

Wirtschaftsbrief

Aktuelle Informationen für Industrie, Handel, Gewerbe und Medien

STADT LUDWIGSBURG

LUIS e.V. – Konsequente Weiterentwicklung

Offensive Innenstadt

Die Ludwigsburger Innenstadtakteure werden in Zukunft ihre Aktivitäten noch stärker bündeln. Dazu wurde im Juli der neue Ludwigsburger Innenstadtverein LUIS e. V. gegründet. Mit LUIS wurde ein weiterer Meilenstein im Rahmen der Offensive Innenstadt gesetzt.

Seit dreieinhalb Jahren arbeiten sämtliche Innenstadtakteure eng und konstruktiv zusammen, um den Standort Innenstadt für die Kunden und Besucher noch attraktiver zu machen. LUIS hat sich zum Ziel gesetzt, die Interessen der Innenstadtakteure zu bündeln, gegenüber Politik und Verwaltung zu vertreten und gemeinsam Projekte und Aktionen zur Stärkung des Standortes Innenstadt umzusetzen.

Mit LUIS wird nun das gemeinsame Agieren auch formell besiegelt. Dass es sich dabei nicht um Lippenbekenntnisse handelt, sondern um tatsächliches Engagement – sei es finanzieller oder ideeller Art – zeigt das Budget von LUIS mit etwa 230.000 Euro jährlich. Dieses Budget stellen die Stadtverwaltung Ludwigsburg sowie die Innenstadtakteure, allen voran die Mitglieder von LUCY, weitere Straßengemeinschaften, aber auch Partner wie Kreissparkasse, Stadtwerke, Wohnungsbau Ludwigsburg, Schloss, Schlossfestspiele, BlüBa und andere mehr.

Mit dem Budget werden gemeinsame Marketingaktionen unter dem Motto „Ich shopp' barock“ und Events wie die verkaufsoffenen Sonntage mit Märzklopfen, Pferdetränkenmarkt oder das Late-Night-Shopping realisiert. Aber auch Projekte wie die Kinderbetreuung im LuKi-Club, das Innenstadtmagazin Boulevard in der Ludwigsburger

Kreiszeitung, die Parkvergütung und viele andere Dinge mehr werden von LUIS finanziert.

Um sich noch intensiver um die Interessen aller Beteiligten, so vielfältig sie auch sind, kümmern zu können, wird LUIS eine(n) hauptamtliche(n) Innenstadtbeauftragte(n) einstellen. Die oder der Innenstadtbeauftragte soll ab Frühjahr 2008 die „Fäden in der Hand haben“ und alle Akteure miteinander vernetzen. Aufgabe ist es, Ansprechpartner für sämtliche Belange der Innenstadtakteure zu sein und gemeinsam die vorhandenen Aktionen und Projekte umzusetzen und neue Maßnahmen zu entwickeln.

Aufbau eines Netzwerks

Neben der Vielfalt der Maßnahmen und Aktionen ist es ein wesentliches Ziel, weitere Partner in LUIS zu integrieren und damit den Wirkungskreis und die Möglichkeiten des Vereins deutlich auszuweiten. Angesprochen sollen in erster Linie Dienstleister, Gastronomen, Hoteliers, Haus- und Grundstücksbesitzer sowie kulturelle und touristische Einrichtungen werden.



Liebe Leserin, lieber Leser,

„Die Stadt ist überaus schön und lachend.“ Mit diesen Worten brachte einst Friedrich Schiller in einem Brief an seinen Freund Gottfried Körner das von ihm empfundene Lebensgefühl in Ludwigsburg zum Ausdruck – und dieses Lebensgefühl ist heute so aktuell wie damals vor über 200 Jahren.

Durch das neue Angebot an Geschäften in der erst vor wenigen Tagen eröffneten WilhelmGalerie hat die Innenstadt als Einzelhandelsstandort einen weiteren Anziehungspunkt hinzugewonnen, der das Einkaufen noch mehr als bislang zum Erlebnis macht und der sich insgesamt positiv auf die anderen Geschäfte auswirken wird. Die aufwendigen Umbau- und Sanierungsmaßnahmen mehrerer Straßenzüge im Umfeld der WilhelmGalerie und die Entstehung einer neuen gastronomischen Szene tragen ebenfalls ihren Teil zur hohen Aufenthaltsqualität der Innenstadt bei.

Die Herbstzeit steht in Ludwigsburg traditionell im Zeichen herausragender Veranstaltungen für die Wirtschaft: der renommierte internationale Design-Preis Focus, die Verleihung des 40. Deutschen Wirtschaftsfilmpreises und der Wirtschaftstag 2007 bieten wieder Informationen über aktuelle Themen und Entwicklungen am Wirtschafts-, Film- und Medienstandort Ludwigsburg und geben Raum für branchenübergreifende Gespräche. Wir freuen uns auf Sie!

Eine interessante Lektüre wünscht Ihnen

Werner Spec
Oberbürgermeister

Hintergrund	2
Design im Dienst der Sicherheit – Preise in Ludwigsburg vergeben.	
Medien	3
Verleihung des 40. Deutschen Wirtschaftsfilmpreises findet am 22. November statt.	
Porträt	4
tapeaffairs hat die Standort-Entscheidung für Ludwigsburg nie bereut.	
Handel/Gewerbe	5
WilhelmGalerie hat eröffnet. Branchenmix garantiert Vollversorgung.	
Unternehmen	6
Bei der Ludwigsburger Agentur VOLLES PROGRAMM ist der Name Programm.	
Agenda	7
Dicht dran an den Weltstars: Forum Kultur bietet Kultur als Standortfaktor.	
Schlusspunkt	8
Ludwigsburger Wirtschaftstag: Kommunalpolitik im Zeichen des Klimawandels.	

