget	250.000	216.633,15

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.

Planung	Planung in EURO	Ist per 31.12.2010
Zusätzliche Aktivitäten aus Budget 2007 und 2008	70.000	40.367,44
Relaunch Internet www.neckaralb.de	20.000	26.736,65
Bildungsportal www.bildungsportal-neckaralb.de	50.000	13.630,79

Das Restbudget von € 70.000 aus den Jahren 2007/2008 wurde für den Relaunch des Internetauftritts www.neckaralb.de und den Launch des Webportals www.bildungsportal-neckaralb.de verwendet. Die Restsumme von € 29.632,56 wird ins Jahr 2011 übertragen und für Werbemaßnahmen für das Bildungsportal eingesetzt. Es soll in der Region Neckar-Alb bekannter werden.

6. Leistungsbericht 2010

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 potenzielle 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 hat die Region Neckar-Alb nochmals an Bedeutung gewonnen. Auch die Nähe zum internationalen Flughafen Stuttgart stellt einen echten Standortvorteil dar.

Die Bewerbung des Profils „Wirtschaft, Wissenschaft und Landschaft“ wurde 2010 unter anderem realisiert durch:

- Internetauftritt www.neckaralb.de
- Internetauftritt www.bildungsportal-neckaralb.de
- Internetauftritt www.tourismus-schwaebische-alb.de
- Sonderbeilagen in der örtlichen und überregionalen Presse
- Anzeigenschaltungen regional, überregional, international
- Poster (bestellbar)
- Elektronische Postkarten
- Printpostkarten (bestellbar)
- Faltblätter (bestellbar)
- Roll-up Displays (ausleihbar)
- Kleinanzeigen
- Google Adwords
- Bannerschaltungen
- Branchen-Informationsbrief / E-Informationsbrief
- Werbung in der Outlecity Metzingen
- Fachpräsentationen
- Messebeteiligungen

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.

Aktivitäten	Erreichte Leser / Besucher (Stand: 31.12.10)
Buswerbung (Stadtbusse, eXpresso)	18.346.000
Schild B27	7.878.525
Digitale Medien	5.101.500
Pressemitteilungen/ Veröffentlichungen	3.364.610
Anzeigenschaltungen	2.483.440
Beiträge / Publikationen	835.340
Internetportale	66.271
Fernsehbeiträge (Onlinegang Bildungsportal RTF.1)	75.000
Messebeteiligungen	40.500
E-Cards / E-Informationsbrief	2.939

Weitere Aktivitäten (Werbebriefe, Osterausstellung Brüssel, YouTube)	2.059
Gesamt	38.196.184

Projekte 2010

Internetportale der Region

➤ www.neckaralb.de

Die Homepage der Standortagentur, das Internetportal 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.

Die Website präsentiert sich in einem modernen, besucherfreundlichen Design und steht seit diesem Jahr in folgenden Sprachen zur Verfügung: Englisch, Spanisch, Französisch, Chinesisch, Japanisch und Russisch.

Die Webseite verzeichnete 2010 durchschnittlich 22.361 Besuche im Jahr (Vorjahr: 21.282) mit 68.852 Seitenaufrufen (Vorjahr: 56.872). 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

Der Infopool Tourismus ist eine Datenbank speziell zur Förderung von Tourismus- und Freizeitangeboten, sowohl für Urlauber als auch für Geschäftsreisende und Bürger der Region. Im Jahr 2010 besuchten im Monat durchschnittlich 3.659 User das Portal (Vorjahr: 6.705). Der Rückgang der Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahr erklärt sich durch ein Serverproblem. Es konnten nicht alle Besucher erfasst werden. Zur Bündelung der regionalen Kräfte im Tourismusbereich wurde beschlossen, diese Website zum Jahresende 2010 an den Schwäbische Alb Tourismusverband e.V. abzugeben.

➤ Das Bildungsportal

Im September 2010 wurde das Internetangebot der Standortagentur um das Bildungsportal ergänzt. Seit September 2010 hatte das Bildungsportal 1.085 Seitenaufrufe. Es dient der Region als Schaufenster für den Standortfaktor Bildung und zählt bislang ca. 500 Einträge.

Übersichtlich werden dabei 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 ist unter www.bildungsportal-neckaralb.de abrufbar.

