Wirtschaft
und Stadtmarketing
Pforzheim

WSP
KOMPAKT

1 | 2018

WSP

Impressum

Herausgeber
Eigenbetrieb Wirtschaft und
Stadtmarketing Pforzheim (WSP)
Lindenstraße 2
75175 Pforzheim

Tel. 07231 39-1857
Fax 07231 39-2595

info@ws-pforzheim.de
www.ws-pforzheim.de

Redaktion
Eigenbetrieb Wirtschaft und
Stadtmarketing Pforzheim (WSP)

Bildnachweis
Allgemeine Gold- und Silberscheide-
anstalt AG
Markus Born
Herbert Ehmann
Förderverein Wildpark Pforzheim e.V.
Christian Metzler
OBE Ohnmacht & Baumgärtner GmbH
& Co. KG
Pforzheimer Zeitung
Winfried Reinhardt
Stadt Pforzheim
Janusch Tschech
Eigenbetrieb Wirtschaft und
Stadtmarketing Pforzheim (WSP
Witzenmann GmbH
Markus Zindl

Liebe Leserin, lieber Leser,

auch im Jahr 2018 möchten wir Ihnen interessante Einblicke in die vielfältigen Aufgabenbereiche unseres städtischen Eigenbetriebs Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim (WSP) ermöglichen und Ihr Augenmerk auf verschiedene Facetten des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens in Pforzheim richten.

Dass sich gerade in letzter Zeit einiges in der gastronomischen Szene getan hat, ist ein Beispiel für Entwicklungen, die wir seitens des WSP nicht nur redaktionell begleiten. Wir stellen drei Locations vor, die durch besondere Genüsse das kulinarische Angebot erweitern. Veränderungen sind auch in der Pforzheimer Fußgängerzone wahrnehmbar. WSP KOMPAKT stellt Ihnen dazu die Zielsetzungen und Details des begleitenden Marketings vor.

Auch touristisch setzt Pforzheim neue Akzente. Mit der Mitte 2017 eingeweihten neuen, attraktiven Tourist-Information, die mit ihrer offenen und einladenden Atmosphäre Gäste auf dem Weg zwischen Bahnhof und Marktplatz bzw. Enzufer anspricht. Und auch in Sachen Hotelentwicklung geht es voran: Dem gestiegenen Bedarf an Übernachtungsmöglichkeiten wurde und wird in Pforzheim durch Hotelneueröffnungen Rechnung getragen.

2017 hat der WSP ein Jubiläum gefeiert: sein 10-jähriges Bestehen. Seit seiner Gründung im Jahr 2007 hat der WSP in der Stadt Pforzheim einiges bewegt und initiiert, sich dabei stets als kommunales Dienstleistungsunternehmen verstanden und auf neue Anforderungen reagiert. An der Seite der heimischen Wirtschaft und im Sinne der Pforzheimer Bürgerinnen und Bürger werden wir auch künftig standortfördernde Projekte auf den Weg bringen, für individuelle Veranstaltungskonzepte Verantwortung tragen und strategische Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung setzen.

Wir bedanken uns bei allen, die mit dem WSP, auch für das Magazin WSP Kompakt, zusammenarbeiten und uns in unserer Arbeit unterstützen und begleiten. Bei der Lektüre wünschen wir Ihnen viel Freude und vielleicht den einen oder anderen neuen Einblick.

Peter Boch
Oberbürgermeister der Stadt Pforzheim

Oliver Reitz
Direktor Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim

THEMEN

6

SCHLEMMEN IN PFORZHEIM

Moderne Gastro-Konzepte

12

SILVESTERKONZERT

„Barbier von Sevilla trifft James Bond“ im CCP

14

INNOVATIONEN DANK DESIGN THINKING

Workshops für Unternehmen im EMMA

16

FUSSGÄNGERZONE IM NEUEN ANTLITZ

Baumaßnahmen zwischen Leopold- und Marktplatz

18

IM GESPRÄCH

mit Stephanie Tresp, Galeria Kaufhof

22

STANDORTBEKENNTNIS

Traditionsunternehmen Witzenmann investiert am Standort Pforzheim 12 Millionen Euro in ein weiteres Werk

24

TOURISTISCHE POTENZIALE STÄRKEN

WSP-Tourismusmarketing

28

STÄRKUNG DER TOURISMUS-DESTINATION

Hotelentwicklung in zentraler Lage sorgt für neue attraktive Übernachtungs-möglichkeiten in Pforzheim

32

PFORZHEIMER WIRTSCHAFTSPREIS

Ehrung herausragender Persönlichkeiten

36

WIRTSCHAFTSFAKTOR GEWERBEFLÄCHE

Aktuelle Gewerbegebiets-entwicklungen in Pforzheim

38

STOLZ AUF 50 JAHRE NATURERLEBNIS

Wildpark Pforzheim

42

VERÄNDERUNGEN BEIM WSP

Konsolidiert und mit gebündelter Schlag-kraft gerüstet für künftige Aufgaben

46

PREIS FÜR UMWELTTECHNIK

Auszeichnung geht an OBE

47

ONLINE BUMMELN – LOKAL KAUFEN

Lokalschatz.de

SCHLEMMEN IN PFORZHEIM

Moderne Gastro-Konzepte

Griechische Küche steht im beliebten Neo auf dem Speiseplan.

Hans im Glück bietet verschiedene Burger-Kreationen im besonderen Naturambiente.

Eine abwechslungsreiche und zeitgemäße Gastronomielandschaft gehört längst zu den wichtigen Standortfaktoren einer modernen Großstadt. Der WSP unterstützt Betriebe bei der Standortsuche, um das Gastronomieangebot in Pforzheim weiter auszubauen und noch attraktiver zu gestalten. Verschiedene Neueröffnungen insbesondere in der Innenstadt zeigen dabei einmal mehr den Stellenwert Pforzheims bei Unternehmen und Investoren.

—

Erst kürzlich eröffnet und schon erfreut es sich großer Beliebtheit: Das griechische Restaurant **Neo** feierte im Juli 2017 Eröffnung mitten im Herzen Pforzheims, zentral am Marktplatz gelegen. Für Eleni Xanthopulu und Evangelos Spyridon aus Bietigheim-Bissingen ist es zwar bereits das fünfte Restaurant – das erste jedoch in der Goldstadt und mit 155 Plätzen auch das bisher größte. Die Eröffnung hat das Ehepaar dementsprechend geplant: „Wir wollten nicht viel Werbung machen, damit sich alles erst mal langsam einpendeln konnte“, verrät die Inhaberin.

Die Inneneinrichtung wird von den Elementen Holz, Eisen und Stein dominiert, erscheint modern, zugleich mediterran und kommt mit wunderbaren Details daher. „Der Innenarchitekt ist extra aus Griechenland angeflogen. Wir haben uns Nächte lang den Kopf zerbrochen“, erklärt Eleni Xanthopulu und meint damit unter anderem auch den im Eingang angebrachten Kronleuchter aus Holz mit abgesägten Weinflaschen, ein speziell angefertigtes Unikat.

