

Wirtschaftsförderung - Vertreter präsentieren die Jahresbilanz. 2008 war ein erfolgreiches Jahr. Handwerkskammer Reutlingen hinterfragt aber ihr finanzielles Engagement

Standortagentur geht »on the road«

VON CARINA STEFAK

REUTLINGEN. Das Bewusstsein für die Region Neckar-Alb stärken und ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern, sind Ziel der Standortagentur Reutlingen-Tübingen-Zollernalb. »Wir wollen die Region als Ganzes stärker bekannt machen«, so Reutlingens Oberbürgermeisterin Barbara Bosch. »Deshalb wollen wir pfiffig für die Region werben.« Künftig werden fünf Neckar-Alb-Trucks für die Region Werbung fahren. Die Speditionen Barth aus Burladingen und Betz aus Reutlingen lassen jeweils einen dieser Trucks auf die Straßen. Die Firma Barth schickt seinen zwischen Burladingen und Hamburg »on the road«. Was sie zum Mitmachen bewogen hat, war vor allem »die Verbundenheit zur Region«, erklärt Helmut Barth, Geschäftsführer des in Burladingen ansässigen Unternehmens mit 500 Mitarbeitern.

Beteiligungen an Fach- und Besuchermessern wie Motek, Expo Real und TopClinica, Pressearbeit und Fachpräsentationen im deutschsprachigen Ausland - 2008 war für die Standortagentur ein erfolgreiches Jahr. Oben drauf gab's gute Zensuren: Die European School of Business (ESB) in Reutlingen fand mit einer Evaluierungsstudie heraus, dass 59 Prozent der Befragten die Arbeit der Standortagentur für gut befinden.

Auf Fachpräsentationen in Wien und Zürich präsentierte sich Neckar-Alb als erfolgreicher Standort für die Cluster Medizintechnik und Technische Textilien. Künftig soll die Region ihre Stärken auch in den Niederlanden und Schweden präsentieren. Für 2009 soll auch der Internetauftritt www.neckaralb.de, mit 9 300 Besuchern im Monat, erneuert werden.

Nach anfänglicher Skepsis sind seit letztem Jahr auch Geislingen und Rottenburg Gesellschafter der Standortagentur geworden. »Bad Urach überlegt aktuell noch, wäre als Kurort aber besonders wichtig«, so Dr. Wolfgang Epp, Geschäftsführer der Standortagentur und Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer Reutlingen. 300 000 Euro stehen der Standortagentur jährlich zur Verfügung. Die Kammern halten davon 40 Prozent, (IHK 70 000 Euro plus Personalkosten, HK 45 000 Euro), die Kommunen 60 Prozent. Reutlingen trägt 38 000 Euro, Tübingen etwas weniger.

Nicht uneingeschränkt hinter der Standortagentur steht die Handwerkskammer Reutlingen. Sie sieht für ihre Klientel nicht den Nutzen, den sie bei der Gründung erwartet hat. Beispielsweise habe die Standortagentur bisher nicht plausibel klargemacht, ob und wie viele Ansiedlungen, von denen auch das Handwerk profitieren würde, es in den vergangenen Jahren gegeben habe, meint der Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Reutlingen, Joachim Eisert, auf Anfrage.

Die Marketingmaßnahmen im Ausland würden dem lokalen Handwerk wenig nützen. Zumindest stehe der Aufwand nicht in einem passenden Verhältnis zum Nutzen. Die Standortagentur ist für Eisert stark industrieorientiert, was gewiss zum Auftrag der IHK passe. Hinzu komme noch der formale Einwand, dass für die Standortagentur, die die drei Landkreise Reutlingen, Tübingen und Zollernalb abdecke, Betriebe der Handwerkskammer aus fünf Landkreisen Beiträge zahlten. Eine Lösung des Konfliktes ist derzeit nicht in Sicht. (GEA)