

# "Ich bin ein Rosinenpicker"



Steffen Schoch, Geschäftsführer der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken

Seit über zehn Jahren agiert Steffen Schoch an der Spitze der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH (WHF). Seine Schwerpunktaufgaben sind das Standortmarketing und die Gewinnung von qualifizierten Fachkräften.

treibt das regionale Standortmarketing und setzt sich für die Förderung der Infrastruktur der Region ein.

Bereits seit 1999 führt Steffen Schoch die Geschäfte der WHF, die damals gerade gegründet wurde. Zuvor war er fast zehn Jahre in Berlin als Lobbyist und Marketingexperte für die Zement- und Betonhersteller tätig. Der 44-Jährige setzte sich von Anfang an dafür ein, notwendige Strukturen zu schaffen, um die bereits von innen heraus starke Region in ihrer Internationalisierung zu unterstützen und Instrumente der Fachkräftegewinnung frühzeitig zu etablieren. Letzteres zählt neben dem Standortmarketing bis heute zu den Schwerpunktaufgaben von Schoch, der die Region und ihre Geschichte wie seine Westentasche kennt. Schließlich wurde der Familienvater in Heilbronn geboren, heute lebt er im benachbarten Talheim.

Im Gespräch mit Public Marketing gibt er Einblicke in seine Tätigkeit und die Entwicklung der WHF.

**PuMa:** Jahrhunderte war die Region Heilbronn-Franken nicht vereint. Wie kam es zu dem Zusammenschluss, der heute die Grundlage für die WHF bildet?

**Steffen Schoch:** Anfang der 70er Jahre wurde die Region durch einen Beschluss des Landes Baden-Württemberg zusammengeführt – damals in die Region Franken – heute Heilbronn-Franken. Zwischen '73 und '75 gab es die Kommunalreformen, Landkreise und Kommunen wurden zusammengelegt und Großgemeinden geschaffen. Seitdem findet in dieser Einheit die Zusammenarbeit der Region Heilbronn-Franken statt. Hinzu kam, dass in den 70er Jahren der Standort von NSU,

heute Audi, geschlossen werden sollte, nachdem Volkswagen den Automobilhersteller übernommen hatte. Plötzlich merkten alle: Hoppla, wenn dieser Standort schließt, hat die gesamte Region ein Problem. Also, es geht nicht nur um die Stadt Neckarsulm oder den Landkreis Heilbronn, sondern um die gesamte Region. Das heißt, eben auch um alle Marktteilnehmer von den Zulieferern bis hin zu den Lebensmittelgeschäften. Der gemeinsame Protest für den Erhalt des Werks hat die Region zusammengeschweißt und gezeigt, was man gemeinsam erreichen kann. ➔

Die Region Heilbronn-Franken liegt in Süddeutschland nördlich von Stuttgart zwischen Neckar und Main. Mit 4.765 km<sup>2</sup> ist sie die flächenmäßig größte Region in Baden-Württemberg. Geprägt ist das Gebiet von einer landschaftlichen, kunsthistorischen und ökonomischen Vielfalt. Besonders die überdurchschnittlich hohe Zahl an Firmen, die in ihrer Branche als Weltmarktführer gelten, zeichnet Heilbronn-Franken aus und dient als Aushängeschild (Audi, Kärcher, Lidl, Würth etc.).

Die WHF – Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH ist eine gemeinsame Initiative der IHK Heilbronn-Franken, der Stadt Heilbronn, der Landkreise Heilbronn, Hohenlohe, Main-Tauber und Schwäbisch Hall, des Regionalverbands und der Handwerkskammer Heilbronn-Franken. Sie be-



**Weltmarktführer  
Heilbronn-Franken**  
[www.weltmarktfuehrer.info](http://www.weltmarktfuehrer.info)



*Steffen Schoch: "Die größten Veränderungen brachte natürlich die aktuelle Wirtschaftskrise mit sich. Aber Krisen bieten ja bekanntlich auch Chancen."*

**PuMa:** Auch heute noch ist es sicher nicht immer einfach, die verschiedenen Vertreter zu vereinen...

**Schoch:** Eine der größten Herausforderungen ist in der Tat, das geopolitische Gebilde dieser Region Heilbronn-Franken zusammenzubringen. Aber ich bin kein Mensch, der rückwärts schaut. Mein Ansatz ist eher dieser: Ich bin ein Rosinenpicker. Ich suche mir die 'Leuchttürme', die in der gesamten Region vorhanden sind, und versuche sie thematisch auf einen Nenner zu bringen.