Unter der Woche bietet das Restaurant einen Mittagstisch an, den viele Beschäftigte im fußläufigen Innenstadtbereich in ihrer Mittagspause nutzen. Abends nehmen sich die Besucher jedoch mehr Zeit, und eine Reservierung ist empfehlenswert. Das Konzept des Restaurants kommt gut an und ist einfach erklärt: „Wir machen richtig griechisches Essen, alles ist authentisch und wird genauso auch in Griechenland gegessen“, bestätigen die beiden Inhaber.

—

Auch das **Hans im Glück** eröffnete im vergangenen Sommer seine Tore in Pforzheim. Hier können die Gäste nicht nur verschiedene Burger-Kreationen, sondern auch ein ganz besonderes Naturambiente genießen. „Wir laden alle Gäste dazu ein, eine wunderbare Zeit bei uns zu verbringen“, sagt Franchisepartner Ergjan Terzici, der zusammen mit Rehman Akhtar das Restaurant führt. Die Einrichtung vermittelt durch die zahlreichen gekonnt in Szene gesetzten Birkenstämme ein ganz unbeschwertes Gefühl der Entspannung. Im Innenbereich hat es Platz für bis zu 180 Personen; die große Terrasse bietet auf ca. 200 weiteren Plätzen zusätzlich Außengastronomie unmittelbar am Enzufer.

Die Burger-Klassiker – mit saftigem Rind- oder Hähnchenfleisch – können hier mit ausgefallenen Zutaten wie Avocado-Creme, Grillgemüse-Tatar oder Speck und Feigenmarmelade kombiniert werden und tragen verspielte Namen wie „Henne“, „Geißbock“ oder „Sommernacht“. Vegetarier und Veganer kommen nicht nur durch zahlreiche fleischlose Burger-Variationen, sondern auch durch die große Auswahl an Salaten auf ihren Geschmack. Weitere Hans-im-Glück-Filialen kann man in immer mehr Städten, unter anderem in den Metropolen Berlin, München und Singapur, besuchen.

—

Echt italienisch: La Pinsa Romana steht für Frische und Tradition.

Auf der anderen Seite des Bahnhofs – direkt am Landratsamt gelegen – lädt das Restaurant **La Pinsa Romana** zum Essen und Verweilen ein. Es eröffnete bereits im Jahr 2015 und bietet seinen Gästen hauptsächlich die „Pinsa Romana“ an, eine Urform der Pizza die dem antiken Rom entstammt. Nach einer langsamen und natürlichen Sauerteiggärung, die zwischen 48 und 72 Stunden dauern kann, wird der Teig zu einem Oval geformt und auf heißen Kohlen gebacken.

Die Gäste können dann zwischen zahlreichen Variationen ihren Favoriten wählen. Belegt wird das traditionelle Gericht – je nach Geschmack mit frischen Zutaten – wie zum Beispiel Parmaschinken, Büffelmozzarella, Spinat, Pesto oder Artischocken.

Wer jetzt während des Lesens noch keinen Appetit bekommen hat: zum Nachtisch kann übrigens auch eine Pinsa mit Nutella bestellt werden!

„Wir lieben La Pinsa Romana – und genau das schmeckt man! Wir arbeiten täglich mit viel Leidenschaft an unseren Produkten und kreieren stets neue Geschmackserlebnisse, um unsere Gäste zu verwöhnen und zu verzaubern!" sagen die Betreiber der La Pinsa Romana. Wer in Pforzheim nicht genug bekommt, kann auch in den Filialen in Achern, Bühl oder Ludwigsburg seinen Hunger stillen!

—

Frische italienische Küche, Pizza und Pasta im lässigen Ambiente – seit Anfang April kann man dies auch in der neuen **L'Osteria** am Marktplatz genießen. In den letzten Jahren hatte die Gastronomie-Kette gemeinsam mit dem WSP verschiedene Standorte im Innenstadtgebiet geprüft, bevor sich dann durch die Unterverpachtung des Ratskellers mit Hauptpächter Wolfgang Scheidtweiler eine attraktive Möglichkeit ergab.

Hans im Glück bietet Platz für bis zu 180 Personen.

Restaurant Neo
So–Do 11:00–23:00 Uhr
Fr–Sa 11:30–24:00 Uhr
Marktplatz 4
75175 Pforzheim
07231/8006480

Hans im Glück
Mo–So 11:30 Uhr–Ende offen
Jörg-Ratgeb-Straße 15A
75173 Pforzheim
07231/4709410
www.hansimglueck-burgergrill.de

La Pinsa Romana
Mi–Fr 17:00–22:00 Uhr
Sa 17:00–22:30 Uhr
So 17:00–21:30 Uhr
Zähringerallee 9
75177 Pforzheim
07231/4136691
www.pinsaromana.eu

SILVESTERKONZERT

„Barbier von Sevilla trifft James Bond“
im CongressCentrum Pforzheim

Das 25. Silvesterkonzert im CongressCentrum Pforzheim (CCP) am 31. Dezember versprach so einiges, aber vor allem melodische Abwechslung und musikalischen Hochgenuss. Denn es kamen nicht nur die Liebhaber klassischer Walzermusik auf ihre Kosten; die breit gefächerten Stücke luden zu einem Querschnitt durch bekannte und beliebte Film-, Theater- und Opernmusik ein.

In großer sinfonischer Besetzung sorgte das Südwestdeutsche Kammerorchester Pforzheim unter Leitung von Timo Handschuh für einen gebührenden Jahresausklang. Über 50 Musiker füllten den Großen Saal des CCPs zweieinhalb Stunden mit kräftigen, schwungvollen Klängen, unterstützt durch die junge Mezzosopranistin I Chiao Shih, die mit ihrer stimmungsvollen Präsenz das Publikum begeisterte. Und das kam zahlreich: Knapp 1.500 Besucher strömten am Silvesterabend ins CCP, deutlich mehr als in den vergangenen Jahren.

Bereits bei der Planung im Laufe des Jahres 2017 hat das Silvesterkonzert eine Neuausrichtung erfahren: Mit neuem Erscheinungsbild, kundenorientierten Ergänzungen und einem vorgezogenen Beginn auf 18 Uhr werden neue Zielgruppen angesprochen. So wurden im Vorfeld die Konzertbesucher im Foyer des CCP musikalisch-künstlerisch auf den klangvollen Abend eingestimmt – mit einem international renommierten Tangotanzpaar und musikalischer Begleitung durch einen Stehgeiger des Südwestdeutschen Kammerorchester Pforzheim. Außerdem haben kulinarische Arrangements eingeladen, den Silvesterabend in Pforzheimer Restaurants ausklingen zu lassen.

Mit der Verantwortung für das CongressCentrum Pforzheim (CCP) liegt auch der musikalische Höhepunkt zum Jahresende künftig in den Händen des WSP, in den die bislang eigenständige und für das Konzert verantwortliche Pforzheim Kongress- und Marketing GmbH (PKM) integriert wird.

