



Global Partners Bayern e.V.

Global Partners Bayern 2010 / 2011

Global Business Expertise



Editorial	3
Doppelter Mehrwert: Wie Unternehmen von den Global Partners Bayern profitieren	4
Drei-Phasen-Modell zur Markterschließung	8
Kompetenzfeld internationale Sportgroßveranstaltungen: Vorausschauende Positionierung	9
Monopolregion München und Umfeld: Sportveranstaltungen weltweit – und in Bayern	13
Kompetenzfeld Sicherheit: Plattform für mittelständische Unternehmen	14
Kompetenzfeld Infrastruktur: Hohe Qualität braucht gutes Marketing	16
Ausgewählte Veranstaltungen der Global Partners Bayern 2010	17
Kompetenzfeld Energie- und Gebäudeeffizienz: Energiewende als Chance – die partnerschaftliche Zusammenarbeit wird vertieft	18
Kompetenzfeld Umwelt: Nachhaltiger Betrieb	20
Ausgewählte Veranstaltungen der Global Partners Bayern 2011	21
Kompetenzfeld Bildung: Wichtige Querschnittsaufgabe	22
Kompetenzfeld Gesundheit: BiAgil Projektphase II ist erreicht	24
Interview: Gemeinsam wachsen	26

Liebe Leserinnen und Leser,

herzlich laden wir Sie ein, sich in unsere Broschüre Global Partners Bayern 2010/2011 zu vertiefen. Auch diesmal werden Ihnen hier die Entwicklung und der Stand unserer Projekte und Konzepte vorgestellt. Als überzeugte Netzwerker haben wir unsere Aktivitäten gemeinsam mit unseren Mitgliedern, neuen Kooperationspartnern und den Außenwirtschaftsakteuren aus Politik und Wirtschaft einen guten Schritt vorangebracht. Lesen Sie, fragen Sie nach und steigen Sie ein. Denn jetzt ist die Phase, in der wir in unseren Kompetenzfeldern – internationale Sportgroßveranstaltungen, Energie- und Gebäudeeffizienz, Sicherheit, Infrastruktur, Umwelt, Bildung sowie Gesundheit – engagierte Unternehmen zusammenbringen, die Informationen vertiefen, die entscheidenden aus unserem Netzwerk entstehenden Kontakte in den Zielländern gemeinsam mit Ihnen und für Ihren Erfolg nutzen.

Wir freuen uns, wenn Sie sich bei uns engagieren, Ihre Anregungen und Interessen einbringen und zusammen mit uns Projekte realisieren. Die Vorarbeit ist geleistet.

In diesem Sinne, auf eine weiterhin gute, anregende und erfolgreiche Zusammenarbeit,



Ihr Thomas Wüst



Thomas Wüst,
Vorstandsvorsitzender



Doppelter Mehrwert: Wie Unternehmen von den Global Partners Bayern profitieren

Internationalisierung ist gerade für kleine und mittlere Unternehmen eine große Herausforderung. Es sei denn, sie haben ein kompetentes Unternehmens-Netzwerk und eine Schnittstelle zu den Partnern im Zielland sowie anderen Außenwirtschaftsakteuren an ihrer Seite. Die Global Partners Bayern bieten beides.

„Die Kooperation mit den Global Partners Bayern bietet einen echten Wettbewerbsvorteil“, erklärt der Münchner Unternehmer Christian Kirchdorfer. Er vertritt die Silentsoft Unternehmensgruppe in Deutschland und Österreich, die seit 2010 Mitglied der Global Partners ist. „Eine Institution, die als Schnittstelle zu anderen Außenwirtschaftsakteuren fungiert und deren Aktivitäten kennt, die ihren Mitgliedsunternehmen nicht nur Türen in neue Zielländer öffnet, sondern zudem ihre außenwirtschaftlichen Interessen bündelt und vernetzt – dies ist die ideale Vorbereitung für uns, um unsere Projekte konkret auf den Weg zu bringen und unsere Geschäftsziele umzusetzen. So eine Einrichtung wie die Global Partners Bayern gibt es zudem nur hier.“ Gerade kleine und mittlere Unternehmen seien mit der Internationalisierung oft überfordert. „Da tut es gut, eine Organisation im Rücken zu haben, die Erfahrung hat, das Engagement vorbereitet, die Mitglieder begleitet, bis das Geschäft vor Ort eigenständig läuft.“

