

How do you say »market« in German?



BADEN-BADEN

The good-good life.





Alexander Wieland, Peter Stenzel, Oberbürgermeisterin Margret Mergen,
Martin Lautenschlager, Markus M. Börsig (von links)

Grußwort

WILLKOMMEN BEI DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG BADEN-BADEN!

Vor Ihnen liegt die Wirtschaftsbroschüre der Stadt Baden-Baden. Sie enthält alle wichtigen Informationen zu unserer Stadt. Weitere wertvolle Informationen finden Sie auf unseren Internetseiten. Viel wichtiger als alle Informationen über Printmedien und Internet ist für uns aber der persönliche Kontakt. Im direkten Gespräch werden Hürden abgebaut, wird Vertrauen aufgebaut, können Anliegen, Erwartungen, aber auch Probleme, unmittelbar angesprochen und diskutiert werden. Wir setzen auf Offenheit und gegenseitiges Vertrauen.

Die Wirtschaftsförderung in Baden-Baden arbeitet im Team. Die Stabsstelle Wirtschaftsförderung ist im Rathaus direkt der Oberbürgermeisterin zugeordnet und Ihr Ansprechpartner in allen Belangen der Wirtschaft. Wirtschaftsförderung ist in Baden-Baden Chefsache.

Die Gewerbeentwicklung Baden-Baden GmbH ist eine hundertprozentige Tochter der Stadt Baden-Baden und in ihrem Selbstverständnis Service- und Dienstleistungsunternehmen der lokalen und regionalen Wirtschaft.

Wohin Sie sich auch immer mit Ihrem Anliegen hinwenden, Sie werden unmittelbar von uns persönlich betreut oder an den richtigen Ansprechpartner weitergeleitet. Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen.



INTERVIEW MIT DER OBERBÜRGERMEISTERIN VON BADEN-BADEN, MARGRET MERGEN

Frau Mergen, welche Rolle spielen Sie, spielt die Stadtverwaltung bei der Wirtschaftsförderung?

OB Margret Mergen:

Wirtschaftsförderung ist ein wichtiger Aspekt im Selbstverständnis einer Stadt. Rein rechtlich betrachtet ist sie schlicht eine freiwillige Aufgabe, die eine Stadt wahrnehmen kann oder eben nicht. Sie ist aber tatsächlich weit mehr. Sie gehört, im übertragenen Sinne, zur Unternehmenskultur oder, sprachlich auf der Höhe der Zeit, zur Corporate Identity einer Stadtverwaltung.

Mir als Oberbürgermeisterin fällt dabei eine Schlüsselrolle zu, zumal es zu meinen Hauptaufgaben gehört, innerhalb der Kommunalpolitik Prioritäten zu setzen und die Verwaltung auf entsprechende Zielsetzungen auszurichten. In meiner gesamten kommunalpolitischen Laufbahn habe ich der Wirtschaftsförderung immer einen sehr hohen Stellenwert eingeräumt. Ganz besonders hier in Baden-Baden. Hilfreich war mir dabei, dass in Baden-Baden die Bedeutung der Wirtschaftsförderung schon früh erkannt und die Verwaltung für diesen Aufgabenbereich sensibilisiert wurde. Nur wenn die gesamte Verwaltung in ihrem Selbstverständnis wirtschaftsfreundlich eingestellt ist, kann Wirtschaftsförderung erfolgreich sein.

Instagram trifft Belle Époque – Wie passen „Internationale Kultur- und Bäderstadt“ und „innovativer Wirtschaftsstandort“ zusammen?

Baden-Baden ist eine internationale Kultur- und Bäderstadt mit weltweiter Reputation. Auf dieses Erbe sind wir stolz. Es ist Teil unserer Identität und gleichzeitig aber auch Grundlage und Ausgangspunkt für sinnvolle Neuausrichtungen. Mit dem Südwestrundfunk, ARTE und namhaften Verlagen haben wir uns als bundesweit bekannter Medienstandort etabliert. Kosmetische und pharmazeutische Betriebe haben bereits Mitte des vorausgegangenen Jahrhunderts in Baden-Baden ihre Hauptsitze gegründet. Mit einer vorausschauenden Gewerbe-

flächen- und Ansiedlungspolitik der vergangenen drei Jahrzehnte haben wir die künftige wirtschaftliche Entwicklung auf ein zweites Standbein gestellt. Namhafte „Hidden Champions“ haben ihren Sitz in Baden-Baden.

Durch Kooperationen mit dem Cyberforum und der Innovations-Allianz stellen wir uns der digitalen Entwicklung, geben wichtige Impulse für die Gründerszene und schaffen günstige Rahmenbedingungen für Start-ups. Alles in allem sehen wir in unserem Anspruch, Kultur- und Bäderstadt und gleichzeitig innovativer Wirtschaftsstandort zu sein, keinen Widerspruch sondern ein tragfähiges und auf die Zukunft ausgerichtetes Gesamtkonzept.

Was sind die Zukunftsbranchen für Baden-Baden?

Typisch für Baden-Baden ist ein breiter Branchenmix. Unternehmen aus dem Medienbereich, der Pharmazie und Kosmetik, dem Maschinen- und Werkzeugbau, dem Automobilsektor, der Finanzdienstleistungsbranche oder dem Baustoffgewerbe haben in Baden-Baden ihren Sitz in Baden-Baden. Meine Aufgaben sehe ich darin, infrastrukturelle Rahmenbedingungen zu schaffen, die es diesen Unternehmen ermöglichen, an den künftigen technischen und digitalen Entwicklungen teilnehmen zu können.

Nicht zuletzt unter diesem Aspekt haben wir mit dem Steinbeis-Institut eine umfassende Digitalisierungsstrategie erarbeitet. Historisch bedingt und unserem Selbstverständnis entsprechend, haben wir in Baden-Baden einen stark entwickelten Gesundheitssektor. Diesen Bereich gilt es weiterhin auszubauen und dabei ganz besonders neuere Entwicklungen, wie E-Health und Life-Science, im Auge zu behalten.









