

# Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH)

Studiengang Regionalmanagement

**Referent: Steffen Schoch**

**Geschäftsführer**

**Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH**

## **Steffen Schoch**, Diplom-Betriebswirt DH

- geb. 1966, verh., 2 Kinder
- Technisches Abitur (1986)
- Studium Duale Hochschule Baden-Württemberg  
Schwerpunkt Marketing und Personalwesen (1987-90)
- Marketingleiter BetonMarketing Süd Stuttgart (1990-94)
- Geschäftsführer BetonMarketing Ost Berlin/Leipzig  
(1995-99)
- Geschäftsführer Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken  
(seit 1999)

# Warum macht man Marketing für eine Region?

# Warum Marketing für eine Region?

## Herausforderung Provinz

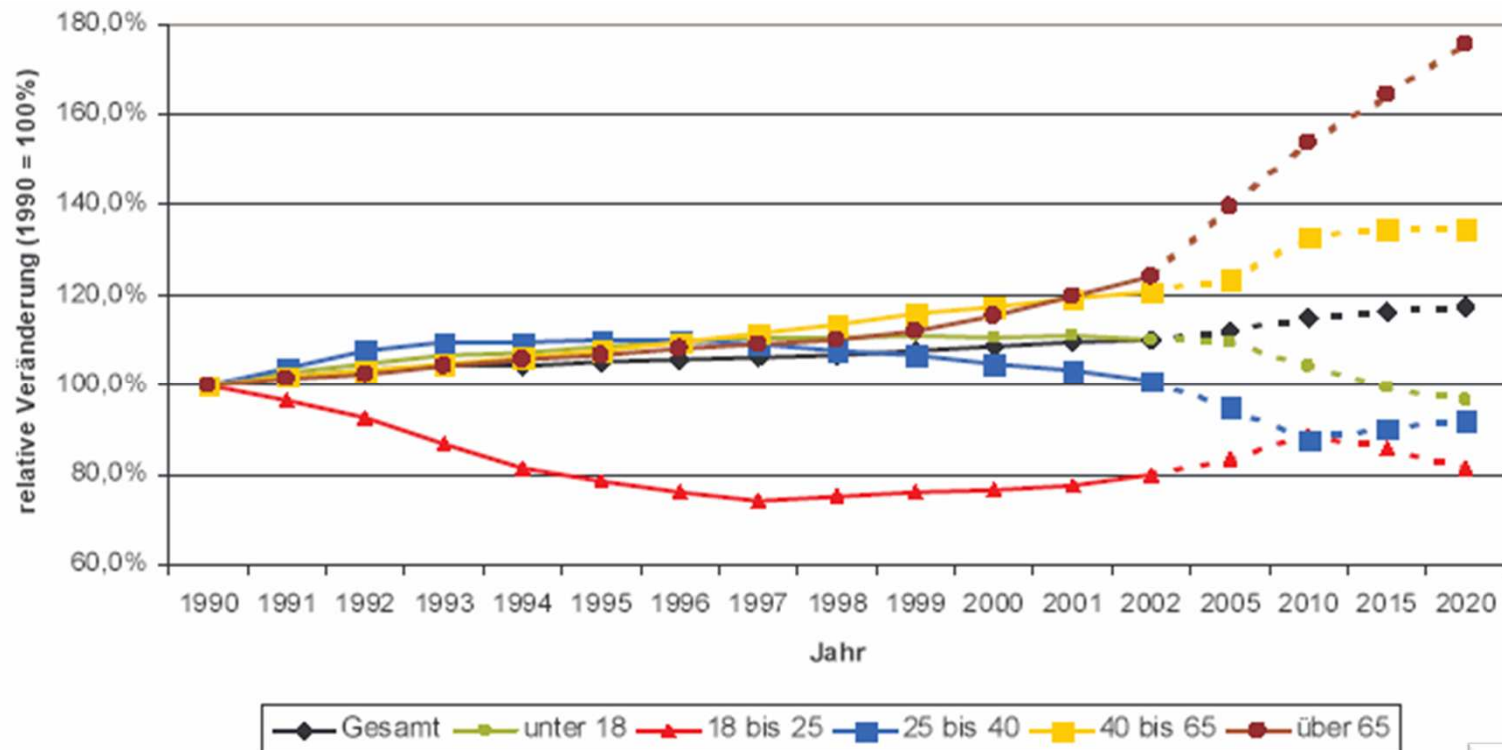
„Überwiegend *ländlich* geprägte Region Heilbronn-Franken“