Auch 2018 wartet das Silvesterkonzert mit einem attraktiven musikalischen Programm auf, das von den Mannheimer Philharmonikern gestaltet wird.

INNOVATIONEN DANK DESIGN THINKING

Workshops für Unternehmen im EMMA

Innovationsfähigkeit und Kundennähe sind zentral für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung eines Unternehmens. Nach der großen Resonanz im vergangenen Jahr bietet das EMMA – Kreativzentrum Pforzheim – in Kooperation mit der Handwerkskammer Karlsruhe – erneut Design-Thinking-Workshops für Unternehmen an.

Design Thinking ist eine Methode, um in kurzer Zeit zu kreativen und nutzerorientierten Ideen und Lösungen zu gelangen. Firmen wie Google, SAP oder Facebook wenden die Design-Thinking-Methode zur Innovationsfindung an.

Die Workshops im EMMA richten sich an Unternehmen, die sich mit den zukünftigen Herausforderungen ihres Unternehmens auseinandersetzen und die Design-Thinking-Methode erproben möchten.

Die Workshops behandeln jeweils einen thematischen Schwerpunkt: Am 8. und 9. Juni 2018 können Unternehmen im Workshop „2025 – das Unternehmen von morgen“ ihre Strategie auf den Prüfstand stellen und sich der Frage widmen „Wie sieht die Zukunft des Unternehmens aus und wie kann das Unternehmen auf die damit verbundenen Herausforderungen reagieren?“

„Wie steigere ich meine Attraktivität als Arbeitgeber“ ist das Thema des zweiten Workshops am 23. und 24. November 2018. Die Teilnehmer erarbeiten, auf welche Bedürfnisse sie eingehen sollten, um neue Mitarbeiter anzusprechen, wie Fachkräfte erreicht werden können und wie Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen gebunden werden können.

Anmeldungen für die Workshops können bis zum 18. Mai bzw. 2. November an info@emma-pf.de gesendet werden. Die Teilnehmerzahl ist auf 8 Personen beschränkt, die Teilnahmegebühr beträgt 350 € zzgl. MwSt., inklusive Mittagessen. Es sind keine Vorkenntnisse in Design Thinking oder anderweitige Methodenkenntnisse erforderlich.

Weitere Informationen unter www.emma-pf.de.

FUSSGÄNGERZONE IM NEUEN ANTLITZ

Baumaßnahmen zwischen Leopold- und Marktplatz

Das Jahr 2018 steht ganz im Zeichen der Umgestaltung der Pforzheimer Fußgängerzone. Nachdem Mitte Januar die Arbeiten gestartet sind, fällt eine erste Bilanz nach der kalt-nassen, witterungsbedingt unbeständigen Zeit positiv aus: Verzögerungen im Bauablauf beeinträchtigen keineswegs die weiteren Planungen. Und diese sind detailliert aufeinander abgestimmt, um Mitte November rechtzeitig vor Eröffnung des Pforzheimer Weihnachtsmarktes die Baumaßnahme abschließen zu können.

Ein überschaubarer Zeitraum. Dennoch gilt es, die Bauzeit entsprechend kommunikativ zu gestalten und informativ zu begleiten. Das hat sich der WSP auf die Fahne geschrieben und koordiniert die umfassenden Marketingmaßnahmen sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. So informiert der WSP ausführlich und zeitnah über alle Planungen und den Fortgang der Bauarbeiten auf verschiedenen Kanälen. Interessierte können sich auch vor Ort in der 14-tägig stattfindenden Sprechstunde im Baustellenbüro mit der Baumaßnahme vertraut machen.

Außerdem stehen verschiedene Sympathieaktionen mit dem Baustellenmaskottchen „Goldi“ in den Startlöchern: Den Auftakt bildete bereits am Valentinstag eine Verteilaktion von süßen und blumig-duftenden Präsenten für Passanten in der Fußgängerzone. Auch zu Ostern sorgte Goldi für schokoladige Überraschungen. Am 12. Mai ist in Kooperation mit dem Kommunalen Kino ein filmischer Abend geplant – Baustellenkino ist angesagt und wird für 200 Filmbegeisterte eine kostenlose Aufführung bereithalten. Apropos Aufführung: Zusammen mit dem Stadttheater Pforzheim dürfen sich Musik-, Schauspiel- und Ballettinteressierte über die eine oder andere Baustelleninszenierung freuen.

Einen ersten Höhepunkt bildet das Sommerfest am 30. Juni, das zugleich die Halbzeit der Baumaßnahmen einläutet. Ein abwechslungsreiches Programm für Groß und Klein erwartet Besucher der Fußgängerzone. Mit Unterstützung der ansässigen Einzelhändler und Gastronomen konnte der WSP zudem ein attraktives Gewinnspiel auf die Beine stellen – für Spannung und Freude ist also gesorgt. Auch mit einer Reihe von anderen Aktionen, die in der zweiten Jahreshälfte nicht lange auf sich warten lassen werden.

Mit der Neugestaltung wird die Pforzheimer Fußgängerzone ein neues Gesicht erhalten und damit auch zur Aufwertung des Stadtzentrums grundlegend beitragen.

IM GESPRÄCH

mit Stephanie Tresp,
Galeria Kaufhof

Frau Tresp, Mitte Juli 2017 haben Sie die Geschäftsführung der Pforzheimer Filiale von Galeria Kaufhof übernommen. Wenn Sie die ersten sechs Monate Revue passieren lassen: Sind Sie in Pforzheim angekommen?

Es sind schon fast acht Monate. Ja, ich bin angekommen und fühle mich sehr wohl. Das liegt zu allererst an den netten und motivierten Mitarbeitern, die mich als „Raigschmeggde“ sehr freundlich aufgenommen haben. Wir sind ein tolles Team. Zum anderen ist die Führung eines Warenhauses mit all seiner Vielfalt genau das, was mich beruflich glücklich macht.

Im Vergleich mit anderen Städten: Wie ist der Einzelhandel in Pforzheim ausgerichtet? Womit hat er in unserer Stadt besonders zu kämpfen? Oder was sind hier die Vorteile?

Wichtig ist, dass wir gemeinsam Pforzheim als Einkaufsstadt weiter nach vorne bringen. Hier verstehe ich unsere Filiale nicht als „Außenstelle“ eines Unternehmens mit Firmensitz in Köln, sondern als Pforzheimer Haus, als Teil des Pforzheimer Einzelhandels. Wir müssen sowohl die Pforzheimer als auch die Besucher aus dem Enzkreis begeistern und den unterschiedlichen Shoppingansprüchen gerecht werden, um die Frequenz in der Innenstadt zu erhöhen. Die Erreichbarkeit und infrastrukturelle Anbindung sind gut. Ein besonderes Augenmerk muss einem attraktiven Besatz von Einzelhandelsgeschäften in der City gelten. Ebenso brauchen wir zum Beispiel mehr Cafés, um die Aufenthaltsqualität weiter zu steigern. Die Neugestaltung der Fußgängerzone finde ich seitens der Stadt einen sehr guten Schritt in diese Richtung.