Das beste Klima *in Deutschland*

Im mediterranen Südwesten Deutschlands gibt es das meteorologisch angenehmste Klima im Land. In Baden-Baden wachsen Zitronen. Nicht umsonst haben die Römer vor 2.000 Jahren die ersten Badeanlagen hier gebaut. Hier kommen Menschen gern zu Besuch und hier leben und arbeiten sie gern. Aber was hat das mit Wirtschaftsförderung zu tun? In der Wirtschaftsförderung geht es vor allem darum, Rahmenbedingungen und Voraussetzungen zu schaffen, die wirtschaftliche Entwicklung ermöglichen, unternehmerisches Denken fördern, innovative Potentiale freisetzen und neuen Ideen und Gedanken kreative Freiräume geben.



Dabeiverstehen wir Wirtschaftsförderung als eine gesamtstädtische Aufgabe. Nur so können wir in Baden-Baden eine lebendige, nachhaltige, ökonomisch wie ökologisch sinnvolle Entwicklung sicherstellen. Es sind viele Faktoren, die eine Stadt zu einer lebenswerten Stadt

und einem attraktiven Wirtschaftsstandort machen. Es ist die intakte Umwelt, ein offenes soziales Umfeld, eine funktionierende Gesundheits- und Nahversorgung und ein ansprechendes Freizeitangebot. Aber eben auch: ein unternehmerfreundliches Klima, eine moderne Infrastruktur, ausreichende Gewerbeflächen und Experimentierräume für innovative unternehmerische Ideen und mutige Start-ups. Wir denken und handeln umfassend, wenn wir die Rahmenbedingungen für ein gesundes wirtschaftliches Wachstum schaffen und sichern.

STADT DER MÖGLICHKEITEN

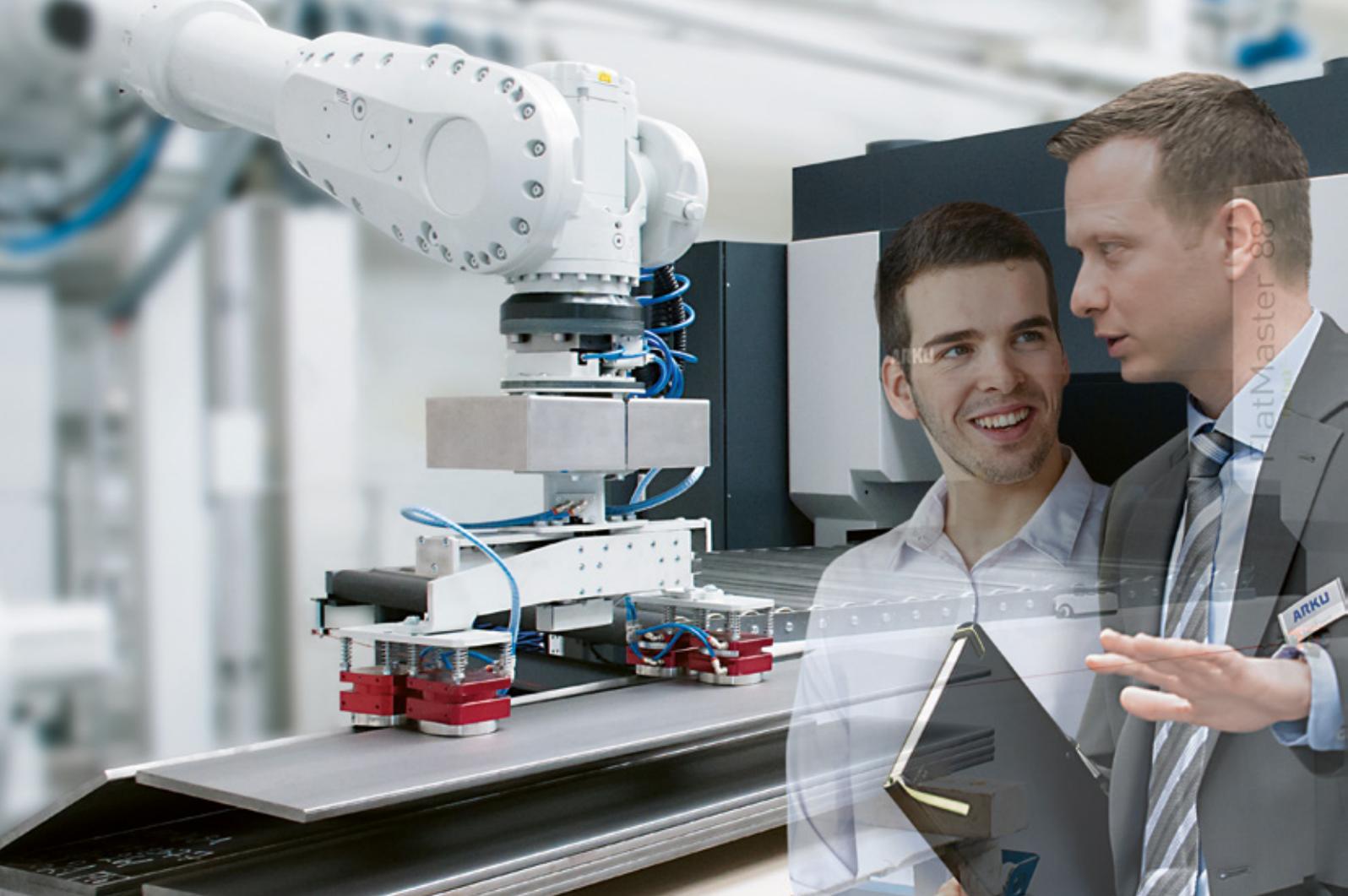
In Baden-Baden haben sich schon in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gewerbliche Betriebe angesiedelt. Das Miteinander von Tourismus- und Gesundheitswirtschaft hat Tradition. So gibt es hier Grand Hotels neben innovativen Start-ups, Museen neben Arzneimittelherstellern, die Medienbranche neben weltweit agierenden Finanzdienstleistern.

Die Branchenstruktur des produzierenden Gewerbes hat sich in den letzten Jahren mit der Gründung und Ansiedlung von Firmen aus den Bereichen Werkzeugbau, Bauteile und Bausysteme, Automobile und Hydraulik sehr stark ausdifferenziert. Hinzu kommen rund 500 Handwerksbetriebe, insbesondere aus dem Metall- und dem Bau- und Ausbaugewerbe.

Einer der größten Arbeitgeber Baden-Badens ist der SWR. Er und viele anderen Medienunternehmen wie ARTE, media control, Verlage, Agenturen und andere Online-Dienstleister machen Baden-Baden auch zur Medienstadt.