Thomas Wüst, der Vorstandsvorsitzende der Global Partners Bayern, und seine Vorstandskolleginnen und -kollegen, Hedwig Vielreicher, Heinz Artmann, Andrea Mewaldt und Karlheinz Faller, können sich über diese Aussage ihres neuen Mitglieds nur freuen: „Genau in dieser Kombination aus Vorbereitung und konkreter Geschäftsinitiierung, aus Netzwerk und Schnittstelle sehen wir auch unsere originäre Aufgabe – und den entscheidenden Mehrwert, den wir für den Mittelstand erbringen.“

In der Tat füllen die Global Partners Bayern mit dieser doppelten Aufgabe, sowohl Netzwerk als auch Schnittstelle zu sein, eine entscheidende Nische im Bereich der Außenwirtschaft. „Über ein umfangreiches Förderinstrumentarium wie das Programm

Vorstand:
Hedwig Vielreicher,
Heinz Artmann,
Andrea Mewaldt,
Thomas Wüst,
Karlheinz Faller





Fit für Auslandsmärkte – Go International, Messebeteiligungen oder Delegationsreisen eine notwendige Hilfe zur Selbsthilfe für den Mittelstand zu bieten, den Zugang zu internationalen Märkten zu erleichtern und eine politische Türöffnerfunktion zu übernehmen – das kann die Politik leisten“, nimmt Michael Gotschlich, Leiter des Referats Grundsatzfragen der Außenwirtschaft im Bayerischen Wirtschaftsministerium, das 2002 Initiator der Global Partners war, das Stichwort Schnittstelle auf. „Konkrete Geschäftsbeziehungen im Ausland zu entwickeln und auszubauen, das müssen die Unternehmer allerdings selbst tun.“ Er ergänzt: „Die originäre Aufgabe der Global Partners Bayern ist nun einerseits, die Unternehmen, besonders die kleinen und mittelständischen, in diesem Sinne zu vernetzen. Da die Global Partners aber auch mit uns kooperieren, schlagen sie zudem die Brücke zwischen unseren Instrumenten und den Unternehmen. Die Global Partners bringen diese erfolgreich zusammen.“

Wie profitieren Unternehmen nun konkret von den Aktivitäten der Global Partners Bayern? Zunächst einmal lernen sich die Firmenvertreter in den Veranstaltungen der Global Partners Bayern gegenseitig kennen, erfahren von den jeweils anderen Kompetenzen und Interessen. Durch die an Kompetenzfeldern orientierte Struktur der Global Partners Bayern können sich Unternehmen zusammen tun, die an gemeinsamen Projekten interessiert sind. Diese Unternehmen werden dann gemeinsam projektorientiert aktiv. Aktuelles Beispiel hierfür ist die Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft im Kompetenzfeld Landwirtschaft in Rostow am Don in Russland. Hier beteiligen sich mehrere Unternehmen, die gemeinsam mit russischen Partnern ein Konzept zur genossenschaftlichen Vermarktung der lokal angebauten



Produkte und deren Weiterverarbeitung bis hin zur notwendigen Logistik mit dazugehöriger Infrastruktur umsetzen.

Diese gezielten Projektaktivitäten von Unternehmensgruppen werden von den übergreifenden Aktivitäten der Global Partners Bayern als Verein in der Kooperation mit weiteren Akteuren der Außenwirtschaft flankiert. Solche Kooperationen bestehen mit anderen bayerischen und bundesweiten Institutionen. „Dabei entsteht aus der Zusammenarbeit natürlich auch stets eine positive wechselseitige Bereicherung“, ergänzt Hans-Joachim Heusler, Geschäftsführer von Bayern International, der Bayerischen Landesgesellschaft für Internationale Wirtschaftsbeziehungen. „Wir nehmen Themen, die die Global Partners bearbeiten, in unser Programm auf, sie bringen Märkte, die wir im Angebot haben, umgekehrt in ihre Aktivitäten ein. Manche Themen entwickeln wir gemeinsam.“ Er betont: „Ich kann den Global Partners nur wünschen, dass sich ihnen noch mehr Unternehmen anschließen. Sie sind für jede Firma eine große Chance. Je größer der Firmenpool, umso besser, weil damit auch mehr Märkte bearbeitet werden können.“