Wie stellt sich Galeria Kaufhof allgemein und hier in Pforzheim für die Zukunft auf? Wie sehen Sie die Chancen des stationären Einzelhandels im Hinblick auf die stetig wachsende Online-Konkurrenz?

Stephanie Tresp leitet seit Mitte 2017 die Pforzheimer Filiale von Galeria Kaufhof.

In der Pforzheimer Filiale haben wir aktuell weitere neue Marken an Bord geholt, um die Wünsche unserer Kunden noch besser zu erfüllen. Dazu zählen zum Beispiel Club of Gents und Selected bei Herrenbekleidung, Lacoste und Boss green & orange bei Herrenschuhen, Under Armour bei Sport sowie Tommy Hilfiger bei Damenhandtaschen und -schuhen.

Insgesamt ist Galeria Kaufhof auf dem Weg vom klassischen Warenhaus zum Omnichannel-Retailer. Die Kunden können unser Unternehmen auf allen Kanälen erleben – ob bequem von zuhause, mobil via Smartphone oder beim Erlebniseinkauf in der City. Seit April 2017 bietet auch unser Pforzheimer Haus den Omnichannel-Service „Reservieren & Abholen“ an. Im Online-Shop kaufhof.de können unsere Kunden nicht nur überprüfen, ob der gewünschte Artikel in der Filiale erhältlich ist. Sie haben darüber hinaus die Möglichkeit, ihn kostenfrei und unverbindlich für zwei Geschäftstage reservieren zu lassen. Bereits seit 2014 werden die Beratungsgespräche in allen Filialen mithilfe von Tablets mobil ergänzt. Alle Produkte können wahlweise an die Wunschadresse des Kunden oder versandkostenfrei in die Filiale geliefert werden. Für diesen Service sind allein in unserer Filiale 16 Tablets im Einsatz, und wir sehen, dass unsere Kunden diese Leistungen gern in Anspruch nehmen. Dass der Online-Handel eine starke Konkurrenz darstellt, steht außer Frage und das merken alle Händler. Daher ist es meiner Meinung nach der beste Weg, mitzumachen, anstatt den anderen von außen beim Spielen zuzusehen.

Mit etwa 140 Mitarbeitern und einer Verkaufsfläche von rund 13.000 m² bietet Galeria Kaufhof als „Platzhirsch“ eine besondere Angebotsbreite und Sortimentstiefe. Wie bewerten Sie die Konkurrenz – in Pforzheim und Region?

Mehr Konkurrenz wäre wünschenswert. Denn nur so wird Pforzheim als Einkaufsstadt noch interessanter und bleibt – trotz seiner „Sandwichposition“ zwischen Karlsruhe und Stuttgart – bei den Menschen erste Adresse, wenn es um Shopping und Erlebnis geht.

Im gesamten Kalenderjahr 2018 haben Sie mit einer Großbaustelle vor Ihrem Haus zu „kämpfen“. Was versprechen Sie sich von der Neugestaltung der Fußgängerzone?

Natürlich bringt so eine Baustelle Einschränkungen und Unannehmlichkeiten mit sich. Ich begreife diese neue Fußgängerzone aber vor allem als Chance, die die Attraktivität der Innenstadt weiter steigert. Gerade junge Familien mit kleinen Kindern profitieren beim Flanieren und Einkaufen von der Verkehrsberuhigung. Ebenso könnte diese Neugestaltung für Geschäfte ein Anreiz sein, sich anzusiedeln. Ich weiß, dass es auch kritische Stimmen dazu gibt, aber wann war Nichtstun schon mal der richtige Weg?

Haben Sie schon Ihren persönlichen Lieblingsort in Pforzheim entdeckt?

Mein Lieblingsort ist (natürlich) unsere Filiale umgeben von meinen Mitarbeitern und den Kunden.

STANDORT-BEKENNTNIS

Traditionsunternehmen Witzenmann investiert am Standort Pforzheim 12 Millionen Euro in weiteres Werk

Das Traditionsunternehmen Witzenmann ist eine Institution in Pforzheim: Durch den Bau eines neuen Firmengebäudes im Pforzheimer Gewerbegebiet Buchbusch bekennt sich der weltweit führende Hersteller von Metallschläuchen und Kompensatoren, Metallbälgen und Fahrzeugteilen erneut zum Standort. Investiert werden rund 12 Millionen Euro – auch in hochmoderne Produktionsanlagen.

Mitte Oktober 2017 fand der Spatenstich für das neue Firmengebäude der Witzenmann GmbH statt: Auf rund 20.000 m² Baugrundstück entsteht, unweit von DHL und Amazon, derzeit ein 7.300 m² großer Gebäudekomplex für Produktion und dazugehörige Verwaltung. Der neue Standort dient der Herstellung von Komponenten für den Witzenmann-Geschäftsbereich Nutzfahrzeuge und Motoren.

Fertigstellung und Bezug des neuen Firmengebäudes, in dessen Zuge der bisherige Standort im Mietobjekt im Brötzinger Tal aufgegeben wird, sind für Sommer 2018 geplant. Entworfen wurde das dreigeschossige Firmengebäude vom Pforzheimer Architekten Peter W. Schmidt.

Bei einem Unternehmensbesuch am Stammsitz konnte Oberbürgermeister Peter Boch Anfang des Jahres das Unternehmen und dessen Produkte kennenlernen. Peter Boch, begleitet von WSP-Direktor Oliver Reitz und Reiner Müller, Geschäftsbereichsleiter Wirtschaftsförderung, hat sich dabei mit der Geschäftsführung intensiv ausgetauscht.

Die Witzenmann GmbH beschäftigt am Standort Pforzheim derzeit rund 2.000 von weltweit insgesamt 4.000 Mitarbeitern.

TOURISTISCHE POTENZIALE STÄRKEN

WSP-Tourismusmarketing

Hansjörg Mair, Geschäftsführer der Schwarzwald Tourismus GmbH, im Austausch mit WSP-Direktor Oliver Reitz in Pforzheims neuer Tourist-Info.

Das WSP-Tourismusmarketing hat bereits im vergangenen Jahr sichtbare Akzente gesetzt und Pforzheim mit der Eröffnung der neuen, modern anmutenden Tourist-Information in dem Bereich ein neu ausgerichtetes „Aushängeschild“ gegeben: Am Schlossberg, zentral und am Laufweg zwischen Hauptbahnhof / Busbahnhof, Schlosskirche und Enzufer gelegen, werden seit Mitte 2017 mit einladender, gesprächsfördernder Raumsituation und einer übersichtlichen Präsentation von Info-Material und Verkaufsartikeln Besucherinnen und Besucher unserer Stadt, aber auch der gesamten Region Nordschwarzwald ansprechend willkommen geheißen.