Ludwigsburg: Hier ist alles drin.



Preise in Ludwigsburg vergeben – Ausstellung der prämierten Objekte bis 9. Dezember

Design im Dienst der Sicherheit

Der renommierte Designpreis Focus Sicherheit, der sich an professionelle Gestalter und Unternehmen wendet, bewies auch in diesem Jahr seine große Attraktivität. 206 Produkte nahmen am Wettbewerb teil.

Bei der Preisverleihung am 5. Oktober vergab die Jury 56mal den „Focus in Silber“ für herausragende Designqualität und verlieh siebenmal den „Focus in Gold“ für die Besten der Besten – Prädikate, die Designer und Hersteller für die Marktkommunikation nutzen und die gleichzeitig eine wertvolle Bestätigung für die eigene kreative Leistung sind.

Die jährlich wechselnde Ausrichtung des Wettbewerbs, die Fokussierung auf ein Thema, verleiht dem Internationalen Designpreis Baden-Württemberg ein einzigartiges Profil. Aber auch Seriosität und Fairness bei der Produktbewertung rangieren im Design Center Stuttgart an oberster Stelle. So sind beispielsweise grundsätzlich Produkte vom Wettbewerb ausgeschlossen, an deren Entwicklung Juroren beteiligt waren.

Ein weiterer besonderer Anreiz für die Teilnahme am Wettbewerb sind die vergleichsweise niedrigen Anmeldegebühren. Im Rahmen der Wirtschaftsförderung des Landes Baden-Württemberg bietet sich so insbesondere kleinen und jungen Unternehmen die Chance zur Teilnahme.

Die Vergabe der Prädikate „Focus in Silber“ und „Focus in Gold“ erfolgte in zehn verschiedenen Kategorien und dokumentiert das weite Spektrum des Themas „Focus Sicherheit“: Arbeitsschutz + Sicherheit, Produktion + Arbeitswelt, Öffentliche Sicherheit, Medizin + Rettung, Haustechnik, Interior, Haushalt, Architektur + Raum, Transport + Verkehr sowie Freizeit + Outdoor.

Im Rahmen des Designpreises „Focus Sicherheit“ wurde der Mia Seeger-Preis für junge Designerinnen und Designer vergeben. Die Jury wählte aus 62 Produkteinreichungen fünf aus, für die insgesamt 10.000 Euro ausgelobt waren. Vier weitere Exponate erhielten Anerkennungen.

Sozialer Nutzen

Zur Teilnahme eingeladen waren Designerinnen und Designer von deutschen Hochschulen, die ihr Diplom in den Jahren 2005 bis 2007 absolviert hatten. Vertreten waren die Studiengänge Industriedesign / Produktgestaltung, Innenarchitektur / Möbeldesign, Architektur, Investitionsgüter- und Transportation Design. Neben den üblichen Designkriterien spielte bei der Bewertung der eingereichten Arbeiten der soziale Nutzen eine entscheidende Rolle.

Mia Seeger als „Grande Dame“ des Designs rief bereits 1986 die nach ihr benannte Stiftung ins Leben, deren Zweck die umfassende Förderung von Design als Teil von Wirtschaft und

Kultur ist. Mit der Absicht, insbesondere den Nachwuchs im Design zu fördern, wird der Mia Seeger-Preis



jährlich bundesweit ausgeschrieben. Preise und Anerkennungen beim Mia Seeger-Preis sind hervorragende Referenzen, die für junge Designer unter anderem den Weg in den Berufseinstieg ebnen können.

Im Original sind die Produkte noch bis zum 9. Dezember im Ludwigsburger Werkzentrum



Die Abbildung oben zeigt den 1. Preis beim Mia Seeger Preis für Nachwuchsdesigner: P'gasus, Alternative zum Rollstuhl. Design: Steffen Ganz, Muthesius Kunsthochschule Kiel.

Die Abbildung links unten zeigt: Preisträger Focus in Gold (Internationaler Designpreis Baden-Württemberg): Mungos Security + Cleaning - Corporate, Design für Arbeits- und Sicherheitskleidung. Auftraggeber: Mungos Security + Cleaning aus Wien, Design: Spirit Design aus Wien.



Die Preisträger des Wirtschaftsfilmpreises 2006 – ihre Nachfolger werden am 22. November in Ludwigsburg ermittelt

Verleihung des 40. Deutschen Wirtschaftsfilmpreises

Die Verleihung des Deutschen Wirtschaftsfilmpreises findet bereits zum siebten Mal in Ludwigsburg statt und hat sich hier etabliert. Bei der Jubiläumsgala am Donnerstag, 22. November 2007, um 19.30 Uhr im Forum am Schlosspark werden mehr als 800 geladene Gäste aus Wirtschaft, Politik und Medien erwartet. Der Deutsche Wirtschaftsfilmpreis gilt als der wichtigste Preis für Filme, die sich mit Themen der modernen Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft in Deutschland befassen. Er wird als einer der ältesten Filmpreise Deutschlands in diesem Jahr zum 40. Mal vom Bundesminister für Wirtschaft und Technologie vergeben. Verliehen werden Preise in den Kategorien „Filme über die Wirtschaft“, „Filme aus der Wirtschaft“ und „Nachwuchs“. www.wirtschaftsfilmpreis.de

