BETONUNG.

IM ZUSAMMENSPIEL.

www.investieren-in-sachsen-anhalt.de

TÄTIGKEITSBERICHT

INVESTITIONS- UND MARKETINGGESELLSCHAFT SACHSEN-ANHALT mbH 2007 BIS 2012

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und
Marketinggesellschaft

LEIDENSCHAFT.

INHALT

/// 4: KONZEPT UND KOMPETENZ. Grußworte des Ministerpräsidenten und des Ministers für Wissenschaft und Wirtschaft **/// 6: SERVICE UND STRATEGIE.** Vorwort des Geschäftsführers **/// 8: ENTWICKLUNG UND ENGAGEMENT.** IMG – 2007 bis 2012: Auf dem Weg zur effizienten Landeswirtschaftsförderung. **/// 14: MARKT UND MASSSTÄBE.** Profil und Status der IMG in Sachsen-Anhalt und der Welt. **/// 17:** Arbeit der Akquisition **/// 21:** Projektmanagement **/// 25:** Unternehmensbetreuung **/// 27:** Leistungsbilanz der Wirtschaftsförderung **/// 35:** Standortmarketing **/// 39:** Tourismusmarketing **/// 45:** Sonderaufgaben im Auftrag des Landes **/// 50: ZIELE UND ZUKUNFT.** Strategie für Sachsen-Anhalt: Die IMG und ein starker Wirtschaftsstandort. **/// 57: PROFIL UND PROFESSION.** Vorsitzender und Mitglieder des Aufsichtsrates **/// 58: STRUKTUR UND SCHNITTSTELLEN.** Organigramm der IMG

KONZEPT UND KOMPETENZ.

Dr. Reiner Haseloff
Ministerpräsident des Landes Sachsen-Anhalt

Die friedliche Revolution in der DDR und Osteuropa hat die Welt nachhaltiger verändert, als viele zunächst glaubten. Sie hat uns nicht nur die deutsche Einheit ermöglicht, sondern auch einen Prozess in Gang gesetzt, den wir heute mit dem Schlagwort „Globalisierung“ umschreiben. Zur Realität des 21. Jahrhunderts gehört, dass nicht nur für die Menschen Grenzen gefallen sind, auch Unternehmen sind heute sehr viel freier in ihrer Standortwahl.

Machen wir uns nichts vor, im globalen Wettbewerb zählt nicht nur Standortqualität, sondern auch Vermarktungsqualität. Es macht wenig Sinn, hervorragende Rahmenbedingungen für Unternehmen zu schaffen, wenn niemand von ihnen erfährt. Ein erfolgreiches Standortmarketing ist daher eine Grundbedingung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Landes. Das haben wir in Sachsen-Anhalt erkannt. Und wir wissen: Die Vermarktung einer Region benötigt die Mitwirkung vieler, doch viele Köche verderben den Brei.

Daher haben wir 2007 die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) gegründet. In ihr haben wir die Aktivitäten der Vorgängergesellschaften gebündelt. Investorenbetreuung, Standort- und Tourismusmarketing kamen unter ein Dach. Aufgaben wurden zusammengeführt und Synergien genutzt. Als ehemaliger Aufsichtsratsvorsitzender der IMG habe ich diesen Prozess aktiv begleitet. Besonders wichtig war mir dabei immer, dass die Gesellschaft international aktiv wird und unser Land im Ausland bekannter macht.

Mit der vorliegenden Broschüre legt die IMG Rechenschaft ab, über die von ihr in den letzten sechs Jahren geleistete Arbeit. Sie gibt Zeugnis von ihrem breit gefächerten Aufgabenspektrum und erfolgreichen Wirken. Ich danke der Investitions- und Marketinggesellschaft für die geleistete Arbeit und wünsche ihr künftig viel Erfolg bei der Vermarktung Sachsen-Anhalts als innovatives und aufstrebendes Land mit reicher Kultur und Geschichte.

Dr. Reiner Haseloff,
Ministerpräsident des Landes Sachsen-Anhalt

ERFOLG UND ERFAHRUNG.

Hartmut Möllring, Minister für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt

Sehr geehrte Damen und Herren, die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH kann auf eine erfolgreiche Zeit zurückblicken: Seit ihrer Gründung vor sechs Jahren wurden durch die von ihr betreuten und umgesetzten Projekte in Sachsen-Anhalt fast 1,5 Mrd. Euro investiert und mehr als 9.000 Arbeitsplätze neu geschaffen oder gesichert.

Zudem stiegen die Übernachtungen im Land kontinuierlich an, was ein guter Indikator für die erfolgreiche Arbeit im Tourismusbereich ist. Dafür danke ich der IMG herzlich.

Die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die Entscheidung für einen zentralen Ansprechpartner auf Landesebene und damit für die Begleitung von Investoren und Unternehmen aus einer Hand richtig war.

Die kompetente und kundenorientierte Arbeit der IMG brauchen wir auch in Zukunft, etwa bei der Vernetzung der verschiedenen Branchen. Hier verfügt die IMG über viel Erfahrung, denn auch die Ansiedlung von Unternehmen gelingt nur über eine solche Vernetzung.

Unser Ziel ist, Lücken in der Wertschöpfungskette zu schließen und hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen.

Ich gratuliere der IMG zu ihrem sechsjährigen Bestehen und wünsche allen ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch weiterhin viel Erfolg bei der Gewinnung von Neu- und Erweiterungsinvestitionen sowie bei der Werbung um Touristen.

Hartmut Möllring,
Minister für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt

Dr. Carlhans Uhle, Geschäftsführer, Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

„Unser erfolgreiches Wirken im Sinne der Landesstrategie wird bestimmt durch die richtige Komposition und das akkurate Zusammenspiel. Ich denke, wir haben von beidem das Beste gefunden.“

SERVICE UND STRATEGIE.

DAS VERSTÄNDNIS ALS DIENSTLEISTER KENNZEICHNET DAS WIRKEN DER INVESTITIONS- UND MARKETINGGESELLSCHAFT SACHSEN-ANHALT mbH. PARTNERSCHAFT ALS GRUNDPRINZIP BESTIMMT DABEI NEBEN DEM MARKTVERSTÄNDNIS MASSGEBLICH DEN ERFOLG.

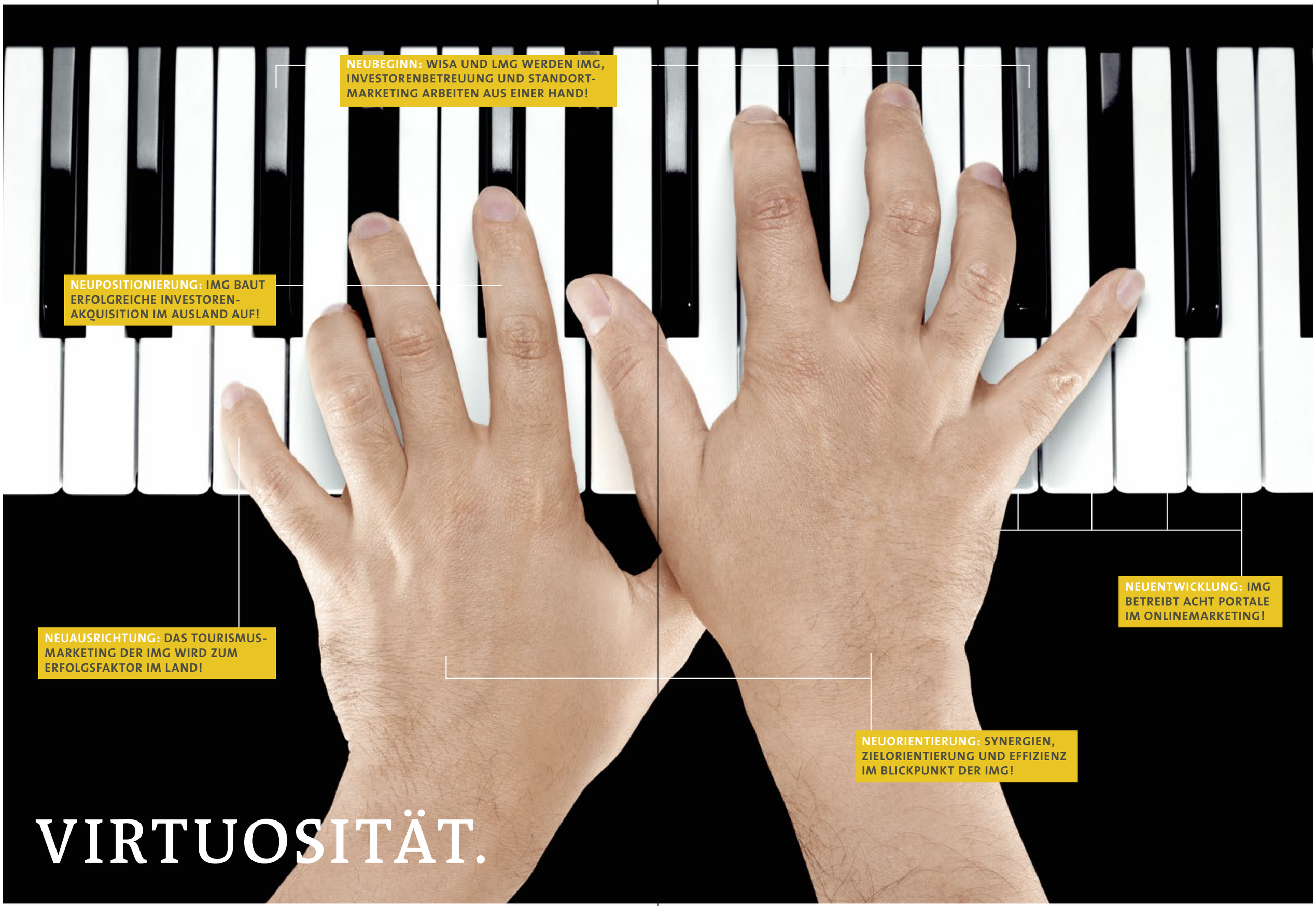
Sehr geehrte Damen und Herren, wir legen Ihnen einen Bericht über die Arbeit der IMG vor: Er zieht Bilanz über die Jahre 2007 bis 2012, gibt einen Überblick über unsere Aktivitäten und zeigt unsere verschiedenen Beiträge für ein wirtschaftlich starkes Sachsen-Anhalt. Vielleicht gibt Ihnen die Lektüre Anregungen, wie auch Sie mit uns zusammenarbeiten können.

Mein herzlicher Dank gilt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der IMG für ihr persönliches Engagement und die ausgezeichnete Arbeit. Bei unserem Aufsichtsrat und der Landesregierung bedanken wir uns für die kontinuierliche Unterstützung. Wir bedanken uns auch bei unseren Partnern, ohne die die vielen Erfolge der IMG nicht möglich gewesen wären; z. B. danken wir den regionalen und lokalen Wirtschaftsförderern, den Standortverantwortlichen, den touristischen Leistungsträgern, den Verbänden, den Kammern, der Investitionsbank Sachsen-Anhalt (IB), dem Landesverwaltungsamt (LVA), der Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH (GTAI), den Clustern/Netzwerken, den Mitarbeitern in den Ministerien und allen andern Partnern. Diese Zusammenarbeit wird auch in Zukunft einen Beitrag dazu leisten, die Wirtschaft in Sachsen-Anhalt weiter nach vorne zu bringen.

Die Aufgaben der IMG erforderten in den Vorjahren nicht, dass wir unsere Dienstleistungen im eigenen Land bekannt machten: entweder weil unsere Zielkunden sich außerhalb des Landes befanden oder weil die Dienstleistungsfunktion für das Land kein eigenes Profil notwendig machte. Infolge der Übertragung weiterer Aufgaben ist es jetzt wichtig – auch mithilfe dieser Broschüre – bei unseren Ansprechpartnern für ein deutlicheres Bild der IMG zu sorgen.

Wir sind in den vergangenen Jahren schlagkräftiger geworden und haben uns den geänderten Anforderungen des Marktes angepasst. Diese Anpassungsfähigkeit wird auch in den nächsten Jahren wichtig bleiben.

Dr. Carlhans Uhle, Geschäftsführer, Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH



NEUBEGINN: WISA UND LMG WERDEN IMG, INVESTORENBETREUUNG UND STANDORT-MARKETING ARBEITEN AUS EINER HAND!

NEUPOSITIONIERUNG: IMG BAUT ERFOLGREICHE INVESTOREN-AKQUISITION IM AUSLAND AUF!

NEUAUSRICHTUNG: DAS TOURISMUS-MARKETING DER IMG WIRD ZUM ERFOLGSFAKTOR IM LAND!

NEUENTWICKLUNG: IMG BETREIBT ACHT PORTALE IM ONLINEMARKETING!

NEUORIENTIERUNG: SYNERGIEN, ZIELORIENTIERUNG UND EFFIZIENZ IM BLICKPUNKT DER IMG!

VIRTUOSITÄT.

ENTWICKLUNG UND ENGAGEMENT.

AUFBAU EINER SCHLAGKRÄFTIGEN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG IN SACHSEN-ANHALT: INVESTORENAKQUISITION, UNTERNEHMENSBEGLEITUNG, STANDORTMARKETING UND TOURISMUSMARKETING UNTER EINEM DACH.

IMG – 2007 BIS 2012: AUF DEM WEG ZUR EFFIZIENTEN LANDESWIRTSCHAFTSFÖRDERUNG.

FUSION 2007: INVESTORENBETREUUNG, STANDORTMARKETING UND TOURISMUSMARKETING UNTER EINEM DACH

Der Aufsichtsrat unter Leitung des damaligen Wirtschaftsministers Dr. Haseloff gab der Wirtschaftsförderung in der Anfangsphase der Legislaturperiode 2006 – 2011 eine neue Aufstellung. Im Laufe des Jahres 2007 nahm die IMG ihre neue Gestalt an.

Die Aufgaben der Wirtschaftsförderung Sachsen-Anhalt mbH (WiSA) wurden mit Aufgaben der Landesmarketinggesellschaft (LMG) fusioniert, sodass drei Aufgabenkomplexe entstanden:

- Investorenbetreuung und Investorenakquisition
- Standortmarketing (sowie Dienstleistungsfunktionen für das Land)
- Tourismusmarketing

Im Bereich Tourismusmarketing bestand der Wunsch, dass die bisher von der LMG vorgenommenen Vertriebsfunktionen privatisiert werden sollten (s. u.). Insofern hatte die IMG in den vergangenen Jahren die Vertriebssteuerung extern vergeben. Alle Aufgaben des Tourismusmarketings verblieben in der IMG.

Die Zusammenlegung der drei Aufgabenbereiche zum Jahresanfang 2007 erfolgte in folgenden Schritten:

- Die WiSA wurde umbenannt in Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, IMG.
- Von der LMG wurden im Wege des Betriebsübergangs gemäß § 613 a BGB die Arbeitsverhältnisse mit allen bisherigen Mitarbeitern – mit Ausnahme der Geschäftsführer – auf die IMG übertragen und von dieser übernommen.
- Von der LMG wurden das zur Aufgabenerfüllung in den Bereichen „Image- und Standortmarketing“ sowie „touristisches Außenmarketing“ notwendige Anlage- und Umlaufvermögen sowie die dazugehörigen Rechte und Pflichten auf die IMG übertragen und von dieser übernommen.
- Die LMG wurde umfirmiert in Tourismus-Marketing Sachsen-Anhalt GmbH. Hier sollte der Tourismusvertrieb etabliert werden, während das strategische und imageorientierte Tourismusmarketing als typische Landesaufgabe bei der IMG verblieb. Intention der damaligen Landesregierung war die Privatisierung des Tourismusvertriebes. In den Folgejahren erfolgte die schrittweise Privatisierung der Gesellschaft, die Ende 2012 abgeschlossen wurde. Alle öffentlichen Gesellschafter haben die Gesellschaft inzwischen verlassen. Damit sind auch in dieser Gesellschaft die Intention der Landesregierung zum Jahresende 2012 umgesetzt und der Tourismusvertrieb privatisiert.
  In der Fusionsphase war Frau Quäschning Geschäftsführerin der IMG bzw. der Vorgängergesellschaften; ab Mai 2007 übernahm Herr Dr. Uhle die Funktion.

WEITERES ZIEL DER FUSION: AUFBAU DER INVESTORENAKQUISITION IM AUSLAND – VOM DEFIZIT ZUR DEUTLICHEN STÄRKE

Die Fusion sollte in der Intention des damaligen Aufsichtsrates primär zwei Defizite abbauen:

- Bündelung der Kräfte (siehe unten)
- Sachsen-Anhalt war im Ausland faktisch nicht aktiv

Die Stärke der WiSA hatte im Bereich des Projektmanagements gelegen; für eine systematische Investorenakquisition hatte es nahezu keine Mittel gegeben. Die Finanzierung des neuen Aufgabengebietes Auslandsakquisition erfolgte mit Bescheid vom März 2008; in den Folgejahren wurde nahezu ausschließlich mit zusätzlichen EU-Mitteln finanziert.

Beim Neuaufbau der IMG wurde dem Aufbau der Akquisition im Ausland vom damaligen Aufsichtsratsvorsitzenden und dessen Stellvertreter höchste Priorität zugeordnet. Die IMG baute die Auslandsakquisition bei Null beginnend auf. Im ersten Schritt wurde geprüft, in welchen Ländern und mit welchen Methoden Sachsen-Anhalt die besten Chancen hat, Investitionen zu gewinnen.

Die IMG ist in den Folgejahren in allen von ihr betreuten Ländern prinzipiell vergleichbar vorgegangen:

1. Im Researchprozess Identifizierung von potenziell interessierten Unternehmen
2. Kontaktaufnahme
3. Besuch des Unternehmens
4. Nachsorge.

Im Laufe der vergangenen Jahre ist das Thema Nachsorge (follow up) immer mehr in den Vordergrund getreten, da sich im Auslandsgeschäft Erfolge immer erst nach vielen Jahren einstellen.

Systematische Akquisition betreibt die IMG in Italien, den Niederlanden, in den USA, China, Indien, Österreich und Skandinavien. Vorübergehend gab es auch begrenzte Akquisitionsmaßnahmen in Middle East und Malaysia.

Bis zum Jahresende 2012 generierte das Auslandsteam der IMG im Ausland 3.599 neue Kontakte (die Gesamtzahl der neuen Kontakte wird in der Leistungsbilanz analysiert). Da diese Kontakte primär bei Zielunternehmen und relevanten Multiplikatoren gemacht worden sind, kann man feststellen, dass Sachsen-Anhalt im Ausland bei den Zielgruppen deutlich bekannter geworden ist.

SYNERGIEN ALS ANTWORT AUF IM KONKURRENZVERGLEICH NIEDRIGE BUDGETS

Eine Herausforderung für die IMG ist es, dass die jeweiligen Aufgaben mit beträchtlich kleineren Etats als in anderen Bundesländern zu erfüllen sind – sowohl in den Bereichen der Wirtschaftsförderung (Investorenbetreuung und Unternehmensbetreuung) als auch im Tourismusmarketing. Die Antworten darauf sind Effizienz und Effektivität.

Wichtige Mittel dabei sind die Nutzung aller Synergien durch die Fusion sowie eine **klare Fokussierung** bzw. **Zielorientierung.**

Neben den „typischen“ Synergieeffekten (Back Office) liegt eine Synergie im **IT-Bereich.** Die IMG (sie betreut zwischenzeitlich acht Websites) hat einen kompletten Relaunch ihrer Internetstruktur hinter sich. Auch die IT-Struktur der IMG wurde komplett erneuert; sowohl die Serverarchitektur als auch die IT-Ausstattung der Mitarbeiter.

Besonderer Wert wird auf das Onlinemarketing gelegt. Der immer noch zu geringe Bekanntheitsgrad des Landes sowie der die Suche im Internet erschwerende Name „IMG“ müssen mit Suchmaschinenoptimierung kompensiert werden. Alle Zielkunden der IMG haben die gleiche Situation: sowohl der Tourist als auch der potenzielle Investor – egal ob aus Stuttgart oder Osaka – sucht uns über Suchmaschinen. Diese Suchmaschinenoptimierung wurde systematisch aufgebaut und leistet einen erheblichen Beitrag, den Bekanntheitsgrad des Landes schrittweise zu erhöhen. Als weiteres Beispiel für den Fortschritt im Onlinebereich ist die Möglichkeit zur interaktiven Routenplanung zu nennen: sowohl für Wanderer als auch für Radfahrer.