Damit hat sich zwischen öffentlichen Institutionen und den Global Partners Bayern also eine konstruktive Zusammenarbeit, eine „perfekte Partnerschaft“, wie es Heusler bezeichnet, eingespielt. Dabei kooperiert der Verein mehr und mehr auch mit Ministerien, Außenwirtschaftsverbänden oder anderen Institutionen in weiteren Bundesländern und auf Bundesebene. „Viele dieser Kontakte bestehen zum Teil schon seit vielen Jahren, andere sind neu und sehr vielversprechend. Wir gehen wechselseitig aufeinander zu, führen bilaterale Gespräche, geben die Ergebnisse und die Angebote der Institutionen an unsere Mitglieder weiter, spielen deren Anregungen und Ideen zurück,

stimmen Aktionen miteinander ab“, erklärt Hedwig Vielreicher. „So stehen wir alle in einem intensiven Dialog miteinander, ergänzen uns in unseren Möglichkeiten und Ideen, agieren miteinander, erschließen mit- und füreinander Wege.“

Ebenso wichtig wie die Schnittstellenfunktion ist auch ihre konkrete Arbeit mit den Unternehmen – das Vernetzen, das Bündeln von unternehmerischen Interessen, das Vorbereiten konkreter Geschäfte. „Wir haben verstanden, dass Networking dann am erfolgreichsten funktioniert, wenn wir uns den Märkten und Zielländern nicht produkt-, sondern projekt-, also themenfeldbezogen nähern. Dabei ist es uns besonders wichtig, dass wir langfristige Partnerschaften etablieren und zu beiderseitigem Nutzen umsetzen“, leitet Thomas Wüst ein. „Denn nur über eine solche Herangehensweise können sehr viele und ganz verschiedene Unternehmen durch-, von- und miteinander profitieren. Das ist Networking pur.“ Manifestiert wird der Ansatz in dem neu entwickelten Drei-Phasen-Modell. „Ein gutes Modell übrigens, das die Marktbearbeitung sinnvoll und pragmatisch strukturiert“, kommentiert Hans-Joachim Heusler von Bayern International.



*Hedwig Vielreicher,
Vorstand Global
Partners Bayern,
Bereich Finanzen*





Drei-Phasen-Modell zur Markterschließung

Phase 1 Definition und Selektion:

Einzelne Mitglieder oder auch der Vorstand eruieren ökonomisch viel versprechende Branchen und Märkte, applizieren sie auf passende Zielländer und umgekehrt. Daraus ergeben sich potenzielle Projektfelder wie Gebäudeeffizienz in Russland oder Stadionbau in Brasilien und Katar. Schließlich tun sich alle, die sich für ein Feld interessieren, zu einem Konvoi zusammen. Um Partner vor Ort zu gewinnen und die Themenfelder zu verifizieren, besuchen oder organisieren die Beteiligten Veranstaltungen und Round Tables in Deutschland und den Zielländern. Aus den interessierten Firmen bildet sich nach und nach eine branchenübergreifende Projektgruppe.

Phase 2 Konkretisierung mit gesamtheitlichem Ansatz:

Zusammen mit den Ansprechpartnern vor Ort, auf politischer wie auf der Arbeitsebene, werden Bedürfnisse und Ziele definiert. Aus der Projektgruppe heraus bilden sich einzelne Arbeitsgruppen. Diese nehmen sich passend zu den Bedürfnissen und Herausforderungen der Zielländer jeweils einer Detailfrage an. Beim Beispiel Gebäudeeffizienz in Russland wären das dann: eine Arbeitsgruppe zur Erarbeitung einer ganzheitlichen Komplettlösung, eine zur Koordination der Finanzierung, weitere zur Umsetzung von Speziallösungen.