Stuttgarter Medientag am 30. Oktober im Haus der Wirtschaft

„Community 2.0“ im Fokus

Werber treffen Architekten, Webdesigner treffen Fotografen, Radiomacher treffen Verleger, Filmemacher treffen Eventveranstalter und sie alle treffen Kunden, Partner und den Nachwuchs. Vereint werden sie durch Kreativität sowie das Interesse an Fachvorträgen und am interdisziplinären Branchentalk. Das ist wahrscheinlich die kürzeste und prägnanteste Beschreibung, die man für den Stuttgarter Medientag finden kann.

Veranstalter sind die Stadt Stuttgart in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart und der Stadt Ludwigsburg.

Der 6. Stuttgarter Medientag am 30. Oktober im Haus der Wirtschaft befasst sich unter anderem mit der „Community 2.0“ und der Tatsache, dass private und geschäftliche Netzwerke im Internet die Gesellschaft zunehmend beeinflussen. In Innovations-, Design- und einem Aus- und Fortbildungsforum werden aktuelle Entwicklungen dargestellt. Außerdem wird das Branchenmeeting „Broadcast Now“ fortgesetzt. Unter den Ausstellern befinden sich ausgewählte „Startups“ und

Größen der regionalen Medienbranche.

Die wohl größte branchenübergreifende Veranstaltung Baden-Württembergs findet, nach vier Jahren im Medienareal Römerkastell, in diesem Jahr erstmals im Haus der Wirtschaft im Herzen Stuttgarts statt. Im Rahmen der begleitenden Medienmesse haben rund 40 Unternehmen die Möglichkeit, ihr Portfolio dem Fachpublikum zu präsentieren. Und am Abend trifft sich die Medienszene zum Networking in der Medialounge, dem offiziellen Get-Together des Stuttgarter Medientages.

Querschnitt der Medienlandschaft

Der Branchentreff ist die einzige Veranstaltung ihrer Art in der Region Stuttgart und lockte in den vergangenen Jahren bis zu 3000 Fachbesucher in die imposante Phönixhalle und ihre Nebenräume. Die Medien-Messe mit mehr als 70 Unternehmen präsentierte einen Querschnitt der regionalen Medienlandschaft. Im Rahmen des Vortragsprogramms gewährten national renommierte Referenten, in thematisch unterschiedlichen Fachvorträgen, Einblicke in aktuelle Entwicklungen der Branche.

www.stuttgarter-medientag.de



Verehrte Leserinnen und Leser,

glaubt man den neuesten Trends der diesjährigen IFA - Internationale Funkausstellung, wird sich das zukünftige Sehverhalten sehr stark in Richtung IPTV (Internet-Fernsehen, Handy-TV) entwickeln. Natürlich stellt sich hier die Frage, ob diese Möglichkeit des neuen digitalen Fernsehens beim „Viewuser“ ankommt oder nicht.

Die Antwort findet sich schnell. Die Technologie ist vorhanden und wird sich am Markt behaupten. Viel wichtiger ist hierbei der Punkt der Inhalte und Formate. Niemand wird sich einen abendfüllenden Spielfilm auf seinem Mobiltelefon anschauen, somit sind kreative Lösungen gefragt.

Neue, genau darauf konzipierte Formate sind gefragt. Diese werden auch veränderte Werbeformen nach sich ziehen, so dass neue Geschäftsmodelle entstehen. Ein interessanter Markt entwickelt sich und die Konvergenz von „Film und IT“ schreitet voran.

Für Ludwigsburg ergeben sich hier neue Chancen und Möglichkeiten. Das Thema IPTV werden wir intensiv verfolgen.

Herzlichst,

Ihr Tanino Bellanca

Medienbeauftragter der Stadt Ludwigsburg

Medientage in München

Die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart (WRS) präsentiert seit Jahren den Medienstandort Region Stuttgart erfolgreich auf den Medientagen in München. Bettina Klett, Leiterin des Geschäftsbereichs Kreativwirtschaft, bestätigt das starke Interesse und die hohe Resonanz für die Medienschaffenden aus der Region. Der Fachbereich Wirtschaft, Medien, Tourismus wird als Partner den Medienstandort Ludwigsburg präsentieren. Zu den diesjährigen Medientagen München (7. bis 9. November), Europas größtem Medienkongress, werden mehr als 7000 Teilnehmer erwartet. An den drei Tagen referieren und diskutieren etwa 500 Medienfachleute in 90 Veranstaltungen. Auf der parallel stattfindenden kongressbegleitenden Messe stellen mehr als 100 Aussteller Neuheiten aus Broadcast, Multimedia, Film/Produktion, Werbung, Print und Medienausbildung vor. Die Medientage München 2007 stehen unter dem Motto „Media Yourself – Wie das Internet Medien und Gesellschaft verändert“. Veranstaltungsort vom 7. bis 9. November ist das Internationale Congress Center (ICM) der Messe München.

www.medientage-muenchen.de

tapeaffairs profitiert von den Synergieeffekten des Medienstandorts

Entscheidung für Ludwigsburg nie bereut

„Wer weiß, was aus tapeaffairs geworden wäre, wenn wir nicht nach Ludwigsburg gegangen wären“: Michael Euen bereut seine Entscheidung vor zehn Jahren nicht. Der gelernte Tonmeister arbeitete damals in Heilbronn; und als er den Schritt in die Selbstständigkeit wagte, fiel sein Blick quasi automatisch auf die Barockstadt, die sich zu einem viel beachteten Medienstandort gewandelt hatte. „Hier herrschen einfach ideale Bedingungen“, so Euen.

