

**„Werbetreff des Schwarzwälder Bote“**

**am 24. September 2008**

**in Schramberg - „Bärensaal“**

**Grußwort OB**

*Es gilt das gesprochene Wort!  
Sperrfrist bis 24.9.2008 – 14 Uhr*

**Sehr geehrter Herr Giebel,  
sehr geehrter Herr Huber,  
sehr verehrte Gäste,  
meine sehr geehrten Damen und Herren,**

**ich heiße Sie namens der Bürgerschaft der Stadt Schramberg, für die ich die Ehre habe im 18. Jahr sprechen zu dürfen, zum „Werbetreff des Schwarzwälder Bote“ in Schramberg herzlich willkommen.**

**Begrüßen darf ich Sie im traditionellen „Bärensaal“, dessen Ursprung auf das 1697 erstmals erwähnte Gasthaus „Bären“ zurückgeht. Ende des 19. Jahrhunderts wurde der „Bären“ vom katholischen Gesellenverein erworben, worauf die Figur des Hl. Josef an der Fassade heute noch hinweist. Saalbau, Hotel und Gaststätte sind in Privatbesitz und wurden vor einigen Jahren grundlegend saniert. In einem für die Stadt wirtschaftlichen Public-Private-Partnership, oder heute auch zunehmend ÖPP - Öffentlich-Privat-Projekt -, wird der „Bärensaal“ auch für unterschiedliche kulturelle Veranstaltungen der Stadt und unserer Vereine genutzt.**

**Wir freuen uns, dass sich die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mit Sitz in Oberndorf für eine Tagung in der Nachbarstadt Schramberg, und damit für eine Stadt im ländlichen Raum, entschieden hat. Hierfür wird oft auch das lateinische Synonym Provinz, als im heutigen Sprachverständnis zurückgebliebene Gegend, verwandt. Aber, meine sehr geehrten Damen und Herren, provinziell heißt nicht, hinter dem Mond, hinter dem Berg zu Hause zu sein. Auch wenn die Talstadt Schramberg mit ihren fünf Tälern landschaftlich reizvoll in die Schwarzwald-Berglandschaft eingebettet ist, so sind wir seit der Industrialisierung im Königreich Württemberg im 19. Jahrhundert bis zum heutigen Tage ein innovativer Wirtschaftsstandort.**

**Obwohl auch Einkaufsstadt und touristisch orientiert, sind wir doch in erster Linie Industriestadt. So sind über 60% der ca. 12.000 Arbeitsplätze in Schramberg dem produzierenden Gewerbe zuzurechnen. Unsere Wirtschaftsgeschichte ist untrennbar mit der Uhr und der feinmechanischen Industrie verknüpft. Die Firma JUNGHANS, die noch mit etwa 110 Beschäftigte in Schramberg produziert, deren Zukunft aber - wie Sie bestimmt der Presse entnommen haben - ungewiss ist, war einst die größte Uhrenfabrik der Welt. Der Name der Stadt Schramberg ist untrennbar mit der Marke JUNGHANS, in der Gesamtbevölkerung eine der bekanntesten Uhrenmarke, verbunden. Deshalb hoffen wir auf eine erfolgreiche Restrukturierung des 1861 gegründeten Unternehmens JUNGHANS am Standort Schramberg.**

**Heute geben allerdings andere Firmen in unterschiedlichen Segmenten den Ton an. Viele arbeiten der Automobilindustrie zu oder stellen Werkzeugmaschinen her. Allein an der Fertigung meines Dienstwagens der Marke Audi sind ungefähr 10 Schramberger Betriebe direkt oder indirekt beteiligt und in rund zwei Dritteln aller Pkws auf der ganzen Erde sind Teile (Gurtfedern) aus Schramberg eingebaut. Die meisten der großen Betriebe sind inzwischen von der Talstadt hinauf in die Stadtteile Sulgen oder Waldmössingen gezogen, so zum Beispiel die Firmen Kern-Liebers, Trumpf Laser ,Carl Haas, Schweizer Electronic oder ArteM (vormals Möbel Moser).**

**Als so genanntes zweites Standbein spielt der Tourismus eine wichtige Rolle. So nutze ich die heutige Gelegenheit gerne, Ihnen, als auswärtige Gäste, auch unsere Stadt kurz vorzustellen. Werbung in eigener Sache scheint mir bei einem Werbetreff nicht unangemessen zu sein!**

**Ich lege Ihnen einen weiteren Besuch unserer Stadt ans Herz. Ein Besuch in unserer Stadt lohnt sich nicht nur wegen der bereits erwähnten reizvollen Landschaft. Ich lade Sie auch ein, die aus den Entwicklungsstufen Adelsherrschaft, Marktflecken und Industriestadt stammenden Zeitzeugen in unserer Stadt zu besichtigen. Um sich ein Bild über die geschichtliche Entwicklung von Schramberg zu machen, empfehle ich Ihnen insbesondere das Stadtmuseum oder den Stadtrundgang „Zeitreise - auf den Spuren Schramberger Geschichte“.**

**Museale Einrichtungen und Ausstellungen sowie historische Gebäude finden sich in allen Stadtteilen. Erst jüngst wurde die bemerkenswerte und von einer privaten Stiftung getragene „Autosammlung Steim“ eröffnet.**