Unter anderem können sich Interessierte in der Tourist-Info über vielfältige, zielgruppenorientierte Angebote und Programme in der Region umfassend informieren. Diese werden auch in Kooperation mit anderen Tourismusverbänden Baden-Württembergs erarbeitet, stetig aktualisiert und regelmäßig ergänzt, um damit den immer anspruchsvoller werdenden Bedürfnissen nach mehr und individuellen Informationen und Angeboten gerecht zu werden.

Apropos Kooperationen: Ein wichtiger Bestandteil der Arbeit des WSP-Tourismusmarketings ist der Austausch mit anderen Verbänden und Organisationen der Branche, um die Region strategisch für die Zukunft aufzustellen und gemeinsame Projekte in Angriff zu nehmen. So war bspw. Hansjörg Mair, seit Herbst 2017 Geschäftsführer der Schwarzwald Tourismus GmbH, vor wenigen Wochen zu Gast in Pforzheim – und auch in der Tourist-Information. Bei seinem Antrittsbesuch haben sich WSP-Direktor Reitz und Mair intensiv über die touristischen Potenziale in der Region ausgetauscht. Beide setzen auf eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Anfang 2018 hat die Arbeit des WSP-Tourismusmarketings sogleich Fahrt aufgenommen: mit dem Auftritt auf der CMT, der weltweit größten Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit in Stuttgart. Die Stadt Pforzheim präsentierte sich hierbei einmal mehr Messebesuchern aus nah und fern und setzte die touristischen Angebote der Stadt, gemeinsam mit den Partnern der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald und der Karlsruhe Tourismus GmbH, für Interessierte aus dem ganzen Land in Szene.

Auf der Tourismusmesse konnte sich Marleen Hansel, neue Leiterin des WSP-Tourismusmarketings und Elternzeitvertretung von Linda Luickhardt, einen umfassenden Über- und Einblick verschaffen und erste Branchenkontakte knüpfen. Denn die nächsten Aufgaben lassen nicht lange auf sich warten: Info-Flyer und Broschüren gilt es zu aktualisieren, neue Programmangebote zu erstellen – mit dem Ziel, in Pforzheim den Tages- und Tagungstourismus zu stärken. Außerdem werden auch 2018 Jubiläen gefeiert, die das WSP-Tourismusmarketing begleitet und unterstützt, so bspw. „150 Jahre Enztalbahn“ zwischen Pforzheim und Bad Wildbad sowie 50 Jahre Wildpark Pforzheim.

Des Weiteren führt das WSP-Tourismusmarketing ab März 2018 eine Gästebefragung in der Tourist-Information sowie an anderen relevanten Sehenswürdigkeiten in der Stadt durch. Ziel dieser Befragung ist es, die Zufriedenheit der Gäste mit dem Angebot der Tourist-Information sowie den allgemeinen touristischen Leistungen in Pforzheim anhand eines standardisierten Fragebogens zu erfassen. Die Ergebnisse sollen ebenfalls für die Erarbeitung neuer Angebote genutzt werden.

STÄRKUNG DER TOURISMUS-DESTINATION

Hotelentwicklung in zentraler Lage sorgt für neue attraktive Übernachtungsmöglichkeiten in Pforzheim

Spatenstich im Sedan-Carré: Bis Mitte 2019 soll hier das Ibis-Hotel enstehen.

Hotelentwicklungen in Pforzheim schaffen zusätzliches, begehrtes Angebot an anttraktiven Übernachtungsmöglichkeiten.

Derzeit sprießen in Pforzheim verschiedene neue Hotels aus dem Boden – und schaffen damit ein frisches Angebot an attraktiven Übernachtungsmöglichkeiten. Insgesamt über 300 neue Hotelzimmer ergänzen das bestehende Angebot an unterschiedlichen Standorten, aber stets in Innenstadtnähe.

Als starkes Zentrum des verarbeitenden Gewerbes erfreut sich Pforzheim seit Jahren auch als Kongress- und Tagungsstandort großer Beliebtheit. Attraktive Tagungsräumlichkeiten, etwa im CongressCentrum Pforzheim, sowie eine gute Erreichbarkeit zeichnen die Goldstadt dabei aus. Zu einer idealen Infrastruktur, insbesondere für größere und mehrtägige Veranstaltungen, fehlte jedoch bislang eine ausreichende Anzahl an entsprechenden Beherbergungsmöglichkeiten. Eine vom WSP in Auftrag gegebene Hotelbedarfsanalyse bestätigt diesen „Mangel“ an Bettenkapazitäten.

Darauf, dass sich aktuell einiges auf dem Pforzheimer Übernachtungsmarkt bewegt, hat der WSP daher intensiv hingearbeitet: In vielen Gesprächen, etwa auf der jährlichen Immobilienmesse EXPO REAL oder auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin, hat der WSP in den vergangenen Jahren für den Hotelstandort Pforzheim geworben – mit Erfolg, wie sich jetzt zeigt.

Anfang 2017 wurde das alteingesessene „Hotel Ruf“ von der Novum Group aus Hamburg übernommen – und umfassend saniert. 1909 eröffnet, war das „Ruf“ lange Zeit das erste Haus am Platz in Pforzheim. Im Zweiten Weltkrieg zerstört, in den 1950er-Jahren wieder aufgebaut und zuletzt als Studentenwohnheim genutzt, profitieren Gäste nun seit November 2017 von der zentralen Lage der 51 Zimmer. Direkt am Bahnhof gelegen, frisch renoviert und modern eingerichtet weiß das „Novum Hotel Ruf Pforzheim“ seitdem zu überzeugen.

Im Bau befindet sich derzeit das sogenannte „Sedan-Carré“. Südlich der Enz und fußläufig zum CongressCentrum Pforzheim gelegen, wurde das ehemalige Grundstück einer Gold- und Silberscheideanstalt 2015 unter Begleitung des WSP an einen regionalen Investor veräußert. Im vom inhabergeführten und hochwertigen Einzelhandel sowie ansprechender Gastronomie geprägten Sedanviertel entsteht nun neben Wohnungen und 1-Zimmer-Appartements bis Mitte 2019 ein 3-Sterne Ibis-Hotel mit 120 Zimmern. Durch den zentralen Hotelstandort und die Schaffung neuen Wohnraums wird nicht nur das Quartier weiter aufgewertet. Auch der Tagungsstandort Pforzheim profitiert von dieser Neuentwicklung.

Als „Goldstück“ geläufig ist derweil die Projektierung in der Durlacher Straße / Ecke Belfortstraße. Auf dem Gelände einer ehemaligen Schmuckfabrik am Rande der Innenstadt, in Nähe des Bahnhofs, entsteht bis Anfang 2019, neben Wohneinheiten, ein Hotel der Marke Holiday Inn Express. Gäste erwarten dort künftig 140 Zimmer im 3-Sterne-Segment.

Auch in dem städtebaulichen Projekt Innenstadt-Ost sehen Investoren und Betreiber attraktive Möglichkeiten, in Teilflächen eine Hotelnutzung zu integrieren.