Vor allem das Film- und Medienzentrum, wo tapeaffairs für die ersten fünf Jahre sein Domizil hatte, verhalf dem jungen Unternehmen zu einem „sehr guten Start“. Nach zwei Umzügen residiert Michael Euen seit neuestem in der Mathildenstraße, und noch immer profitiert er von den starken Synergieeffekten in der Medienstadt Ludwigsburg: „Wir bekommen häufig Anfragen von Agenturen, die bei uns etwas für ihre Kunden produzieren lassen wollen.“ „Etwas produzieren“: Das hat bei tapeaffairs, denn der Name ist Programm, meistens etwas mit Audio oder Video zu tun – auch wenn das gute alte Magnetband längst durch CD oder DVD verdrängt wird. „Egal ob Wer-



Michael Euen in seinem Studio

spots, Imagevideo oder Produktanimation, wir sorgen dafür, dass die Klappe fällt“, sagt Michael Euen, der die ersten Gehversuche auf dem Gebiet der bewegten Bildern noch am Theater machte, wo er nebenbei die Videoabteilung aufbaute.

Die eigentliche Keimzelle von tapeaffairs ist aber immer noch das Tonstudio, denn damit fing alles an. „Ob Jingle oder Radiospot, ob Trailer oder Hörbuch: Unsere Kunden sind bei uns in guten Händen. Denn wir arbeiten mit ausgebildeten Sprechern, kreativen Musikern und moderns-

ter Tontechnik.“ Daneben beinhaltet das Portfolio von tapeaffairs auch sämtliche Dienstleistungen aus dem Bereich Neue Medien: Internet-Auftritte, Promotion-CDs, Messepräsentation und natürlich Web-Hosting auf einem eigenen leistungsstarken Server. „Learning by doing“ antwortet Michael Euen auf die Frage, wie denn ein Theater-Tonmeister ins world wide web kommt.

Seine Wurzeln kann er aber nicht verleugnen: Zu den

Kunden zählen neben Industrieunternehmen wie Müller-Milch und die Daimler AG, für die tapeaffairs Schulungs- und Lehrfilme drehte, auch auffallend viele Kultur-Einrichtungen wie der Deutsche Musikrat oder die Sächsische Staatsoper Dresden. Eines der aktuellen Projekte ist ein Hörbuch der Eckenroth-Stiftung mit Geschichten von Kindern, gelesen von Prominenten wie Ministerpräsident Kurt Beck oder Nachrichten-Moderatorin Petra Gerster.

www.tapeaffairs.de

Caerphilly ist mit Ludwigsburg seit 45 Jahren freundschaftlich verbunden

Dynamisches Dienstleistungszentrum

Seit 45 Jahren besteht die Partnerschaft zwischen Ludwigsburg und dem walisischen Caerphilly. Von einer Städtepartnerschaft im strengen Sinn kann man nicht sprechen, denn es handelt sich um einen Verwaltungsbezirk, von dem Caerphilly nur eine, wenngleich die größte Stadt ist.

Alles begann 1959 mit einer Anfrage des Britischen Generalkonsulats in Stuttgart bei der Stadt Ludwigsburg, ob sie gewillt sei, im Rahmen der geplanten regionalen Verbindung von Baden-Württemberg und Wales eine Städtepartnerschaft einzugehen. Ende Mai 1960 reiste dann die erste Abordnung nach Caerphilly. Die Delegation kam begeistert von der Gastfreundschaft der Waliser zurück, die es ihnen leicht machte, von Anfang an die Beziehungen auf eine sehr freundschaftliche Basis zu stellen. Gleich beim ersten Besuch war vereinbart worden, den Hauptakzent auf den Austausch der Jugend, Kultur, der Begegnung auf Vereinsebene und anderer Institutionen zu legen. Die erste walisische Gruppe, die

Ludwigsburg besuchte, war der Caerphilly Lady Choir, der im Herbst 1960 ein erstes Konzert in Ludwigsburg gab und mit dem Männergesangsverein Ludwigsburg 1825 eine Partnerschaft gründete. 1961 fand dann der 1. Gegenbesuch einer offiziellen Delegation aus Caerphilly statt und bereits ein Jahr später, am 12. Mai 1962, wurde die Partnerschaftsurkunde unterzeichnet, auf der die Städte Caerphilly und Ludwigsburg feierlich gelobten, alles zu tun, um die freundschaftlichen Bande zu festigen.



Info

► Der gesamte Caerphilly County Borough erstreckt sich von der Nordgrenze der walisischen Hauptstadt Cardiff bis zu den Bergen der Brecon Beacon und umfasst eine Fläche von fast 28.000 Hektar. 170.000 Einwohner leben in diesem Gebiet. Die Gegend lag früher im Herzen der walisischen Kohlereviere. Nach Stilllegung der meisten Zechen und ihrer Verwand-

lung in Freizeit- und Businessparks ist der Caerphilly County Borough heute ein dynamisches Dienstleistungszentrum. Die ansässigen Unternehmen sind vor allem in der Computer-, der Elektro- und in der Luftfahrtbranche tätig. An erster Stelle der Attraktionen steht das Caerphilly Castle: Die im späten 13. Jahrhundert gebaute Burgranlage ist das Wahrzeichen der Stadt.