# Warum Marketing für eine Region?

## Herausforderung Demographie

„Die *Menschen* werden *weniger* und *älter*“



# Warum Marketing für eine Region?

**Herausforderung** Fachkräftemangel  
„Unternehmen wachsen nur mit *qualifizierten Mitarbeitern*“

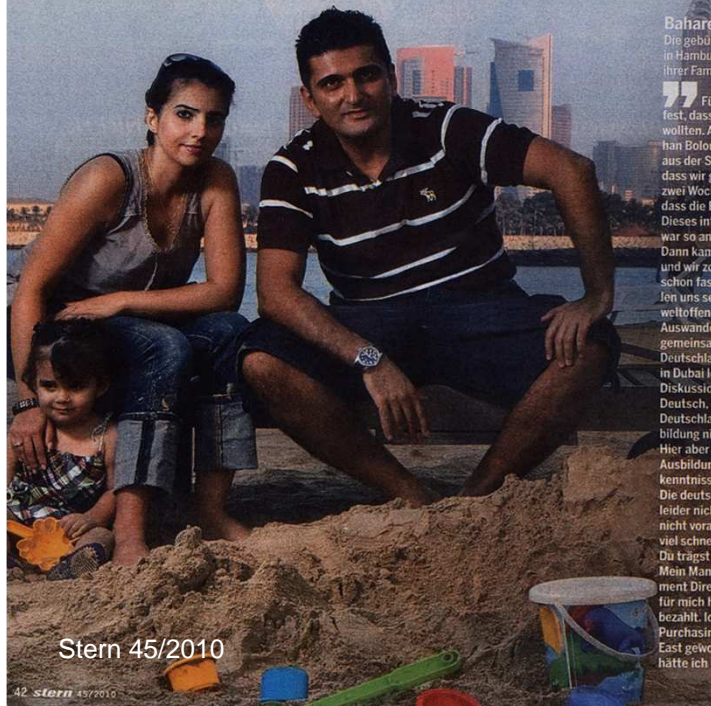


# Warum Marketing für eine Region?

Deutschland

## Dann eben ohne uns!

Wie blöd muss man sein: Während deutsche Unternehmer verzweifelt nach hoch qualifizierten Mitarbeitern suchen, tut das Land alles, um EHRGEIZIGE, ERFOLGREICHE MIGRANTEN zu vergraulen. Die Guten gehen, die Besten wollen gar nicht erst kommen



Bahare  
Die gebürt  
in Hambur  
ihrer Fam  
“ Füll  
fest, dass  
wollten. A  
han Bolou  
aus der St  
dass wir g  
zwei Woch  
dass die E  
Dieses int  
war so ant  
Dann kam  
und wir z  
schon fas  
len uns se  
weltöffne  
Auswande  
gemeinsa  
Deutschla  
in Dubai  
Diskussio  
Deutsch. F  
Deutschla  
bildung ni  
Hier aber  
Ausbildu  
kenntnis  
Die deutsc  
leider nich  
nicht vor  
viel schnel  
Du trägst  
Mein Mann  
ment Dire  
für mich h  
bezahlt. I  
Purchasin  
East gewo  
hätte ich d

Stern 45/2010

42 stern 45/2010



Es  
Gel  
Der  
Stud  
Groß  
“ hab  
ein J  
Glob  
Dan  
land  
nur  
eine  
hätt  
hab  
mei  
best  
ich r  
In G  
ich t  
Das  
dent  
Die  
war  
Sch  
kein  
Deut  
pier  
Prob  
mich  
richt  
Zeit  
Ene  
pien  
in Et  
Als  
ist d

