

WERBEBRANCHE / 150 Firmen allein in der Hohenstaufenstadt

Kommunikation ist ein Wachstumsmarkt

Die Stadt Göppingen wirbt für Wirtschaftsstandort



Das Businesshaus im Stauferpark
Göppingen.



Wirtschaftsförderin der Stadt
Göppingen: Christiane Kumpf.

Vom Ein-Mann-Betrieb bis zum NWZ-Verlagshaus haben rund 150 Firmen aus den Bereichen Kommunikation und Werbung ihren Sitz in Göppingen. In Summe dürften dies 1000 Arbeitsplätze oder 40 Millionen Euro Umsatz sein.

Die Zahlen sind eine Schätzung, denn bislang ist die Branche noch kaum erfasst. Bereits die Definition, wer dazu gehört, fällt schwer, weil die Grenzen fließend sind. Hinzu kommt in der recht jungen Branche, dass sie stark von freien Subunternehmern geprägt ist. Ein Beispiel ist der Göppinger Messebauer Creative Gestaltung, dessen Inhaber Alexander Kirchgessner vier Angestellte hat. Kommen jedoch saisonal Großaufträge von Märklin oder WMF ins Haus, kauft der 39-Jährige Dienstleistungen bei Schreibern, Metallbauern oder Graphikern zu.

Multystripe wiederum ist ein gutes Beispiel für die Dynamik der jungen Branche. Die gleichfalls mit fünf Mitarbeitern kleine Firma ist auf Eintrittsbänder und Zugangskontrollen spezialisiert, wie sie bei Rockkonzerten, Sportveranstaltungen oder an Flughäfen benötigt werden. Entstanden aus dem Bedarf der lokalen Eventgastronomie hat sich die Göppinger Firma zum bundesweiten Dienstleister gemausert, der die Probleme von Bundesligisten bei Großveranstaltungen ebenso löst wie von großen Unternehmen bei Kunden-Events. Die Schwerpunkte liegen mittlerweile auf Personalkleidung und -beratung.

Hinzu kommen die Werbeabteilungen größerer Unternehmen wie Kreissparkasse, MAG oder Scheller, wo überall auch Texter, Graphiker und Messebauer beschäftigt sind. Bei der Werbemesse "Kunde 07" kommt mehr als die Hälfte der Aussteller aus Göppingen. Und wie die vor sechs Jahren gegründete Eventagentur Saltico, Zelt- und Schirmhersteller Lambert oder Caterer Burg Staufeneck haben etliche längst den Sprung auf das bundesweite Parkett als Dienstleister internationaler Kunden geschafft.

Einen Schub hat den Anbietern von Werbeideen, Medientechnik, Graphikservice oder Werbegeschenken die - politisch forcierte - Existenzgründerwelle zu Beginn des Jahrtausends verliehen. Diese ging einher mit Aktivitäten im Göppinger Stauferpark, um diesen mit Geschäftsleben und Firmenansiedlungen zu füllen, sowie Initiativen der regionalen Wirtschaftsförderung, um Branchenschwerpunkte zu entwickeln.

In dieser Zeit entstanden das Impuls- und Gründerzentrum, das Mechatronik-Netzwerk, die Gründergrotte mit ihren monatlichen Treffen, die Messemacher um Kreiswirtschaftsförderer Rainer Lohse oder auch das Medienforum, in dem sich regelmäßig bis zu 50 Firmeninhaber und Kreative treffen.

"Es geht darum, voneinander zu wissen, Zusammenhänge zu sehen und sich

gegenseitig ins Geschäft zu bringen," sagt Christine Kumpf. Die städtische Wirtschaftsförderin sieht sich in erster Linie als Kommunikatorin, die Informationen aufnimmt und weitergibt. So finden im Business-Haus im Stauferpark von Existenzgründertagen über Frauenwirtschaftstage bis zu Mechatronik-Fachtagen und Besprechungen mit Multiplikatoren jährlich viele Veranstaltungen statt, bei denen Fäden zusammenlaufen. Hinzu kommen jährlich rund 50 Firmenbesuche, teils mit Oberbürgermeister Guido Till, bei denen Kumpf Personen, Kompetenzen, Verflechtungen und Warenströme kennen lernt. Die geplanten Ansiedlungen und Investitionen von Kleemann, MAG/Boehringer oder der Metzgergenossenschaft Mega stehen für den Erfolg dieser Strategie.

Und über Kooperationen mit dem Mechatronik-Netzwerk, der regionalen Wirtschaftsförderung oder der städtischen Wohnbau ist die Stadt von der Immobilien- oder Maschinenbaumesse in Stuttgart bis zur Expo Real in München auch überregional vertreten.

Daneben gibt es enge Verflechtungen zur Tourismuswerbung, dem Göppinger Citymarketingverein oder den Märklintagen bis hin zu Frisch Auf, der Kunsthalle oder den Barbarossa-Thermen, wo überall auch Werbekonzepte, Messebauer und PR-Dienstleistungen gebraucht werden. Deshalb ist Christine Kumpf zuversichtlich, dass die Branche weiter wächst und Initiativen wie die "Kunde 07" das Potenzial besser sichtbar machen und die passenden Akteure rascher zusammenfinden.

Erscheinungsdatum: Donnerstag 20.09.2007

Quelle: <http://www.suedwest-aktiv.de/>

SÜDWEST AKTIV - Copyright 2002-2007 Südwest Presse Online-Dienste GmbH
Alle Rechte vorbehalten!

[← zurück zum Artikel](#)

[← zurück zur Ressort-Übersicht](#)