Mit diesen neuen Hotelentwicklungen wird der Tagungs- und Tourismusstandort Pforzheim in den kommenden Jahren nachhaltig gestärkt. Ein gutes Angebot an modernen und hochwertigen Übernachtungsmöglichkeiten verbessert zudem für ansässige Unternehmen und deren Geschäftspartner die Standortbedingungen. Außerdem werden durch überregionale Hotelbetreiber auch neue Zielgruppen angesprochen.

PFORZHEIMER WIRTSCHAFTSPREIS

Ehrung herausragender Persönlichkeiten

Musikalische Begleitung durch Miss Mobile.

Talkrunde zum Thema „Eine Jahr Trump – veränderte Rahmenbedingungen für unsere Wirtschaft“.

Preisträger und Laudatoren, zusammen mit Oberbürgermeister Peter Boch und WSP-Direktor Oliver Reitz.

Mit dem Pforzheimer Wirtschaftspreis, der am 9. November vergeben wurde, konnte der WSP das Jahr 2017 mit einem in jeder Hinsicht glanzvollen Highlight krönen. Bereits zum fünften Mal wurden bemerkenswerte Pforzheimer Unternehmerpersönlichkeiten – und damit das Herausragende am Besonderen – geehrt. Denn die Preisträger zeichnen sich allesamt durch innovative Ideen und führendes Know-how, unternehmerischen Mut und leidenschaftliches Engagement aus.

So gingen die Preise in der Kategorie „Innovation und Idee“ an Matthias Zeh, Geschäftsführer der ib company GmbH, in der Kategorie „Marke und Image“ an Cornelia und Michael Geiger, PF Kinobetriebe GmbH & Co. KG, sowie in der Kategorie „Lebenswerk“ an Rolf Nagel, Kreishandwerksmeister und ehemaliger geschäftsführender Gesellschafter der Neon-Nagel GmbH.

Die Jury, die die Preisträger jedes Jahr auswählt, setzt sich aus dem Oberbürgermeister, dem Direktor des WSP, dem Leiter des WSP-Geschäftsbereiches Wirtschaftsförderung sowie Vertretern von IHK, Handwerkskammer, Sparkasse und Volksbank zusammen.

Im Rahmen eines Festakts im mit 600 Gästen sehr gut gefüllten Großen Saal des CongressCentrum Pforzheim wurden die Preise von Oberbürgermeister Peter Boch und Oliver Reitz, Direktor des WSP, gebührend feierlich übergeben. Der Preis gilt Pforzheimer Unternehmerinnen und Unternehmern, die in ihren Bereichen am Standort besonders hervorstechen und mit Strahlkraft auch über die Region wirken.

Als ein erster Höhepunkt des Abends und zugleich Premiere für die Veranstaltung lud eine Talkrunde die Gäste ein, einen interessanten, informativen und kurzweiligen Austausch zu einem aktuellen Thema mit wirtschaftspolitischer Ausrichtung zu verfolgen. Moderatorin Jeannine Tieling diskutierte mit Cornelia Frank, Leiterin Außenwirtschaft & Standortmarketing Wirtschaft (Nordamerika) bei bw-i (Baden-Württemberg GmbH), Philipp Bauknecht, Geschäftsführer medialesson GmbH und Microsoft Regional Director, sowie mit Patrick Stöber, Geschäftsführer Stöber Antriebstechnik GmbH & Co. KG, über „Ein Jahr Trump – veränderte Rahmenbedingungen für unsere Wirtschaft?“. Für die musikalische Untermalung der Veranstaltung sorgte die mobile Frauenband „Miss Mobile“.

Im Anschluss an die Preisverleihung kamen die Gäste zu einem Get-together in entspannter Atmosphäre zusammen. Im Foyer des Großen Saals lud der WSP zu einem Buffet und gab den Besuchern die Gelegenheit zum persönlichen Austausch.

Die Laudationes für die Preisträger hielten Prof. Dr.-Ing. Mike Barth, Hochschule Pforzheim, für Matthias Zeh, Albert Esslinger-Kiefer, Verleger der Pforzheimer Zeitung, für Cornelia und Michael Geiger, und Gert Hager für Rolf Nagel.

Die drei Preisträger durften sich über einen Preis freuen, der nun bereits im fünften Jahr von dem Pforzheimer Goldschmied Oliver Schmidt entworfen und gestaltet wurde.

WIRTSCHAFTSFAKTOR GEWERBEFLÄCHE

Aktuelle Gewerbegebietsentwicklungen in Pforzheim

Die Nachfrage nach städtischen Gewerbegrundstücken ist anhaltend groß. Eine solide Konjunktur kombiniert mit der strategisch guten Lage Pforzheims zwischen den Ballungsräumen Karlsruhe und Stuttgart – mit vier Autobahnanschlüssen an der A8 – begünstigt diese spürbar. Nicht selten können jedoch Grundstücksanfragen von Unternehmen, die in Pforzheim expandieren oder sich neu ansiedeln möchten, nicht bedient werden. Neue Gewerbeflächen sind dringend erforderlich. Denn: Können die Unternehmen nicht wachsen, fehlen auch wichtige Einnahmen in der Stadtkasse. Schlüsselinfrastruktur wie Schulen und Bäder, aber auch Stadtentwicklungsprojekte oder die Pforzheimer Kulturlandschaft bekommen die schmerzhaften Sparzwänge zu spüren.

Um dem Gewerbeflächenmangel empirisch zu analysieren, hat der WSP bereits 2014 ein Gewerbeflächenkonzept auf den Weg gebracht, 2018 soll es fortgeschrieben werden. Das Konzept ermittelt zum einen den perspektivischen Gewerbeflächenbedarf in einer Prognose in verschiedenen mittelfristigen Zeithorizonten. Zum anderen wird eine Vielzahl an Standorten anhand eines Kriterienkatalogs untersucht. Als besonders geeigneter Standort erwies sich das ca. 30 ha große und unmittelbar an der Autobahnausfahrt Pforzheim-Nord gelegene Gebiet „Südlich des Hohbergs“. Der Aufstellungsbeschluss wurde bereits 2015 gefasst; aktuell wird das Planungsrecht vorbereitet. Das ambitionierte Ziel: Ab 2020 ist die Erschließung des Gebietes avisiert, 2022 sollen sich die ersten Firmen ansiedeln können.

Ergänzend dazu rückt ein weiteres Gebiet in den Fokus: Das ca. 68 ha große Gebiet „Klapfenhardt“, nördlich des Gewerbegebiets Wilferdinger Höhe und direkt am Autobahnanschluss Pforzheim-West gelegen. Dieses wird aktuell hinsichtlich seiner Entwicklungsfähigkeit geprüft. Denn es gilt, vielfältige, auch ökologisch relevante Belange zu berücksichtigen und planungsrechtliche Voraussetzungen zu schaffen. Sollte sich das Gebiet als geeignet herausstellen, wird auch diese Gebietsentwicklung mit Hochdruck vorangetrieben – parallel zum Gebiet „Südlich des Hohbergs“. Die Zeitschiene sieht die Erschließung ab 2023 vor.