Phase 3 Konzeption und Umsetzung:

Anschließend werden Unternehmenskonsortien gebildet, die zunächst ein Pilotprojekt und dann weitere Projekte umsetzen. Dazu gehören auch die Formulierung von Leistungskatalogen oder gegebenenfalls die Gründung von einem oder mehreren Unternehmen vor Ort.

Kompetenzfeld internationale Sportgroßveranstaltungen: Vorausschauende Positionierung

Städte brauchen heutzutage mehr als ein Fußballstadion, sie brauchen eine multifunktionale und nachhaltige Veranstaltungsarena. Die Mitglieder der Global Partners Bayern bringen sich mit diesem Denken weltweit in Position.

Zu einem neuen, sehr aussichtsreichen Schwerpunktthema hat sich für die Global Partners Bayern das Kompetenzfeld internationale Sportgroßveranstaltungen entwickelt. Kein Wunder, denn Stadionbau und Sportevents sind durch die Vorbereitungen auf die Olympischen Spiele sowie Fußball-Welt- und -Europameisterschaften in Brasilien, Russland und Katar derzeit ein großes Thema. Auf zwei Ebenen positionieren sich die Global Partners Bayern derzeit. „Zum einen arbeiten wir an einem Konzept, das innovativen Stadionbau definiert, und aus dem dann Einzelprojekte für Unternehmen unterschiedlicher Branchen entstehen können. Zum anderen haben wir begonnen, Marketing für unser Know-how zu betreiben und uns in den genannten Märkten zu positionieren“, erklärt Heinz Artmann, Vorstandsmitglied der Global Partners Bayern.

Zunächst zum Konzept. Der Experte leitet her: „Es kann nicht das Ziel sein, ein Stadion nur dafür zu bauen, dass dort ein paar Mal im Jahr ein Fußballspiel stattfindet.“ So war beispielsweise auch in Südafrika die nachhaltige Nutzung schon sehr früh als problematisch anzusehen. „Brachliegende Stadien – das ist Verschwendung von Ressourcen.“ Ein anderes sehr negatives Beispiel ist das olympische Gelände in Athen. „Dieses wird seit den Spielen nicht mehr genutzt und verkommt. Deshalb muss ein Stadion heute ein Multifunktionscenter sein, für einen dauerhaften Betrieb ausgelegt und geplant werden. Dafür entwickeln wir ein tragfähiges, nachhaltiges Business-Konzept mit gesellschaftlichem Nutzen.“



Wirtschaftsdelegation
Brasilien 2010:
Volker Klosowski, TÜV
Nord; Sportministerin
Rio de Janeiro;
Ex-Bundeswirtschafts-
minister Rainer
Brüderle;
Thomas Wüst, Global
Partners Bayern;
Markus Deecke,
Stadium Know-how
made in Germany



Was heißt das konkret? Zunächst sollte ein Stadion heute so gestaltet sein, dass es für verschiedene Sportveranstaltungen nutzbar ist, dass es bei allem baulichen Aufwand sowohl zu Leichtathletik-, als auch zu Fußballveranstaltungen einladen kann. „Es gibt schon einige positive Beispiele bei Bundesligastadien, in denen Box- und Eishockeyveranstaltungen stattgefunden haben“, erklärt Artmann. Außerdem steht die zusätzliche Nutzung für Kulturveranstaltungen oder Messen ganz oben auf der Tagesordnung. Doch auch das zusammen reicht noch nicht: „Einen Dauerbetrieb bekommt ein Stadion nur dann, wenn es beispielsweise eine Shopping-Mall, Veranstaltungs- und Konferenzräume, vor allem auch Gastronomie oder gar medizinische Einrichtungen enthält, die nicht nur während der Veranstaltungen, sondern eben ständig geöffnet sind.“ Man müsse ein Stadion als eigenständigen Mikrokosmos in einer Stadt oder in seinem Umfeld verstehen und anlegen. Ein wichtiger Zusatzeffekt: Es bietet damit auch dauerhafte Arbeitsplätze. „Damit verbunden sind auch viele Ausbildungsberufe. Ein Stadion ist für junge Menschen sicherlich ein hochattraktiver Arbeitsplatz. Konzepte dafür gibt es, sie müssen nur weiter ausgebaut werden“, sagt Artmann.