Werbung für die Internetseiten der Standortagentur (Auswahl)

- Schild an der B 27 aus Stuttgart kommend
- Aktualisierte Google Adwords Kampagne
- Abdruck der Internetadressen auf allen Werbematerialien (Faltblätter, Poster, Rollup-Displays, Broschüren, Werbegeschenke etc.)
- Regionale, überregionale und internationale Anzeigenschaltungen
- Bannertausch mit allen Gesellschaftern
- Bannerschaltung auf den Webseiten der Auslandshandelskammern
- Bannerschaltung in E-Informationsbriefen
- Bannerschaltung auf www.telefonbuch.de
- Verlinkung in Branchen-Informationsbriefen

Messebeteiligungen

Mit Messebeteiligungen soll der Bekanntheitsgrad der Region Neckar-Alb weiter gesteigert werden. Vertreter der einzelnen Gesellschafter waren am Messestand vor Ort, um ihre Kommune und die Region persönlich zu präsentieren.

Intensiviert wurde der Messeauftritt auf der Immobilienmesse Expo Real. Die professionelle Broschüre mit den Gewerbegebieten und -immobilien, erstmals 2009 zusammengestellt, wurde auch in der Neuauflage für 2010 positiv angenommen. Die Broschüre „Land in Sicht“ ist als gedruckte Version, als CD-Rom oder erstmalig auch auf einem USB-Stick erhältlich. Ferner steht sie auf www.neckaralb.de zum Download bereit. Es konnten auf der Expo Real 185 Direktkontakte geknüpft werden.

Der Auftritt auf der Global Connect Messe Ende Oktober wurde von der Zielgruppe positiv aufgenommen. Bei der größten Außenwirtschaftsveranstaltung in Deutschland handelt es sich um ein Forum für internationale Kontakte und Investitionen, welches auf der Messe Stuttgart stattfand. Auf der Global Connect Messe wurden 61 Direktkontakte generiert.

Die in 2010 besuchten Messen waren:

- Expo Real
- Global Connect

Anzeigenschaltungen unter anderem in folgenden Printmedien

- Süddeutsche Zeitung
- Südwestpresse, Beilage Handwerk in der Region
- Business Baden-Württemberg
- Schwäbisches Tagblatt (Handwerksbeilage im Februar)
- Reutlinger Generalanzeiger (GEA-Sonderbeilage Wirtschaftsmagazin)
- Telefonbuch Reutlingen, Tübingen, Zollernalb
- AHK-Magazin Türkei
- Anzeige IHK-Broschüre „Türkischstämmige Unternehmen im Blickpunkt“
- IHK Ausbildungsatlas Neckar-Alb
- Dumont Bildband Stuttgart - Schwäbische Alb
- Real Estate Business

Mit der gesamten Anzeigenschaltung im Jahr 2010 konnten insgesamt 2.483.440 Leser erreicht werden (im Vorjahr lag der Wert bei 4.293.070 Lesern).

Pressemitteilungen und Veröffentlichungen

In diversen Zeitungen, Zeitschriften und Fachmagazinen mit 3.364.610 Lesern wurden die Aktivitäten der Standortagentur in Form von Pressemitteilungen und Veröffentlichungen publik gemacht, um sie über die Vielzahl der Leistungen zu informieren. Veröffentlichungen sind u. a. in folgenden Printmedien erschienen:

- Süddeutsche Zeitung Magazin
- Zollernalb Kurier
- Alb Bote
- Reutlinger Generalanzeiger GEA
- Schwäbisches Tagblatt
- Schwarzwälder Bote
- Südwestpresse
- Reutlinger Nachrichten
- Reutlinger Wochenblatt
- Hohenzollerische Zeitung
- Business Baden-Württemberg
- AHK-Magazin Türkei

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

- Dagens Industrie (Schweden)
- Leadership Medica (Italien)

Beiträge und Publikationen

Über zahlreiche Beiträge in diversen Printmedien konnten weitere 835.340 Leser erreicht werden (Vorjahr: 1.013.950).

Die Beiträge erschienen unter anderem in:

- Business Baden-Württemberg
- Diversen AHK-Magazinen
- Auch der regionale Fernsehsender RTF.1 berichtete mehrfach über die Standortagentur

Digitale Medien

Wie auch im Vorjahr hat die Standortagentur 2010 verstärkt auf die Nutzung des Internets gesetzt. In zahlreichen Online-Presseportalen, auf der Website der IHK sowie auf www.neckaralb.de wurden die Pressemitteilungen veröffentlicht. Zudem wurden regelmäßig Banner auf Websites und in Informationsbriefen von Auslandshandelskammern geschaltet. Insgesamt konnten über digitale Medien 5.101.500 Leser bzw. Besucher erreicht werden (Vorjahr: 1.512.940).