Vor zehn Jahren entstand die Gleason-Pfauter Maschinenfabrik GmbH

Auftrags-Rückenwind führt zu Investitionen

Am 1. August 2007 jährte sich zum zehnten Mal die Übernahme der Hermann Pfauter GmbH durch die Gleason Corporation aus Rochester/NY, USA. Seitdem firmiert der neue Standort der Gleason-Gruppe in Ludwigsburg unter dem Namen Gleason-Pfauter Maschinenfabrik GmbH.



Für viele Mitarbeiter in Ludwigsburg und den ausländischen Werken der Pfauter-Gruppe brachte die 100-prozentige Übernahme des seit 1951 in Ludwigsburg ansässigen Unternehmens zunächst Ungewissheit. Als erster Schritt nach der Übernahme wurden die Vertriebsaktivitäten beider Gruppen bis 1998 konsolidiert, was auch dazu führte, dass einigen Vertretungen gekündigt beziehungsweise Vertriebstochtergesellschaften zusammengeführt werden mussten. Andere Verkaufsniederlassungen, wie zum Beispiel die Gleason Stuttgart auf den Fildern, wurden an

den Standort Ludwigsburg verlegt.

Durch die entstandenen Synergien konnte aber schon ein Jahr nach der Übernahme eine neue Produktreihe auf den Markt gebracht werden. Die GP-Baureihe mit den Wälzfräsmaschinen GP 130, GP 200 und GP 300 wurde gemeinsam von Gleason- und Pfauter-Ingenieuren entwickelt. Ein weiterer Meilenstein in der noch jungen Gleason-Pfauter-Historie war der erste Großauftrag der Windkraftindustrie, den HTI (Hansen Transmissions International) in Belgien nach Ludwigsburg vergeben hat. Dieses Projekt war richtungweisend und bestätigte Gleason-Pfauter als zuverlässigen Partner der Windkraftindustrie.

Für die Zusammenführung des technischen Knowhows in der Gleason-Gruppe steht die Genesis-Baureihe als neueste Produktfamilie. Auf Basis einer optimal ausgelegten gemeinsamen Plattform wurden kompakte und hochproduktive Wälzfräs-, Wälzschleif- und Schabmaschinen im Bereich bis 210 Millimeter Werkstückdurchmesser entwickelt. Diese gemeinsame Plattform ist ein wichtiges Element in der „schlanken Produktion“, welche verbesserte Lieferzeiten und Maschinenleistungen sowie einfache Wartung mit sich bringt.

Seit Juni 2006 verzeichnet Gleason-Pfauter gute Auftragseingänge aus allen Industriebereichen, vor allem aber aus der Windkraftindustrie. Dass es am Standort Ludwigsburg zunehmend eng wird, erkennt man deutlich daran, dass im Mai 2007 der Montagestandort Pleidelsheim eröffnet wurde und für das Frühjahr 2008 die

Fertigstellung einer neuen Montagehalle am Ludwigsburger Standort mit einem Investitionsvolumen von 3,1 Millionen Euro geplant ist, um der Nachfrage nach Verzahnmaschinen gerecht werden zu können. Doch ein Problem bleibt: die Befriedigung der Nachfrage nach qualifiziertem Personal ist derzeit schwierig, viele Stellen sind derzeit unbesetzt.

Info

Die Gleason Corporation ist Marktführer in der Entwicklung, Herstellung und beim Verkauf von Maschinen und Werkzeugen für die Herstellung von Verzahnungen aller Art sowie den dazugehörigen Ausrüstungskomponenten und Serviceleistungen. Die Gleason-Produkte werden hauptsächlich in der Automobilindustrie, im Nutzfahrzeugbau, in der Getriebeindustrie, der Luftfahrtindustrie, im Landmaschinenbau, im Baugewerbe, in der Elektrowerkzeugbranche und in der Schiffsbauindustrie eingesetzt. Gleason verfügt neben Ludwigsburg und München über Produktionsstätten in den USA, England, Schweiz, Indien sowie China. Zurzeit beschäftigt die Gleason-Gruppe 2500 Mitarbeiter bei einem Gesamtumsatz von 465 Millionen Dollar, in Ludwigsburg beschäftigt Gleason-Pfauter zirka 500 Mitarbeiter bei einem Umsatz von über 100 Millionen Euro.

WilhelmGalerie hat ihre Pforten geöffnet – Angebot verteilt sich auf 15.700 Quadratmeter

Branchen-Mix garantiert eine Vollversorgung

Seit dem 28. September hat die WilhelmGalerie in Ludwigsburg die Pforten geöffnet. 34 Mieter aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung bieten auf zwei Ebenen und zirka 15.700 Quadratmetern Verkaufs- und Gastronomiefläche ein umfangreiches Angebot.