Der Einzelhandel zieht internationale Kundengruppen in die Stadt. Die internationale Wahrnehmung der Stadt Baden-Baden resultiert in den wichtigsten Auslands- und Zukunftsmärkten wie Russland, dem Mittleren Osten, den USA, China und Indien nach wie vor aus ihrer Reputation als internationale Kultur- und Bäderstadt. Der erste, wie der zweite Gesundheitsmarkt mit seinen privat getragenen Gesundheitskosten (zum Beispiel Prävention) sind ebenfalls wichtige Wirtschaftsfaktoren.





Das verarbeitende Gewerbe: **Made in Baden-Baden**



Made in Baden-Baden – das ist das ungeschriebene Gütesiegel für zahlreiche Produkte, die von Weltmarktführern stammen, von „Hidden Champions“, die in Baden-Baden gegründet wurden oder von international agierenden Konzernen, die eine Produktionsstätte hier haben. Was macht die Stadt neben all ihrer Schönheit, ihrer Kunst und ihrer Natur zum leistungsstarken Standort für das verarbeitende Gewerbe und hochqualifizierte und bodenständige Handwerksbetriebe? Vieles! Zum Beispiel hochqualifizierte Fachkräfte, eine enge Vernetzung mit der regionalen Forschungs- und Entwicklungslandschaft, das Know-how und das Innovationspotential der Technologie-Region Karlsruhe, Freiräume für neue unternehmerische Konzepte, klare Ziele und eine engagierte Wirtschaftsförderung.

Das Spektrum der Produktionsbetriebe ist groß: Das kanadische Unternehmen Mold-Masters Europa exportiert seine High-Tech-Produkte in die Welt, Entwässerungssysteme von Birco kanalisieren Regenwasser, Bauteile von Schöck sind in der Architektur unverzichtbar, Weltmarktführer ARKU baut Präzisionsrichtmaschinen und Entgratmaschinen für Blechteile und Bandanlagen für Coils – um nur einige zu nennen.

Besonders stolz ist man in Baden-Baden auch auf die zahlreichen Handwerksbetriebe. Hier treffen Tradition und Innovation in besonderer Weise aufeinander. Altes und bewährtes Wissen und die hohen Anforderungen der zunehmenden Digitalisierung sind kein Widerspruch, sondern gemeinsame Basis für die erfolgreiche Ausschöpfung von Wachstums- und Entwicklungspotentialen.

Baden-Baden bietet Unternehmen und ihren Mitarbeitern beste Rahmenbedingungen und somit langfristige Perspektiven. Die planerischen und grundstückspolitischen Weichen sind für Produktions- und Handwerksbetriebe auf Wachstum gestellt.

Martin Weingärtner, Geschäftsführer

Weingärtner GmbH Elektromaschinenbau:

„Es ist mehr als die Lage, die den Standort Baden-Baden für uns so wertvoll macht: Es sind Fachwissen, Sorgfalt und Engagement der Menschen hier.“



Verkehrswege nach Baden-Baden: Grenzenlos nah

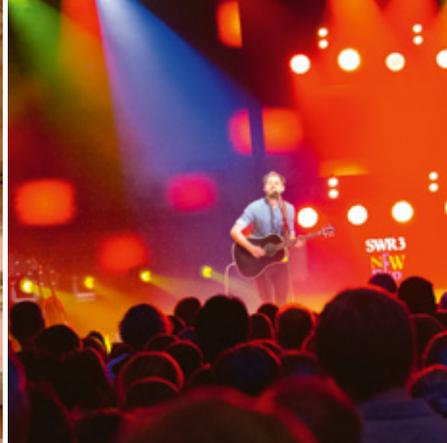
Baden-Baden liegt unmittelbar an pulsierenden europäischen Verkehrsadern. Straßen, Schienen und Luftwege bieten allen, die in Baden-Baden produzieren, kurze Wege in die internationalen Märkte. Die Bundesautobahn A5 Frankfurt-Basel liegt nur wenige Autominuten vom Stadtzentrum entfernt, auf der Schiene sorgen ICE, TGV, Intercity und Eurocity für den Anschluss ans internationale Netz, der Flughafen Karlsruhe/Baden-Baden bringt nicht nur Touristen nach Baden-Baden, sondern auch Geschäftspartner und Fachkräfte aus aller Welt.

Aber auch der Nahverkehr ist ausgezeichnet ausgebaut. Die Buslinien der Stadtwerke erschließen im Verbund mit den Karlsruher Verkehrsbetrieben (KVV) grenzüberschreitend eine Region von rund 3.500 km², in der rund 1.3 Mio. Menschen leben und bringen unsere Gäste in einem engen Minutentakt vom Bahnhof direkt ins Herz der Stadt.

François Dugimont, Director Human Resources der Fa. Heel:

„Wir sind nah am Menschen und in 50 Ländern aktiv. Das geht nur mit guter Logistik, kurzen Wegen – und viel Engagement.“





Hier wird aus Dienstleistung **Qualitätsleistung.**

Die Rolle als Gastgeber für ein internationales und anspruchsvolles Publikum, Weltoffenheit und Toleranz, verbunden mit Bodenständigkeit und dem Blick fürs Machbare, haben in Baden-Baden ein Selbstverständnis wachsen lassen, das beste Voraussetzungen für einen herausragenden und modernen Dienstleistungsstandort bietet.

Rund zwei Drittel der Beschäftigten Baden-Badens sind im Dienstleistungssektor und somit auch in bedeutenden Unternehmen der Bereiche Medien, Finanzdienstleistungen und Beratung, tätig. Baden-Baden fördert Expansion und Innovation: Die Rahmenbedingungen für weiteres Wachstum sind also geschaffen.