Eine wichtige Synergie liegt im neuen CRM-System (Customer-Relationship-Management-System). Zunächst war es ausschließlich für den Bereich Auslandsakquisition vorgesehen. Da die Auslandsakquisition jedoch mit den Projektmanagern im Verlauf des Prozesses zusammenarbeitet, wurden auch die Projektmanager integriert. Künftig werden alle IMG-Bereiche in dieses hoch moderne und effiziente System integriert bzw. zusammengeschlossen: Die gesamte Arbeit mit den Kunden lässt sich in einem System abwickeln. Für die Mitarbeiter ist dies eine große Erleichterung, wodurch ein höheres Arbeitspensum erledigt werden kann.

Für das Management bedeutet das System eine effektive Überwachungs- und Steuerungsmöglichkeit.

FOKUSSIERUNG

Ein weiterer Schwerpunkt in den letzten Jahren war die Fokussierung. So wurden im Tourismusmarketing alle Maßnahmen und alle Konzepte auf zwei Kerngebiete fokussiert: Kultur- und Städtereisen einerseits sowie Aktiv- und Naturtourismus andererseits. Dies ermöglichte beispielsweise eine Reduktion der Anzahl der Publikationen.

Auch in der Ansiedlungsbetreuung gab es eine Fokussierung – die Wertschöpfung der IMG ist natürlich am größten bei Investitionsprojekten, bei denen Standortwettbewerb besteht und bei denen viele Arbeitsplätze geschaffen werden. Insofern beschränkte sich die IMG weitgehend hierauf: So konnte eine im Ländervergleich kleine Einheit gute Erfolge erzielen. Zudem werden jedes Jahr erst die Märkte „gescannt“: in welchen Branchen hat Sachsen-Anhalt Chancen? Worauf sollen wir unsere Mittel fokussieren?

Auch im Bereich der Auslandsakquisition ist eine Konzentration auf wenige Länder notwendig. Um wahrgenommen zu werden und um dauerhaft in der Erinnerung potenzieller Investoren zu bleiben, ist in großen Ländern zudem eine Konzentration auf bestimmte Branchen oder bestimmte Regionen erforderlich.

STÄRKUNG DES WIRTSCHAFTSFÖRDERNDEN CHARAKTERS DER IMG

In der Koalitionsvereinbarung für diese Legislaturperiode 2011 bis 2016 ist festgeschrieben, dass der wirtschaftsfördernde Charakter der IMG zu stärken ist. Eine Folge ist, dass das Standortmarketing eine Begriffsdefinition und eine stärkere Orientierung auf die Wirtschaft bekam.

Das allgemeine Landesmarketing (z. B. die Imagekampagne) ist formell in die Verantwortung der Staatskanzlei übergegangen; die faktische Umsetzung ist bislang weitgehend bei der IMG verblieben.

Wirtschaftsförderung hat zwei Kernaufgaben:

1. Investorenbetreuung
2. Betreuung der ansässigen Unternehmen.

Insofern entsprach es der Anforderung der Koalitionsvereinbarung, dass ab 01.10.2012 auch die Unternehmensbetreuung zu den IMG-Aufgaben zählt.

HERAUSFORDERUNGEN

1. **Internationale Finanzkrise; Projektfinanzierung**

Investitionen in Sachsen-Anhalt von 1990 bis 2008/2009 profitierten in enormem Maße vom Instrument der Projektfinanzierung. Weit überdurchschnittlich viele Projekte wurden in Sachsen-Anhalt mithilfe dieses sehr anspruchsvollen, aber für die Banken risikoreichen Instrumentes verwirklicht. Eine sehr unangenehme Folge der Finanzkrise und der Eurokrise für Sachsen-Anhalt ist das faktisch völlige Verschwinden dieses Finanzierungsinstrumentes.

Die Finanzkrise sorgt generell für eine Verschlechterung der Möglichkeiten der Investitionsfinanzierung. Die IMG hat versucht, dies durch mehr Beratung in Finanzdingen zu kompensieren. Natürlich kann aber das Aufzeigen von Alternativen nicht das europaweite Grundproblem lösen: In der Folge sind Investitionen mit hohem Kapitalbedarf weggebrochen, was sich in den Erfolgsstatistiken der IMG widerspiegelt. Es gelang jedoch, das Wegbrechen von kapitalintensiven Investitionen zu kompensieren durch personalintensive Investitionen (die Schaffung von Arbeitsplätzen ist das wichtigste Ziel der IMG).

2. **Wirtschaftskrise**

Einige Zeit nach Auftreten der Finanzkrise machte sich auch in Deutschland die Wirtschaftskrise bemerkbar, die zu einem Wegbrechen der Investitionen aus dem Inland führte. Dabei machte sich der bereits begonnene Aufbau des Auslandsgeschäftes bemerkbar. Die geringeren deutschen Investitionen konnten kompensiert werden durch ausländische Investitionen.

Trotz einer schnellen Wiederbelebung der deutschen Wirtschaft war dies leider nicht in allen Zielländern der Fall.

Vor allem in unserem stärksten Zielgebiet (Norditalien) liegen einige Investitionen „auf Eis“, da man zunächst die Risiken im Inland abwarten möchte. Seit 2011 hören wir in China und USA immer wieder die Skepsis, ob es gut sei, wegen des Euro in Europa zu investieren (dabei wird Deutschland durchaus positiv gesehen).

3. **Fördermittel**

Prinzipiell gibt es zwei unterschiedliche Gründe, warum an einem bestimmten Ort investiert wird:

/// die Nähe zu einem Markt oder
/// Kostenvorteile.

Die wichtigsten Kostenvorteile der neuen Bundesländer sind Fördermittel und die Kostenstruktur. Die Fördermittel werden seit Jahren immer weniger. Auch mit Hilfe der IMG (Schaffung neuer Arbeitsplätze) erhöhen sich am Markt für Arbeit die Löhne. Sachsen-Anhalt und IMG müssen diesen Prozess des Nachlassens der monetären Vorteile kompensieren.

4. **Aktive Investorenansprache**

Bis vor einigen Jahren kam der größte Teil der von der IMG betreuten Investitionsentscheidungen durch Kontakte von der IIG – Invest in Germany GmbH (GTAI) oder dem Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft (MW) zustande. Diese Vermittlungen sind sehr selten geworden. Investitionsentscheidungen durch Kontakte von GTAI sind praktisch zum Erliegen gekommen. Die IMG ist stärker auf eigene Kontakte und auf die Kontakte der Partner in Sachsen-Anhalt angewiesen; dies zeigt, dass die vom Aufsichtsrat bei der Fusion vorgegebene Zielrichtung richtig war.

5. **Der Wettbewerb um Erweiterungsinvestitionen**

Obwohl die Betreuung der in Sachsen-Anhalt ansässigen Unternehmen laut Satzung der IMG obliegt, wurde diese Aufgabe circa zehn Jahre lang nicht wahrgenommen. Damit fehlte aber auf Landesebene eine Einheit, die alle Landesthemen mit den Unternehmen besprechen bzw. moderieren kann. Auch wenn die Wirtschaftsstruktur des Landes weiterhin dringend Neuansiedlungen benötigt, so wäre es falsch, die Bestandsunternehmen zu vernachlässigen. Hierbei sollte für die IMG der Fokus auf die aus Landessicht wichtigen Unternehmen liegen.

Diejenigen Unternehmen in Sachsen-Anhalt, die als Konzern-Unternehmen einem dauerhaften Standortwettbewerb um Mittel für neue Investitionen unterliegen, sollten von einer Einheit des Landes betreut werden. Ein Beispiel: Beim Besuch einer Konzerntochter in Sachsen-Anhalt im Rahmen der Unternehmensbetreuung wurde festgestellt, dass „unser“ Standort mit Standorten in der Slowakei und in Polen im Wettbewerb um eine hohe zweistellige Millioneninvestition steht. Die Chancen des Standortes wurden durch das Mithelfen der IMG erhöht. Sachsen-Anhalt ist in eine Phase eingetreten, in der die bisherigen Vorteile geringer werden; die koordinierte Unterstützung durch das Land hilft im Wettbewerb um Investitionen. Wenn eine optimale Betreuung der Unternehmen unterbleibt, gehen dem Land Sachsen-Anhalt Steuereinnahmen und Arbeitsplätze verloren.

KOMPLETTIERUNG DES DIENSTLEISTUNGSANGEBOTES

Seit dem 01.10.2012 kann die IMG die komplette Wertschöpfungskette der Wirtschaftsförderung anbieten: von der Akquisition über das Projektmanagement bis hin zur Betreuung der ansässigen Unternehmen. Die Betreuung des Unternehmens endet nicht mehr mit der Ansiedlung.

Das Key-Account-Management für die zu betreuenden Unternehmen wurde auf die bestehenden Branchenteams der IMG übertragen. Es wird also keine neue Einheit aufgebaut, sondern eine Integration der neuen Aufgabe ist erfolgt. Hierfür spricht, dass das Branchenwissen und die Kenntnis der Unternehmen in der IMG bereits vorhanden sind. Die wichtige Abgrenzung zu den regionalen Wirtschaftsförderungen funktioniert durch eine enge Zusammenarbeit und durch eine Beschränkung auf Unternehmen mit landesweiter Bedeutung.

KLANGFÜLLE.

POTENZIAL: DAS STANDORTMARKETING UNTERSTÜTZT DIE INVESTORENGEWINNUNG UND DIE ANSÄSSIGEN UNTERNEHMEN.

POSITION: FOKUSSIERUNG DES MARKETINGS AUF DEN KUNDEN.

PARTNERSCHAFT: DIE IMG BIETET DIE SERVICELEISTUNG DES LANDES FÜR INVESTOREN: VON DER STANDORTSUCHE BIS ZUM PRODUKTIONSSTART.

PROFILIERUNG: DIE IMG IST DIE EINHEIT MIT DER STÄRKSTEN INTERNATIONALEN VERNETZUNG INNERHALB DER LANDESVERWALTUNG.

Doris Benner,
Co-Chairperson, AmCham Germany,
Region Leipzig und Sachsen-Anhalt

Im November 2012 wurde erstmalig auf Einladung des Ministerpräsidenten Haseloff ein **Thanksgiving-Dinner** durch die IMG umgesetzt. Diese nordamerikanische Tradition des „Danksagens" wurde auch in Sachsen-Anhalt zum Anlass genommen um das Engagement der US-Firmen und deren Beteiligungsunternehmen in der Region zu würdigen.

„Die persönlichen Kontakte zur Landesregierung und der IMG helfen den amerikanischen Unternehmen in Sachsen-Anhalt, einfach vielfältige Synergien herzustellen. Das Thanksgiving Dinner 2012 in Dessau gab die Gelegenheit dazu. Wir freuen uns schon auf das nächste Mal."

MARKT UND MASSSTÄBE.

DIE IMG SORGT MIT DAFÜR, DASS UNTERNEHMEN IN SACHSEN-ANHALT WIRTSCHAFTLICH AKTIV SIND. DIE IMG TRÄGT DAZU BEI, DAS IMAGE DES WIRTSCHAFTSSTANDORTES ZU VERBESSERN UND ZU SCHÄRFEN. SACHSEN-ANHALT SOLL ALS KULTUR- UND REISELAND PROFILIERT UND ALS NATUR-TOURISMUSDESTINATION AUSGEBAUT WERDEN.

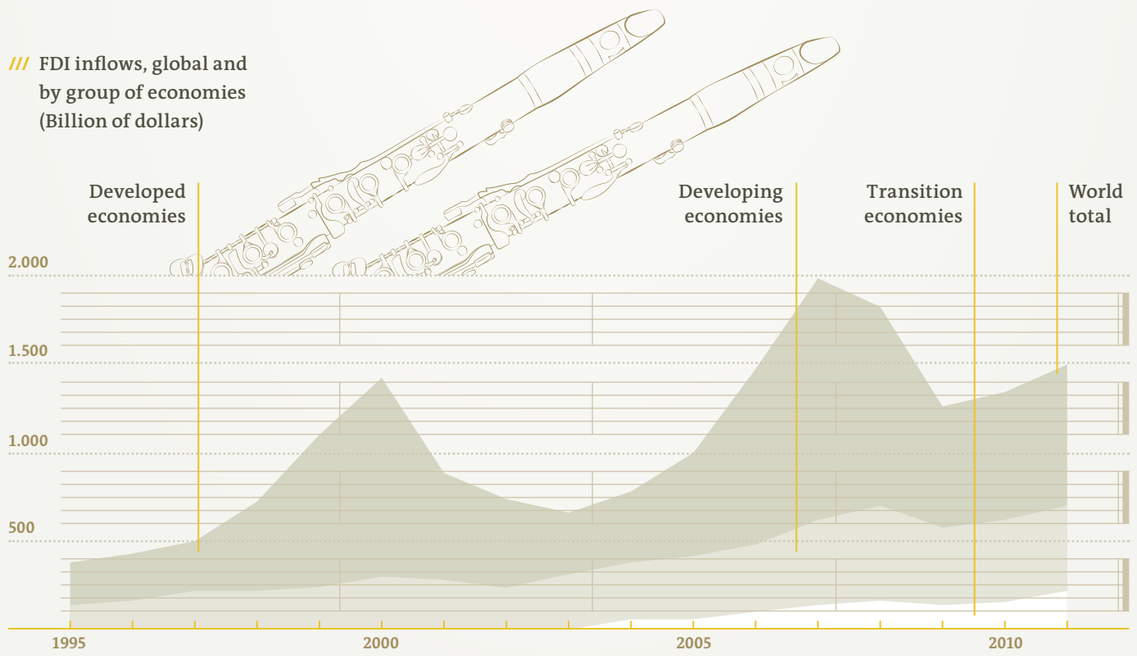
PROFIL UND STATUS DER IMG IN SACHSEN-ANHALT UND DER WELT.

ARBEIT DER AKQUISITION

Im Rahmen der EFRE-Förderperiode 2007 – 2013 wurde dem Ministerium für Wirtschaft und Arbeit (heute Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft) das Projekt „Aufbau eines internationalen Akquisitionsnetzwerks" bewilligt. Mit der Projektdurchführung wurde die IMG Anfang 2008 für den Zeitraum bis Ende 2014 beauftragt. Der IMG steht für die Realisierung ein Gesamtbudget von 8,07 Mio. Euro zur Verfügung. Die Projektfinanzierung erfolgt zu 100 Prozent aus EU-Mitteln. Sachsen-Anhalt steht weltweit mit anderen Standorten im Wettbewerb um Investitionsprojekte. Neben den staatlichen Investment-Promotion-Agenturen treten vorrangig die Regionen mit ihren Wirtschaftsförderungen als Konkurrenz zu Sachsen-Anhalt auf.

Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hatte ihren Höhepunkt im Zeitraum 2008 bis 2010 und damit während der Projektlaufzeit. Die Nachwirkungen sind heute noch offensichtlich und viele Unsicherheiten speziell im Euroraum wirken sich negativ auf das Investitionsgeschehen aus. Dies verdeutlicht die nachfolgende Graphik der UNCTAD. (United Nations Conference on Trade and Development).

/// FDI inflows, global and by group of economies (Billion of dollars)



Source: UNACTAD, based on annex tablel.1 and the FDI / TNC database (www.unctad.org/fdistatistics).

/// 2011: Grundsteinlegung Arvato AG im Industriepark Halle-Queis
/// 2012: Thanksgiving-Dinner im Bauhaus Dessau (v. l.)

/// 2012: COIFAIR – The 3rd China Overseas Investment Fair in Peking – Vortrag Oliver Köhn – Akquisition IMG /// 2012: Delegationsreise USA – Stanford University – MP-Rede (v. l.)

Es ist unumstritten, dass die Akquisition von Investitionen den entscheidenden Beitrag zum Wirtschaftswachstum und zur Erhöhung des Beschäftigungsgrades leistet.

Das im Rahmen des Projektes aufgebaute Team der IMG besteht aus sieben angestellten Mitarbeitern. Dazu kommen externe Dienstleister, die jeweils für einzelne Märkte und Regionen mit der Identifizierung möglicher Investitionsprojekte (lead generation) betraut wurden.

In zwei Ländern wurden Kontaktbüros eingerichtet, um den speziellen Anforderungen der Investoren gerecht zu werden. 2008 eröffnete die IMG das erste Büro in Mailand (Italien). Das Büro ist extern mit einer Italienerin besetzt, um so die sprachlichen und kulturellen Barrieren zu überbrücken. Die Koordination erfolgt vom Standort Magdeburg aus. Zudem finden regelmäßige Reisen nach Mailand in Verbindung mit Unternehmensbesuchen statt. Neben der Akquisition von Investitionsprojekten übernimmt das Büro organisatorische Aufgaben, wie zum Beispiel die Vorbereitung und Begleitung von zwei Besuchen des damaligen Wirtschaftsministers Dr. Haseloff sowie der Besuch des Ausschusses für Wirtschaft und Arbeit des Landtages Sachsen-Anhalt im Jahr 2009. Das Italienbüro arbeitet eng zusammen mit verschiedenen italienischen Unternehmerverbänden, mit deren Unterstützung bereits eine Vielzahl von Investorenkonferenzen durchgeführt wurde. Auch mit der AHK in Mailand besteht eine enge Zusammenarbeit. Jedes Jahr werden mindestens zwei Investorenwerbeveranstaltungen und Workshops in den verschiedensten Regionen Italiens durchgeführt. Ein weiteres zukunftsweisendes Projekt der Arbeit des Italienbüros ist die Initiierung einer Hochschulkooperation zwischen der Universitá Cattolica in Mailand und der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Seit 2011 gibt es einen dualen Studiengang, der Studenten die Möglichkeit bietet, an beiden Universitäten gleichzeitig einen Abschluss zu erlangen.

Das Ergebnis der kontinuierlichen Arbeit in Italien ist ein hervorragendes Netzwerk, wobei das Hauptaugenmerk auf dem wirtschaftsstarken Norden Italiens liegt. Durch die Kontakte konnten viele Investitionsinteressenten identifiziert werden. Italien hat sich zu einem Zielmarkt entwickelt, aus dem mittlerweile viele Investitionen für Sachsen-Anhalt kommen.

Das China-Büro in Jiangyin wurde ebenfalls 2008 eröffnet. Jiangyin in der Jiangsu-Provinz liegt ca. 150 km von Shanghai entfernt und somit in einer der wirtschaftsstärksten Regionen Chinas. Das Büro wird von einem Mitarbeiter der IMG sowie einer freien Mitarbeiterin besetzt. Es hat einige politisch begleitete Unternehmerbesuche in China gegeben, die durch das Büro organisiert und betreut wurden. Aufgrund der sprachlichen Barrieren und der kulturellen Unterschiede ist eine Betreuung der Unternehmer vor Ort besonders wichtig. Das IMG-Büro ist für viele chinesische Unternehmen die erste Anlaufstation.

Die USA sind die größte Quelle für ausländische Direktinvestitionen. Bedingt durch die Größe des Marktes sowie die begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen ist eine Konzentration auf bestimmte Branchen und Regionen wichtig. Zeitweise wurde zur Unterstützung ein externer amerikanischer Dienstleister mit der Vorqualifizierung und Erstansprache von Unternehmen beauftragt. Dadurch entstanden größere Kapazitäten zur Bearbeitung erfolgversprechender Leads.

Innerhalb Europas konzentriert sich die IMG auf die Länder Niederlande, Belgien, Österreich, Schweiz sowie Teile Skandinaviens. Auch hier finden in regelmäßigen Abständen Reisen in die Regionen statt, um mögliche Investitionsprojekte zu identifizieren. Die IMG ist Gründungsmitglied des Vereins „Netzwerk Niederlande Mitteldeutschland“. In Frankreich wird seit Ende 2011 die Akquisition von Leads durch einen externen Dienstleister gewährleistet.