**PuMa:** Wie gelingt es Ihnen Stadt- und Landkreise, Wirtschaftskammern und den Regionalverband immer wieder gemeinsam an einen Tisch zu bringen?

**Schoch:** Die Region ist in einem zusammenwachsenden Europa die einzige vernünftige Vermarktungsgröße. Die kleineren Einheiten haben es zunehmend schwer, überregional wahrgenommen zu werden. Durch die dreigliedrige Struktur Region, Landkreis, Kommune haben wir aber auch nach innen große Vorteile. Die WHF ist die Speerspitze des Marketings für die Region und arbeitet eng mit den Kammern und Wirtschaftsförderern zusammen. Sie bündelt die wichtigsten Themen und trägt sie nach außen. An den Beispielen Autobahnausbau, Neckarschleusen und Hochschulen hat sich in den vergangenen Jahren gezeigt, was die Region erreichen kann, wenn sie zusammenhält. Je schlagkräftiger wir nach außen auftreten, desto erfolgreicher werden wir weiterhin sein.

**PuMa:** Dazu steht Ihnen in der WHF ja erstaunlicherweise nur eine Mini-Crew aus Assistentin und Praktikanten bzw. Diplomanden zur Verfügung. Wie schaffen Sie das?

**Schoch:** Es ist natürlich klar, dass wir mit zwei Mann nicht bei allen Themen in die Tiefe gehen können, aber ich finde,

*Blick auf Heilbronn. Noch nie haben so viele Menschen in der Stadt am Neckar gelebt wie jetzt: Exakt 122.415 Personen hat das Statistische Landesamt Ende 2009 gezählt*

dass wir gerade die Bereiche Standortmarketing, Fachkräfte-Gewinnung und internationale Netzwerke gut abdecken.

**PuMa:** Auf Ihrer Website findet man alle umfassenden Infos zur Gewerbeansiedlung, aber auch der Bereich 'Tourismus und Freizeit' kommt nicht zu kurz.

**Schoch:** Heutzutage spielen im Bereich Fachkräfte-Gewinnung die weichen Standortfaktoren eine ebenso große Rolle wie die harten. Arbeitnehmer und ihre Familien müssen sich nicht nur am Arbeitsplatz wohlfühlen.

**PuMa:** Und welchen Stellenwert hat das Standortmarketing für Sie?

**Schoch:** Die Region Heilbronn-Franken steht heute in Deutschland allein mit 100 Regionen in einem harten Wettbewerb – europaweit sind es schon 1.100 Regionen von vergleichbarer Größe. Das Etikett 'Weltmarktführer' lässt sich nach außen gut vermarkten. Das haben wir schon früh erkannt und im Umfeld der 'Stallwächterparty' 2008 in der Landesvertretung Baden-Württemberg in Berlin schnell gehandelt, um diese einzigartige Positionierung unserer Region in die Öffentlichkeit zu tragen.

Zusammen mit der Agentur Scholz & Friends schufen wir den Slogan 'Langweilige Provinz. Immer nur Platz 1. Die Region der Weltmarktführer grüßt Berlin'. Berichte in der Wirtschaftswoche und ausführliche Sendungen im ZDF sowie in der Folge weitere Berichte in überregionalen Tageszeitungen machten deutschlandweit auf uns aufmerksam. Das Bewusstsein für die 'Region der Weltmarktführer' war geboren und schnell etabliert.

**PuMa:** Was hat sich in Kommunikation und Marketing im Laufe der Jahre verändert? Welche Bedeutung haben das Internet und Social Media für Ihre Arbeit?



**Schoch:** Früher waren es vor allem die Printmedien, die in großer Auflage umfangreich auf das Produkt hinwiesen. Dann kamen Events, die ein aktives Dialogmarketing mit der Zielgruppe etablierten.