Hauptmieter der WilhelmGalerie sind unter anderem H&M, C&A, Müller, REWE und New Yorker. Komplettiert wird das Angebot durch weitere namhafte Filialisten sowie regionale Anbieter (zum Beispiel Bäckerei Trölsch, Apotheke Dr. Wörwag, arko, Tamaris Schuhe, Bijou Brigitte, S.Oliver, VERO MODA, Jack & Jones, Intersport, Change, Tally Weijl). Die Geschäfte der WilhelmGalerie

haben von Montag bis Samstag mindestens von 9.30 bis 20 Uhr für die Kunden und Besucher geöffnet. Der Branchenmix garantiert den Kunden eine Vollversorgung und ergänzt hervorragend das bereits in der Ludwigsburger Innenstadt bestehende Angebot.

Die HOCHTIEF Projektentwicklung GmbH hat die WilhelmGalerie auf dem zirka 10.000 Quadratmeter großen Areal der ehemaligen Reiterkaserne von 1857 entwickelt und realisiert. Die behutsam restaurierten historischen Fassaden des neuen Einkaufszentrums fügen sich perfekt in das barocke Stadtbild ein. Den Architekten Blocher & Blocher aus Stuttgart ist es gelungen, historische Bestandsgebäudeteile in den funktionellen, modernen Komplex zu integrieren. Die WilhelmGalerie liegt zentral in der Ludwigsburger Innenstadt, umgeben durch die Wilhelmstraße,

Körnerstraße, Asperger Straße und Hospitalstraße, nur eine Gehminute vom historischen Marktplatz entfernt. Durch zwei Hauptpassageneingänge gelangt man in die Mall, die durch eine gelungene Dachverglasung im 1. Obergeschoss Tageslicht bis ins Erdgeschoss erhält. Komplettiert wird die WilhelmGalerie durch ein Parkhaus mit zirka 300 Stellplätzen auf zwei Ebenen im 2. und 3. Obergeschoss.

Seit dem 1. Juni 2007 wird die WilhelmGalerie vorort von Claudia Krämer von der sec Strategisches Einzelhandels- und Center-Management GmbH gemanagt. Die Firma wurde 1999 von der geschäftsführenden Gesellschafterin Susanne Klos in Itzehoe gegründet und ist auf kleine und mittlere Einkaufszentren spezialisiert: Ihre Kernkompetenz liegt im Vorort-Management von Gewerbeimmobilien.

Bei der Ludwigsburger Agentur VOLLES PROGRAMM ist der Name Programm

Eine Kommunikations-Agentur stellt sich vor

Bei der im Jahr 2000 von Sabine Lauster und Andreas Ebert gegründeten Kommunikationsagentur ist der Name Programm: VOLLES PROGRAMM. Mit vollem Einsatz und vollem Engagement kommuniziert das inzwischen siebenköpfige Ludwigsburger Team über alle Kommunikationskanäle: Von der klassischen Werbung über Messen, Veranstaltungen, Film- und Medienproduktionen über Verkaufsförderungsmaßnahmen bis hin zum Internet-Auftritt übernimmt die Agentur die Verantwortung für die gesamte Kunden-Kommunikation – oder auch Teilbereiche daraus.

Neben dem Deutschen Golf Verband e.V., Wiesbaden, zählen Unternehmen aus Baden-Württemberg wie Markator, Hünersdorf und das Laser- und Biegezentrum zu den Kunden der Agentur. Außerdem darf sich VOLLES PROGRAMM über ein Neugeschäft aus der direkten Ludwigsburger Nachbarschaft freuen: Seit Juni 2007 zählt auch Wüstenrot zum Kundenkreis.

Für die jährliche Preisverleihung „TOP 100“ der Bausparkasse konnten sechs Trailer produziert werden, die die umsatzstärksten Mitarbeiter auf emotionale Art ankündigten. Dank der positiven Resonanz steuerte das Team um Sabine Lauster und Andreas Ebert auch gleich einen Spot zur Mitarbeiterveranstaltung 2007 bei. In deren Mittelpunkt stand das runde Leder: Es ging um Taktik, Teamgeist und die 1. Liga – in der die Wüstenrot-Mannschaft ganz oben mit-



Das Mitarbeiter-Team der Ludwigsburger Kommunikationsagentur VOLLES PROGRAMM

Kontakt

▶ **Agentur VOLLES PROGRAMM OHG**
 Ruhrstraße 11
 71636 Ludwigsburg
 Telefon 07141 97 4470
 Fax 07141 97 447111
 E-Mail: kontakt@
 agentur-volles-programm.de
 www.agentur-volles-programm.de

spielt. Zur zusätzlichen Spieler-Motivation trug der 4-minütige Spot der Agentur VOLLES PROGRAMM bei. Er sorgte für das richtige Meisterschafts-Feeling und gab so dem Publikum einen echten „Kick“.

Seit August 2007 kommuniziert VOLLES PROGRAMM von einem neuen Standort aus. Dieser befindet sich – mit Blick über die Dächer der City – in der Ludwigsburger Weststadt und bietet der stetig wachsenden Agentur genug Raum für weitere, spannende Ideen.

Dresdner Bank ist Partner bei der Unternehmensnachfolge

Banken verstehen sich heute nicht mehr nur als Kreditgeber und Vermögensverwalter. Vielmehr unterstützen sie ihre Kunden zum Beispiel auch dabei, einen Nachfolger für ihr Unternehmen zu finden. Die Dresdner Bank in Ludwigsburg hat ihre Beratungskompetenz vor Ort ausgebaut.