Die Zielregion Indien wird seit 2009 bearbeitet. In der Regel finden fünfmal im Jahr Reisen in große Industrieballungszentren wie Chennai, Delhi oder Kolkata zu indischen Unternehmen statt. Derzeit wird Israel als weiterer Markt aufgebaut.

Für die unterstützende Pressearbeit und das Onlinemarketing ist eine eigene Mitarbeiterin verantwortlich. Zu ihren Aufgaben gehören u. a. die Erstellung der verschiedensprachigen Newsletter, die Auswahl geeigneter Medien für Anzeigenkampagnen zur Präsentation des Investitionsstandortes Sachsen-Anhalt und die Medienbeobachtung. Die Auslandsmärkte sind für Sachsen-Anhalt weit entfernt.

Da der finanzielle Reiseaufwand hoch ist und gleichzeitig im Auslandsgeschäft nur lange währende Kontakte erfolgreich sind, hat die IMG im Auslandsbereich ein eigenes, automatisiertes Follow-up-System entwickelt, um so den enormen Kontaktpflegeaufwand abdecken zu können. Dadurch wird kostengünstig eine individuelle Ansprache aller Kontakte möglich. Alleine in 2012 führte die IMG 3.488 Follop-up-Kontaktmaßnahmen durch!

Sachsen-Anhalt war zu Beginn des Projektes im Ausland weitgehend unbekannt. Dies hat die IMG in den Zielländern bei ihren Zielgruppen definitiv geändert.

Die Erfolge lassen sich auch statistisch messen: Seit 2008 wurden 3.599 neue Einzelkontakte generiert. 55 „leads“ konnten dem Projektmanagement übergeben werden, davon sind noch 51 aktiv.

Sechs Einzelprojekte wurden durch das vom Bundesministerium des Inneren ausgelobte Programm „Investorenwerbung und Förderung von Marktstrategien zur Standortsicherung klein- und mittelständischer Unternehmen in den neuen Bundesländern“ kofinanziert.

Dr. Christof Günther, Geschäftsführer der Infra-Leuna GmbH und Sprecher des Netzwerkes der mitteldeutschen Chemiestandorte CeChemNet

Die IMG hat 2011 erfolgreich eine **Investorenveranstaltung in Houston, Texas,** mit Vertretern der Chemieparks in Sachsen-Anhalt und Partnern des CeChemNets zur Bewerbung des Chemiepark-Konzeptes umgesetzt, aus der vielversprechende Projektansätze resultierten.

„Die hoch professionelle Arbeit der IMG hilft uns dabei, die Chemiestandorte Mitteldeutschlands weit über die Grenzen Sachsen-Anhalts hinweg bekannt zu machen. Gerade bei Auslandsaktivitäten sind das Wissen der Mitarbeiter und die koordinative Unterstützung wesentlich.“

/// 2010: Pressekonferenz Manuli Stretch in Schkopau – Wirtschaftsminister Dr. Reiner Haseloff, Dr. Carlhans Uhle, Geschäftsführer der IMG, und Ulf Hamann, Geschäftsführer Manuli Stretch Deutschland GmbH (v. l. n. r.) /// 2012: Spatenstich Helios / Nagel Group, Gewerbegebiet Großkugel der Gemeinde Kabelsketal, u. a. mit Sts. Michael Richter (rechtes Bild)

PROJEKTMANAGEMENT

Der satzungsmäßige Auftrag an die IMG ist die Förderung der Ansiedlung neuer Unternehmen sowie die Beratung und Betreuung ansässiger Betriebe. Durch diese unentgeltlichen Serviceleistungen des Landes Sachsen-Anhalt gilt es, die wirtschaftliche Struktur des Landes Sachsen-Anhalt zu verbessern und Arbeitsplätze zu schaffen und zu erhalten.

Ansiedlung und Unternehmensbetreuung sind die Kernaufgaben der Wirtschaftsförderung.

Investitionschancen aufzuspüren, Unternehmer anzusprechen, den passenden Standort zu finden, über Fördermittel und Finanzierungsmöglichkeiten aufzuklären, über den Arbeitskräftemarkt zu informieren, Unternehmer und Kommunalvertreter zusammenzubringen und bei Genehmigungsverfahren zu helfen – das sind die zentralen Aufgaben der IMG.

Das Projektmanagement-Team ist Dienstleister und Kommunikator für Unternehmen. Das Interesse des investierenden Unternehmens steht hierbei im Zentrum seiner Aufmerksamkeit. Entsprechend der relevanten Probleme navigiert das Projektmanagement die Unternehmen zu den verantwortlichen Entscheidern im Land.

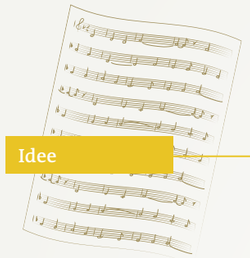
Die IMG hat über die Jahre ihres Bestehens einen festen Stamm von erfahrenen Mitarbeitern aufbauen bzw. erhalten können. Das Team verfügt über Mitarbeiter mit durchgängig wissenschaftlicher Ausbildung und Fremdsprachenfähigkeiten. Die Mitarbeiter arbeiten vertriebsorientiert, zeichnen sich durch tiefgehende Branchenkenntnisse aus, verfügen über ein qualitativ wertvolles, breit aufgestelltes Netzwerk innerhalb Sachsen-Anhalts und darüber hinaus. Dieses Team ist es gewohnt, flexibel zu agieren, auch über Bürozeiten hinaus. Innerhalb der IMG wird der Servicegedanke für die Unternehmen im Land gelebt und führt zu einer großen Akzeptanz im Kreis der Unternehmerschaft und der Politik.

Im Falle der Unternehmensansiedlung bedeutet Projektmanagement, den Prozess einer Unternehmensansiedlung sehr genau zu kennen bei gleichzeitiger Empathie für die Denkweise der Unternehmer.

Unternehmen suchen sowohl in der Neugründung als auch in Expansionsphasen den optimalen Standort, denn dieser beeinflusst wesentlich den wirtschaftlichen Erfolg.

Die **Standortsuche** erfolgt anhand von wirtschaftlich geprägten qualitativen und quantitativen Standortkriterien, die durch das Unternehmen festgesetzt und anhand interner Rankings bewertet werden. Damit befindet sich das Bundesland Sachsen-Anhalt oft im **weltweiten oder europaweiten Standortwettbewerb.**

Die **Standortkriterien** im produzierenden Gewerbe sind kosten- und rentabilitätsbezogen. Sie beziehen sich vielfach auf die Energie- und Rohstoffverfügbarkeit, den Ordnungsrahmen, die Infrastruktur, den Bereich Markt und Kunden, das Innovationsumfeld und die Wertschöpfungsketten. Auf diese Kriterien muss der Projektmanager zur Bewerbung um ein Investitionsprojekt in Sachsen-Anhalt detailliert eingehen. Kosten, Bürokratieaufwand, die Verfügbarkeit von Fachkräften sowie Arbeitsbeziehungen im Bundesland spielen eine primäre Rolle für den Unternehmer. Staatliche Förder- und Finanzierungsinstrumente, Technikfreundlichkeit, hohe Innovationskraft des Umfeldes, geringe Störung durch Arbeitskämpfe, niedrige Lohnstückkosten,



/// Aufgaben des Projekt-managements

Idee

Standortberatung

/// Auswahl investoren-spezifischer Standorte
/// Standortbesichtigungen
/// Unterstützung bei Kauf- und Pachtverhandlungen
/// Konkrete Standort-angebote innerhalb 24 h

Business-Case und Projektplanung

/// Aufbereitung branchen-spezifischer Standortfaktoren
/// Bereitstellung standort-relevanter Daten
/// Unterstützung bei der Planung, Durchführung
/// Organisation von Betriebsbe-sichtigungen erfolgreicher Unternehmen in Sachsen-Anhalt

Behördenmanagement

/// Unterstützung bei Anträgen
/// Sicherstellung der Fristenwahrung
/// Begleitung der Genehmigungs-verfahren

Finanzierungsberatung

/// GA-Fördermittel, Personalförderung
/// Bürgschafts- und Kreditprogramme
/// Kontaktherstellung zu Banken
/// Vorbereitung von Bankterminen

Investition

Quelle: eigene Darstellung

leistungsfähige Zulieferer, vorhandene Immobilien, Außenwirtschaftsförderung sowie personalisierter Service im Rahmen der Standortsuche bringen positive Impulse für eine engere Standortauswahl unseres Bundeslandes. Im Rahmen der **Standort-präsentationen des Projektmanagements** werden den Unternehmern ausführliche Informationen zu den Investitionsbedin-gungen in Sachsen-Anhalt erarbeitet. Diese versetzen den Kunden/Unternehmer in die Lage, Sachsen-Anhalt in den interna-tionalen Standortentscheidungsprozess einzubinden.

Der gelebte Servicegedanke in der IMG be-inhaltet darüber hinaus auch den **Anspruch, rund um die Uhr für den Unternehmer ansprechbar zu sein** und gewünschte Informationen schnell und umfassend zu liefern. Dabei bilden der vorausschauende Charakter der gelieferten Daten als auch die Qualität der gelieferten Informationen einen vertrauensbildenden Kontext zum Unternehmer, was entscheidend die Stand-ortwahl beeinflussen kann.

Im Weiteren gilt es nun den **Ansiedlungs-prozess für den Unternehmer in Zeit, Aufwand und Geld zu optimieren.** Dabei spielen die enge Zusammenarbeit mit den Ministerien, Behörden, insbesondere der Investitionsbank, und den Standorten eine entscheidende Rolle. Hier stehen die Mitarbeiter der IMG unablässig an der Seite der Unternehmer und geben seinen Bedürfnissen und Anforderungen ein Sprachrohr, eine persönliche Begleitung, einen Sparring-Partner im Prozess der Un-ternehmensansiedlung in Sachsen-Anhalt.

Der Prozess von der Standortsuche bis zum eigentlichen Produktionsstart kann sich bis zu zwei Jahren strecken. Wäh-rend der ganzen Zeit gilt es, den Kontakt zum Unternehmen zu halten, weitere Schritte zu besprechen, Standortbesuche vorzubereiten, Finanzierungsgespräche anzubahnen, Fördermittelanträge zu be-gleiten als auch die Kommunikation mit den beteiligten Partnern im Land gemäß den Informationslagen zu verstetigen.

Mit diesem personalisierten Service für die Unternehmer agiert die IMG als **ein-zigartiger Kompetenz- und Know-How-Träger in Sachsen-Anhalt.** Die Fähigkeit der IMG, diesen Prozess auch in mindes-tens englischer Sprache zu begleiten, gehört zum Standard der Unterneh-menskultur.

Die Mitarbeiter des Projektmanagements der IMG sind Lotsen. Sie führen das Pro-jekt durch die Verwaltungsprozeduren – und helfen manchem Unternehmer, sein eigenes Projekt zu strukturieren.

Eine der wichtigsten Aufgaben des Wirtschaftsförderers ist der Know-how-Transfer zum Unternehmer durch Teamwork mit internen und externen Wissensträgern.

Externe Kapazitäten wie die Ministerien, Landesverwaltungsamt, Investitionsbank, Hochschulen, Landkreise, Kommunen, Ban-ken, Zulieferer von Rohstoffen, Versorger, Dienstleister, Ingenieurbüros sind dabei zielgenau in den Prozess der Ansiedlung mit einzubinden. Das bedarf einer hohen Kom-munikationskompetenz und Erfahrungen im Unternehmensentscheidungsprozess in der Ansiedlungsphase. Die Erstellung vorbereitender Unterlagen und Informa-tionen für die jeweiligen Partner spielt in der Kommunikation eine Schlüsselrolle für einen optimalen Ansiedlungsprozess.

Kernkompetenzen des Projektmanage-ments der IMG:

/// Datenbank mit detaillierten Angaben zu rund 200 Gewerbe- und Industrie-gebieten sowie rund 200 Industrie-hallen in Sachsen-Anhalt

/// 2011: Grundsteinlegung GreatView Aseptic Packaging Manufacturing Gmbh im Starpark A14 Halle – Ministerpräsident Dr. Reiner Haseloff und Gang Hong, Greatview's Chairman and Executive Director
/// 2012: Treffen der Wirtschafts-förderer in Naumburg (v. l.)

/// Fundiertes Wissen über Förder-möglichkeiten für betriebliche Investitionsvorhaben UND kunden-orientierte Erläuterung der Funk-tionsmechanismen
/// Überblickswissen über die jeweilige Industriebranche und entscheidungs-relevante Kosten und Projektpartner
/// Überblickswissen über Genehmi-gungsverfahren bezüglich Bau- und Betriebsgenehmigungen
/// Überblickswissen über die lan-destypischen Gegebenheiten, tou-ristischen Glanzpunkte, Historie und Visionen Sachsen-Anhalts

Insofern hat die Arbeit der Projekt-manager eine Reihe von Facetten:

/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter in der Lage, wirt-schaftlich zu denken, empathisch den Unternehmer im Land mit seinen Anliegen zu unterstützen und dabei strukturiert und konstruktiv zu han-deln. Es gilt, kommunikativ zielsicher die relevanten Partner/Organisatio-nen zum richtigen Zeitpunkt in den Ansiedlungsverlauf mit einzubinden. Ein hohes Maß an emotionaler und sozialer Kompetenz ist hier mit einzu-bringen. (Projektmanager)
/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter in der Lage, Sachsen-Anhalt mit seinen relevanten Indus-triestandorten, Ansprechpartnern in Kommunen, den Landkreisen und Landesbehörden zu kennen und zu gegebenem Zeitpunkt aktiv in die Phase mit einzubinden. Durch seine branchenbezogenen Kenntnisse verfügt der Mitarbeiter über das Vertrauen und den Zugang zu den wichtigsten/größten Unternehmen seiner Branche. (Netzwerker)
/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter in der Lage, jederzeit die positiven Seiten des Landes Sachsen-Anhalt zu präsentieren, zu kommu-nizieren – wenn nötig auch durch Beschaffung geeigneter Referenzen. (Verkäufer)
/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter gefordert, wichtige internationale/nationale Messen und Konferenzen zu besuchen, Netz-werke zu knüpfen, Branchentrends ausfindig zu machen, aktiv den Standort Sachsen-Anhalt „zu ver-markten". Dabei gehört die Erstellung von Präsentationen der relevanten Kernaussagen und Informationen zur handwerklichen Grundausstattung. (Akquisiteur)
/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter in der Lage, die Unter-nehmen von ihrem Denken her zu verstehen und dies in die Behörden-sprache zu übersetzen. Er ist quasi der „Unternehmens-Versteher" in der Landesverwaltung. (Facilitator)
/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter in der Lage, mit dem Vertrauen von allen Partnern im Land die Kommunikation auch bei Prob-lemlagen aufrecht zu erhalten und mit Lösungsansätzen zu bestücken. (Ideengeber)
/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter jederzeit ansprechbar, egal ob Feierabend, Wochenende oder Urlaub, zu welcher Ortszeit auch immer, und nimmt sich auch den übergeschäftlichen Situationen an. (Helfer in der Not)
/// Als Projektmanager in der IMG ist der Mitarbeiter in der Lage, touristische, kulinarische, verkehrstechnische Kenntnisse über das Land Sachsen-Anhalt in die Betreuung der Unter-nehmer – insbesondere in der Stand-ortauswahlphase – mit einzubringen. (Reiseleiter)

Frank Filipps, Managing Director,
Contego Packaging Northern Europe

Contego Packaging ist einer der führenden europäischen Hersteller für pharmazeutische Packungsbeilagen. Im Jahr 2012 wurde die Produktion in den neuerrichteten Werkshallen in Bitterfeld-Wolfen mit nunmehr 100 Mitarbeitern aufgenommen.

„Entscheidend für die Standortwahl war u. a. die hervorragende Zusammenarbeit mit der IMG, der Investitionsbank und der Stadt Bitterfeld-Wolfen, was eine sehr gute Vorbereitung und letztlich eine zügige Umsetzung unserer Erweiterungsinvestition ermöglichte.“

UNTERNEHMENSBETREUUNG

Der Arbeitsbereich Unternehmensbetreuung ist seit Bestehen der landeseigenen Wirtschaftsförderungsgesellschaft ein per Satzung fest verankerter Bestandteil der Unternehmensaufgaben.

Das Instrument „Wirtschaftsförderung“ wurde 2012 an die Herausforderungen der kommenden Jahre angepasst. Daraus ergibt sich die vorrangige Ausprägung der endogenen Wirtschaftsförderung. Die schrittweise Reduktion der „monetären Investitionsanreize“ muss durch stärkeren Service für die ansässigen Unternehmen – die Pflege des „endogenen Potenzials“ – kompensiert werden. Einheimische Unternehmen rücken damit zunehmend in den Fokus und in die Dienstleistungsangebote der Wirtschaftsförderung.

Unter Unternehmensbetreuung werden im Weiteren alle Aktivitäten der Wirtschaftsförderung verstanden, die sich an die ansässigen Unternehmen richten. Aktivitäten, die sich speziell an die Unterstützung von Existenzgründern richten, werden hier nicht berücksichtigt.

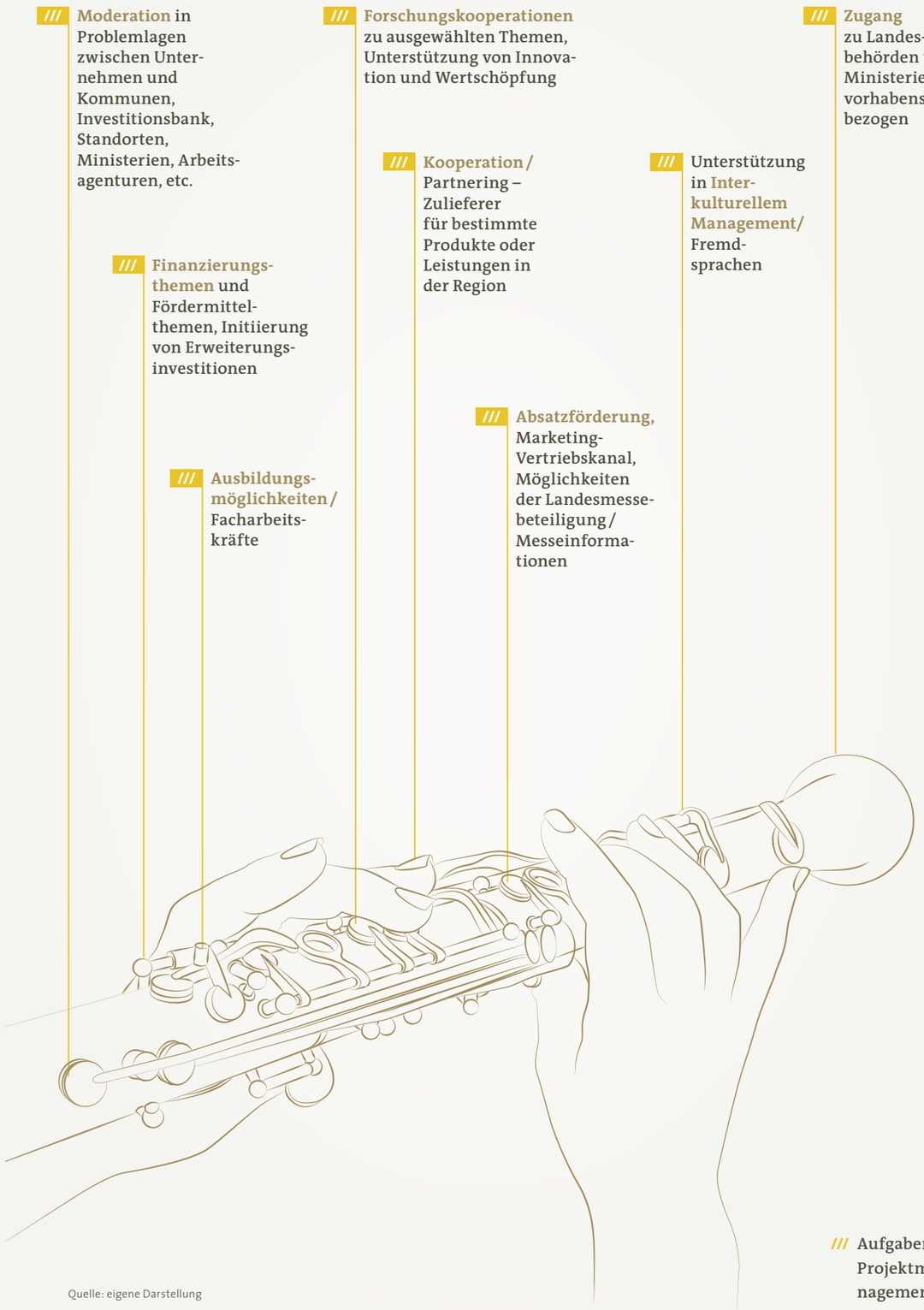
Die Herausforderung besteht darin, die Potenziale des Landes zu nutzen und die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass einerseits der Standort für neue Unternehmen noch attraktiver wird und andererseits alles dafür getan werden muss, dass die ansässigen Unternehmen am Standort bleiben und sich dort weiterhin positiv entwickeln können.