Deutschland  
Land der Ideen



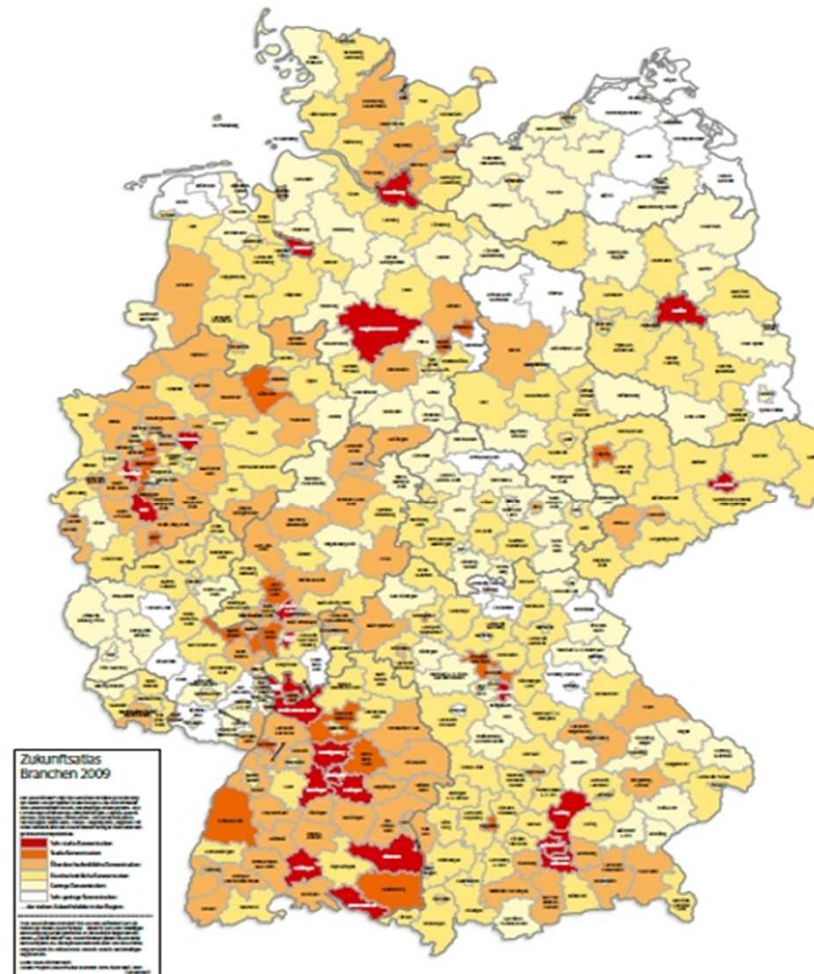
Ausgewählter Ort 2011

44 stern 45/2010

# Warum Marketing für eine Region?

## Herausforderung Provinz

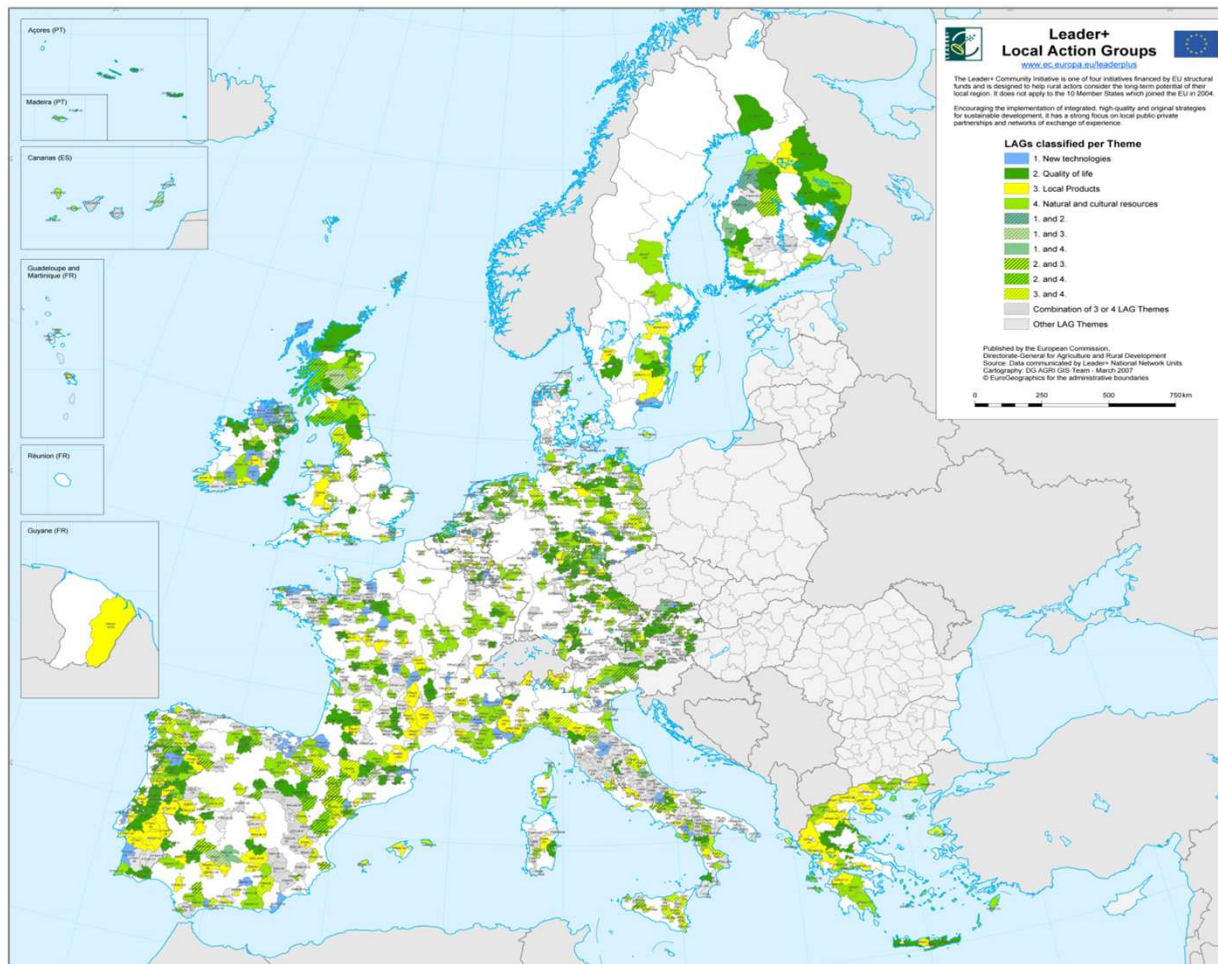
„Wettbewerb in *Deutschland* mit über 100 Regionen“



# Warum Marketing für eine Region?

## Herausforderung Provinz

„Wettbewerb in *Europa* mit über anderen 1.100 Regionen“



# Warum Marketing für eine Region?



**Entscheider können keine Unterschiede erkennen...**

---

*Hightech trifft Lebensart*

---

*die chancen-region*

---

*Zukunft – wir haben schon mal angefangen*

---

*kommen . staunen . bleiben .*

---

*Leben in Bewegung*

---








-

---

*Wo Unternehmen Freude macht*

# Warum Marketing für eine Region?

## Entscheider können keine Unterschiede erkennen...

 <p>Technologie Region Karlsruhe</p>	<i>Hightech trifft Lebensart</i>
<p>mainfranken </p>	<i>die chancen-region</i>
<p>Tübingen Reutlingen Zollernalb    Region NeckarAlb</p>	<i>Zukunft – wir haben schon mal angefangen</i>
 <p>metropolregion nürnberg</p>	<i>kommen . staunen . bleiben .</i>
 <p>Metropolregion Rhein-Neckar</p>	<i>Leben in Bewegung</i>
 <p>Region Stuttgart</p>	-
 <p>Heilbronn- Franken Baden-Württemberg</p>	<i>Wo Unternehmen Freude macht</i>

# Differenzierung

... bei den Inhalten sieht es nicht anders aus

## Vergleich von Regionen

### Region Heilbronn-Franken

<http://www.heilbronn-franken.com/index.php>

„Wirtschaftsregion mit Mehr-Wert, Freizeitregion mit Lebens-Wert“  
Nur schwer erkennbar, was die Kernfelder der Region Heilbronn-Franken ist.