Damit könnte Klapfenhardt das bisher in die Überlegungen einbezogene gleichgroße „Ochsenwäldle“ „ablösen“. Denn Kosten- und Zeitaspekte könnten im Vergleich zu Klapfenhardt gegen eine Weiterverfolgung dieses Gebietes sprechen. Ende des Jahres wird hierfür die Entscheidung fallen. Fest steht schon jetzt: Die Stadt macht sich auf den Weg, die ca. 100 ha erforderliche Gewerbefläche auszuweisen.

STOLZ AUF 50 JAHRE NATURERLEBNIS

Wildpark Pforzheim

Der Wildpark Pforzheim zählt 70 Tierarten, 400 Tiere und 17 Hektar.

Zu einer wahren Institution ist der Wildpark Pforzheim avanciert. Oberhalb der Stadt gelegen, aber bereits mitten in der Natur bietet das weitläufige Areal ein Zuhause für heimische und zum Teil bedrohte Tierarten und zugleich einen Ort der Entspannung für Besucher, die dieses in der gesamten Region einzigartige Naherholungsangebot zu schätzen wissen.

Dieses Jahr feiert der Wildpark sein 50-jähriges Bestehen mit zahlreichen Aktionen und verweist stolz auf ein erfolgreiches Konzept, das sich im Laufe der Jahre stets weiterentwickelt und den Erfordernissen und Anforderungen an moderne, artgerechte Haltung von Zootieren angepasst hat.

So wird der Wildpark Pforzheim vor allem für seine naturnahen Gehege und seine Haltung mitteleuropäischer Wildtiere in artgemäßen Sozialgruppen geschätzt, worauf auch bereits renommierte internationale Zeitschriften wie „National Geographic“ aufmerksam wurden.

Einst aus einer privaten Initiative entstanden und mit einem Wildschweingehege gestartet, betreibt die Stadt Pforzheim den Wildpark und baute ihn seit den 1970er-Jahren immer weiter aus. Treibende Kraft der Weiterentwicklung ist insbesondere der Förderverein Wildpark Pforzheim e.V. , denn das ständig erweiterte und verbesserte Angebot finanziert sich zu einem Großteil aus bürgerschaftlichem Engagement: Spenden, Tierpatenschaften und Erbschaften unterstützen die Realisierung von verschiedenen Projekten – immer mit Fokus auf den Artenschutz und auf richtige Investitionen an bestehenden und neuen Gehegen.

Heute zählt der Tierpark 70 Tierarten, 400 Tiere und 17 Hektar und bietet für Jung und Alt viel Abwechslung, aber auch viel Informationen. So runden vor allem Erlebnisführungen für Kindergärten und Schulen das vielfältige Angebot ab. Dabei ist der Eintritt kostenlos, als Besucher zahlt man dann sehr gerne die 3 Euro Parkgebühren.

»Ich begrüße es sehr, den Wildpark stärker in das touristische Gesamtkonzept der Stadt Pforzheim zu integrieren. Der Wildpark hat als „Naturerlebnis“ noch Potenzial, mehr Zielgruppen auch in bzw. aus der Region anzusprechen. Die Zusammenarbeit mit dem WSP ist mir daher ein großes Anliegen. Gemeinsam werden wir wichtige und richtige Impulse für die zukünftige Entwicklung des Wildparks setzen können.«

Jan Lauer
Vorstandsvorsitzender,
Förderverein Wildpark Pforzheim e.V.

»Seit 50 Jahren ist der Wildpark Pforzheim beliebtes Ausflugsziel für Jung und Alt. Seine Erfolgsgeschichte ist geprägt von der stetigen Entwicklung neuer Ideen und Aktivitäten wie Tierpatenschaften, der Kombination von Tier- und Klettergarten, dem Kinderbauernhof, Kindergeburtstagen, der Junior-Ranger-Ausbildung und vielem mehr. Wir wünschen Carsten Schwarz und seinem Team alles Gute bei der weiteren Arbeit in der Freizeit-Perle Wildpark! «

Franz-Josef Kron
Vorstandsvorsitzender AGOSI,
Allgemeine Gold- und
Silberscheideanstalt Pforzheim

VERÄNDERUNGEN BEIM WSP

Konsolidiert und mit gebündelter Schlagkraft gerüstet für künftige Aufgaben

Den Blick gerichtet auf eine größtmögliche Kundenorientierung, angetrieben von weiteren Möglichkeiten der Effizienzsteigerung und der Kosteneinsparung, konzentriert auf die wesentlichen Handlungsfelder von Wirtschaftsförderung und Standortmarketing: Beweggründe gab es einige, als der städtische Eigenbetrieb Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim Mitte 2016 konkrete Ideen für ein neues Organigramm vorlegte.

Nachdem bereits zwei Jahre zuvor eine Reduzierung von sechs auf drei Geschäftsbereiche erfolgt war, stand bei der weitergehenden aktuellen organisatorischen Veränderung im Vordergrund, den WSP-Geschäftsbereich „Hallen und Messen“ – bislang in eigenständiger Rechtsform als Pforzheim Kongress- und Marketing GmbH (PKM) geführt – in den Eigenbetrieb WSP zu integrieren.

Pforzheim folgt damit dem Beispiel anderer Großstädte und vereint im neuen WSP-Geschäftsbereich „Standort- und Kongressmarketing“ die Vermarktung als Tagungs- und Tourismusdestination mit denjenigen Aufgabenfeldern, die zu einer Stärkung der Kaufkraftbindung, einer Erhöhung der Aufenthaltsqualität und zu einer identitätsstiftenden Profilbildung beitragen sollen. Mit diesem gebündelten und schlagkräftigen Geschäftsbereich versteht sich der WSP als zentraler Ansprech- und Servicepartner für Einheimische und Gäste und wird nicht zuletzt auch weiterhin Veranstaltungsformate, die diesen Zielen Rechnung tragen, initiieren, begleiten oder durchführen.

Im Zuge der organisatorischen Veränderungen, die im März 2018 durch den Gemeinderat beschlossen wurden, stellt sich der WSP aber nicht

CCP, das CongressCentrum Pforzheim, ist eine beliebte Tagungs- und Veranstaltungsstätte des WSP.

nur im Standort- und Kongressmarketing neu auf. Die Kommunale Statistikstelle wird aus dem WSP ausgegliedert und künftig Bestandteil der städtischen Kernverwaltung. Der Geschäftsbereich „Wirtschaftsförderung“ wird sein Netzwerkmanagement ausbauen und in einem neuen Fachbereich „IT und Medien“ die Aktivitäten rund um diese in Pforzheim sehr dynamische Branche bündeln, das Eissportzentrum „St. Maur-Halle“ wird durch einen privaten Eigentümer und Betreiber fortgeführt. Technische und kaufmännische Aufgaben werden im WSP-Geschäftsbereich „Administration und Finanzen“ zusammengeführt und nun – vom CongressCentrum bis zu den Technologie- und Gründerzentren – geschäfts- und fachbereichsübergreifend zentral koordiniert und umgesetzt.