Die Unternehmensbetreuung der IMG fokussiert sich in der aktiven Ansprache auf bedeutende Unternehmen im Landesinteresse. Die Bedeutung wird anhand der Mitarbeiterzahlen bzw. Umsatzgröße der Unternehmen bemessen bzw. durch vorherige Kontakte im Ansiedlungsgeschäft der IMG als auch durch eine überragende globale oder überregionale Stellung des Unternehmens im jeweiligen Marktsegment.

Die IMG begreift sich als Lotse/Navigator für die Unternehmen im Land. Dabei kümmert sich der zuständige Projektmitarbeiter der IMG um sämtliche Themen, die durch das Unternehmen angefragt werden. Im Sinne des Unternehmens versucht der Projektmitarbeiter der IMG pragmatisch Lösungsansätze im Land herauszuarbeiten. Je nach Problemlage werden die zuständigen Ministerien, Landesbehörden, Forschungseinrichtungen, Banken, Regionalämter sowie Unternehmen der freien Wirtschaft in den „Bearbeitungsprozess“ mit einbezogen. Die Lotsenaufgabe der IMG hilft, Kosten und Zeit für die Unternehmen zu vermindern, die sich aus den unumgänglichen Austauschbeziehungen zwischen Land, Kommunen und Wirtschaft ergeben.

Eine zusammenfassende Übersicht findet sich auf der folgenden Seite.

Die IMG arbeitet eng mit den verschiedenen Institutionen der Bestandspflege (z. B. regionale, kommunale Wirtschaftsförderung) im Land zusammen, um Mehrfachansprachen möglichst zu vermeiden und eine optimale Betreuung der Unternehmen im Land zu gewährleisten.



/// Aufgaben des Projektmanagements

Quelle: eigene Darstellung

LEISTUNGSBILANZ DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

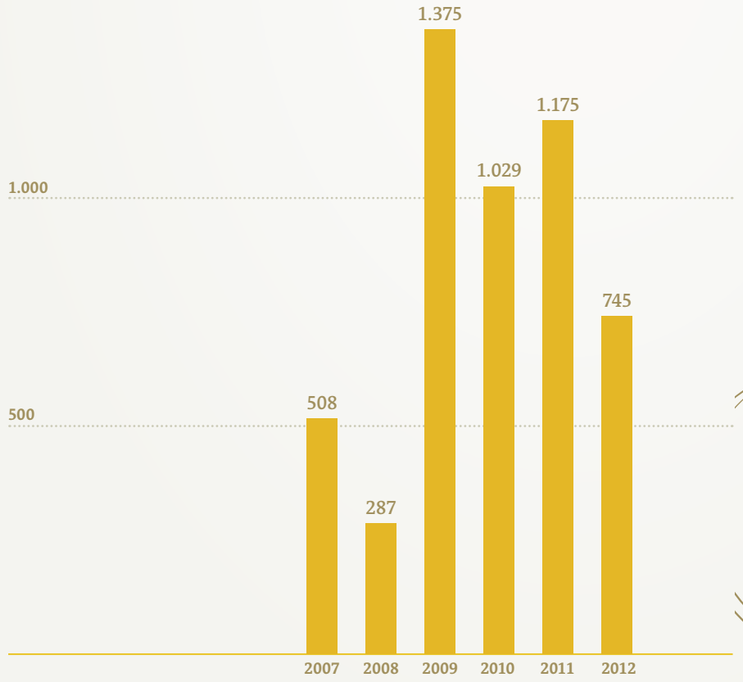
In den Jahren 2007 – 2012 hat sich die IMG als kompetenter Partner für in- und ausländische Unternehmen etabliert. Maßgeschneiderte Service und Kundenorientierung standen im Zentrum unserer Arbeit. Die Qualität der Beratungsleistungen im Rahmen des Ansiedlungs- und Projektmanagements führte zu positiven Ergebnissen.

Der Geschäftsverlauf des Geschäftsbereiches der IMG (Akquisition und Projektmanagement) wird anhand des Ansiedlungsprozesses in folgenden Kategorien erfasst.

/// **Neue Kontakte:** Der Fokus liegt hier auf den Unternehmenskontakten, erfasst werden zudem die Kategorien Finanzinvestoren und Multiplikatoren.
/// **Leads:** Kunde hat substanzielles Investitionsinteresse in den kommenden 18 Monaten bekundet – Herkunft: Bereich Akquisition
/// **Projekte in Anbahnung:** Kunde hat Projektidee und substanzielles Investitionsinteresse – Bearbeitung: Bereich Projektmanagement
/// **Projekte:** konkrete Projektplanung, Investitionssumme, Zeitraum und Arbeitsplatzzahlen liegen vor
/// **Standortentscheidungen:** Kunde hat Kauf-/Mietvertrag abgeschlossen, bei Erweiterungen: Erteilung Förderwürdigkeitsbescheinigung (FWB) zum GRW-Antrag (Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“)
/// **Inbetriebnahme:** Produktionsstart

In den Jahren 2007 – 2012 konnten durch die Geschäftsbereiche der IMG, internationale Akquisition und Projektmanagement, über 6.700 neue Kontakte generiert werden, davon
/// 5.119 Unternehmenskontakte
/// 1.454 Multiplikatoren und
/// 134 Finanzinvestoren.

Durch die Einbindung des Bereiches internationale Akquisition Mitte 2008 konnte in den Folgejahren eine deutliche Steigerung der akquirierten Unternehmenskontakte erzielt werden.



/// neue Unternehmenskontakte, Entwicklung 2007 – 2012

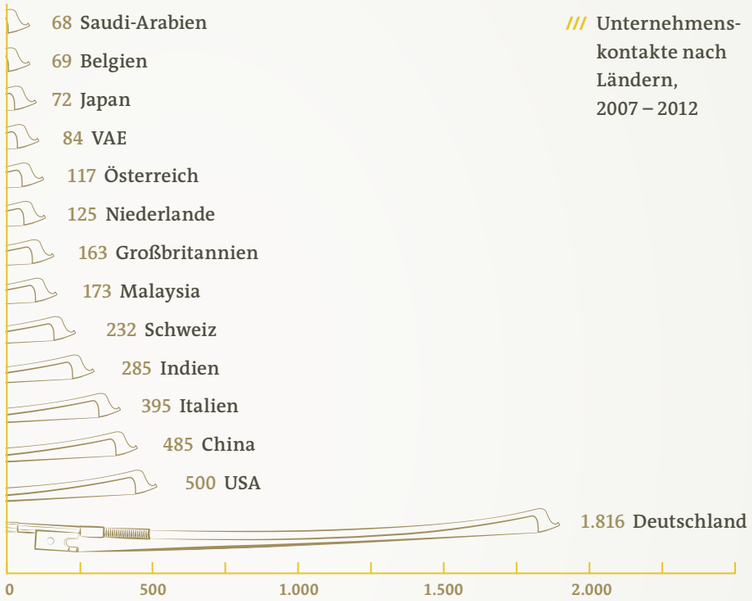
Quelle: eigene Erhebungen

Mit etwa 2.000 dominieren nach wie vor die Kontakte deutscher Unternehmen. Insbesondere Unternehmen aus Süd- und Westdeutschland sowie Niedersachsen konnten sich von den Vorzügen und hervorragenden Ansiedlungsbedingungen in Sachsen-Anhalt überzeugen.

Im Ergebnis der zielgerichteten Länderstrategie der IMG überwiegen darüber hinaus die Unternehmenskontakte aus den Akquisitionsschwerpunktländern China, USA und Italien. Die Aktivitäten unserer Auslandsbüros in China und Italien haben zu fast 900 Unternehmenskontakten geführt.

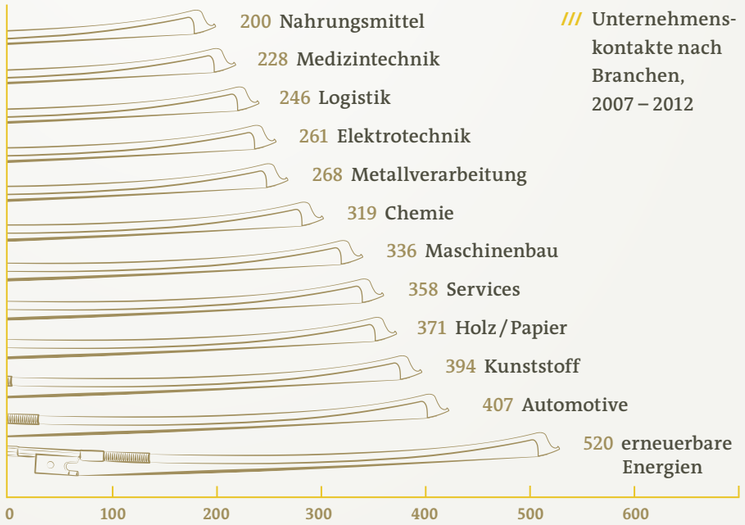
Die branchenbezogene Arbeit der Geschäftsbereiche der IMG hat sich auch in den vergangenen Jahren mehr als bewährt. Die etablierte Industrielandschaft u. a. mit den Traditionsbranchen Maschinenbau, Automotive, Chemie und Kunststoffindustrie ist weiterhin im Fokus. Neue Branchen wie erneuerbare Energien haben eine rasante Entwicklung vollzogen und dominierten zeitweilig das IMG-Geschäft. Insbesondere in den Jahren 2010 und 2011 wurden zahlreiche Kontakt- und Projektanfragen intensiv bearbeitet. Ergebnis: die Etablierung einer Marke, die weit über die Ländergrenzen hinaus bekannt wurde: SOLAR VALLEY. Über 500 Unternehmenskontakte aus dem Bereich der erneuerbaren Energien konnten im Berichtszeitraum generiert werden, nahezu die Hälfte in den Jahren 2010 und 2011. Mit jeweils über 300 neuen Unternehmenskontakten lagen Schwerpunkte der Arbeit in den Branchen Kunststoffverarbeitung, Holz/Papier, Automotive, Services, Maschinenbau und Chemie.

/// Unternehmenskontakte nach Ländern, 2007 – 2012



Quelle: eigene Erhebungen

/// Unternehmenskontakte nach Branchen, 2007 – 2012



Quelle: eigene Erhebungen

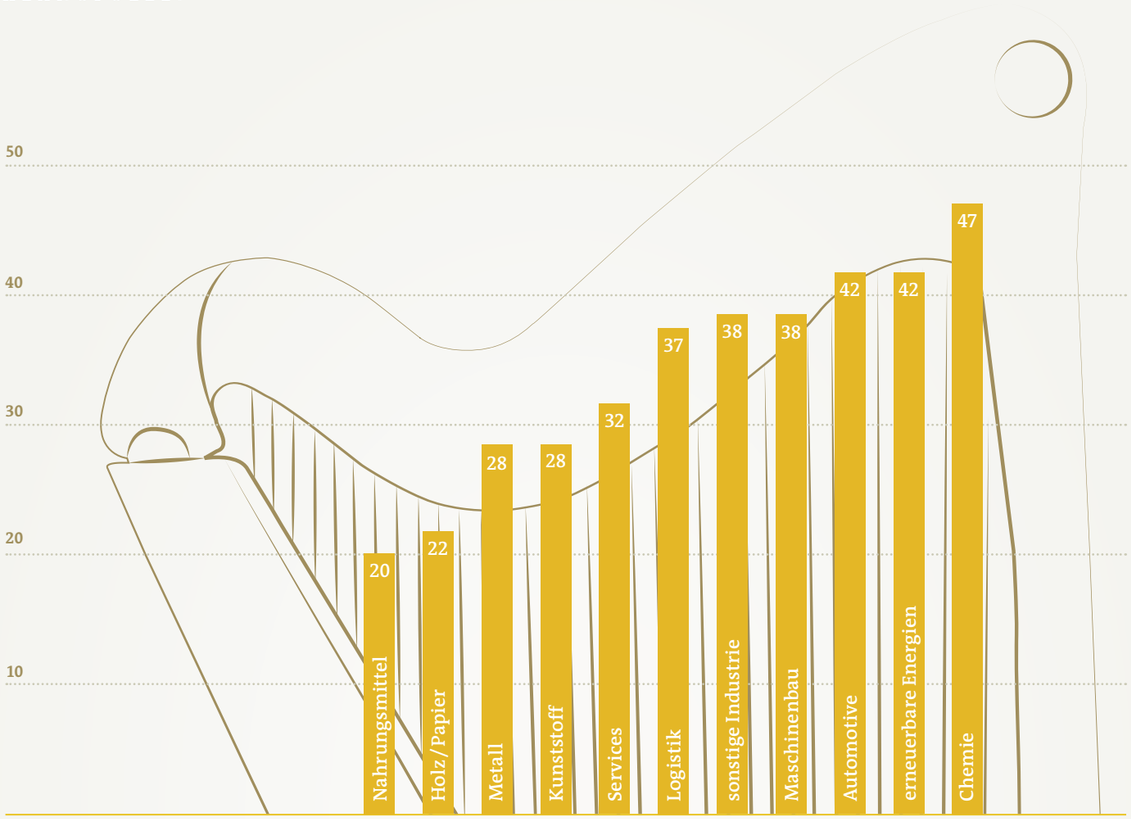
/// neue Projekte nach Ländern

Quelle: eigene Erhebungen

Insgesamt konnten in den Jahren 2007 bis 2012 fast 1.800 Unternehmenskontakte erfasst werden, die mittel- oder langfristig Investitionen planen (Projekte in Anbahnung), über 1.100 davon beabsichtigen Neuansiedlungen. Hieraus sind im Berichtszeitraum über 400 Projekte entstanden, die mit den beteiligten Partnern im Land bearbeitet wurden und werden.

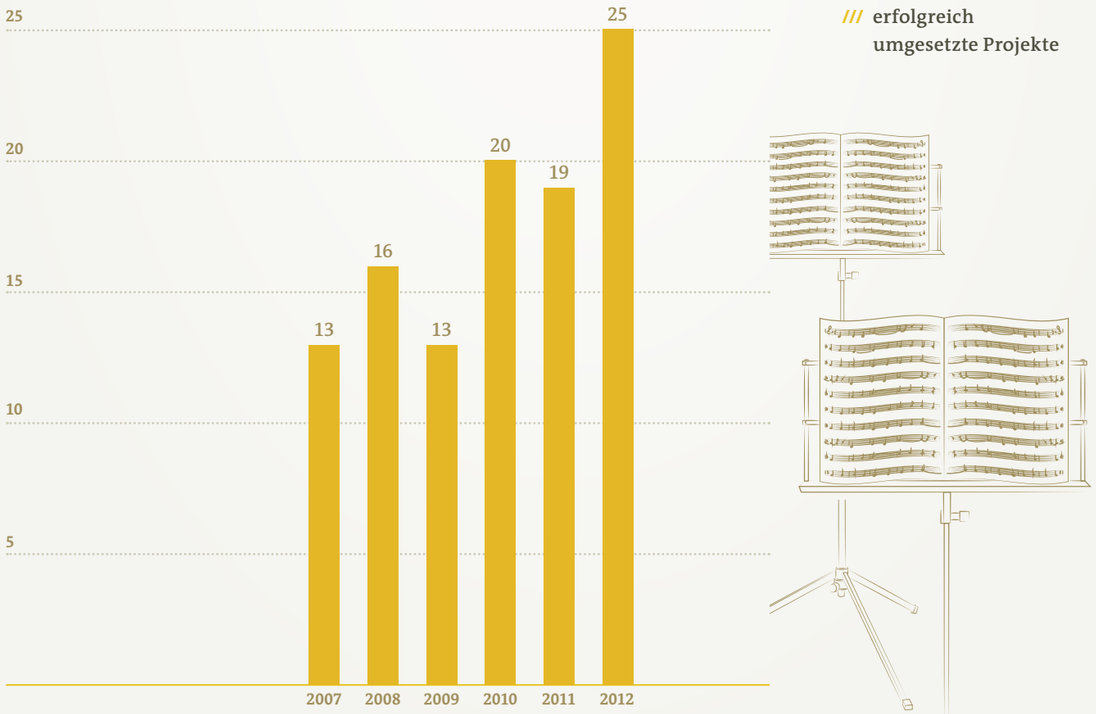
Auch hier zeigen die Aktivitäten der IMG hinsichtlich Akquisition, Projektmanagement und Marketing Erfolg – über 100 Unternehmen kommen aus den Schwerpunktländern USA, Italien, Österreich, China, Belgien und der Schweiz. 284 der Projekte wurden nicht oder an einem anderen Standort umgesetzt. 122 Projekte wurden zu Standortentscheidungen in Sachsen-Anhalt geführt.

Schwerpunktbranchen waren und sind Chemie, erneuerbare Energien, Automotive, Maschinenbau und Logistik.



/// Projekte 2007 – 2012 nach Branchen

/// erfolgreich umgesetzte Projekte



Quelle: eigene Erhebungen

Innerhalb des Berichtszeitraumes konnten unter Mitwirkung der IMG 106 Projekte erfolgreich beendet werden, d. h. bis zur Inbetriebnahme geführt werden.

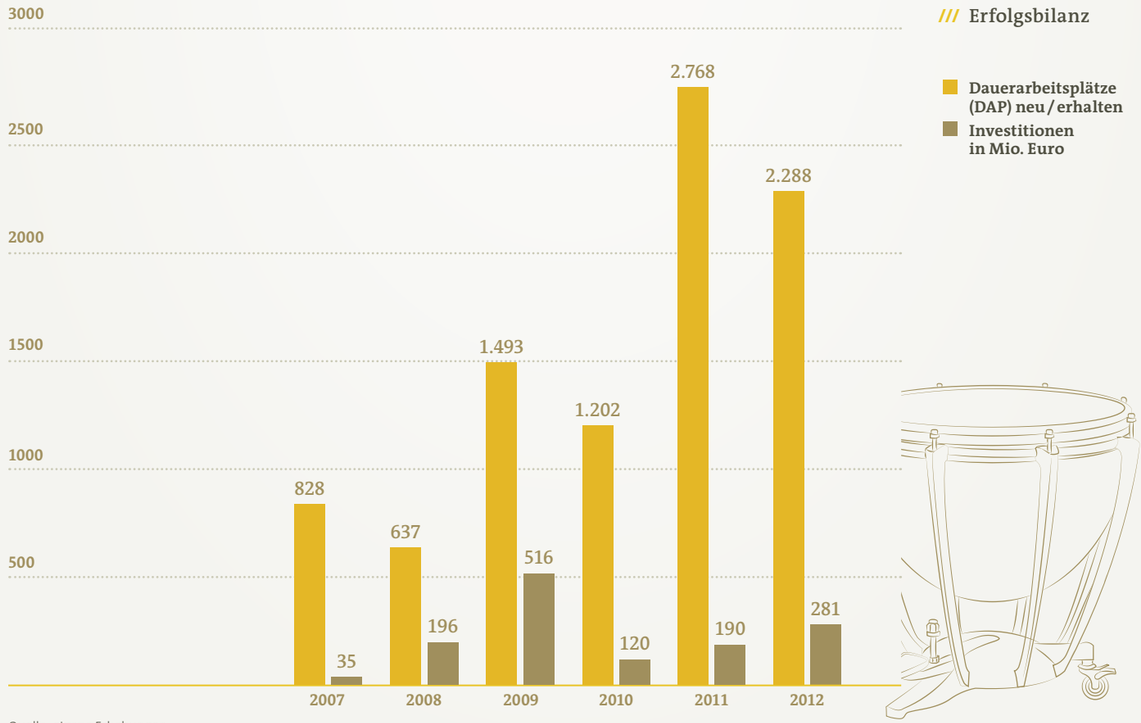
Hierdurch wurden über 9.000 Dauerarbeitsplätze geschaffen resp. gesichert sowie ein Investitionsvolumen von fast 1,5 Mrd. Euro umgesetzt.

Darunter waren zwölf Großinvestitionen mit einem Investitionsvolumen von jeweils über 45 Mio. Euro. Besonders erfreulich, dass davon neun Unternehmen neu angesiedelt wurden. Allein durch diese Projekte wurden über 1.000 neue Dauerarbeitsplätze geschaffen.

Hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die Ansiedlungen:
/// ITS Innotech Solar, Halle
/// f/glass, Osterweddingen
/// FEV DLP GmbH, Brehna
/// GA Pack, Halle

Bei über der Hälfte der 106 erfolgreich beendeten Projekte handelt es sich um Neuansiedlungen. 73 der erfolgreich umgesetzten Projekte sind deutsche Unternehmen.

/// Erfolgsbilanz



Quelle: eigene Erhebungen

Seit 2002 leitet Matthias Gabler als Geschäftsführer die Geschicke der **Stahlbau Brehna GmbH.** Das Leistungsspektrum der Unternehmung umfasst: Stahlbau, Stahlbaukomponenten im individuellen Stahlbau, Sonderkonstruktionen, Konstruktionen für die chemische und petrochemische Industrie, schlüsselfertige Hallen im Industrie- und Gewerbebereich, Generalunternehmer.

Matthias Gabler, Geschäftsführer, Stahlbau Brehna GmbH

„Professionalität, beste Kommunikation und kreative, strategische Beratung sind die Schlagwörter, die die Zusammenarbeit mit der IMG beschreiben. Das Ergebnis kann sich mit vielen erfolgreich umgesetzten Investitionen sehen lassen. Darüber hinaus haben wir in der IMG einen festen Partner in Sachen strategische Entwicklung, Messen, Netzwerk gefunden.“

Die **f | glass GmbH** ist ein neu entstandenes Unternehmen „mitten auf der grünen Wiese“. Von Beginn an war die Investitions- und Marketinggesellschaft ein professioneller, engagierter Partner, der mit Fachkompetenz und schnellen Entscheidungen den Weg für die Investition in einer dreistelligen Millionenhöhe ebnete.

Dr. Thomas Belgardt, Geschäftsführer, f | glass GmbH

„Auch bei schwierigen und kurzfristigen Angelegenheiten konnten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der IMG unkompliziert Lösungen präsentieren. Unter anderem durch den Einsatz der IMG konnte das Werk innerhalb des Planungszeitraumes realisiert und das Projekt erfolgreich abgeschlossen werden.“

In der **Gründungsphase** wurde die ehemalige Agenda-Glas-AG – heute HNG Global GmbH – sehr innovativ durch die IMG unterstützt. Besonders sind die guten Kontakte bzw. die Ansprechpartner zu nennen, welche durch die IMG vermittelt wurden. Hierbei richteten die Mitarbeiter besonderes Augenmerk auf die fachspezifischen Themen, welche dann auch mit großem Erfolg vermittelt wurden.

Jochen E. W. Böllert (r.) und Wolfram Seidensticker, Geschäftsführer, HNG Global GmbH

„Nach der Übernahme durch HNG hat die IMG Neuanfang und Einstieg in Sachsen-Anhalt mitgestaltet. Die IMG reagierte erstklassig auf Bedürfnisse und beeinflusste unseren Erfolg maßgeblich. Die Gesellschafter der HNG sind sehr dankbar für die professionelle Unterstützung und das ‚offene Ohr‘, das zu jeder Zeit bei der IMG gefunden werden konnte.“

Das **Unternehmerbüro** versteht sich als zentrale Anlaufstelle bei der Stadt Halberstadt – als moderner Dienstleister für die Wirtschaft. Professionell koordiniert das Unternehmerbüro die notwendigen Kontakte innerhalb der Verwaltung, zu externen Partnern und anderen Behörden.

Thomas Rimpler, Leiter Unternehmerbüro, Amt für Wirtschaftsförderung, Stadt Halberstadt

„Halberstadt hat eine sehr positive wirtschaftliche Entwicklung genommen. Das ist dem Mut, dem Anspruch und Fleiß engagierter Unternehmer und Mitarbeiter zu verdanken. Ein besonderer Dank gilt an dieser Stelle der IMG, die für das Unternehmerbüro der Stadt Halberstadt stets verlässlicher Partner, insbesondere bei Neuansiedlungen, ist.“

Prof. Dr. Jörg Bagdahn,
Leiter Fraunhofer-Center für Silizium-Photovoltaik CSP, Halle (Saale)

CSP – Forschungszentrum für Silizium-Photovoltaik Das Fraunhofer CSP ist in Halle lokalisiert und unterhält ein Modultechnologiezentrum in Schkopau. Steigende Energiepreise und die Verknappung fossiler Ressourcen sind treibende Faktoren bei der Entwicklung und Nutzung erneuerbarer Energiequellen. Das Fraunhofer CSP arbeitet daran mit, dass alternative Energie zu gleichen Preisen wie konventioneller Strom angeboten wird. Das Fraunhofer CSP ist eine gemeinsame Einrichtung des Fraunhofer IWM und des Fraunhofer ISE. Es berät und stellt wissenschaftliches Know-how sowie technische High-Tech-Ausstattungen für Dienstleistungen zur Verfügung.

„Die IMG hat uns gerade in der Anfangsphase als neues Forschungsinstitut in der Photovoltaik eine exzellente Dienstleistung geboten. Das Fraunhofer CSP wurde und wird hervorragend auf internationalen Messen präsentiert und betreut. Wir haben der IMG wichtige Geschäftsanbahnungen zu verdanken. Ich wünsche der IMG weiterhin viel Erfolg und freue mich auf die zukünftige Zusammenarbeit.“

/// 2012: Aussteller am IMG-Gemeinschaftsstand auf der Hannover Messe

STANDORTMARKETING

/// Standortmarketing hilft Wirtschaftsförderung

Durch die enge Verzahnung von Wirtschaftsförderung und Standortmarketing ist es gelungen, Sachsen-Anhalt als investorenfreundlichen Standort mit attraktiven Arbeitsbedingungen zu positionieren. Das Standortmarketing trägt dazu bei, ein Bild der Region zu kreieren und den Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Folglich ist das Standortmarketing als integraler Bestandteil einer erfolgreichen Wirtschaftsförderung zu werten und bildet eine der Kernaufgaben der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt.

/// Standortmarketing Sprachrohr für die Wirtschaftsförderung

Grundlage für den strategischen Ansatz des Standortmarketings bot die Herangehensweise hinsichtlich der Identifizierung der gewünschten Investitionen für das Land. So wurden über die eingesetzten Marketinginstrumente vornehmlich potenzielle Investoren beworben, durch deren Ansiedlungen bestehende Wertschöpfungsketten im Land ergänzt werden konnten. Diese Vorhaben fanden gezielt mediale und werbliche Unterstützung.

In den vergangenen Jahren richtete die IMG das betriebene Standortmarketing deshalb sowohl national als auch international auf ein intensives akquisitionsbegleitendes Branchenmarketing aus. Es fanden nur dort, sowohl im räumlichen als auch zeitlichen Kontext, Standortmarketingmaßnahmen statt, wo auch durch die IMG die Akquisition potenzieller Investoren erfolgte. Je nach Ländermarkt und der analysierten Schwerpunktbranchen wurde auf eine Kombination aus den zehn guten Gründen zurückgegriffen, die für den Investitionsstandort Sachsen-Anhalt warben.

Das Standortmarketing fand dabei zumeist zweckgebunden statt. Auf allgemeine, großflächig angelegte Werbung für den Standort Sachsen-Anhalt wurde weitestgehend verzichtet. Zumeist bewarb die IMG den Investitionsstandort in den relevanten branchenbezogenen Fachzeitschriften oder identifizierten Medien der definierten Zielmärkte. Einzig im Zuge messebegleitender Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurde der Standort Sachsen-Anhalt auch in Form von Anzeigenmotiven und Berichterstattungen branchenübergreifend beworben.

UNSERE SACHSEN-ANHALT-ARGUMENTE

INFRASTRUKTUR /// Die modernste Transport- und Logistikinfrastruktur ermöglicht einen schnellen Warenumschlag.
FLEXIBILITÄT /// Mit schnellen Genehmigungszeiten und kurzen Projektzeiten wird der Markteintritt erleichtert.
PRODUKTIVITÄT /// Moderate Produktionskosten sichern in Kombination mit einem stabilen, sicheren Rechtssystem einen entscheidenden Wettbewerbsvorsprung.
INVESTITIONSSICHERHEIT /// Die politische und rechtliche Stabilität macht Sachsen-Anhalt auch perspektivisch zu einem besonders verlässlichen Investitionspartner.
INVESTITIONSFÖRDERUNG /// Vor dem Hintergrund einer herausragenden Förderkulisse kann spürbar mit Reduzierungen der Investitions-, Ausbildungs- und FuE-Kosten gerechnet werden.
KOMPETENZ /// Hoch motivierte, qualifizierte Arbeitskräfte sichern Unternehmen einen langfristigen Erfolg.
MARKTZUGANG /// Die zentrale Lage innerhalb Europas garantiert im Zuge der EU-Osterweiterung einen optimalen Zugang zum osteuropäischen Wirtschaftsraum.
DYNAMISCHER WIRTSCHAFTSRAUM /// Sachsen-Anhalt ist führend bei ausländischen Direktinvestitionen in Ostdeutschland.
QUALITÄT UND INNOVATION MADE IN GERMANY /// Das Label für Hochtechnologie erhält heute zahlreiche Impulse aus Sachsen-Anhalt.
KOSTENFREIER SERVICE /// Die kostenfreie, professionelle Ansiedlungsunterstützung der IMG ermöglicht die volle Konzentration auf die Kernkompetenzen unserer Partner.

/// Bettina Quäschning – Prokuristin der IMG /// 2012 Gemeinschaftsstand auf der ITB – Internationale Tourismusbörse in Berlin

/// Der Marketing-Instrumenten-Mix im Standortmarketing

Unsere Ziele sind, den Standort Sachsen-Anhalt zu präsentieren und zielgruppenspezifisch zu informieren. Für die professionelle Präsentation des Standortes wurde 2011 das **Corporate Design** der IMG **überarbeitet.** Ein einheitliches Erscheinungsbild mit hohem Wiedererkennungswert ist so gewährleistet.

Ob emotionale Ansprache oder die Vermittlung von Fakten, eine Vielzahl ausgewählter Kommunikationsinstrumenten wurde eingesetzt, um sowohl online als auch offline zielgruppenspezifisch zu informieren und zu begeistern:

/// Pressemitteilung
/// Themendienste
/// Websites
/// Imagefilm
/// Pressegespräche, Pressekonferenzen
/// Bilderdienst, Bilddatenbank
/// Pressereisen
/// Publikationen
/// Medienkooperationen
/// Printkampagnen

Neben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben sich Messen, Veranstaltungen und Präsentationen als probates Mittel zur persönlichen Ansprache der identifizierten Zielgruppen bewährt.

Auch hier realisiert die IMG im Jahresverlauf eine breite Palette unterschiedlicher Formate im In- und Ausland:

/// Infostände
/// Konferenzen, Workshops
/// messebegleitende Abendveranstaltungen
/// Unternehmerreisen
/// Konferenzbegleitende Ausstellungen
/// Tagungen
/// Road-Shows
/// Investorentreffen
/// parlamentarische Abende
/// Empfänge
/// Grundsteinlegungen
/// Richtfeste, Betriebseinweihungen

/// Bündelung von Kräften: Kooperationen und Dachmarken

Vor dem Hintergrund eines sich weiter verschärfenden weltweiten Wettbewerbs um Investoren tragen konzentrierte und gemeinsame Aktivitäten von Standortmarketing und Wirtschaft zu einer erhöhten internationalen Wahrnehmung des Landes Sachsen-Anhalt und seiner Potenziale bei. Zur Vermarktung des Standortes Sachsen-Anhalt und zur Bündelung der Kräfte in den Branchen Chemie-, Kunststoff- und Automobilzulieferindustrie, mit dem zugehörigen Sondermaschinenbau sowie dem Maschinen- und Anlagenbau, unterhält die IMG Kooperationen mit den jeweiligen Branchennetzwerken.

Die im Rahmen der Kooperationsvereinbarungen zur Verfügung gestellten Mittel tragen dazu bei, zusätzlich Mittel der Wirtschaft zu mobilisieren und im Sinne eines Public-Private-Partnership-Ansatzes Standortmarketingaktivitäten zu bündeln.

Im Rahmen der Kooperationen unterstützen sich die Partner in ihren Bemühungen, den Bekanntheitsgrad Sachsen-Anhalts national und international durch verschiedene Standortmarketingmaßnahmen zu erhöhen und den Wirtschaftsstandort Sachsen-Anhalt als attraktiven Ansiedlungsstandort weiter zu profilieren.

Die Partner der IMG:

/// CeChemNet – Central European Chemical Network Cluster MAHREG Automotive
/// Kunststoffindustrie POLYKUM e. V.
/// FASA e. V.

Auch in der Branche der erneuerbaren Energien unterstützt die IMG die ansässigen Unternehmen im Land. Das durch die Akteure geschaffene Kunstwort SOLAR VALLEY wurde aufgegriffen und sukzessive weiterentwickelt. Es gelang eine Dachmarke für einen Industriebereich aufzubauen, mit dem der Standort beispielsweise auf den internationalen Solar-Leitmessen beworben wird.

/// 2013: Rundgang Sts. Frau Dr. Tamara Zieschang auf der HMI /// 2012: Pressekonferenz CeBIT Hannover mit Chef der Staatskanzlei Rainer Robra (v. l.)

/// Messeauftritte – Gemeinschaftsstände des Landes Sachsen-Anhalt

Um kleinen und mittleren Unternehmen den Zugang zu internationalen Fachmessen oder Ausstellungen im In- und Ausland zu erleichtern und ihre Absatzchancen zu erhöhen, organisiert die IMG regelmäßig Gemeinschaftsstände auf nationalen und internationalen Messen und Ausstellungen und unterstützt den Messeauftritt öffentlichkeitswirksam.

Die durch die IMG organisierten Landesgemeinschaftsstände bieten eine Präsentationsplattform, auf der Innovationen, Produkte, Kompetenzen und attraktive Angebote von etablierten Firmen, Existenzgründern, Initiativen und Verbänden sowie Wirtschaftsförderern und wissenschaftlichen Einrichtungen aus Sachsen-Anhalt gebündelt werden. Die Gesamtverantwortung und Organisation des Auftrittes liegt bei der IMG und umfasst die Flächenanmietung inklusive Standbau sowie die gesamte Messeplanung, inklusive Logistik, begleitende Werbemaßnahmen, Events und Presseveröffentlichungen.

In den vergangenen Jahren verantwortete die IMG beispielsweise die Messeauftritte Sachsen-Anhalts auf der CeBIT und der Hannover Messe, der Intersolar Europe und der Expo Real in München sowie der Transport Logistik in München und Shanghai.

Dass die Mitausstellerplätze auf den durch die IMG organisierten Gemeinschaftsständen begehrt sind, zeigt sich an den Beispielen der Intersolar Europe und der Hannover Messe. Waren es 2011 noch 25 Aussteller, die die Landespräsentation anlässlich des weltweit größten Industrieereignisses in Hannover nutzen, kamen ein Jahr später 29 sachsen-anhaltische Unternehmen und Institutionen mit in die niedersächsische Landeshauptstadt, um ihre Produkte und Dienstleistungen am Sachsen-Anhalt-Stand zu präsentieren.

Ein Mitausstellerplus am Gemeinschaftsstand verzeichnet auch die Intersolar Europe. 2010 fuhren acht Unternehmen gemeinsam mit der IMG nach München. Zwei Jahre danach erhöhte sich die Ausstellerzahl auf 18. Die Messe gilt als größte Branchenplattform für die Kombination von Photovoltaik und Energiespeichern in Europa.

/// Veranstaltungen

Mit unterschiedlichen Veranstaltungsformaten erfolgt die Ansprache unserer Zielgruppen. Ob potenzielle Investoren oder Entscheider aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft, die Events der IMG bieten einen geeigneten Rahmen für Gespräche und eine hervorragende Plattform zur Stärkung der Vernetzung der Akteure im Land selbst.

Die Palette reicht von exklusiven Abendveranstaltungen, wie Kamingesprächen mit geringer Gästezahl, bis hin zu Tagungen und Kongressen mit mehreren Hundert Teilnehmern. Zum Teil sind die Veranstaltungen integraler Bestandteil der Messeauftritte.

Im Rahmen eines Abendempfangs in Magdeburg wurden beispielsweise im September 2010 rund 40 Gewächshausbetreiber aus den Niederlanden in Sachsen-Anhalt begrüßt. Im einmaligen Ambiente des Schmuckhofes im Kulturhistorischen Museum Magdeburg bot sich, im Anschluss an Vorträge zum Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort, Gelegenheit für weiterführende Gespräche.

/// Präsentationen

An Infoständen wird Auskunft über das Reiseland und/oder den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Sachsen-Anhalt gegeben. Zumeist geschieht dies am Rande von Kongressen bzw. Tagungen. Nicht selten wird die IMG dazu von Institutionen angefragt.

Um eine professionelle Durchführung dieser Präsentationen zu gewährleisten, verfügt die IMG über eine Auswahl an themen- und branchenbezogenen Präsentationselementen. Hierzu zählen Roll-ups, Magnetwände, Counter und Banner sowie Bildschirme zum Abspielen von Image- und Branchenfilmen.

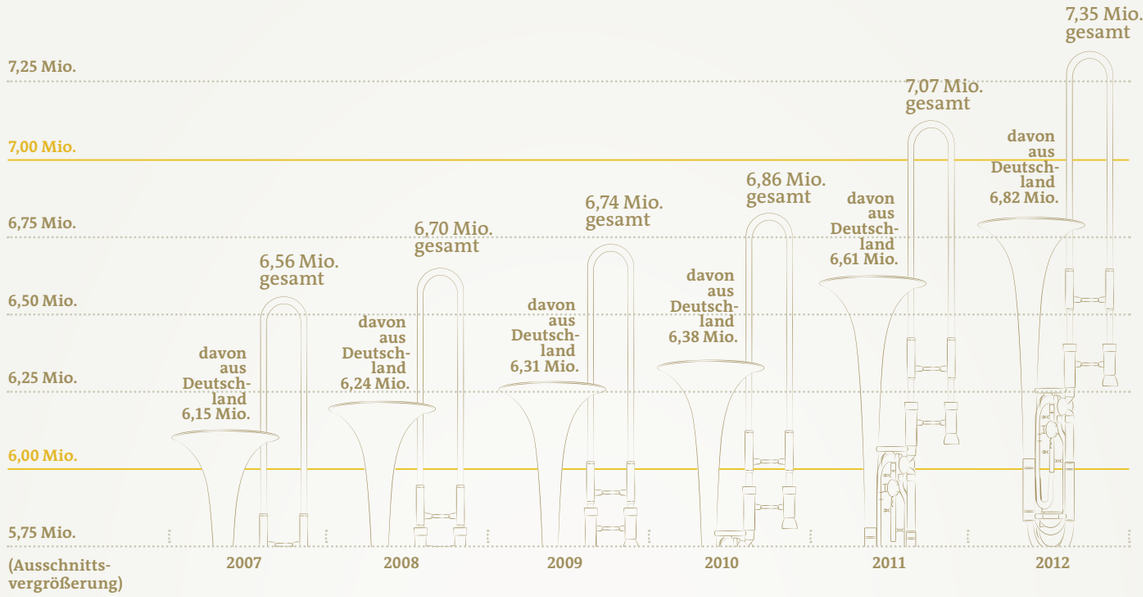
Ohne Zweifel gehören die **Dome und die Domschätze Sachsen-Anhalts** zu den Leuchttürmen des touristischen Angebotes. In bewährter Kooperation bezieht die IMG die Partner vor Ort in die überregionale Bewerbung dieser Glanzlichter ein. Mit den Vereinigten Domstiftern verbinden uns vielfältige gemeinsame Projekte, die dazu beigetragen haben, Bekanntheit und Image weiter zu erhöhen.

Dr. Holger Kunde, Direktor und Stiftskustos, Vereinigte Domstifter zu Merseburg und Naumburg und des Kollegiatstifts Zeitz

„Die Vereinigten Domstifter arbeiten seit Jahren vertrauensvoll mit der IMG zusammen. Höhepunkt war zweifellos unsere Kooperation zur Landesausstellung „Der Naumburger Meister“, die 200.000 zahlende Besucher nach Naumburg und in die Saale-Unstrut-Region brachte.“

/// Entwicklung der gewerblichen Übernachtungszahlen in Sachsen-Anhalt

Anmerkung: Aufgrund gesetzlicher Änderungen basieren die Ergebnisse ab 2012 auf Meldungen von Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Schlafgelegenheiten sowie von Campingplätzen mit mindestens zehn Stellplätzen. Zudem werden für Camping nur noch Zahlen aus dem Bereich Urlaubscamping ausgewiesen.
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012 – Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.



TOURISMUSMARKETING

Seit 2007 ist die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH operativ für das touristische Außenmarketing des Reiselandes Sachsen-Anhalt tätig.

Ziel ist es, neben der Vermarktung touristischer Produkte, Buchungen zu generieren, die Zahl der Übernachtungen im Land zu steigern sowie die Qualität und die Vielfalt der verkaufsfähigen Angebote marktgerecht und zielgruppenorientiert zu entwickeln, zu präsentieren und zu qualifizieren sowie die imageprägenden qualitativen Kennziffern zu erhöhen.

Als Schnittstelle bündelt die IMG die Marketingaktivitäten innerhalb des Landes und steigert so deren Effektivität. Daneben koordiniert sie Aufgaben und Zuständigkeiten zwischen Regionen, Orten und Leistungsträgern und Partnern aller Branchen. Weiterhin bietet die IMG einen umfassenden Service in den Bereichen Online, Public Relations, Vertrieb, Marktforschung, Auslandsmarketing und Messen.

/// Wirtschaftsfaktor Tourismus

In den letzten Jahren hat sich die Tourismusbranche in Sachsen-Anhalt stabil weiterentwickelt und erweist sich als wichtiger Wirtschaftsfaktor. Die jährlichen Übernachtungszahlen stiegen in den letzten Jahren stetig und liegen inzwischen bei mehr als 7 Millionen gewerblichen Übernachtungen.

Die wirtschaftlichen Effekte aus der Tourismuswirtschaft wurden vor zehn Jahren erstmals komplex aufbereitet und einer differenzierten Betrachtung unterzogen. Im fünfjährigen Abstand wurden die Ergebnisse erneut 2011 bilanziert und unter demografischen Aspekten und deren Einfluss auf die Arbeitsmarktsituation beleuchtet. Die Kennziffern sind in der aktualisierten Neuauflage (2011) der Tourismus-Studie Sachsen-Anhalt nachzulesen, Band 8, Wirtschaftsfaktor Tourismus.

/// Allgemeine Tourismusstrategie

Strategisch setzt die IMG vor allem auf Kultur- und Städtereisethemen wie „Straße der Romanik“, „Himmelswege“, „Gartenträume“, „Luther 2017“ und UNESCO-Welterbe. Neben dem Kulturtourismus wurde das Geschäftsfeld „Aktiv/Natur“ als ein weiteres etabliert. Dieses Geschäftsfeld wurde deutlich ausgebaut und eigenständig in der Angebotsentwicklung und Kundenkommunikation bedient.

Die Querschnittsthemen wie Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Gesundheit und Genuss haben dabei eine immer stärkere integrative Beachtung gefunden.

Die seit Anfang 2007 veränderte Strategie zur Vermarktung der touristischen Reiseziele und Angebote – weiterführend über ein konsequentes Themenmarketing – wurde und wird unter Beachtung folgender Zielformulierungen den Markttrends und Entwicklungen stets entsprechend vorliegender Marktforschungsergebnisse angepasst. Dabei erfolgt die Auswahl des optimalen Marketingmix für jedes Thema neu und mit einem hohen Qualitätsanspruch.

- /// Verstärkerthemen greifen Einzigartiges auf und wirken zu anderen Themen vernetzend.
- /// Den positiven und stetigen Aufwärtstrend bei Ankünften und Übernachtungen gilt es zu halten und zu erhöhen.

/// durch Kooperationen Synergien schaffen und Mittel gebündelt einsetzen, sodass die Marktdurchdringung verstärkt wird
/// Themenmarketing mit klarer Zielgruppenansprache/Zielgruppenstrategie und größter Marktkenntnis
/// zielgruppengerechter Vertrieb unter Berücksichtigung einer vielfältigen Gästestruktur, Strategie und Zielstellung sowie aktueller Trends
/// Konzentration der Maßnahmen in definierten Quellmärkten sowie Erkundung weiterer Märkte
/// Trends durch attraktive Angebotsgestaltung aufgreifen und Bedürfnisse der Gäste erfüllen
/// optimaler Mitteleinsatz durch abgestimmten Marketingmix

/// Strategieumsetzung Kulturtourismus

Der Städte- und Kulturtourismus zählt zu den primären Wachstumsmärkten in Deutschland und spielt auch in Sachsen-Anhalt eine herausragende Rolle. Einen entscheidenden Beitrag dazu hat die konsequente Inwertsetzung und Weiterentwicklung der wertvollen Kulturlandschaft und kulturhistorisch bedeutsamen Vergangenheit geleistet.

Sachsen-Anhalt nutzt die Chance (und Notwendigkeit), zum zentralen Kulturland im Deutschlandtourismus zu werden.

Dies belegen die Zahlen zur Nachfrage im Kulturtourismus sowie seine Stellung als Wirtschaftsfaktor.

Der Kultur- und Städtetourismus ist gut und breit aufgestellt, Potenziale mit Alleinstellungscharakter sind flächendeckend vorhanden und, wenn auch in unterschiedlicher Intensität, bereits erschlossen. Neben den kulturtouristischen Markensäulen „Straße der Romanik“, „Himmelswege“ und „Gartenträume – historische Parks in Sachsen-Anhalt“ werden die Schwerpunktthemen „UNESCO“ und „Sachsen-Anhalt – Ursprungsland der Reformation“ national und international vermarktet und beworben.

Darüber hinaus konnte jährlich mit wechselnden Kommunikationsthemen, in denen bedeutende Events, Jubiläen oder herausragende Persönlichkeiten in den Mittelpunkt der Aktivitäten gestellt wurden, große Aufmerksamkeit erzielt werden.

	Kultur- und Städtereisen	Naturfreude	Sachsen-Anhalt-Business
Markensäulen	/// „Straße der Romanik“ /// „Gartenträume“ /// „Himmelswege“	/// „Blaues Band“	
Schwerpunktthemen	/// UNESCO-Welterbe /// Luther 2017	/// Radwandern /// Wandern /// Wasserwandern /// Reiten	
Weitere Themen	/// Städte /// Events /Ausstellungen /// Industrietourismus /// Spiritueller Tourismus	/// Naturtourismus /// Pilgern /// Landurlaub /// Wellness / Gesundheit	/// Tagungen und Kongresse (Harzer Tagungspool, Magdeburg Kongress-Allianz) /// Geschäftsreisen /// Incentives
Querschnittsthemen	/// Familien & Kinder /// Camping /// Sport /// Barrierefrei /// Genuss / Kulinarik /// Erlebnis …		

Quelle: eigene Darstellung IMG

2007 /// Himmelswege: Eröffnung des Besucherzentrums Arche Nebra
/// Eröffnung Geburtshaus Luthers in Lutherstadt Eisleben
/// 800 Jahre Hlg. Elisabeth
/// 800 Jahre Mechthild von Magdeburg

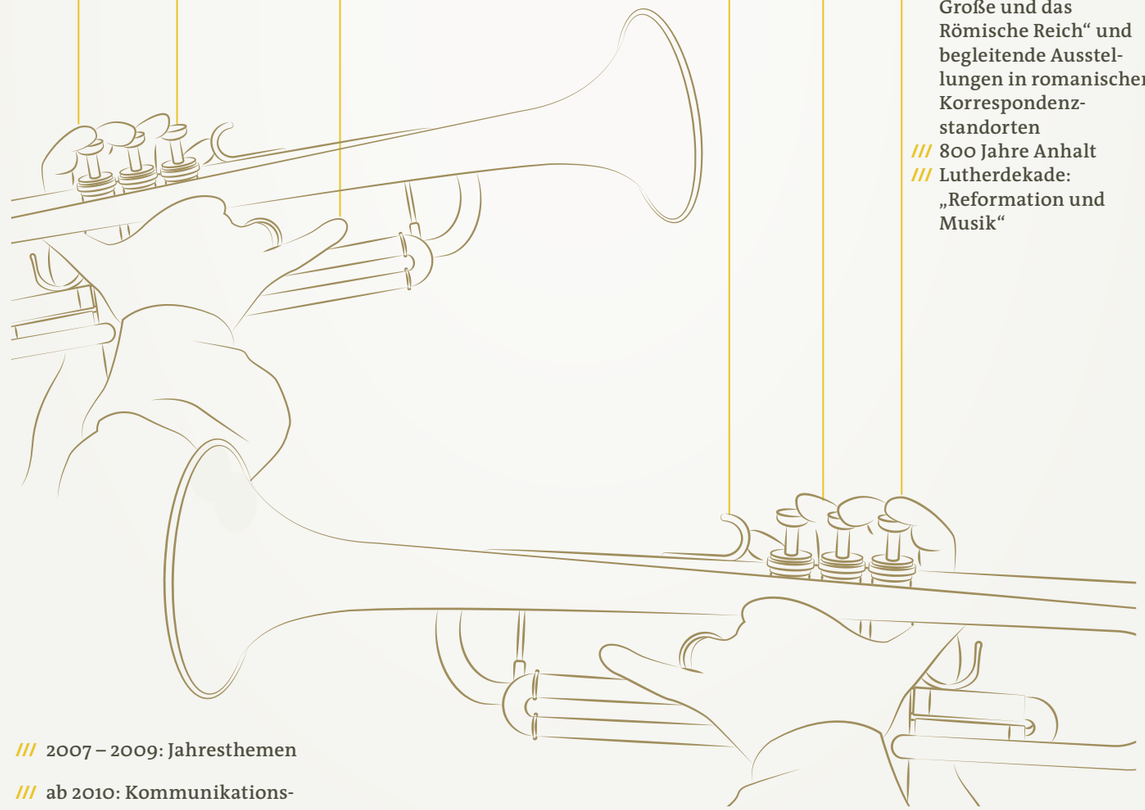
2008 /// Domschätze – Glanzstücke der „Straße der Romanik“, Eröffnung der Domschatzpräsentation in Halberstadt nach Gesamtsanierung
/// Internationaler Hansetag Hansestadt Salzwedel

2009 /// Musik.Zeit.Reisen Sachsen-Anhalt, 250. Todestag G. F. Händels
/// 20 Jahre Fall der Mauer
/// 800 Jahre Magdeburger Dom
/// Landesausstellung „Aufbruch in die Gotik“, Magdeburg

2010 /// Städtereisen, IBA – Internationale Bauausstellung

2011 /// Landesausstellung: Naumburger Meister, Naumburg

2012 /// Landesausstellung „Pompeji – Nola – Herculaneum“, Halle (Saale)
/// Landesausstellung in Magdeburg „Otto der Große und das Römische Reich“ und begleitende Ausstellungen in romanischen Korrespondenzstandorten
/// 800 Jahre Anhalt
/// Lutherdekade: „Reformation und Musik“



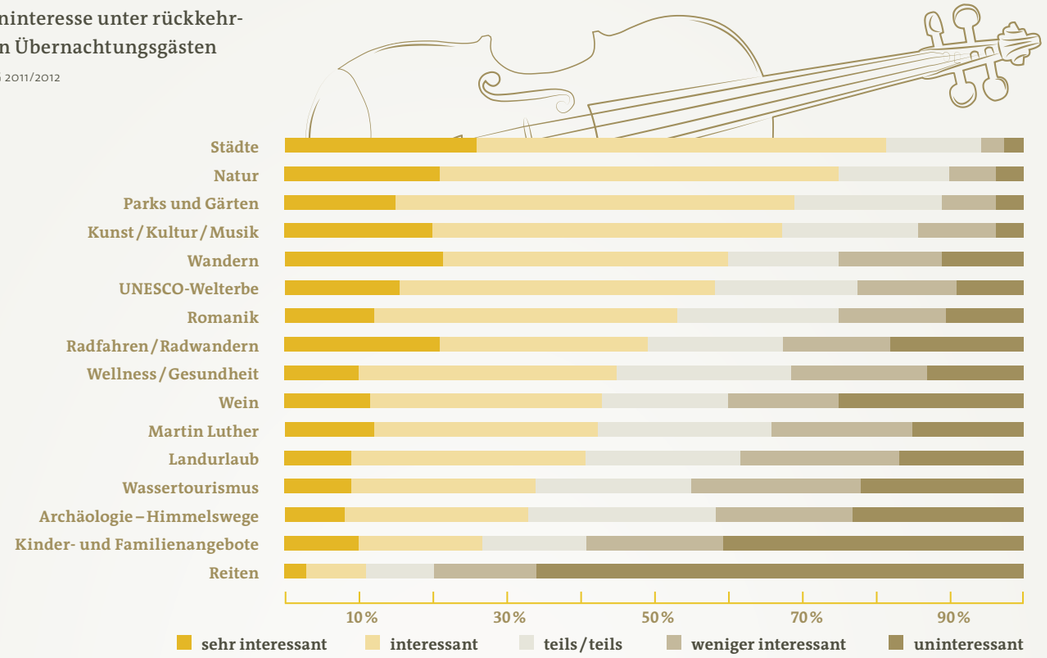
/// 2007 – 2009: Jahresthemen

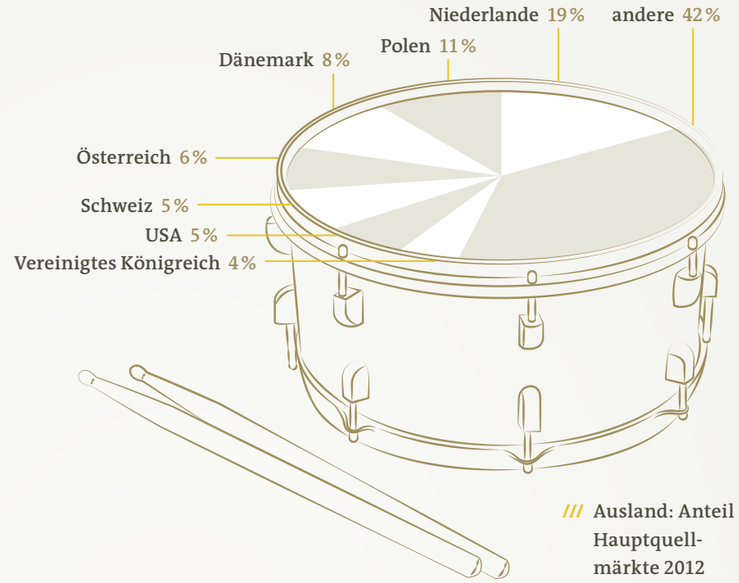
/// ab 2010: Kommunikationsschwerpunkte / Reiseanlässe

Quelle: eigene Darstellung IMG

/// Themeninteresse unter rückkehrbereiten Übernachtungsgästen

Quelle: PEG 2011/2012





/// Ausland: Anteil Hauptquellmärkte 2012

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012 – Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

/// Die Markensäulen

Straße der Romanik: Sie gilt als das bisher erfolgreichste Tourismus-Angebot in Sachsen-Anhalt und ist seit November 2007 eine der Säulen der vom Europarat anerkannten Kulturroute TRANSROMANICA. Nach der Evaluierung im Jahr 2007 gehören nun 80 Bauwerke in 65 Orten zu ihr. Darunter Kirchen, Dome, Klosteranlagen, Pfalzen und Burgen.

Die Bilanz heute

/// eine der 10 erfolgreichsten deutschen Ferienstraßen
/// Straße der Romanik als Markensäule im Tourismusmarketing
/// stetig wachsende Nachfrage
  /// jährlich weit mehr als 1,6 Mio. Besucher
  /// mehr als 50 Prozent der Anfragen
/// sehr gute Medienpräsenz
/// zahlreiche Reiseführer
/// Marktakzeptanz im Inland und eingeschränkt im Ausland

Gartenträume: Der Start der neuen touristischen Markensäule Gartenträume im Jahr 2006 hat zur Stärkung des Reiselandes Sachsen-Anhalt beigetragen. Sein in den vergangenen Jahren erarbeitetes Profil mit dem Schwerpunkt Ausflugs- und Reiseziel für Kulturtouristen wurde weiter ausgeprägt.

Mit der Markteinführung im Jahr 2006 wurden alle Gärten des Netzwerkes – teilweise auch die bereits in Vergessenheit geratenen – über ein abgestimmtes Marketing weitreichend bekannt gemacht und einem breiten Publikum eröffnet. Das Projekt „Gartenträume“ hat durch die Bündelung der denkmalpflegerischen, kulturellen und touristischen Aspekte nationalen und internationalen Modellcharakter. Geschätzte 2 Mio. Besucher konnten die „Gartenträume“ in 2012 verzeichnen, davon allein ca. 1 Mio. in den Anlagen des Gartenreiches Dessau-Wörlitz (UNESCO-Welterbe).

Nach der Evaluierung im Jahr 2010 gehören nunmehr 43 Parks der Markensäule an.

Himmelswege: Mit der 2007 am Reisemarkt eingeführten Route „Himmelswege“ verfügt Sachsen-Anhalt über ein in Deutschland einzigartiges Angebot. Das Besucherzentrum „Arche Nebra“, das Landesmuseum für Vorgeschichte, das Sonnenobservatorium Goseck und die Dolmengöttin von Langeneichstädt machen nicht nur die Vorgeschichte erlebbar, sondern liefern zusätzliche Impulse für die Weiterentwicklung des Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt. Seit der Eröffnung im Juni 2007 bis Dezember 2012 besuchten rund 480.000 Gäste die Arche Nebra. Die durchschnittliche Jahresbesucherzahl lag damit bei etwa 90.000 Besuchern pro Jahr.

/// Strategieumsetzung Aktiv-/Naturtourismus

Im Jahr 2011 hat die IMG eine Kampagne für Aktivreisen unter dem Motto „Naturfreude – Durchatmen in Sachsen-Anhalt“ gestartet und etabliert neben dem Kulturtourismus auch den Aktivtourismus als festes Geschäftsfeld im Tourismusmarketing.

Die konsequente Umsetzung im Verstärkerthema „Aktivtourismus“ erfolgte in den Kernzielaktivitäten mit gäste- und trendorientierten Angeboten medienübergreifend und themenspezifisch in den für Sachsen-Anhalt definierten Quellmärkten.

Zielstellung bei der Einführung der Kampagne:

/// Sachsen-Anhalt soll als aktivtouristisches Reiseland eingeführt und nachhaltig positioniert werden
/// klare Botschaften für die Kommunikation und Alleinstellungspotenziale
/// die Strategie ist, mit den bereits etablierten Marken HARZ (Wandern) und ELBERADWEG zu werben > diese haben hier Leuchtturmfunktion
/// Wiedererkennung (CD/CI) der Marken
/// regionale Identifikation stärken
/// Aktivitäten werden mit den touristischen Destinationen verbunden
/// Naturräume werden in ihrer Angebotsvielfalt berücksichtigt
/// bei der Zielgruppenansprache wird das primäre Reisemotiv betrachtet,
/// eigenständige Kundenansprache mit rad- und wandertouristischen Angeboten steht klar im Fokus
/// die Produktentwicklung muss geschärft werden und den Anforderungen der Zielgruppe entsprechen
/// im Marketing wird das Thema stark über „Neue Medien“ beworben; das Internet und interaktive Medien sowie Onlinemarketingmaßnahmen sind hier von zentraler Bedeutung

/// Ausländische Touristen

Gäste aus dem Ausland werden für Sachsen-Anhalt insgesamt immer wichtiger.

Sachsen-Anhalt wird den Bereich des Auslandsmarketings im Tourismus mittelfristig ausbauen, um neue Wachstumschancen zu nutzen. Gerade als kulturtouristisch geprägtes Kurzreiseland besitzt Sachsen-Anhalt für ausländische Touristen viele Potenziale. Hierbei muss das Ziel verfolgt werden, Auslandsmärkte selektiv und nachhaltig zu bearbeiten, da die Marktbearbeitung vergleichsweise kostenintensiv ist.

Eine Konzentration im internationalen Markt auf chancenreiche und international bekannte Themen wird immer wichtiger.

Mit der Fortführung der Drei-Länder-Kooperation (Sachsen, Thüringen, Sachsen-Anhalt) werden die Erfahrungen in der Bearbeitung des Marktes Großbritannien im Rahmen des Projektes „Cultural Heart of Germany“ und, im Rahmen der Lutherdekade, die Zusammenarbeit mit dem Land Thüringen unter dem gemeinsamen Titel „Luther-Country“ für den US-amerikanischen Markt genutzt. Deutlich ausgebaut werden die PR-Aktivitäten zur Bewerbung der Lutherdekade in Schweden. 2014 wird die Deutsche Zentrale für Tourismus das Thema „UNESCO in Deutschland“ erstmals mit einer eigenen Auslandskampagne vermarkten. Sachsen-Anhalt hat somit die Chance, die UNESCO-Welterbestätten in den Mittelpunkt der Vermarktung in ausgewählten Quellmärkten zu rücken.

Englischsprachige Imagebroschüren wie „Heartland of German History“ oder „Saxony-Anhalt – Germany’s Cultural Treasure Chest“ werben für Sachsen-Anhalt als Reiseland zu den bedeutendsten auslandaffinen Themenbereichen. Im Mittelpunkt stehen die Themen Luther 2017, UNESCO-Welterbe, Himmelswege, Straße der Romanik, Gartenträume und die musikalischen- und Veranstaltungshöhepunkte renommierter Festivals.

In den Ländern Schweiz und Österreich steht die Bewerbung mit Städte- und Kulturreisethemen im Vordergrund. Die Marktbearbeitung erfolgt über regionale und lokale Kooperationen.

Bei all diesen Ländern steht die Ansprache von Multiplikatoren im Vordergrund. Der kontinuierlichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kommt hier neben der Ansprache von Privat- und Gruppenreiseveranstaltern die größte Rolle zu.

Prof. Himpel ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Logistik und Produktionswirtschaft an der Hochschule Anhalt. Im Rahmen der **Logistikinitiative des Landes Sachsen-Anhalt** steht Herr Prof. Himpel als Referenzgeber und Fachpartner stärkend der Themenbreite im Logistikbereich zur Verfügung.

Prof. Dr. habil. Frank Himpel,
Fachbereich Logistikmanagement,
Hochschule Anhalt

„In Sachsen-Anhalt schneiden sich Verkehrslinien, teilen sich Warenströme. Und hier sind Menschen zuhause, die logistische Prozesse beherrschen. Logistik ist Zukunft. In Sachsen-Anhalt gibt es das Know-how dazu. Solche guten Nachrichten sollte man in die Welt tragen. Die IMG ist der kompetente Partner dafür. Ich freue mich auf eine weitere enge und effektive Zusammenarbeit."

/// 2012: Kampagnenauftakt zur Imagekampagne 4. Phase: Dafür stehen wir früher auf

SONDERAUFGABEN IM AUFTRAG DES LANDES

/// Sonderaufgabe „Landeskampagne – Wir stehen früher auf"

Unter Federführung der IMG ging die Landesimagekampagne am 24.05.2005 an den Start. Heute befindet sich die Kampagne um Deutschlands zweitbekanntesten Landes-Claim bereits in der 4. Phase. Die Ziele der Kampagne sind im Kern: Das Landesimage positiv zu verändern, das Profil Sachsen-Anhalts im Bewusstsein der deutschen Öffentlichkeit nachhaltig zu verankern, die Identität und das Heimatgefühl der sachsen-anhaltischen Bevölkerung zu stärken, Investoren und Wirtschaftsentscheider für den attraktiven Wirtschaftsstandort Sachsen-Anhalt aufmerksam zu machen, Fachkräftebedarf nachhaltig zu sichern, Abwanderungen entgegenzuwirken sowie Rück- und Zuwanderung zu befördern. Die Hauptzielgruppen wechselten in den einzelnen Phasen der Kampagne. Maßgeschneidert auf die jeweilige Zielgruppe wurden Maßnahmen entwickelt und umgesetzt.

Im Wettbewerb der deutschen Bundesländer um Investitionen und Fachkräfte kommt einem positiven Landesimage eine besondere Bedeutung zu. Wenngleich Sachsen-Anhalt hier Nachholbedarf bescheinigt wird, hat der Standort in den vergangenen Jahren sehr aufgeholt. Das belegen auch unabhängige Studien; die Forsa-Studien zeigen, dass die ersten drei Phasen der Imagekampagne erfolgreich waren.

Die EU-Strukturfonds haben in den vergangenen Jahren die Weiterentwicklung Sachsen-Anhalts deutlich geprägt. Grund genug, die EU-Strukturfonds in der neuen Kampagne (2012/2013) aktiv zu bewerben. Mit dem Unterslogan „Dafür stehen wir früher auf." bekommen die Menschen im Land eine Bühne und können zeigen, wofür es sich für sie lohnt früher aufzustehen und welches Projekt in ihrer Nähe mit Hilfe der EU-Strukturfonds erfolgreich umgesetzt wurde.

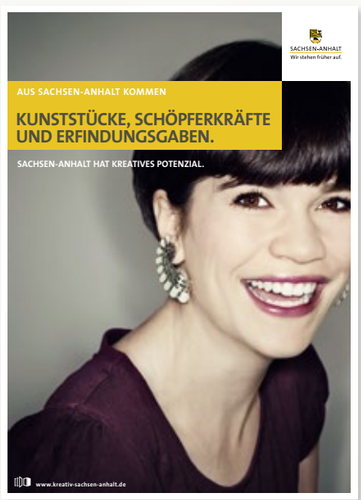
Erstmals gibt es eine Kampagnenphase, die auf das aktive Begleiten und Mitwirken der Einwohner im Land setzt. Den Sachsen-Anhaltern wird durch Beteiligungsmöglichkeiten die Chance gegeben, Teil der Kampagne ihres Heimatlandes zu werden. Mit dem neuen Kampagnenansatz werden die Besonderheiten und das Liebenswerte Sachsen-Anhalts sehr authentisch durch die hier lebenden Menschen gezeigt. Der Claim „Wir stehen früher auf." wird neu positioniert und mit anderen Inhalten gefüllt. Durch die Einbindung der kreativen Ideen der Menschen, die in Sachsen-Anhalt leben, gewinnt die Kampagnenphase Nummer vier an Emotionalität.

/// Sonderaufgabe „Luther 2017"

Lutherdekade und Reformationsjubiläum „Luther 2017 – 500 Jahre Reformation" werden das herausragende kulturpolitische Thema in Sachsen-Anhalt bis zum Jahr 2017 sein. Dieses Thema ist nur in seiner gesamtgesellschaftlichen nationalen und internationalen Dimension sachgerecht erleb- und umsetzbar.

Sachsen-Anhalt wird als „Ursprungsland der Reformation" mit seinen unverwechselbaren UNESCO-Welterbestätten in den nationalen und internationalen touristischen Fokus geraten.

Unser Anliegen war es in den vergangenen Jahren und wird es künftig sein, gemeinsam mit den zuständigen Ministerien und touristischen Akteuren für Sachsen-Anhalt eine Kommunikations-



/// 2008: Großflächen-Triptychon im Rahmen der Landesimagekampagne, UNESCO-Welterbestätten (Reihe oben) /// 2008: Standortmarketing, Anzeige Chemie (Mitte, links) /// 2012: Anzeigenmotiv Logistik. Initiative Sachsen-Anhalt (Mitte, rechts) /// 2008 bis 2012: Logo zur länderübergreifenden Hochschulmarketingkampagne der ostdeutschen Länder (Mitte, rechts) /// 2012: Publikation Reformationsjubiläum 2017 – Ursprungsland der Reformation (unten, links) /// 2012: Publikationen zur Kreativwirtschaft (unten, rechts; S. 47)

strategie aufzubauen und umzusetzen, die Sachsen-Anhalt als „Ursprungsland der Reformation" mit seinen authentischen Stätten medien- und publikumswirksam im In- und Ausland präsentiert.

Neben einer Angebotsanalyse in den Lutherstädten mit Schwerpunkt Eisleben und Mansfeld ist im Jahr 2010 ein Kommunikations- und Marketingkonzept für Sachsen-Anhalt in Anlehnung an die Dachkampagne entstanden. Die Ideen und Maßnahmen, die dieses Konzept beschreiben, werden schrittweise in den einzelnen Folgejahren umgesetzt.

Die IMG wirkt als Marketingdienstleister sowie steuernder und beratender Partner an der Maßnahmenumsetzung entscheidend mit. Im Verlaufe der Maßnahmenerbringung hat sich das Handlungsfeld weiter fortlaufend verändert. Die Entwicklungen zum Thema „Luther 2017 – 500 Jahre Reformation" sind so dynamisch, dass die Arbeit in den vorbereitenden Gremien ständig reift, kommunale und regionale Akteure sich ständig informieren und einbringen. Dies ist Ausdruck dafür, dass das Land Sachsen-Anhalt, aber auch insbesondere die Investitions- und Marketinggesellschaft Maßnahmen entwickeln muss, um die gesetzten Zielstellungen zu erreichen.

In Maßnahmenblöcken wurden und werden wegweisend Aktionen und Projekte umgesetzt, die es ermöglichen, abgestimmt und unter Berücksichtigung der Handlungsempfehlungen eine strategische Ausrichtung zur Zielerfüllung umzusetzen. Durch die Integration dieser Maßnahmen in die allgemeine Kommunikationsstrategie des Tourismusmarketings der IMG werden beachtliche Synergieeffekte geschaffen.

Die kontinuierliche Marketingarbeit bildet eine wesentliche Grundlage dafür, mittel- und langfristig das Image Sachsen-Anhalts als Ursprungsland der Reformation zu stärken und die Bekanntheit auch international zu schärfen.

/// Hochschulmarketingkampagne

Das Projektmanagement für die Hochschulmarketingkampagne lag von 2008 – 2012 in den Händen der IMG. Auftraggeber und Koordinator war hierfür das damalige Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt – später das Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt.

Aufgrund der regional sehr unterschiedlichen demografischen Entwicklung hatten sich die ostdeutschen Länder im Rahmen der Bund-Länder-Verwaltungsvereinbarung über den Hochschulpakt 2020 verpflichtet, ihre absehbar freiblei-

benden Studienanfängerplätze gezielt westdeutschen Studienanfängern anzubieten. Mit einer gemeinsamen Hochschulmarketingkampagne, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung, sollten vorhandene Hemmnisse bzw. Vorurteile gegenüber Studienorten in den ostdeutschen Ländern abgebaut werden.

Die entwickelte Kampagne „Studieren in Fernost" hatte zwei Stoßrichtungen: Auf der einen Seite die Etablierung eines Dialogs mit der Zielgruppe „Jugendliche" im Internet (www.studieren-in-fernost.de) und in den sozialen Netzwerken (schülerVZ, twitter, flickr, YouTube, später auch Facebook). Auf der anderen Seite die Mobilisierung der Hochschulen durch zahlreiche Wettbewerbe, Aktionen und Workshops.

Der provokante Claim „Studieren in Fernost" und die asiatischen Reporter Gang & Dong sorgten zu Beginn für Aufmerksamkeit in den Medien und der Zielgruppe. Man wollte vermitteln: „Der Osten ist nicht fern – er ist besser und bunter, als du denkst!". Zudem wurden Campus-Spezialisten, sogenannte studentische Botschafter, an den Hochschulen etabliert. Sie waren in den sozialen Netzwerken oder auf Messen aktiv, um Schüler auf Augenhöhe zu informieren. Ein anderes Instrument war die Hoch-

/// 2009: Spatenstich der Vetro Solar GmbH am Standort Sanders-dorf-Brehna /// 2011: Sachsen-Anhalt-Tag auf der ITB – Internationalen Tourismusbörse in Berlin, eröffnet durch Sts. Michael Richter

/// 2012: Pressekonferenz zum Auftakt der HMI – Dr. Carlhans Uhle (Geschäftsführer der IMG), Frank Walther (Beauftragter der Deutschen Messe AG für die neuen Bundesländer), Prof. Dr. Klaus Erich Pollmann (Rektor der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg), Prof. Dr. Birgitta Wolff (damals Wissenschafts- und Wirtschaftsministerin des Landes Sachsen-Anhalt), Carola Schaar (Präsidentin der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau), Dr. Jürgen Ude (MAHREG-Vorstand und IGZ-Geschäftsführer), Ulrich Wittkowski (Geschäftsführer der Harzer Werke Motorentechnik GmbH), v. l. n. r. /// 2011: Grundsteinlegung der Arvato AG im Industriepark Halle-Queis: v. l. n. r. MP Dr. Reiner Haseloff, Dr. Carlhans Uhle (Geschäftsführer der IMG), Patric Hoffmann (Geschäftsführer arvato online services GmbH), Markus Schmedtmann (Mitglied im Vorstand der arvato AG), oben rechts /// 2012: Minister Stephan Dorgerloh wirbt auf einer gemeinsamen USA-Reise mit dem Ministerpräsidenten, die auch von der IMG organisiert wurde, für das Luther-Jubiläum, unten links /// 2012: Minister Webel wirbt in den USA für den Logistikstandort Mitteldeutschland, unten rechts

schulstudiensuchmaschine (2009): Eine spielerische Anwendung, bei der die angehenden Studierenden ihre fachlichen als auch persönlichen Präferenzen wie Wohnverhältnisse, kulturelle Interessen etc. eingeben konnten und auf deren Grundlage dann Vorschläge zu geeigneten ostdeutschen Hochschulen gemacht wurden. Mit der Rallye Fernost (2010) lud man erstmals westdeutsche Studieninteressierte in den „fernen“ Osten ein.

Die vorherrschende flippige Aufmachung u. a. der Webseite wurde in 2011 von einer seriöseren Berichterstattung abgelöst, denn so, stellten diverse Studien heraus, wollten Schüler informiert werden. Damit wurde die Webseite zu einem Online-Magazin umgestaltet. Auf den Roadshows in 2011 und 2012 präsentierte man den Studienstandort Ostdeutschland direkt im Westen. Immer mit dem Anliegen, den Servicecharakter der ostdeutschen Hochschulen in der Zielgruppe und den Medien hervorzuheben, wurde ausgewählten Erstsemestern mithilfe des Elementes Gewinnspiel der Umzug (Campus Shuttle 2011) oder eine neue Einrichtung („Tausche Jugendzimmer gegen Studentenbude“ 2012) finanziert. Zudem entstand eine digitale „Gebrauchsanweisung“ zum Studieren.

Obwohl viele der gesteckten Ziele erreicht wurden, konnten Defizite in der Involvierung der Hochschulen und der Studieninteressierten an der Kampagne oder bei der Vernetzung der Hochschulen mit der Wirtschaft aufgedeckt werden. Sie bilden u. a. die Grundlage für eine weiterführende Marketingkampagne von 2013 bis 2015, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung. Erneut liegt das Projektmanagement bei der IMG.

/// Kreativwirtschaft

Die Landesregierung hat sich im Jahr 2007 darauf verständigt, im Rahmen der Kreativwirtschaft die zwei Sektoren Medienwirtschaft in Halle und Designwirtschaft in Magdeburg systematisch zu entwickeln.

Im Rahmen der Festsetzung einzelner Vermarktungsaktivitäten aus dem Bereich der Medienwirtschaft wurde 2008 eine überregional bedeutsame Veranstaltung zum Thema Filmmusik identifiziert. Mit zwischenzeitlich fünf „Filmmusiktagen“ in Halle (Saale) konnte Sachsen-Anhalt sich bereits deutschlandweit einen Namen machen und zeigen, wie wichtig dieses Event für den Medienstandort Sachsen-Anhalt ist. Die „Filmmusiktage Sachsen-Anhalt“ verstehen sich als Ergänzung zu bestehenden Veranstaltungen und sind von großer Bedeutung für die Kultur- und Medienwirtschaft sowie regional- und strukturpolitische Aspekte.

Die interministerielle Arbeitsgruppe Kreativwirtschaft und ein Ideenworkshop „Effizienz durch Kreativität“ kamen 2009 zum Ergebnis, dass die Designwirtschaft nicht solitär betrachtet werden kann, sondern als eine Querschnittsbranche für die etablierten Unternehmen des Landes gesehen werden sollte. Mit der Durchführung eines Events soll die Eigeninitiative der Leistungsanbieter aus dem Bereich Kreativ-Wirtschaft Sachsen-Anhalts unterstützt und eine Initialzündung insbesondere für die Klein- und mittelständischen Unternehmen gegeben werden, mit dem Ziel der Umsatzerhöhung der Kreativwirtschaftsbranche. Um die Potenziale der Zusammenarbeit der Wirtschaft/Industrie und der Kreativwirtschaft zu bergen, wird dazu das Land 2013 zum ersten Mal den Preis „bestform“ ausloben. Organisationen aus der Wirtschaft und der Kreativwirtschaft erhalten durch den Wettbewerb eine Plattform, um sich zu vernetzen und mit der Realisierung gemeinsamer Ideen gestärkt in die Zukunft zu gehen.

Durch die positive Entwicklung der Kreativwirtschaft sowie über ihre starke Wirkung für das positive Image des Landes Sachsen-Anhalt erfolgt die Integration der Kreativwirtschaft in die Landesimagekampagne „Wir stehen früher auf“. Es ist festzustellen, dass die Kreativwirtschaft bereits jetzt die Imagekampagne emotional und imagefördernd über die Landesgrenzen Sachsen-Anhalts hinweg unterstützt.

Der Aufbau einer virtuellen Datenbank der Kreativschaffenden im Land wird stetig weiterentwickelt. Auf dem Internet-Portal www.kreativ-sachsen-anhalt.de finden sich so nicht nur kreative Unternehmen, sondern auch Hinweise zu Projekten und Fördermöglichkeiten sowie Veranstaltungshinweise im Land. Nach der Entwicklung einer tragfähigen Vermarktungsstrategie im Jahr 2010 bewirbt das Land die Kreativszene. Die Herausgabe von Printprodukten, immerwährendes Storytelling, Anzeigenschaltungen, Präsentationen auf Veranstaltungen gehören dazu.

/// Logistik.Initiative Sachsen-Anhalt

Die Ministerien für Wissenschaft und Wirtschaft sowie für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt haben 2009 die Logistik.Initiative Sachsen-Anhalt ins Leben gerufen. Hierbei geht es um die Bündelung von Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung, die Profilierung des Logistikstandortes Sachsen-Anhalt. Die Zusammenarbeit mit den Netzwerken und Branchenclustern im Land sowie ein umfangreicher Innovationstransfer zur Stärkung der Unternehmen spielt eine große Rolle. Im Rahmen der Logistik.Initiative und unter Betrachtung der Logistikbranche in Sachsen-Anhalt und Beachtung möglicher Synergieeffekte für bestehende Unternehmen sowie zur Schließung von Wertschöpfungsketten innerhalb der Branche steht der Initiative der Landes-Logistikbeirat beratend zur Seite. Die Logistik.Initiative wird von der IMG koordiniert.

Die Logistik.Initiative hat sich zu einer Marketingplattform für den Logistik-Sektor des Landes Sachsen-Anhalt entwickelt. In dieser Funktion werden Investoren, produzierende Unternehmer und Verlader sowie Logistik-Dienstleister miteinander vernetzt. Es soll bekannt gemacht werden, dass durch die moderne Infrastruktur des Landes den Unternehmen aller Verkehrsträger der notwendige Rahmen für eine effiziente Logistik geboten wird.

Um das Wissen in der Region über branchenrelevante Entwicklungen systematisch zu verbessern, wird das Internetportal der Logistik.Initiative unter www.logistik-sachsen-anhalt.de mit Nachrichten und Veranstaltungshinweisen, Workshopterminen und Messeinformationen gepflegt. Zusätzlich präsentiert sich die Logistik.Initiative Sachsen-Anhalt auf vielen Fachmessen, wie beispielsweise der „transport logistic München“ und der „transport logistic China“, dem Deutschen Logistikkongress in Berlin, dem Aktionstag zum „Tag der Logistik“ sowie auf Pressereisen mit nationalen und internationalen Journalisten zur Veranschaulichung der „logistischen Meisterleistungen in Sachsen-Anhalt“.

AKZENTE.

ZIEL: STÄRKUNG DER WIRTSCHAFTS-KRAFT UND DADURCH AUCH DER STEUEREINNAHMEN DES LANDES.

ZUGKRAFT: POSITIVE ENTWICKLUNG DER ÜBERNACHTUNGSZAHLEN SEIT JAHREN.

ZEICHEN: DIENSTLEISTER FÜR PROJEKTE DES LANDES.

ZUKUNFT: NEUANSIEDLUNGEN UND INVESTITIONSBETREUUNG SIND WICHTIG FÜR DIE POSITIVE ENTWICKLUNG DES LANDES.

Stefan Mayer,
Werkleiter, Greatview Aseptic Packaging Manufacturing GmbH

Greatview ist ein weltweit führendes Unternehmen im Geschäftsbereich aseptischen Verpackungsmaterials sowie entsprechender Dienstleistungen. Die Produktpalette reicht von Verpackungen für Milchprodukte bis hin zu kohlensäurefreien Getränken, kundenspezifisch und in hoher Qualität, zu wettbewerbsfähigen Preisen, im internationalen Standard. **Die Investition in Halle gilt als die größte privatwirtschaftliche Investition aus China in Deutschland.**

„Wir fanden am Standort Halle optimale Bedingungen für den Bau unserer ersten Fabrik in Europa. Entscheidend für die Wahl des Standorts war neben der optimalen Infrastruktur die sehr gute Zusammenarbeit mit der IMG, der Investitionsbank, den Beamten der Stadt Halle und des Landes Sachsen-Anhalt. Dies ermöglichte eine schnelle Umsetzung unserer Investition.“

ZIELE UND ZUKUNFT.

WIE BEI DER FUSION IN 2007 MUSS SICH DIE IMG AUCH JETZT AN DIE NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ANPASSEN: EINE KLEINE, EFFIZIENTE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG HILFT SACHSEN-ANHALT, IM WETTBEWERB DER REGIONEN ZU BESTEHEN.

STRATEGIE FÜR SACHSEN-ANHALT: DIE IMG UND EIN STARKER WIRTSCHAFTSSTANDORT.

KEINE STRATEGIE OHNE „VERINNERLICHUNG“ DER ZIELE:

Das oberste Ziel der IMG wird es immer sein, die Wirtschaftskraft des Landes zu stärken und damit die Steuereinnahmen des Landes. Neuinvestitionen und Erweiterungsinvestitionen werden aufgrund der Wirtschaftsstruktur in unserem Land auch weiterhin besonders wichtig sein. Jede Investition bedeutet Steuereinnahmen, Arbeitsplätze und Aufträge für die regionale Wirtschaft.

Insofern lassen sich die Ziele – die speziellen Branchenziele des Tourismusmarketings ausgenommen – der IMG wie folgt fassen:

- Stärkung der Wirtschaftskraft
- Sicherung und Ausbau von Arbeitsplätzen
- Steigerung der Attraktivität des Standortes

Die IMG ist ein Instrument der Wirtschaftspolitik des Landes: Die eigene Strategie kann immer überlagert und verändert werden von der Strategie des Landes. Die Aufgabenerfüllung der IMG verlangt jedoch eine Nachhaltigkeit: bei der Verfolgung der Ziele, bei der Betreuung der Menschen in den Unternehmen bzw. bei der Betreuung der Unternehmen, in der Marketingkommunikation.

Insofern ist es für die Effizienz der IMG wichtig, dass Wirtschaftspolitik und Ausstattung der IMG eine gewisse Konstanz haben. Die IMG versteht sich als Dienstleister; zunächst für die Unternehmen, aber gleichzeitig als Servicepartner für die Aufgaben des Landes.

Die Ausrichtung der IMG muss sich „schrittweise“ umstellen: Die Fördermittel werden ebenfalls „allmählich“ ab 2012 bis 2020 weniger. Zudem werden parallel die Lohnkosten höher. Wie bereits in der Finanzkrise gesehen, geht die Bedeutung der Fördermittel zurück gegenüber anderen Faktoren, z. B. Personalbeschaffung. Insofern müssen die sonstigen Vorteile von Sachsen-Anhalt stärker vermarktet werden.

Genauso wie bei der Gründung der IMG vor sechs Jahren die Weichen gestellt wurden als Reaktion auf die Situation, dass die Investoren nicht mehr von selbst bzw. über IIC und MW kamen, so müssen jetzt frühzeitig die Weichen gestellt werden, als Reaktion auf die neue Situation. Ein erster Schritt ist durch das neue Geschäftsgebiet der Unternehmensbetreuung geleistet worden.

Die Akquisition von Unternehmen wird sich in den nächsten Jahren in Anlehnung an die wirtschaftspolitische Situation verstärkt ausrichten an Unternehmen mit besonderem Innovations- und Wertschöpfungspotenzial.

Zusammen mit den regionalen Wirtschaftsförderungen sollen Lücken in der Wertschöpfungskette gesucht werden. In der Folge ist es Aufgabe der IMG, gezielt nach Unternehmen zu suchen. Zudem sollten diese Lücken beworben werden („business opportunities in Saxony-Anhalt“). Während in der Akquisition bisher „das Netz ausgeworfen“ wurde, sollte künftig konkret die „Angel mit einem speziellen Köder für den gesuchten Fisch“ versehen werden. Hieraus werden sich auch Synergien zwischen den Geschäftsfeldern Unternehmensbetreuung und Ansiedlung ergeben.

Unternehmen sind global aufgestellt; die Standorte werden nach einer Vielzahl von Faktoren ausgesucht, die sowohl branchen- als auch unternehmensspezifisch sind. Der immer stärkere Wettbewerb um neue Investitionen erfordert ein fokussiertes Team: Eine abgestimmte Kombination aus Beratung, Service, Dienstleistung und dem perfekten Standort hat Aussicht auf Erfolg.

Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung müssen bei den Unternehmen ernst genommen werden. Nicht nur die Aus-

bildung muss daher stimmen, sondern auch das Fachwissen und das Engagement. Letztlich hängt die Akzeptanz auch davon ab, wieviel Erfahrungen die Mitarbeiter in der freien Wirtschaft haben.

Die IMG sollte sich fokussieren auf Ansiedlungsprojekte mit Standortkonkurrenz und auf Projekte mit Beschäftigungswirkung. Eine kleine, effiziente, bewegliche und privatwirtschaftlich organisierte Wirtschaftsförderung mit kompetentem Personal ist der Konkurrenz überlegen. Das Personal muss vertriebsorientiert und erfolgsorientiert sein. Die Fähigkeit zum Umgang mit ausländischen Unternehmen ist wichtig und wird in den nächsten 15 Jahren immer wichtiger; hierbei sind Sprachkenntnisse nur ein Aspekt. Die schnelle und reibungslose Zusammenarbeit mit den Partnern im Land – hier vor allem mit dem MW – wird auch in Zukunft ein strategischer Erfolgsfaktor sein.

Die Eigenvermarktung der IMG war in der Vergangenheit nicht wichtig, wird aber strategisch gesehen immer wichtiger: Um das Land besser vermarkten zu können und um unsere Ziele erreichen zu können, ist eine Wahrnehmung der IMG wichtig. Dabei ist zunächst eine stärkere „Fokussierung in der Wahrnehmung von außen“ anzustreben: bisher wird die IMG als „Bauchladen“ mit vielen Einzelaufgaben wahrgenommen. Dahingegen ist es nun die Strategie, dass die IMG als Wirtschaftsförderungsgesellschaft wahrgenommen wird, die für das Land zusätzliche Aufgaben wahrnimmt, die verwandt sind mit der Kernaufgabe und durch deren Wahrnehmung idealerweise Synergien entstehen. Die Strategie zur Wahrnehmung der IMG muss zudem mit dem für Wirtschaftsförderungsgesellschaften ungewöhnlichen Namen als auch mit der Verwechslung des Landes im Ausland („Saxony“ ist Namensbestandteil von 3 Bundesländern) umgehen.

Kernthema der Strategie der IMG ist es seit einigen Jahren, im **Onlinemarketing** stark zu sein. Dieses Thema wird strategisch künftig noch bedeutsamer werden. Alle Kundengruppen der IMG informieren sich zunächst online über das Angebot. Sowohl der potenzielle Investor in Tokio oder Stuttgart als auch der potenzielle Tourist informieren sich online. Dazu ist es wichtig, in den Suchmaschinen gefunden zu werden und in den jeweiligen communities ein gutes Image zu haben.

Als strategisches Ziel wird angesehen, die **Unternehmen** in Sachsen-Anhalt künftig stärker als Botschafter des Landes einzusetzen.

Im Bereich **Standortmarketing** wird es in den nächsten zehn Jahren darauf ankommen, die Stärken von Sachsen-Anhalt im In- und Ausland sichtbar zu machen: Sachsen-Anhalt als Standort, der als **Wirtschaftsstandort** im Wettbewerb mit anderen eine Reihe von Vorteilen zu bieten hat. Zum Beispiel aufgrund der traditionell starken Stellung der Industrie. Zum Beispiel aufgrund der Tatsachen, dass hier Forschungswissen effizient in die Praxis umgesetzt wird. Zum Beispiel beim Fachkräfteerkennen, dass die Lebensbedingungen hier besonders gut sind.

Das Standortmarketing wird zum Redaktionszeitpunkt strategisch neu aufgestellt. Es wird in Zusammenarbeit mit dem MW eine neue Konzeption aufgestellt, in dem das bisher reine Branchenmarketing durch ein branchenübergreifendes Themenmarketing ergänzt oder ersetzt wird. Grund hierfür ist u. a. die sich verändernde Wahrnehmung in den Hauptzielgruppen.

Strategisches Ziel des **Tourismusmarketings** ist es, auf längere Sicht die **Kulturreisedestination Nummer 1 in Deutschland** zu werden. Ein weiteres Ziel muss es sein, durch die Steigerung der Übernachtungszahlen auch die Auslastungsquoten bei den Qualitätsbetrieben im Land zu steigern. Die IMG setzt als Dienstleister des Landes die Ziele des Landes um. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Broschüre befindet sich der Masterplan Tourismus in Arbeit. Er wird die Richtschnur für die Strategie des Tourismusmarketings sein.

Sachsen-Anhalts kulturelles Erbe ist unschätzbar, durch einzigartige Artefaktorte geprägt, die mit dem Leben und Wirken weltweit bekannter Persönlichkeiten verbunden sind.

/// Jubiläen und Kommunikationsschwerpunkte 2014 – 2019

2014
/// UNESCO-Welterbestätten in Deutschland
/// Reformation und Politik
/// 14. Dt. Wandertag im Harz: „Weltkultur erwandern – Mythen erleben“

2015
/// BUGA Havelregion „Von Dom zu Dom am blauen Band der Havel“
/// Reformation – Bild und Bibel / Cranach d. J.
/// 1000-jähriges Jubiläum Grundsteinlegung Merseburger Dom
/// 25 Jahre Deutsche Einheit
/// 200. Geburtstag Otto von Bismarcks

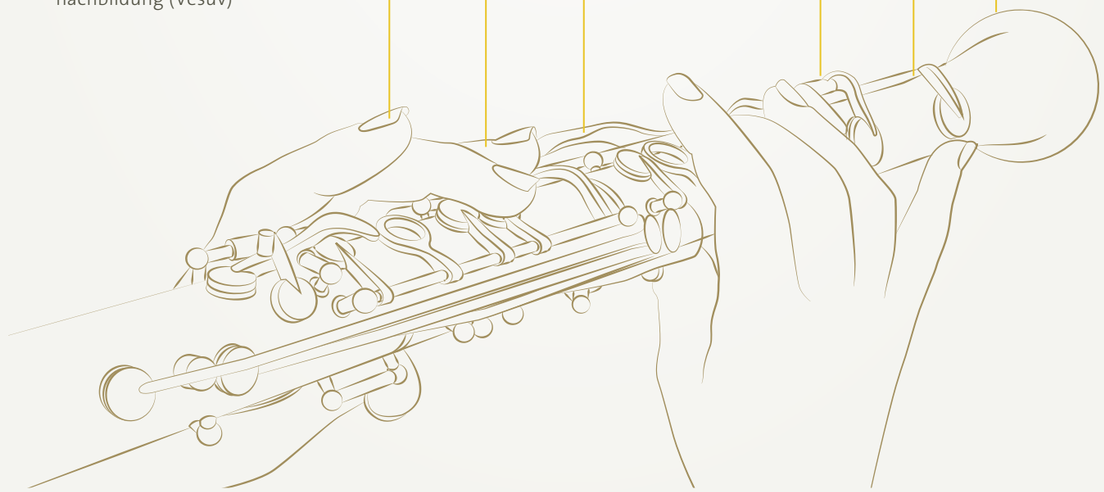
2016
/// Faszination Natur: „Naturfreude – Durchatmen in Sachsen-Anhalt“
/// zehn Jahre Selketalstieg
/// Land der Moderne – Bauhausausstellung

2017
/// Luther 2017: „500 Jahre Reformation“, religiöses Reisen
/// 300 Jahre J. S. Bach in Köthen

2018
/// Landesgartenschau in Burg
/// 25 Jahre „Straße der Romanik“

2019
/// 100 Jahre Bauhaus

Sachsen-Anhalt …
/// … größter mittelalterlicher Kirchenschatz außerhalb des Vatikans
/// … größte Dichte an Originalschauplätzen mittelalterlicher Reichsgeschichte
/// … Ursprungsland der Reformation
/// … reich an UNESCO-Welterbestätten
/// … älteste bekannte Himmelsdarstellung (3.600 Jahre)
/// … weltweit ältestes Sonnenobservatorium (c. 6.800 Jahre)
/// … größte Rosensammlung der Welt
/// … Elberadweg der beliebteste Fernradwanderweg Deutschlands
/// … höchstgelegenstes Hotel Norddeutschlands
/// … mehr als 1000 Gartendenkmale aus vergangenen Jahrhunderten
/// … erster englischer Landschaftsgarten auf dem europäischen Festland
/// … einzige funktionierende Vulkannachbildung (Vesuv)



PROFIL UND PROFESSION.

DER AUFSICHTSRAT

Aktuell setzt sich unser Aufsichtsrat wie folgt zusammen:

Vorsitzender:

/// **Hartmut Möllring,** Minister für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt

stellv. Vorsitzende:

/// **Dr. Tamara Zieschang,** Staatssekretärin, Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt

Mitglieder:

/// **Thomas Webel,** Minister für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt

/// **Rainer Robra,** Staatsminister und Chef der Staatskanzlei des Landes Sachsen-Anhalt

/// **Stephan Dorgerloh,** Kultusminister des Landes Sachsen-Anhalt

/// **Michael Richter,** Staatssekretär, Ministerium der Finanzen des Landes Sachsen-Anhalt

/// **Anne-Marie Keding,** Staatssekretärin, Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt

/// **Tilman Tögel,** Vorsitzender des Ausschusses für Wissenschaft und Wirtschaft des Landtages von Sachsen-Anhalt

STRUKTUR UND SCHNITTESTELLEN.

/// Dr. Carlhans Uhle,
Geschäftsführer

/// Nicole Krüger,
Assistenz

/// Bettina Quäschning,
Prokuristin

/// Kathleen Dannehl,
Landesmarketing-Kampagne
/// Gina Mösing,
Assistenz

/// Christina Pinnecke,
Assistenz

/// Bernd Lüdkemeier,
Marketing im besonderen Landesinteresse
/// Bianca Kießling,
Assistenz

/// Guido Dietrich,
IT

Team Tourismus / Produktion

/// Grit Fahrenkampf, Koordinatorin
/// Martin Fricke
/// Katrin Leiding
/// Annika Jeschek

Team Presse / PR

/// Ursula Schild, Koordinatorin
/// Frauke Flenker-Manthey, Koordinatorin
/// Luisa Kittner
/// Nicole Dalichow

Team Messe / VA

/// Ines Massih-Richter, Koordinatorin
/// Tobias Nagel, Trainee
/// Jacqueline Thole, Azubi

Team Service

/// Sylke Hajek, Koordinatorin
/// Sabine Weißenberg
/// Stefanie Rempe
/// Angelika Beulecke

Team Hochschul-Marketing

/// Antje Mutzek
/// Antonia Krieger, Assistenz

Akquisition Ausland (EU)

/// Oliver Köhn, Koordinator
/// Markus Müller
/// Mandy Bunge
/// Kristin Gabor
/// Dr. Annette Herzog, Controlling
/// Mathias Oblieglo, Büro China
/// Christiane Kühne

Wirtschaftsförderung Team 1

/// Nico Horn
/// Beate Richter
/// Birgit Heine
/// Corina Loth

Wirtschaftsförderung Team 2

/// Andrea Voß
/// Dorrit Koebcke-Friedrich
/// Julia Bütow

Research, Flächendatenbank

/// Uwe Heuer
/// Reinhard Milius
/// Ingrid Stüring

Wir danken allen Mitarbeitern, die uns in den vergangenen Jahren mit ihrem Engagement und ihrer Kreativität unterstützt haben beim erfolgreichen Wirken der IMG im Dienste des Landes Sachsen-Anhalt.

Stand Mai 2013, Anmerkung: Praktikanten nicht angeführt

IMPRESSUM

/// **Herausgeber:**
Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg
Tel. +49 391 56899-0
Fax +49 391 56899-50
E-Mail welcome@img-sachsen-anhalt.de

Redaktion: Dr. Carlhans Uhle, Bettina Quäschning, Nicole Dalichow, Kathleen Dannehl, Grit Fahrenkampf, Frauke Flenker-Manthey, Oliver Köhn, Dr. Annette Herzog, Annika Jeschek, Luisa Kittner, Dorrit Koebcke-Friedrich, Nicole Krüger, Antje Mutzeck, Andrea Voß
Redaktionsschluss: 15.05.2013

Konzept und Gestaltung: rothehorn gruppe/genese werbeagentur, Magdeburg
Bildnachweis: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, Michael Bader; iStockphoto LP; plainpicture GmbH; Harald Krieg; Andreas Stedtler. Die Bilder der Referenzgeber wurden uns freundlicherweise von den jeweiligen Unternehmen zweckgebunden zur Verfügung gestellt.

Die Benutzung des Materials zum Zwecke der gewerbsmäßigen Adressveräußerung an Dritte oder des Nachdrucks – auch auszugsweise – ist nicht gestattet.

www.investieren-in-sachsen-anhalt.de

www.sachsen-anhalt-tourismus.de

www.logistik-sachsen-anhalt.de

www.kreativ-sachsen-anhalt.de

www.naturfreude-erleben.de

www.luther-erleben.de

www.dafür-stehen-wir-früher-auf.de

www.studieren-in-fernost.de

IHR PARTNER

/// Für die Unternehmen.
/// Für potenzielle Investoren.
/// Für Kammern und Verbände.
/// Für Touristiker.
/// Für politische Entscheider.
/// Für Journalisten.
/// Für die Bürger des Landes.
/// Für Sachsen-Anhalt!

Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg
Tel. +49 391 56899-0
Fax +49 391 56899-50

INVESTOREN-HOTLINE: +49 391 56899-10

Dr. Carlhans Uhle
Geschäftsführer
Tel. +49 391 56899-11
welcome@
img-sachsen-anhalt.de