**Empfehlen kann ich Ihnen auch unseren neu gestalteten „Park der Zeiten“, ehemals Villenpark des Fabrikanten Erhard Junghans, dem Begründer der Uhrenindustrie in Schramberg. Bei der Umgestaltung wurden die historischen Elemente des Villenparks erhalten, erlebnisorientierte Angebote für Familien und Kinder sowie Platz für Erholung, Kunst und Kultur geschaffen. Auf der Veranstaltungsfläche neben der „Villa Junghans“, heute Hotel und Restaurant, werden in den Sommermonaten regelmäßig unterschiedlichste Open-Air-Veranstaltungen geboten.**

**Ein derzeit im Entstehen begriffenes Technikmuseum mit dem Titel „Erfinderzeiten“ soll ab dem nächsten Jahr - am Beispiel der Uhr und des Automobils - Schramberger und baden-württembergische Technik- und Wirtschaftsgeschichte zugleich transparent machen.**

**Für kultur- wie musikinteressierte Menschen gleichermaßen interessant ist die benachbarte Stadtpfarrkirche „St. Maria“ mit solitärem Turm, einer 1993/1994 abgeschlossenen und vom Stahlplastiker Professor Hauser umgesetzten Innenraumausgestaltung und der berühmten Walcker-Orgel von 1844. Auf diesem historischen Instrument mit europäischer Kulturbedeutung geben inzwischen Organistinnen und Organisten aus der ganzen Welt Konzerte.**

**Und schließlich möchte ich darauf hinweisen, dass Schramberg auch zu den Hochburgen der schwäbisch-alemannischen Fasnet zählt. Insbesondere die „Da-Bach-na-Fahrt“ am Fasnetsmendig hat sie berühmt gemacht. Sie bringt alljährlich über 20.000 Menschen nach Schramberg.**

**Nachdem ich zu den „Eingeborenen“ der Stadt und nicht zu den „Reischmeckten“, wie dies im Schwäbischen heißt, zähle, könnte ich Ihnen selbstverständlich noch mehr über uns erzählen, will es aber schon aus Zeitgründen mit diesen Hinweisen belassen.**

**Meine sehr geehrten Damen und Herren,  
Städte stehen angesichts der Veränderungen unserer Zeit, wie Globalisierung, demografischer Wandel und anderer Trends verstärkt im Wettbewerb untereinander und nicht zuletzt im Wettbewerb um die „Mangelware Mensch“. Damit lässt sich für mich abschließend mühelos ein Kontext zur heutigen Veranstaltung herstellen, welche Sie nach Schramberg geführt hat.**

**Die Werbung und der Aufbau sowie die Vermarktung eines Images sind für eine Kommune genau so wichtig wie für ein Konsumprodukt. Auch für das Städtemarketing gilt der hinlänglich bekannte und triviale Spruch, dass „der Wurm dem Fisch und nicht dem Angler schmecken muss“. Da nachgewiesen ist, dass Kunden zu 70% und damit überwiegend ihre Entscheidungen unbewusst treffen und selbst die bewussten 30% auch nicht so frei sind, wie wir es in unserem Bewusstsein erleben, spielt das Image eines Produkts oder einer Kommune, spielen Gefühle und Assoziationen, spielen Emotionen eine große Rolle.**

**Daher haben im Rahmen eines Stadtmarketings auch die Originalität, haben gewachsene kulturelle Traditionen eine große Bedeutung, um im Wettbewerb oft vergleichbarer Standorte attraktiv zu sein.**

**Insoweit haben Sie an meinen vorherigen Ausführungen sicher bemerkt, dass wir derzeit verstärkt bemüht sind, das Profil unserer Stadt als Industriestandort auch in historischer und kultureller Hinsicht zu schärfen, um uns auch authentisch nach außen darstellen zu können. Nach innen kann dies identitätsstiftend sein.**

**Andererseits muss nicht nur das Image, sondern muss in erster Linie das Produkt stimmen, um Ihren Kollegen, Professor Alexander Doderer aus Villingen, in einem econo-Interview zu zitieren. In diesem Verständnis sind auch wir bemüht, unsere Stadt mit entsprechenden Einrichtungen und Angeboten noch attraktiver für Familien, Senioren und Touristen zu machen.**

**Dies nach außen darzustellen ist, wie dargetan, Sache des Stadtmarketing, weshalb wir Kommunen auch gute Kunden von Werbeagenturen und vergleichbaren Dienstleistern sind. Auch für uns Kommunen gilt: „Tue Gutes und rede viel darüber“!**

**Meine sehr geehrten Damen und Herren,  
damit komme ich zum wichtigsten Teil einer Rede, ich komme zum Schluss.**

**Unabhängig von den Möglichkeiten der Werbeagenturen etc., Kommunen bei der Außendarstellung zu unterstützen, kann diese Profession auch in ihrer Bedeutung für den Markt als solchen und die Verbraucher nicht unterschätzt werden. Denn „der Erwerb von Dingen - und mit ihm der von Images -, so der Philosoph und Bestsellerautor Richard David Precht, gehört heute zu den wichtigsten Glücksstiftern in der industrialisierten Welt.“**

**In diesem Kontext finde ich es sehr verdienstvoll, dass die Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH seit 17 Jahren mit dem Werbetreff eine Plattform für den fachlichen Dialog und damit auch für die Fortbildung bietet. Insoweit wünsche ich Ihnen gute Erkenntnisse und nach den Vorträgen gute Gespräche beim anschließenden Happening, nachdem der bekannte Volkskundler Hermann Bausinger aus Tübingen mal behauptet hat, Happening käme von Häppchen!**

**Nochmals herzlich willkommen in der baden-württembergischen Stadt, wo sich schwäbisches Tüftlertum und badische Gastfreundschaft und Herzlichkeit paaren!**