Nachdem der WSP im Jahr 2007 mit einem bewusst sehr breiten Aufgabenspektrum als städtisches Tochterunternehmen gegründet worden war und unter den langjährigen Führungskräften aus den Bereichen Wirtschaftsförderung, Citymarketing, Tourismusmarketing oder Kongresswesen zunächst mitunter sehr parallel nebeneinander wirkende Strukturen geschaffen wurden, soll künftig das eng vernetzte und projektorientierte Wirken im Vordergrund stehen. So ist es im Standort- und Kongressmarketing das Ziel, dem Kunden, der eine Tagung im CongressCentrum veranstalten möchte, nicht nur bei der Auswahl von Fachreferenten aus Wirtschaft und Wissenschaft im Raum Pforzheim, sondern auch bei der Unterkunftsvermittlung und bei der Gestaltung des Rahmenprogramms als „Full Service-Agentur“ zur Seite zu stehen.

Unternehmerisches Handeln mit enger Anbindung an die Kernverwaltung der Stadt Pforzheim wird somit auch weiterhin die Aktivitäten des Eigenbetriebs Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim prägen. Von der Kreativwirtschaft über die Weihnachtsbeleuchtung und die Tourist-Info bis zum Zentrum für Präzisionstechnik, vom OechsleFest über das Immobilienmanagement und den Pforzheimer Wirtschaftspreis bis zum Hochschulservice – vieles hat den WSP in den letzten elf Jahren geprägt und wird auch weiterhin zum Wohle der Stadt Pforzheim und ihrer wirtschaftlichen Entwicklung in der Verantwortung des WSP liegen.

Dass manches auch beim noch recht jungen WSP bereits eine lange Tradition hat, wurde im Rahmen der WSP-Weihnachtsfeier deutlich, als sich in der Sensi Bar am Schlossberg die aktuellen Kolleginnen und Kollegen mit den ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern austauschen konnten – und erlebbar war, dass hinter großen und kleinen WSP-Projekten Menschen stecken, denen Pforzheim sehr am Herzen liegt.

Professor Dr. Carlo Burkhardt (rechts), langjähriger technischer Geschäftsführer, nimmt die Auszeichnung für OBE entgegen.

PREIS FÜR UMWELTTECHNIK

Auszeichnung geht an OBE

OBE Ohnmacht & Baumgärtner GmbH & Co. KG wurde als Unternehmen aus Baden Württemberg in der Kategorie 2 „Materialeffizienz“ mit dem 1. Platz des Umwelttechnikpreises Baden-Württemberg 2017 ausgezeichnet.

Das Unternehmen mit Sitz in Ispringen und seit vielen Jahren engagierter Partner im WSP-Netzwerk Präzisionstechnik hat den Preis für das Projekt „ressourceneffiziente Herstellung von Hartmagneten aus Recyclingmaterial“ erhalten. Dieses befasst sich mit recycelbaren Magneten, die bspw. auch in Elektromotoren vermehrt zum Einsatz kommen. Dabei führen recycelte Magnete zu zwei Vorteilen: die grundsätzliche Unabhängigkeit von Lieferanten als auch die Distanzierung vom schmutzigen Prozess beim Erzabbau. Denn für die Gewinnung und Aufbereitung von Rohstoffen für die Magnetherstellung werden umweltbelastende Verfahren eingesetzt.

Für OBE eine Kernbotschaft, zumal Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung bei dem Unternehmen eine lange Tradition haben. Energie- und Materialeffizienz spielen eine zentrale Rolle.

Bereits zum fünften Mal hat das Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft den Umwelttechnikpreis Baden-Württemberg vergeben. Die Jury bestand aus Mitgliedern von Politik, Wissenschaft und Unternehmen. Mit dem Preis zeichnet das Ministerium Unternehmen mit ressourceneffizienten Produkten und Verfahren im Bereich Umwelttechnik aus.

Das mittelständische Familienunternehmen wurde im Jahr 1904 gegründet und beschäftigt auf einer Gesamt-Produktionsfläche von 20.000 m² weltweit ca. 500 Mitarbeiter weltweit. Darüber hinaus verfügt es über Vertriebstöchter in Italien, Hongkong & China und über ein weltweites Netz von Handelsvertretern.

ONLINE BUMMELN – LOKAL KAUFEN

Lokalschatz.de

Mit einem Aufsehen erregenden Namen und einem auf den Raum Pforzheim zugeschnittenen Angebot startete im September 2017 die Online-Plattform www.lokalschatz.de der Pforzheimer Zeitung. Der virtuelle Marktplatz bietet den Händlern einen einfachen und risikolosen Einstieg in den Internet-Handel. Recherchiert und gefunden wird im Netz – abgeholt und bezahlt beim Händler vor Ort.

Die Digitalisierung hat das Verhalten der Menschen verändert – und damit auch den Handel. Kaufen immer mehr Kunden im Internet, setzt das die Fachgeschäfte vor Ort enorm unter Druck. Deshalb den Online-Handel als Chance zu begreifen, ist Hintergrund und Zielrichtung von lokalschatz.de, einer vom PZ-Medienhaus betriebenen Plattform. So wollen die Medienmacher den stationären Handel unterstützen, dessen Angebot und Einzigartigkeit sowohl im klassischen Printbereich als auch online darstellen und dafür sorgen, dass in der Region das Angebot des Einzelhandels bunt bleibt.

Dabei wird jeder Händler auf einer eigenen Internetseite mit seinem Angebot präsentiert. Die Kunden können dann in aller Ruhe zu Hause am Rechner oder per Handy nach ihren Lieblingsprodukten recherchieren. Abgeholt und bezahlt wird die bestellte Ware im jeweiligen Geschäft, wo die Kunden fachkundige Beratung erhalten.

Mit lokalschatz.de liegt die PZ voll im Trend. Denn lokale Online-Marktplätze sind stark im Kommen. Nach der erfolgreichen Einführungsphase von lokalschatz.de ist es das Ziel der PZ, noch mehr Waren auf die Plattform zu bringen und möglichst den gesamten Warenbestand der gut 90 Händler aus der Region abzubilden. Außerdem in Planung: „Zentrale Auslieferung, neue Bezahlverfahren sowie eine schnelle Zustellung“, kündigt Projektleiter Wolfgang Altmann an.

Und das macht Gemeinden und Städte zukunftsfähig: Während lokale Händler mit Steuern unter anderem kulturelle und soziale Einrichtungen der Gemeinden unterstützen, den Straßenbau fördern, Arbeitsplätze schaffen und Mitarbeiter schulen, profitiert eine Region von den Umsätzen großer Online-Handelsportale fast nie. Ein lokaler Internet-Marktplatz wie lokalschatz.de schafft zudem Transparenz und stellt das Angebot einer Region gebündelt dar.

Wirtschaft und Stadtmarketing
Pforzheim (WSP)

Lindenstraße 2
75175 Pforzheim

Tel. 07231 39-1857
Fax 07231 39-2595

info@ws-pforzheim.de
www.ws-pforzheim.de