Die Beiträge erschienen unter anderem in:

- www.openpr.de
- www.prcenter.de
- www.firmenpresse.de
- www.perspektive-mittelstand.de
- www.offenes-presseportal.de
- www.pressemeldungen.at
- www.fair-news.de
- www.presseecho.de
- www.pressemitteilung.ws
- www.news-eintrag.com

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.

➤ Fachpräsentation in Stockholm

Rund 40 Gäste empfing die Standortagentur zu ihrer Fachpräsentationen in Stockholm am 9. März. 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 schwedischen Firmenvertretern und den deutschen Referenten. Die Fachbesucher erhalten regelmäßig den Online E-Informationsbrief der Region, der Neuheiten aus diesen Branchen enthält. Die Fachpräsentation in Stockholm wurde von Herrn Sunnanväder (LS Medcap GmbH), Herrn Dr. Mauz (UKT) und Herrn Prof. Dallmann (HS Reutlingen) begleitet.

➤ Fachpräsentation in Mailand

Bei ihrer ersten Fachpräsentation in Mailand am 11. Mai 2010 erreichte die Standortagentur Neckar-Alb viel Aufmerksamkeit: Rund 40 italienische Unternehmensvertreter folgten der Einladung und informierten sich über Medizintechnik und Technische Textilien aus der Regi-

on. Die Veranstaltung in Mailand hatte zum Ziel, den Wirtschaftsstandort Neckar-Alb bei Investoren und potenziellen Geschäftspartnern in Italien bekannt zu machen. Die Fachpräsentation in Mailand wurde von Herrn Landrat Walter, Herrn Dr. Mauz (UKT) und Herrn Prof. Dallmann (HS Reutlingen) begleitet.

➤ **Informationsbrief**

An Investorenkontakte von den Fachpräsentationen in Wien, Zürich, Eindhoven, Stockholm und Mailand wurden 2010 vier Informationsbriefe in der jeweiligen Landessprache verschickt. Diese enthielten interessante Informationen zu den Branchen Medizintechnik und Technische Textilien in der Region Neckar-Alb. Ziel ist es, diese Kontakte nachhaltig mit Informationen zu versorgen.

Weitere Aktivitäten

➤ **Werbeaktionen in OUTLETCITY Metzingen**

In Kooperation mit der Stadt Metzingen konnten in der Outletcity zahlreiche Werbeaktionen umgesetzt werden. Die Faltblätter 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 2009 sind für die Region Neckar-Alb LKWs 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.

➤ **E-Cards**

Mit den E-Cards können die Besucher von www.neckaralb.de ihre Grüße an Geschäftspartner, Bekannte und Freunde in aller Herren Länder verschicken. Die virtuellen Postkarten zeigen die schönsten Seiten der Region. Die Burg Hohenzollern, die Neckarfront in Tübingen, die engste Straße der Welt, die in Reutlingen zu finden ist, zählen beispielsweise zu den Motiven.

➤ **Osterpalme Brüssel**

Die Standortagentur organisierte mit der Unterstützung des Sonnenbühler Ostereimuseums in der Landesvertretung Baden-Württembergs in Brüssel eine Osterausstellung aus Neckar-Alb. Es wurde eine Osterpalme aus Neckar-Alb, die mit handbemalten Gänseeiern geschmückt ist vorgestellt. Zudem stellt das Sonnenbühler Ostereimuseum eine wertvolle Kollektion einzigartiger Ostereier aus einem Jahrhundert zur Verfügung. Als Ausstellungshöhepunkt hat die Gammertinger Künstlerin Ilsetraut Bouceka vier Straußeneier mit regionalen Motiven bemalt.

➤ **eXpresso-Bus Werbung**

In den markanten schwarz-gelben eXpresso-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. Der Busanhänger mit Außenwerbung der Standortagentur, der auf der Strecke eingesetzt wird sorgt für einen weiteren Blickfang.