- **Wirtschaften:** Mittelstand, handwerk, Medien, Haushalt, Energie, Landwirtschaft, Außenwirtschaft, Handel, Gewerbe
- **Informieren und Bilden:** Ausbildung, Forschung, Entwicklung, Hochschulen, Innovation
- **Reisen und Erleben:** Urlaub, Tourismus, Kultur, Essen und Trinken, Ausstellungen, Kunst
- **Arbeiten:** Jobbörse, Arbeitsmarkt, Konjunktur, Arbeitskräftepotenzial, Beschäftigungsstruktur
- **Leben und Mitgestalten:** Familie, Kinder, Kultur, Gesundheit, Sport, Ehrenamt, Bürgerengagement
- **Gründen und Ansiedeln:** Gründerarena, Gründerzentren, Standortfaktoren

Regionalverband Heilbronn-Franken

<http://www.regionalverband-franken.de/index.html>

„Die Stärken der vielfältigen Region liegen im Dreiklang von Natur – Kultur – Technik“

Leitmotive:

- Innovation und Vernetzung
- Mobilität und Siedlung
- Wirtschaft und Soziales
- Bildung, Kultur und Freizeit
- Umwelt und Energie

Warum sind die Leitmotive von Heilbronn-Franken und dem Regionalverband nicht homogen?

Eine Region, die Lebensqualität und Beruf miteinander verbindet?

### Region Stuttgart

[http://www.region-stuttgart.de/sixcms/rs\\_home/](http://www.region-stuttgart.de/sixcms/rs_home/)

- **Leben:** Ausgehen, Familie, Kommunen, Schulen, Tourismus, Veranstaltungen, Weinberge, Schwäbische Alb, Gastronomie, Kunst und Kultur (Museen), Theater und Musik, Sport, Wilhelma, Parks und Bäder
- **Arbeiten:** Firmen, Gewerbeimmobilien, Kompetenzzentren, Netzwerke, Wirtschaftsförderung Weltfirmen (Daimler, Porsche, Bosch, IBM...), Forschung und Entwicklung, große Wirtschaftskraft Investoren, Gründer, Arbeitnehmer, Unternehmer, Forscher oder in der Ausbildung (Schüler, Hochschüler, Azubis) – einzigartiger Standort
- **Region:** Kommunen, Organisationen  
Wirft als „erste Region Deutschlands“, „Großstadtfliair und Landidylle“

Leben und Arbeiten als wesentliche Säulen.

### Region Neckar Alb

<http://www.neckaralb.de/start.oscms/0/35/30/Startseite.html>  
„Willkommen! ab hier beginnt die Zukunft.“

- **Infos für Investoren:** Standortcheck, Wirtschaftsstandort, Gewerbegebiete/Wirtschaftsförderung, Eckdaten der Region, Branchen, Messen, Technologie- und Gewerbe Parks, Unternehmensnachfolge, Kinderbetreuungsportal
- **Bildungsportal:** Suche nach Einrichtungen, Veranstaltungen, Fördermöglichkeiten, Demografie und Bildung, von Kindergarten bis zur beruflichen Weiterbildung
- **Tourismus/Freizeit:** In Sachen Freizeit und Tourismus bleiben keine Wünsche offen: Sport, Kultur, Sehenswürdigkeiten, Landschaft Internetportal zur Freizeitgestaltung: Informationen über Land und Leute, Übernachtungsmöglichkeiten, kulinarische Spezialitäten, Shopping, Veranstaltungen

### Metropolregion Nürnberg

<http://www.em-n.eu/index.php?id=29>  
„Kommen, Staunen, Bleiben“

- **Wirtschaft und Infrastruktur:** Informations- und Kommunikationstechnik, Gründer- und Innovationsregion, Verkehrstechnik und Logistik, Weltunternehmen ansässig, Top-Messeplatz in Europa, neue Materialien
- **Wissenschaft:** breites Spektrum an Hochschulen und Forschungseinrichtungen
- **Verkehr und Planung:** Verkehrsdrehscheibe Europas
- **Kultur:** Hoher Filmtage, Bayreuther Festspiele, Germanisches Nationalmuseum, Bachwoche Ansbach usw.,...
- **Sport:** addas, 1. FC Nürnberg, usw. (Sportereignisse)
- **Tourismus:** Metropolregion als Ziel für Urlaub und Freizeit