Martin Semmet,
Vorstand, Sparkasse Baden-Baden / Gaggenau

*„Wo gedeihen Geschäftsbeziehungen besser als in einer Umgebung, die auf Offenheit, Wertschätzung und Nähe setzt?
Baden-Baden inspiriert mich jeden Tag.“*





Baden-Baden: **The good-good life**

„Belle Époque meets Instagram“ schreibt die New York Times über Baden-Baden. Auf Deutsch heißt das: Eine Stadt mit großer Vergangenheit und Tradition setzt auch in Zukunft auf Internationalität. Dabei achten wir darauf, dass Baden-Baden seine Eigenart behält, seine einzigartige Ausstrahlung, seine Magie. Die kleinste Weltstadt zieht Unternehmen und Investoren aus aller Welt an. Sie kommen nach Baden-Baden, um sich inspirieren zu lassen und neue Möglichkeiten auszuloten. Eine hervorragende Infrastruktur, regionale und internationale Netzwerke und internationale Reputation, verbunden mit den kulturellen und natürlichen Schätzen der Stadt, schaffen ein einzigartiges Klima für kreatives und unternehmerisches Denken und Schaffen. Und deshalb ist auch das Arbeiten in dieser Stadt ein Vergnügen, das immer mehr Menschen entdecken.

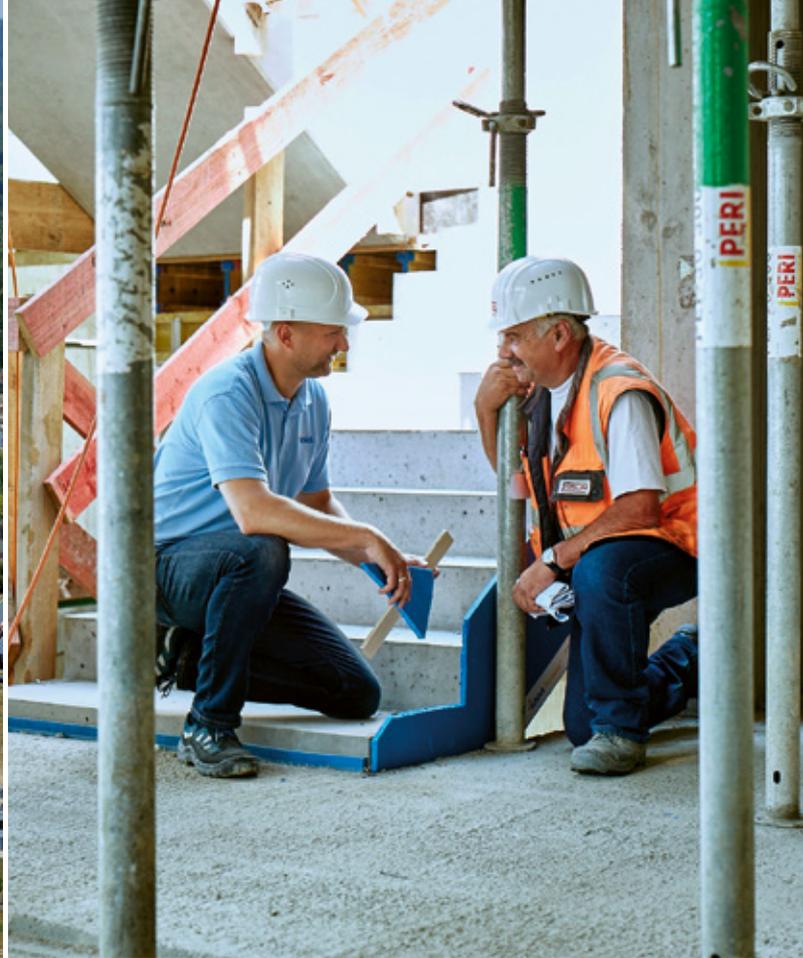


Nora Wagershauser, Geschäftsführerin,
Baden-Baden Kur- und Tourismus GmbH

*„The good-good life
bringt es auf den Punkt.
Nicht nur für unsere Gäste,
sondern für alle, die hier
gern leben und arbeiten.“*



Gewerbegebiet Oos-West



Gewerbeparks in Baden-Baden – Potenziale für die Wirtschaft

Gemeinsam mit der städtischen Wirtschaftsförderung kümmert sich die Gewerbeentwicklung Baden-Baden GmbH nicht nur um die vorhandenen Betriebe, sondern forciert gezielt auch die Neugründung und Neuansiedlung von Unternehmen. Voraussetzung hierfür ist ein aktives, vorausschauendes und nachhaltiges Flächenmanagement. Denn eine erfolgreiche Investorenansprache basiert auf einem diversifizierten Angebot an Gewerbeflächen. Baden-Baden verfügt über diese wichtige Voraussetzung und kann somit schnell, individuell und nachfrageorientiert auf alle Anfragen von Investoren reagieren. Seit mehr als drei Jahrzehnten orientiert sich Baden-Baden an dieser Strategie der aktiven Gewerbeförderung.

Aufbauend auf einem Bestand von rund 200 ha besiedelter Gewerbefläche, hat die Stadt in den letzten Jahren über 50 ha zusätzliche Gewerbefläche ausgewiesen. Alle Gewerbeflächen befinden sich an der westlichen Peripherie von Baden-Baden in verkehrsgünstiger Lage. In den nächsten Jahren entstehen neben den vorhandenen Gewerbeparks weitere Gebiete in attraktiver Lage.

Unsere aktuellen Ansiedlungsmöglichkeiten:

GEWERBEPARK OOS-WEST

Der Gewerbepark (GE) ermöglicht unterschiedliche gewerbliche Nutzungsmöglichkeiten. Insgesamt stehen noch rund 32.000 m² bebaubare Flächen zur Verfügung. Die Flächen sind vollstän-

dig erschlossen und im Norden und Süden unmittelbar an die Bundesstraße B 3 angeschlossen. Das Gebiet hat einen unmittelbaren Zugang zum ICE-TGV-Bahnhof Baden-Baden. Die Autobahn A 5 ist in fünf Fahrminuten erreichbar. Über den Bahnhof ist das Areal auch hervorragend an das örtliche Nahverkehrsnetz (Stadtbahn, Baden-Baden-Linie) angebunden.

GEWERBEPARK BRAUNMATTSTRASSE

Zusätzliche baureife Flächenpotenziale hält Baden-Baden im Stadtteil Haueneberstein bereit. Mit rund 10.000 m² Gewerbeflächen in verkehrsgünstiger Lage bestehen für Investoren interessante Ansiedlungsmöglichkeiten. Das Gebiet liegt in Sichtverbindung zur stark frequentierten B3 und im Einfahrtsbereich der Züge zum Bahnhof Baden-Baden und verfügt somit eine hohe Standortgunst. Verkehrsanschlüsse bestehen in unmittelbarer Nähe an die Bundesstraße B 3, die Autobahn A 5 nördlich von Baden-Baden. Ferner gibt es einen Stadtbahnhaltes des ÖPNV. Die Flächen sind umfassend erschlossen.