Unternehmensnachfolge ist für kleine und mittelständische Unternehmen ein wichtiges Thema und zugleich eine der größten Herausforderungen. Rund 400.000 mittelständische Unternehmer suchen derzeit einen Nachfolger. Davon stehen 30.000 Unternehmer kurz vor dem Konkurs, weil es ihnen nicht gelingt, ihren Betrieb weiterzuführen. 5.900 Familienbetriebe mit mehr als 30.000 Beschäftigten müssen jährlich aufgeben, da sie keinen Nachfolger für ihr Unternehmen finden (Quelle: Institut für Mittelstandsforschung Bonn).

Die Problemfelder im Rahmen der Nachfolgeregelung sind vielschichtig: So verdrängen oder vernachlässigen Unternehmer ihre Nachfolgeplanung. Auch bei der Suche eines geeigneten Nachfolgers oder bei der Ausgestaltung der Übertragung tun sich viele Unternehmer schwer. Besonders Einzelpersonen als Nachfolger haben besondere Finanzierungsprobleme, da die Risiken bei Übernahmen durch Einzelpersonen oder durch kleine und mittlere Unternehmen tendenziell höher erscheinen, als bei Übernahmen durch größere Unternehmen.

Die Instrumente der Finanzierungsförderung in Deutschland setzen mit günstigen Konditionen und insbesondere mit der Übernahme von Risiken an den entscheidenden Hürden der Finanzierung von Nachfolgen und laufenden Investitionsfinanzierungen an. Nach einer Studie des Center of Entrepreneurship der Universität Hohenheim kannte nur jedes zweite befragte

Unternehmen – mit Ausnahme von Bürgschaften – die bestehenden Fördermöglichkeiten. Landesförderprogramme, insbesondere im Bereich Gründungs- und Wachstumsförderung, sowie Technologieförderung wurden nur von jedem vierten Unternehmen genutzt.



Joachim Thiel

Als Ansprechpartner und Spezialist für öffentliche Förderprogramme ist **Joachim Thiel** neu im Team der Beraterbank in der Myliusstraße. Der Bankfachwirt und Prokurist analysiert und begleitet Unternehmer bei der Finanzierung von Unternehmensnachfolgen unter Einbindung der möglichen öffent-

Veranstaltungen 07/08

6. Oktober -
9. Dezember

Design Preis Ausstellung
Werkszentrum Weststadt

8. + 9.
November

Martinimarkt auf dem Marktplatz*

27. November -
23. Dezember

Ludwigsburger
Barock-Weihnachtsmarkt*

1. Dezember
bis 22 Uhr

SuperSams in der
Ludwigsburger Innenstadt

14. März 2008

Eröffnung Blühendes Barock

15. + 16.
März 2008

Märzklopfen mit
verkaufsoffenem Sonntag

4. - 13.
April 2008

76. Ludwigsburger
Schlossfestspiele

26. + 27.
April 2008

4. Pferdestärkenmarkt mit
verkaufsoffenem Sonntag*

1. - 4.
Mai 2008

Barocke Gartentage,
Blühendes Barock

1. - 6.
Mai 2008

Internationales Trickfilmfestival
Stuttgart Ludwigsburg

14. Juni 2008

10. Ludwigsburger City-Lauf
mit Late-Night-Shopping

13. - 15.
Juni 2008

Retro Classics
meets Barock

13. - 15.
Juni 2008

Bundes-Jugendfilmpreis, Bundes-
festival Video (Filmakademie)

28. Juni 2008

38. Marktplatzfest

5. Juli 2008

Musikfeuerwerk im
Blühenden Barock

19. Juli 2008

Klassik Open Air mit Barock-
feuerwerk am Seeschloss Monrepos

5. - 7.
September 2008

Venezianische Messe
mit verkaufsoffenem Sonntag

Zusammengestellt vom Fachbereich Wirtschaft, Medien, Tourismus
der Stadt Ludwigsburg – ohne Gewähr, Änderungen vorbehalten.

*Veranstalter: Stadt Ludwigsburg
Aktuelle Daten im Veranstaltungskalender unter

www.ludwigsburg.de



Von Prinzessin Caroline wachgeküsst – Les Ballets de Monte Carlo

Forum am Schlosspark bietet Kultur als wichtigen Standortfaktor

Dicht dran an den Weltstars

„Die Kunst darf alles, besonders im Theater, wo das Undenkbare gedacht, das Unsagbare gesagt wird“, so der kürzlich verstorbene Theaterschaffende George Tabori. Immer mehr Unternehmen entdecken für ihre Mitarbeiterschaft die inspirierende Kraft der Kunst und schätzen den Erfahrungswert einer bunten, vielfältigen, ausdrucksstarken Kultur als notwendigen Gegenpol zu einer immer stärker eindimensional erlebten Welt.