Um allen Zielgruppen gerecht zu werden, werden heutzutage die Informationsmaterialien auf die unterschiedlichen Gruppen und ihre Interessen abgestimmt. Neu sind Internetplattformen, Newsletter, Blogs sowie Social Networks wie Xing, die zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen. Diese Plattformen bedienen wir selbstverständlich mit unseren Botschaften – ohne aber die traditionellen Medien zu vernachlässigen.

**PuMa:** Sie sind seit über zehn Jahren in dieser Position. Was würden Sie als Ihre größten Erfolge bezeichnen? Was waren die größten Veränderungen für die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken in dieser Zeit?

**Schoch:** Die für mich herausragenden Ereignisse waren, neben der Konzeption und Ausrichtung der Fandörfer zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 mit über 250.000 Besuchern, die beiden Stallwächterparties in Berlin 2001 und 2008, sowie die Regionalpräsentationen in Brüssel.

Durch die Stallwächterparty 2008 wurde das Thema 'Region der Weltmarktführer' von zahlreichen Medien aufgegriffen und bundesweit bekannt gemacht. Inzwischen haben mehrere exklusive Strategietreffen mit unseren Weltmarktführern stattgefunden, und der '1. Deutsche Kongress der Weltmarktführer' im Januar 2011 in Schwäbisch Hall zusammen mit der Süddeutschen Zeitung ist in Vorbereitung.

Die größten Veränderungen brachte natürlich die aktuelle Wirtschaftskrise mit sich. Aber Krisen bieten ja bekanntlich auch Chancen, und wir spüren in zahlreichen Gesprächen, dass viele Firmen ihre Prozesse neu definieren und neue Produkte entwickeln, um sich breiter aufzustellen.

In Krisenzeiten stehen die Bestandspflege sowie Umstrukturierungen in den Betrieben und weniger Neuansiedlungen im Vordergrund. Daneben ist der Ausbau der Infrastruktur

*Schol & Friends kreierten die Kampagne "Langweilige Provinz"*

nach wie vor sehr wichtig. Ich denke da in der Region an den Ausbau der Breitband-Hochleistungsnetze, an den Ausbau der Autobahnen, die Erweiterung der Neckarschleusen und an einen Hub-schrauberlandeplatz.

**PuMa:** Und welche Ziele haben Sie sich für die nächsten Jahre gesetzt?

**Schoch:** Wir müssen künftig als Wirtschaftsförderer noch mehr vorausdenken und Zukunftsthemen wie Klima und Umweltschutz, Erneuerbare Energien und die Gesundheitsbranche in und mit der Region stärker positionieren. Außerdem müssen wir dem Thema Europa noch mehr Rechnung tragen und uns als Region national und international noch deutlicher zu Wort melden. Kaum etwas anderes gefährdet das Wachstum aber so sehr wie der Mangel an Fachkräften. In der Region Heilbronn-Franken steht der Kampf um innovative Mitarbeiter daher ganz oben auf der Tagesordnung. Und wir werden unsere Aktivitäten auf diesem Gebiet noch weiter verstärken, denn der demografische Wandel ist dabei unser natürlicher Gegenspieler.

*Interview: Yvonne Wodzak*



Die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH (WHF) steht für die Schaffung von Netzwerken zwischen Wirtschaft, Kommunen und der regionalen Politik. Der Gesellschafterkreis besteht aus:

- Handwerkskammer Heilbronn-Franken (HWK)
- Hohenlohekreis
- IHK Heilbronn-Franken
- Landkreis Heilbronn
- Landkreis Schwäbisch Hall
- Main-Tauber-Kreis
- Regionalverband Heilbronn-Franken
- Stadt Heilbronn

Die Arbeit der WHF spiegelt sich in den folgenden drei Webseiten wider:

- [www.heilbronn-franken.com](http://www.heilbronn-franken.com)
- [www.weltmarktfuehrer.info](http://www.weltmarktfuehrer.info)
- [www.regiojobs24.de](http://www.regiojobs24.de)