GEWERBEPARK BOLLGRABEN

Weitere Ansiedlungsmöglichkeiten mit ca. 41.000 m² stehen im Süden der Stadt im Gewerbepark Bollgraben zur Verfügung. Die verkehrliche Anbindung ist gut: Anschluss an die Bundesstraße B 3 neu, Autobahnnähe BAB A 5 und ÖPNV-Verfügbarkeit mit Stadtbahnhaltes sprechen für sich.



Legende	
	Stadtgebiet Baden-Baden
	Stadtteile
	Gewerbegebiete (vorhanden)
	Gewerbeparks (neu)
	Gewerbeparks (in Planung)
	Straße in Planung
	Bahn

1 Gewerbepark Braunmatt

2 Gewerbepark Oos West

3 Gewerbepark Bollgraben

Gewerbeflächenpotenziale

Gewerbeflächenpotenziale

Gewerbeflächenpotenziale

Gewerbeflächenpotenziale

Gewerbeflächenpotenziale

Richtung Flughafen Karlsruhe/Baden-Baden



Nicht irgendwas mit Medien

Baden-Baden spielt eine schillernde Hauptrolle in der deutschen Medien- und Unterhaltungsbranche. Das liegt an den Stars, die gerne nach Baden-Baden kommen, das liegt am SWR, dem zweitgrößten öffentlich-rechtlichen Sender, das liegt am Popsender SWR3 mit seinem New Pop Festival, am deutsch-französischen Kultursender ARTE, an media control und nicht zuletzt an den Neuen Medien, die hier zahlreich vertreten sind. Ein Beispiel: Der gesamte Internetauftritt der ARD wird am Standort Baden-Baden produziert. Rund 30 Firmen sind im Bereich Film- und Fernsehproduktion tätig. Verlage, Druckereien und Werbeagenturen – sie alle machen Baden-Baden zu einem pulsierenden und kreativen Zentrum in der deutschen Medienlandschaft.

Kultur hat Baden-Baden zu dem gemacht was es heute ist: zur internationalen Kultur- und Bäderstadt. Mit einem Angebot, das keine Vergleiche zu scheuen braucht: Konzerte und Opern im Festspielhaus Baden-Baden, international beachtete Kunstausstellungen im Museum Frieder Burda und dem Museum LA 8, ambitionierte Programme im Theater, hochklassige Konzerte der Baden-Badener Philharmonie, hochkarätige Veranstaltungen im Kurhaus und vieles mehr. Work Life Balance ist hier mehr als ein moderner Lifestyle-Begriff. Leben und Arbeiten sind in Baden-Baden, wie kaum in einer anderen Stadt, harmonisch miteinander verbunden.

FRAGEN AN DR. MARKUS NIEVELSTEIN, GESCHÄFTSFÜHRER ARTE DEUTSCHLAND UND ARTE-KOORDINATOR IN DER ARD

Ist Baden-Baden eine Medienstadt und als Standort für ARTE attraktiv?

Natürlich, sonst würde ARTE Deutschland nicht seit Gründung des Senders seinen Sitz hier haben. Unabhängig von der Nähe zum SWR, mit dem wir sehr eng und gut zusammenarbeiten, ist Baden-Baden nicht nur eine Medien- sondern vor allem auch eine Kulturstadt. Die vielfältigen Angebote auf engstem Raum sind für unser Schaffen hier eine große Inspiration. So verbindet uns zum Beispiel eine Medienpartnerschaft mit dem Festspielhaus Baden-Baden, die unser ARTE Concert Angebot im Netz mit hochkarätigen Konzerten und großartigen Künstlern erweitert. Auch mit dem Fernsehfilmfestival Baden-Baden, der Staatlichen Kunsthalle und dem Museum Frieder Burda verbindet uns eine langjährige Partnerschaft. Gemeinsame Veranstaltungen und ARTE Filmabende in beiden Häusern erweitern das Medien- und Kulturangebot und sind für uns eine wunderbare Möglichkeit, den Bürgern der Stadt ARTE nah zu bringen. Einrichtungen wie die Eventakademie und die HWTK (Hochschule für Wirtschaft, Technik und Kultur) sorgen darüber hinaus für frischen Wind und Nachwuchs für den Medienstandort Baden-Baden.

Was macht das Leben und Arbeiten in Baden-Baden besonders?

Wir arbeiten, wo andere Menschen gern ihren Urlaub verbringen. Die geographische Lage Baden-Badens im Südwesten Deutschlands verbunden mit großen landschaftlichen Reizen sorgen für eine besondere Lebensqualität, die sich nicht nur am Wochenende bemerkbar macht. Kurze Wege innerhalb der Stadt, das schon beschriebene reiche Angebot an Kunst und Kultur verbunden mit dem internationalen Flair und der europäischen Prägung Baden-Badens sorgen für ein angenehmes Leben und Arbeiten. Für ARTE ist zudem die Nähe zu Frankreich und Straßburg sehr wichtig. In Straßburg befindet sich die Zentrale unseres Senders und dank der guten Verkehrsanbindung ist der direkte Austausch mit den Kollegen auf der anderen Seite des Rheins jederzeit möglich und für unsere Arbeit von unschätzbarem Wert.

Wie sehen Sie die Zukunft von Baden-Baden?

Nicht nur ich persönlich, sondern auch wir als Sender blicken sehr optimistisch in die Zukunft der Stadt. Die Stadt hat so viel zu bieten: Die Vielfalt der Kulturangebote hat sich in den letzten Jahren zweifellos noch gesteigert. Aus diesem Grund haben wir auch entschieden, uns mit dem Neubau für ARTE Deutschland in der Cité langfristig an die Stadt zu binden. Regionalität und gleichzeitige Internationalität, eine attraktive historische Innenstadt, umgeben von schönster Natur und das angenehme Klima in der Region machen Baden-Baden auch in Zukunft für uns zu einem sehr attraktiven Standort.