Promotion-Materialien

➤ **Werbegeschenke**

Neben den bekannten Seifenblasen erfreuen sich auch die weiteren Werbegeschenke großer Beliebtheit. Die Reinigungstücher, die in Anspielung auf die schwäbische Kehrwoche entwickelt wurden, können bei Messen und Veranstaltungen verteilt werden. Die Arbeitshandschuhe mit Standortagentur-Aufdruck wurden 2010 als Werbegeschenk neu eingeführt.

➤ **Imagefilm Neckar-Alb**

Um die Region als Wirtschaftsstandort angemessen bewerben zu können, hat sich eine Arbeitsgruppe aus Wirtschaftsförderern und der Standortagentur gebildet. Ziel ist es, einen dreiminütigen Imagefilm jeweils in deutscher und englischer Sprache in Zusammenarbeit mit der Filmproduktionsfirma Skanista GmbH aus Balingen umzusetzen. Dafür wird ein Budgetposten von € 25.000 zur Verfügung gestellt. Der Film soll bis zum Frühherbst 2011 fertig gestellt sein.

➤ **Roll-up Display (internationale Version)**

Für internationale Events, wie z. B. Auslandsfachpräsentationen, wurde ein Roll-up Display mit der internationalen Verortungsanzeige der Standortagentur erstellt. Darauf werden die Standortvorteile der Region in englischer Sprache übersichtlich dargestellt. Das Roll-up Display kann bei Bedarf bei der Standortagentur kostenfrei ausgeliehen werden.

➤ **Ausblick 2011**

Regionales und überregionales Marketing nützt allen Städten und Gemeinden der Region. Für 2011 hat der Aufsichtsrat unter anderem folgende Maßnahmen beschlossen:

➤ **Fachpräsentationen**

In der Türkei, Österreich und Frankreich werden zu den Themen Medizintechnik und technische Textilien jeweils Fachpräsentationen in Zusammenarbeit mit den Auslandshandelskammern vor Ort durchgeführt.

➤ **Messebeteiligungen Newcome und Expo Real**

Aufgrund der Erfolge der vergangenen Jahre wird die Standortagentur erneut auf der Expo Real Messe in München auf dem Gemeinschaftsstand von Baden-Württemberg International Präsenz zeigen. Anfang Oktober 2011 werden freie Gewerbeflächen und -immobilien aus der Region vorgestellt und potenzielle Investoren angesprochen. Zusätzlich wird sich die Region Neckar-Alb auf der Newcome Messe in Stuttgart präsentieren. Die Stadt Reutlingen wird dieses Projekt operativ umsetzen.

➤ **Diverse nationale und internationale Anzeigenschaltungen**

Geplant sind bisher Anzeigenschaltungen im Zusammenhang mit den Fachpräsentationen in der Türkei, Österreich und Frankreich. Es wird Bannerschaltungen auf den Webseiten der Auslandshandelskammern in der Schweiz, Österreich, Italien und Frankreich geben.

➤ **Branchen-Informationsbrief**

Der elektronische Branchen-Informationsbrief soll in Zukunft weiterhin vierteljährlich in englisch, italienisch, schwedisch, niederländisch, türkisch und französisch an die durch Fachpräsentationen gewonnenen Kontakte geschickt werden.

➤ **Regionenbroschüre**

Als neues Werbemittel soll eine deutsch/englische Regionenbroschüre erstellt werden.

➤ **Bildungsportal www.bildungsportal-neckaralb.de**

Das Bildungsportal soll in der Region Neckar-Alb bekannter werden, dafür werden operative Werbemaßnahmen durchgeführt.

➤ **Zusammenarbeit Regionalverband/Standortagentur**

Von Seiten der Verbandsverwaltung fand im laufenden Jahr 2011 eine Besprechung mit den Vertretern der Standortagentur statt. Dabei wurden die Aufgaben und Tätigkeiten der Standortagentur für die Region angesprochen und ausführlich erörtert. Besprochen und angeregt wurde dabei auch ein stärkerer Austausch mit den Wirtschaftsförderern in der Region Neckar-Alb. Dazu sollen für das nächste Jahr entsprechende Gespräche mit den Kommunen und Landkreisen vereinbart werden. In diesem Zusammenhang wurde von beiden Seiten auch ein intensiverer Austausch zwischen Regionalverband und Standortagentur begrüßt. Gemeinsam will man dadurch die Darstellung und Ausrichtung der Standortagentur für die Region Neckar-Alb weiter verbessern.



Angela Bernhardt
Verbandsdirektorin

Stefan Losch
Verwaltungsleiter