### Metropolregion Rhein-Neckar

<http://www.m-r-n.com>  
<http://www.rhein-neckar-dreieck.de/>

- „Motor der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung“
- Einmalige Lage durch Schnittpunkt BaWü, Hessen und Rheinland-Pfalz
- **Wirtschaft:** einer der wichtigsten Wirtschaftsstandorte D, überdurchschnittlich viele börsennotierte Unternehmen (BASF, SAP), Internationalität der Unternehmen, Erfolgreich durch Kompetenzzentren, interessant für Investoren, Existenzgründer, Arbeitnehmer
- **Wissenschaft:** Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Innovatorenschmiede, Archive, Wissens- und Technologietransfer, Studierende
- **Lebensqualität:** Naherholung, Natur und Landschaft, Sport und Freizeit, Reisen und Erleben, Anreise und Fortbewegung, Wohnen und Bauen, Gesundheit und Soziales, Familien, Kinder und Jugendliche
- Erstklassige Servicequalität: Kliniken, Wohnmöglichkeiten („Vielfältige Förderangebote machen es zudem leichter, Beruf und Familie miteinander zu vereinbaren.“) – Familienfreundlichkeit als Standortfaktor

### Mainfranken – Die Chancen-Region

<http://www.mainfranken.org/>

- „motion for innovation“
- Kompetenzzfelder, in denen Mainfranken „eine bedeutende Rolle einnimmt.“
- **Automotive Maschinenbau:** Innovative hochtechnologische Produkte, führende Mittelständler und TOP-Unternehmen
- **Gesundheit/Bio-Medizin:** Internationale Kompetenz in Biomedizin- und Medizintechnik-Forschung, Top-Unternehmen der Gesundheitstechnik, Bäderland für Prävention, Wellness, Heil-, Kur- und Rehabilitationsverfahren
- **Querschnittstechnologie Neue Materialien:** durch Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen sehr hoher Kompetenzgrad.
- Außerdem:
- **Bildung/Forschung:** Hochschulen, Forschungszentren, Schulen, Weiterbildung
- **Tourismus/Freizeit:** Sport und Wellness, Kultur und Kunst, Natur und Landschaft, Genuss und Gourmet: Erstklassiger Lebens- und Kulturraum

Wir setzen auf die einzigartige Marke:

# Region der Weltmarktführer

WELTMARKTFÜHRER

- **Bewusstsein** schaffen für die starken Branchen der Region
- Ausbau von **Stärkefeldern**
- **Wettbewerbsstärke und Innovationskraft** der Unternehmen in der Region fördern und stärken (v.a. KMU)
- **Innovation** durch Kooperation in Netzwerken.

## Überblick

### Warum regionales Marketing?

Wettbewerb der Regionen zwingt zur **Positionierung**

**Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit** der Region kann nur durch Kooperation und Zusammenarbeit gesteigert werden

**Bekanntheit** der Region durch den Aufbau einer Dachmarke stärken

Gemeinsames **Entwicklungsszenario** notwendig

### Warum regionales Marketing?

Einheitlicher, unverwechselbarer Auftritt schafft

**Orientierung** und **Profil**

Das Profil einer Region schafft **Interesse**.

### Herausforderungen

Marke „Region“ ist **Treiber** für gemeinsames Handeln

**Identität** der Region muss sich in allen Bereichen (Industrie, Bildung, Forschung, Verwaltung etc.) wiederfinden

**Bereitschaft**, Erfolge unter der Marke der Region gemeinsam zu vermarkten

- Einführung in den Seminartag
- Konzepte und Strategien im Standortmarketing? (Theorieteil)
- Die Region Heilbronn-Franken
- Organisation & Struktur der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH (WHF)
- Marketing, Events und Medienarbeit
- Evaluierung von Standortmarketing - Nutzwertanalyse
- Der Weg zur Marke
- Region der Weltmarktführer
- Schaufensterkampagne für die Region der Weltmarktführer

- Maßnahmen zur Fachkräftegewinnung
- Die Attraktivität der Region Heilbronn-Franken aus Sicht von Hochqualifizierten
- Investorenansprache in der Praxis
- Tätigkeit als Regionalmanager
- Gruppenarbeit – Fallstudien
- Fallbeispiel: WM-Drehscheibe Süd (optional)
- Fallbeispiel: Stallwächterparty Berlin (optional)
- Film „Heilbronn-Franken – Spitzenlage für Wein und Weltmarktführer“