Kongresse, die man nicht vergisst

Ob internationale Treffen im großen Stil oder ein kurzer exklusiver Workshop mit ausgesuchten Teilnehmern – Baden-Baden bietet einen unvergleichlichen Rahmen für Austausch, Anregung und Inspiration. Das liegt nicht zuletzt an einem Gegensatz: Die Stadt ist bei allem Weltniveau, bei aller Internationalität überschaubar und kompakt, ihre Wege sind kurz. Das Kongresshaus Baden-Baden, Tagungs- und Eventlocations und fast 130 Hotels liegen nah beieinander – eingebettet in Kultur, Kunst und Natur.

Apropos Kongresshaus Baden-Baden: Es ist technisch auf dem modernsten Stand. Das Auditorium mit seinen 700 Plätzen und 3.000 qm Ausstellungsfläche ist ideal für große Kongresse, Seminare, Fachmessen und Ausstellungen. Die transparente Leichtigkeit der Architektur und die exponierte Lage des Hauses machen es zu einem besonderen Tagungsort mit bestem Service von der Planung über die Durchführung bis zur Nachbereitung der Veranstaltung.

Hier, wie auch in der prächtigen Atmosphäre des klassischen Kurhauses, halten Jahr für Jahr namhafte Organisationen ihre Veranstaltungen ab.



Im „Palais Biron“, der historischen Villa mit moderner Medientechnik, finden die Baden-Badener Unternehmengespräche zur Förderung junger Unternehmer statt. Als Tagungshaus für die Wirtschaft hat das Haus einen überregionalen Ruf. Perfekt ausgestattet, bietet es in zahlreichen Räumen Platz für jeweils bis zu 90 Personen – ein idealer Ort für Vorträge, Seminare und Schulungen.

FÜR JEDES EVENT DAS PASSENDE SETTING

Was macht Sie glücklich – und vielleicht wichtiger noch: Was macht Ihre Geschäftspartner glücklich? Die einen mögen es innovativ: Dann empfehlen wir eine Mischung aus moderner Kongressarchitektur, neuen Hotel- und Gastronomiekonzepten und vielleicht einem teambildenden Outdoor-Event. Oder sie wünschen sich gerade das Gegenteil: einen festlichen Tagungssaal, eine Suite der Belle Époque oder einen exklusiven Workshop beim Maßschuhhersteller? Baden-Baden bietet für Events, Incentives und Freizeit eine reiche Auswahl. Kultur und Natur überbieten sich: eine Fahrt mit der Kutsche durch die grüne Lichtentaler Allee mitten in der Stadt oder eine Oldtimer-Fahrt durch das Baden-Badener Rebland, ein Teamevent auf der Galopprennbahn oder ein Drachenflug vom Hausberg – Sie werden sich noch ein paar Tage Urlaub nehmen müssen. Allein, weil auch der Guide Michelin 36 Restaurants in Baden-Baden empfiehlt.



Wolfgang Grenke,
Firmengründer GRENKE AG und
Präsident der Industrie- und Handelskammer Karlsruhe

INTERVIEW MIT WOLFGANG GRENKE

Welche Standortvorteile sehen Sie für Baden-Baden?

Wolfgang Grenke: Der historische Stadtkern, Kunst und Kultureinrichtungen, die Nähe zum Schwarzwald und dem Elsass mit der Europa-Metropole Strasbourg machen die Stadt außergewöhnlich attraktiv. Auch das positive Image der internationalen Marke Baden-Baden mit einer Premium-Infrastruktur für Meetings und Kongresse zeichnet den Standort aus. Die enge Anbindung über die Autobahn, die Schiene, den Rhein als Wasserstraße sowie über den Flughafen Karlsruhe/Baden-Baden ist ein klarer Standortvorteil. Grundlage für den florierenden Wirtschaftsstandort Baden-Baden ist auch der vielfältige Branchenmix. Der Tourismus, die Gesundheitswirtschaft und die Medienwirtschaft haben in Baden-Baden seit jeher eine große Bedeutung. Hinzu kommen innovative Dienstleister der Finanztechnologie und international erfolgreiche Industriebetriebe.

Welche Rolle spielen Sie, spielt die IHK bei der Wirtschaftsförderung?

Die IHK Karlsruhe fördert Unternehmensgründungen und berät in allen Phasen der Geschäftstätigkeit von der Finanzierung bis zur Nachfolge. Vor Ort setzt sich die IHK seit Jahrzehnten mit einem eigenen Arbeitskreis für „Wirtschaftsförderung und Tourismus“ für die Interessen und Belange Baden-Badener Unternehmen ein.

Auf welche Branchen und Cluster sollte Baden-Baden bei der künftigen Ansiedlungspolitik ein besonderes Gewicht legen?

Baden-Baden hat als Kultur- und Bäderstadt einen gewachsenen Schwerpunkt im Bereich Tourismus und Dienstleistung, was aber keine anderen Branchen ausschließt. Im IT-, Medien- und Kreativbereich kann man auf vorhandenen Strukturen aufbauen und versuchen, diese weiter zu stärken. Auch die Ergänzung des klassischen Kurangebotes durch Angebote im Gesundheitssektor sorgt für eine konjunktur-unabhängige und damit wirtschaftlich stabilisierende Nachfrage.

Stichwort Fachkräftemangel: Was kann Arbeitnehmer aus der ganzen Welt nach Baden-Baden locken?

Baden-Baden ist ein Standort mit enormer Lebensqualität. Das kulturelle Angebot gleicht dem einer Großstadt in einem übersichtlichen, idyllischen Rahmen – nur wenige Städte in Deutschland können vergleich-

bares bieten. Nichtsdestotrotz liegt Baden-Baden in einer Region mit annähernder Vollbeschäftigung. Der Wettbewerb um die Talente ist hart, umso wichtiger werden daher weiche Standortfaktoren als Argumente für Arbeitgeber. Dazu zählen auch die vielen Freizeitmöglichkeiten in der Umgebung oder die sehr gute Versorgung mit Schulen und Kindergärten.

Wo sehen Sie die Rolle Baden-Badens in der TechnologieRegion Karlsruhe bzw. im grenzüberschreitenden PAMINA-Raum?