„Das Bessere ist der Feind des Guten“ heißt das Motto von Kunst und Kultur. So ist es auch kein Wunder, wenn führende Industrie- und Dienst-

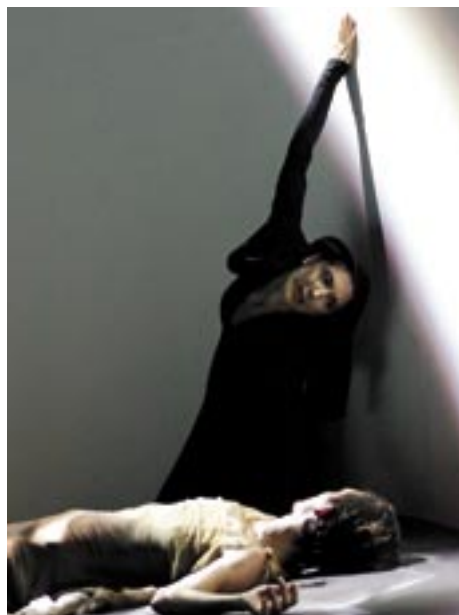
leistungsstandorte auch führende Standorte der Kultur sind. Beide Bereiche leben von Spitzenleistungen, und das Forum am Schlosspark ist der Ort, wo das „best of“ im Konzert, beim Tanz und im Theater zu erleben ist.

Internationaler Zauber

Die Reihe TanzForum bietet internationalen Zauber mit den weltbesten Kompanien aus Paris, London, Madrid und Salzburg. Im KlassikForum bringen renommierte Solisten zusammen mit hervorragenden Orchestern den Klang der Konzerthäuser von New York bis Tokio an den Neckar. Und den ausgezeichneten Regisseuren der Produktionen im TheaterForum weht noch die Luft des Berliner Theatertreffens durch die Haare. Shakespeare, Goethe, Schiller, Hauptmann, Horvath – alle Autoren stellen die existenziellen Fragen nach der Liebe und menschlicher Gemeinschaft.

Unternehmen können das inspirierende Kultur-Klima im Forum am Schlosspark für sich nutzen: Für Besuchergruppen besteht die Möglichkeit, die abenteuerliche Technikwelt hinter der Bühne zu erforschen. In Gesprächen, Workshops und Einführungen zu den Veranstaltungen bieten sich vielfältige Möglichkeiten, ganz dicht an den Kulturschaffenden dran zu sein. Tickets für Einzelveranstaltungen und Abonnements können wegweisende Erfahrungen für Auszubildende oder auch wertvolle Geschenke für verdiente Mitarbeiter und wichtige Kunden sein. „Die Weihnachtsfeier mit dem Besuch einer Veranstaltung wird noch lange spannenden Gesprächsstoff bieten“, verspricht Marketingleiterin Petra Roser.

www.forum.ludwigsburg.de





Kompetent besetztes Podium: Christof Stein (KfW Bankengruppe), Jörg Dürr-Pucher (Ziemann GmbH), Christian Deplewski (Robert Bosch GmbH), Moderator Wieland Backes, Jürgen Szilinski (Procter & Gamble Manufacturing GmbH) und Oberbürgermeister Werner Spec

3. Ludwigsburger Wirtschaftstag befasste sich mit Energiefragen

Die Nase vorn haben

Wirtschaft und Kommunalpolitik im Zeichen des Klimawandels: Das war das beherrschende Thema beim 3. Ludwigsburger Wirtschaftstag im Reithaus.

In der kompetent und prominent besetzten Podiumsdiskussion wurde schnell klar: Ökonomischer Erfolg und ökologisches Handeln sind längst kein Gegensatz mehr. Die Einsparung von Energie im Produktionsprozess ist zu einem zentralen Thema innerhalb der Wirtschaft geworden. „Unternehmen, die heute beginnen, CO₂-arme Produkte zu entwickeln, werden künftig die Nase

vorn haben“, sagte ein Teilnehmer. An der Spitze dieser Entwicklung will auch die Kommunalpolitik voranschreiten, das machte Oberbürgermeister Werner Spec klar. „In der Energiefrage müssen wir von Abblendlicht auf Fernlicht umschalten“, so Spec, der über die geplante Entwicklung eines Energiekompetenzzentrums in Ludwigsburg informierte. Neben dem Schutz der Atmosphäre („Eine ethische Verantwortung“) gehe es bei der Lösung der Energiefrage auch um neue Felder der Wertschöpfung auf lokaler Ebene und die Versorgungssicherheit. Sinnvoll sei deshalb ein Ausbau der dezentralen Energieerzeugung.

Impressum

Herausgeber:

Stadt Ludwigsburg
Fachbereich Wirtschaft, Medien, Tourismus
Wirtschaftsförderung
Mathildenstraße 21/1
71638 Ludwigsburg
Telefon: (0 71 41) 910-2168
Telefax: (0 71 41) 910-2064
E-Mail: f.steinert@ludwigsburg.de
URL: <http://www.ludwigsburg.de>

Redaktion & Realisation:

Pressebüro et cetera
Film- und Medienzentrum
Königsallee 43
71638 Ludwigsburg
Telefon: (0 71 41) 2992 – 781
E-Mail: ludwigsburg@pressebuero-etcetera.de

Die Redaktion behält sich bei Textbeiträgen Änderungen oder Kürzungen vor. Für unverlangte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen, ebenso für fehlerhafte Angaben.



LUDWIGSBURG

Haben Sie interessante Informationen für den Wirtschaftsbrief?
Kann Ihnen die städtische Wirtschaftsförderung weiterhelfen?
Haben Sie Wünsche/Anregungen? – Lassen Sie es uns wissen!

Bitte nehmen Sie mit uns Kontakt auf

Stichworte: _____

Fax: +49(0)7141 910-2064

E-Mail: f.steinert@ludwigsburg.de

Rückmeldebogen

Absender:

Firma:

Ansprechpartner:

Telefon:

E-Mail: