

Heuberg & Denklingen

Werbegemeinschaft

Der Heuberg bietet, was der Mensch braucht

HEUBERG (sg) - Davon hatte das Vorbereitungsteam der neu zu gründenden Werbegemeinschaft „Heuberg aktiv“ kaum zu träumen gewagt: Über 70 Interessenten waren zur Infoveranstaltung in die Gosheimer „Sonne“ gekommen.

Keiner dürfte sein Kommen bereut haben, denn die drei Referenten des Abends, Dieter Volz, Hans-Martin Schurer und Manfred Brugger, informierten in drei fundamentalen Vorträgen umfassend darüber, wie das Kind mit dem dynamischen Namen „Heuberg aktiv“ aus der Taufe gehoben werden soll.

Dieter Volz, Vorsitzender der Werbegemeinschaft Wehingen und Kandidat für den Vorsitz des neuen Vereins, präsentierte die von einer neunköpfigen Arbeitsgruppe ausgebrüteten Ziele und Aufgaben. Was vor 20 Jahren noch undenkbar gewesen sei, sei heute fast lebensnotwendig. Zwölf von 26 Heuberggemeinden strebten einen Zusammenschluss zum Standort Heuberg an: Wehingen, Gosheim, Deilingen, Böttingen, Obernheim, Kolbingen, Mahlstetten, Bubsheim, Egesheim, Renquishausen, Reichenbach und Königsheim.

Bis zum Beginn der Veranstaltung hatten sich insgesamt 85 Mitglieder aus Dienstleistungsunternehmen, Einzelhandels-, Handwerks-, Gastronomie- und Industriebetrieben sowie Freiberufler angemeldet. Jetzt sind es bereits über 90 Mitglieder. Mit gemeinsamer Präsentation und entspre-



Sparkassendirektor Manfred Brugger beleuchtete die psychologische Seite von „Einigkeit macht stark“.

Foto: Gisela Spreng

chenden Aktivitäten soll verloren gegangene Kaufkraft zurückgewonnen werden. Dabei reichen die Ideen von „Heuberger Schnäppchenwochen“ über einen Lieferservice für Senioren bis zur Kundenkarte mit Rabattsystem. Die Finanzierung macht noch Kopfzerbrechen. Mit einem eventuellen Jahresbeitrag von 70 Euro lassen sich keine großen Sprünge machen.

Hans-Martin Schurer, Kreativ-Media-Service, trug mit Bravour seine

Werbestrategien vor. Es gelte, den Einkaufsstandort Heuberg in einen aktiven Wettbewerb mit den umliegenden Städten und dem Home-Shopping zu schicken. Dem Einkaufserlebnis mit Show-Effekt könne der Heuberg entgegenhalten, dass er „alles bietet, was der Mensch braucht“. Dem Magazin „Hoppla Heuberg“, das seit fast vier Jahren der Imagepflege dient, soll als Angebotsmedium ein weiteres Magazin mit dem Titel „Heuberg ak-

tiv“ an die Seite gestellt werden.

Der Sparkassendirektor Manfred Brugger beleuchtete in seinem flammenden Vortrag die mentalen Seiten einer Fusion. „Was bringt's mir?“ und „Was kostet's“ – das seien die wesentlichen, aber unausgesprochenen Fragen, die den Einzelnen beschäftigen, bevor er sich zum Mitmachen entscheide. Mit einem heiteren Ausflug in die Geschichte erbrachte Brugger den Beweis, dass die meisten Fusionen der

Vergangenheit wie die Wasserversorgung auf dem Heuberg, die Heubergbahn, das Bildungszentrum Gosheim-Wehingen und der Gemeindeverwaltungsverband Heuberg das Wir-Gefühl gestärkt und sogar zu einem Synergieeffekt geführt haben.

Bei der anschließenden Diskussion lobte Franz Nienhaus, Geschäftsführer der IHK, das Unterfangen der Heuberger, über den eigenen Tellerrand zu.