Vor allem touristisch ist Baden-Baden ganz klar ein weit über die Region hinausstrahlendes Highlight. Die TechnologieRegion Karlsruhe ist eine wachsende und prosperierende Region, mit Unternehmen, die in vielen Zukunftsfeldern aktiv sind, auch in Baden-Baden. Die Beziehungen zu Frankreich werden in Baden-Baden seit jeher gepflegt, unter anderem hat der deutsch-französische Kultursender ARTE seinen Deutschlandsitz in Baden-Baden.

Welche Vorteile bietet Baden-Baden für Gründer und Start-Ups?

Baden-Baden weist mit 24 Betriebsgründungen pro 10.000 Einwohner die höchste Gründungsintensität im Südwesten auf. Mit dem ELAN im Gewerbepark Cité verfügt die Stadt seit 2010 über ein eigenes Gründerzentrum. Dort ist auch die IHK Karlsruhe mit Informationsveranstaltungen für Existenzgründer immer wieder vor Ort. Seit bereits vier Jahren besteht eine enge Kooperation zwischen dem ELAN und dem Karlsruher IT-Unternehmernetzwerk CyberForum e.V. mit dem Ziel, Gründern und Start-Ups in der Digitalwirtschaft ein breites Unterstützungs- und Förderangebot zu bieten.

Welche Chancen bietet die Digitalisierung, um den Wirtschaftsstandort Baden-Baden weiter nach vorne zu bringen?

Mindestens ebenso wichtig wie eine ausreichende Netzinfrastruktur ist die Verzahnung von Wissenschaft und Wirtschaft, um gemeinsam digitale Geschäftsmodelle voranzutreiben. Die Digitalisierung ist heute ein Muss für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen, auch in Baden-Baden. In der Region herrscht ein innovationsfreudiges Klima, in dem die Unternehmen die digitalen Potenziale erkennen und nutzen möchten. Auch die kommunalen Verwaltungen können die Potenziale noch stärker nutzen, um den Menschen und Unternehmen mit einer schlanken Verwaltung und schnellen Prozessen zur Seite zu stehen.



Bildungs-Landschaft mit Weitblick

Ein guter Start für jede Begabung: Das Angebot an Schulen liegt in Baden-Baden weit über dem Bundesdurchschnitt. Zwölf öffentliche und eine private Grundschule (alle mit Kernzeitenbetreuung), zwei Realschulen (davon eine private Tagesrealschule) und fünf allgemeinbildende Gymnasien (davon zwei private), vier berufliche Gymnasien (zwei in der Trägerschaft der Stadt) bieten Kindern und Jugendlichen vielfältige Möglichkeiten.

Nach der Schule ist vor der Schule: Mehrere Berufsfachschulen und eine Gewerbeschule begleiten den Start ins Berufsleben. Mit besten Ergebnissen: So sind z. B. die Europasekretärinnen der privaten BBS Baden-Badener Sprachenschule überall gesuchte Fachkräfte. Die EurAka Baden-Baden bietet ein excellentes Angebot für Berufseinsteiger. Unter der Marke „Event Akademie“ bietet sie im Veranstaltungsbereich Angebote von der Erstausbildung bis zur Meisterqualifikation und ist somit das Kompetenzzentrum der Branche. Die Bildungsschwerpunkte liegen unter anderem in den Bereichen Eventmanagement, Veranstaltungstechnik und Veranstaltungssicherheit.

Studieren ist in Baden-Baden ebenfalls möglich: Die Hochschule für Wirtschaft, Technik und Kultur (hwtk) ist eine staatlich anerkannte Hochschule mit Studienorten in Baden-Baden und Berlin. In einem innovativen und einzigartigen Konzept werden unterschiedliche Studienmodelle unter ihrem Dach vereint. Am Studienort Baden-Baden bietet die hwtk als Duales und Vollzeit-Studium den Studiengang Business Administration – Bachelor of Arts (B.A.) in zehn Vertiefungsrichtungen an.

Karlsruhe ist nah, der öffentliche Personennahverkehr schnell: Junge Menschen haben dort vielfältige Möglichkeiten zu stu-

dieren, ob zum Beispiel am KIT, das zu den weltweit führenden Technologie-Forschungseinrichtungen zählt oder an der Akademie der Bildenden Künste.

Die Volkshochschule Baden-Baden schließlich ist der Ort, wo alle Menschen aus der Stadt in vielfältigen Kursen und Bildungsseminaren neues Wissen tanken, sich selbst in neuen Hobbys kennenlernen und über alle Grenzen hinweg zusammen kommen.

BADEN-BADEN – JUNG UND FRECH

Thermalbäder, Yoga Sessions, Grand Hotels: Wo bitte ist denn in Baden-Baden Platz für Hip-Hop, Skateboard und Parties? Zum Beispiel hier: Tausende ausgelassene und fröhliche Teens treffen sich jedes Jahr beim SWR3 New Pop Festival, wo die internationalen Stars Baden-Baden zum Wackeln bringen. Viele Kulturangebote vom Jungen Theater bis zum Kunstworkshop finden begeisterte Kinder und Jugendliche. Und die Natur? Sie tut das Ihre, um Mountainbiker, Drachenflieger und Pferdenarren zu beglücken. Baden-Baden ist somit auch der ideale Ort für junge Familien, die nach neuen Perspektiven suchen und hier einen beruflichen Neustart wagen wollen.





Kreatives Klima für neue Ideen und Start-ups



Wirtschaftliches Wachstum lebt vor allem von neuen Ideen und Impulsen. Die Förderung eines gründerfreundlichen Klimas steht deshalb ganz oben auf der Aufgabenliste der Wirtschaftsförderung.

Im Gründerzentrum Elan haben junge Unternehmen die Chance, Ihre Ideen auszuprobieren und ihre ersten Schritte in die Selbständigkeit zu gehen. Dabei werden sie nicht allein gelassen. Ein ganzes Netzwerk von Experten bietet langjährige Erfahrungen und Know-how.

Das CyberForum Süd, mit der Geschäftsführung des Elans beauftragt, ist zentraler Ansprechpartner für alle Gründer und bietet ein ganzes Angebot konkreter und bedarfsorientierter Dienstleistungen: Fördermittelberatung, Gründerberatung, EXI-Gründungsgutsscheine oder Gründerförderung. Darüber hinaus fungiert es in der südlichen TechnologieRegion Karlsruhe als Anlauf- und Schnittstelle für das Angebot des CyberForums Karlsruhe und des lokalen Berater- und Mentoren-Boards vor Ort.

RAUM FÜR NEUE IDEEN

Durch die Einbindung in die TechnologieRegion Karlsruhe können Unternehmen aus Baden-Baden auf die Angebote der Innovationsallianz zurückgreifen. Sie ist ein Zusammenschluss sechs regionaler Forschungseinrichtungen und der IHK Karlsruhe und berät kostenlos und vertraulich bei der Suche nach F&E-Partnern, neuen Technologien, Laboren oder Prüfständen. Kontakte knüpfen, externe Ressourcen erschließen und auf die-

sem Wege die Innovationskraft des eigenen Unternehmens stärken, sind Ziele dieses hochkompetenten regionalen Netzwerkes.

Auch das Innovationsmanagement der TechnologieRegion Karlsruhe verfolgt das Ziel, die Übergänge zwischen Wirtschaft und wissenschaftlicher Forschung transparenter und durchlässiger zu machen. Durch einen persönlichen Ansprechpartner, mit unmittelbarer Präsenz in der südlichen TechnologieRegion Karlsruhe, haben Unternehmen die Möglichkeit sich einen schnellen und umfassenden Überblick über das regionale Forschungs- und Entwicklungspotential verschaffen zu können.

DIGITALISIERUNG ALS CHANCE

Über das CyberForum Süd gibt es für Unternehmen auch leichten und unmittelbaren Zugang zum Beratungsangebot des Digitalen Innovationszentrum DIZ. Als neutrale Institution verfolgt das DIZ das Ziel, den Mittelstand auf dem Weg in die Digitalisierung zu begleiten. Zum Beispiel durch die Förderung neuer, digitaler Geschäftsmodelle oder durch die Entwicklung neuer Kooperationsformen.

Dass der Weg in die Selbständigkeit und die Gründung eines eigenen Unternehmens auch Spaß machen und ganz neue Impulse auch für das Privatleben geben kann, dafür sorgen die vielen Netzwerktreffen des CyberForums Süd und die Campusmentalität im Existenzgründerzentrum Elan.



Exklusives, Niveauvolles, Besonderes – Einkaufen in Baden-Baden

Wer das Besondere sucht, wird in Baden-Baden fündig. Internationale Labels, Top-Marken, exklusive Designermode. Hochwertige Kleider- und Schmuckläden wechseln sich ab mit Uhren- und hochkarätigen Antiquitätengeschäften. Aber auch: bunte Märkte mit regionalen Produkten, Weinen aus dem Baden-Badener Rebland, Obstbränden und anderen regionalen Spezialitäten. Dazwischen: reges Treiben, Flanieren, ein internationales Gäste- und Kundenpublikum, ein Sehen und Gesehen-Werden.

Auch das Einkaufserlebnis macht Baden-Baden zur Europäischen Lebenskulturhauptstadt. Wir wollen gar nicht über das große Angebot, die Inhaber geführten Fachgeschäfte, die verzweigten, engen Gassen mit ihrem mediterranen Flair und die zentrumsnahen Parkmöglichkeiten sprechen. Wir sprechen von der Gesamtkomposition, die diese Stadt, die Anspruch auf den UNESCO-Welterbetitel erhebt, zusammen mit ihrem Einzelhandel bildet. Diesem Anspruch fühlen sich Einzelhandel und Gastronomie verpflichtet. Denn die Menschen, die in Baden-Baden ihre Waren anbieten, sind so anspruchsvoll wie ihre Kunden. Ihr Qualitätsbewusstsein ist über Jahrhunderte gewachsen, ihre Freundlichkeit vermittelt das urbadische Lebensgefühl.



EINE GESUNDE ENTWICKLUNG

Täglich sprudeln in Baden-Baden mehr als 800.000 Liter Thermalwasser aus dem Erdreich empor, das noch bis zu 68°C heiß ist. Auf seinem Weg aus 2.000 Metern Tiefe an die Erdoberfläche nimmt es Mineralien mit: Natrium, Chlorid, Fluor, Lithium, Kieselsäure und Bor; Stoffe, denen wir heilende Wirkung verdanken. Baden-Baden ist nicht umsonst ein weltbekannter Kurort: Von der High-Tech-Medizin bis zu Naturheilverfahren, von gezielter Diagnostik bis zur umfassenden Therapie, vom kulturellen Angebot bis zum Zimmer mit Parkblick im Grand Hotel: Menschen erholen sich hier, tanken auf, werden gesund – bestens betreut durch gut ausgebildete Mediziner und Fachkräfte in Kliniken und Sanatorien von Weltruf. Gerade im sogenannten „Zweiten Gesundheitsmarkt“ war der Gesundheitsstandort Baden-Baden in den vergangenen Jahrzehnten sehr erfolgreich. Baden-Baden ist fit für die Zukunft!

Aber auch in der wirtschaftlichen Entwicklung spiegelt sich die Jahrhunderte lange Verbundenheit mit dem Thema Gesundheit. International agierende Firmen in der Pharmazie, der Naturheilkunde und der Homöopathie und Kosmetik haben ihren Sitz in Baden-Baden und bieten die Chance, Baden-Baden zu einem E-Health- und Life-Science-Engineering-Cluster ausbauen zu können.



IMPRESSUM

Stadtverwaltung Baden-Baden,
Wirtschaftsförderung,
Marktplatz 2, 76530 Baden-Baden

Kontaktadressen:
Stadtverwaltung Baden-Baden,
Wirtschaftsförderung
Marktplatz 2, 76530 Baden-Baden
www.baden-baden.de
wifoe@baden-baden.de
Tel. 07221/93-2043

Gewerbeentwicklung Baden-Baden GmbH
Pariser Ring 37, 76532 Baden-Baden
www.gewerbe-baden-baden.de
info@gewerbe-baden-baden.de
Tel. 07221/390-415

Elan Gründerzentrum Baden-Baden
Gewerbepark Cité 4
76532 Baden-Baden
www.elan-baden-baden.de
info@elan-baden-baden.de
Tel. 07221/971-0175

Entwicklungsgesellschaft Cité GmbH
Pariser Ring 37, 76532 Baden-Baden
www.cite-baden-baden.de
info@cite-baden-baden.de
Tel. 07221/8095-40