Auch Markus Kamann, Geschäftsführer des mit den Global Partners Bayern kooperierenden Paderborner Bildungsanbieters gpdm mbH, hat dazu weitere Ideen: Er nutzt Stadien außerhalb der Spielzeit für Recruiting-Events. „Schulabgänger werden ins Stadion eingeladen – so wird anhand der verschiedenen Berufe, die ein Stadion braucht, um zu funktionieren, die Berufsorientierung vorbereitet. Dieses Konzept lässt sich auch ins Ausland übertragen.“ Kamann findet zudem: „Jede Phase des Stadionbaus und -betriebs kann mit operativer Ausbildung einhergehen. Denn im Kontext des Stadionbaus und -betriebs lassen sich sehr viele Berufe ausbilden: Bau-fachleute, Handwerker, Energietechniker, Gastronomen, Medienberufe und vieles mehr.“ Konsequenterweitergedacht – zur Komplettierung des Dauerbetriebs – kann ein Stadion also stets auch als Aus- und Weiterbildungszentrum fungieren.



Die Global Partners Bayern bringen Unternehmen zusammen, um solche komplexen Aufgaben gemeinsam zu erfüllen. „Wir haben eine Vielzahl der Kompetenzen, die dafür gebraucht werden, in unserem Netzwerk: Architekten, Ingenieure, Sicherheitsfachleute, Energie- und Umweltspezialisten, Infrastruktur-Experten, die das Stadion zum Beispiel optimal an das urbane Verkehrsumfeld anbinden können, aber auch Experten im Bildungsbereich und Projektmanager“, listet Heinz Artmann auf. Überhaupt sei in Deutschland ein enormes Wissen zum Stadienbau und insbesondere für den Betrieb solcher Einrichtungen vorhanden. „Und es sind nicht nur die großen Unternehmen, die dieses Wissen besitzen. Gerade auch die kleinen und mittleren Firmen, die ja vor allem die Klientel der Global Partners sind, bringen starke Kompetenzen ein – und wir sie ins Spiel.“

Das führt zum zweiten Teil der Aktivitäten der Global Partners im Bereich Stadienbau. „Seit 2010 arbeiten wir eng mit der Initiative *Stadium Know-how, made in Germany – green and sustainable* zusammen“, erzählt Thomas Wüst. Derzeit machen bereits rund 50 Unternehmen und Einrichtungen in der Initiative mit. Wüst wird gemeinsam



Hauptverwaltung
adidas Sao Paolo,
2010; Thomas Wüst
und Wolfgang Topf,
IMO Leipzig

mit dem Hamburger Sport-Marketing-Experten Markus Deecke, dem Gründer der Initiative, das Konzept der Kampagne entwickeln. „Die Initiative wird die deutsche Stadion-Kompetenz systematisch vermarkten, deutsche Unternehmen in Brasilien, Russland und Katar positionieren, Türen öffnen.“ Er ergänzt: „Dann gehen wir als Global Partners den nächsten Schritt, in dem wir über das Marketing die einzelnen Kompetenzen der beteiligten Unternehmen den Entscheidungsträgern im Zielland nahe bringen. Dies gibt uns im internationalen Wettbewerb die gleichen Chancen wie den Unternehmen anderer Länder, die ebenfalls gesamtheitliche Projekte anbieten.“

Das ist das Stichwort für Eugen Breitenbücher, einer der Inhaber des Münchner Architektenbüros Breitenbücher Hirschbeck, das schon lange Mitglied bei den Global Partners Bayern ist. „Stadienbau ist sehr komplex, die Zielländer wünschen sich ganz selbstverständlich Komplettlösungen. Als einzelnes kleines Unternehmen überhaupt wahrgenommen zu werden, eine Anfrage zu bekommen oder gar ein Projekt zu entwickeln – auch wenn Know-how und Kompetenz noch so gut sind – ist äußerst schwierig.“ Ein Netzwerk mit einem eigenen Konzept, noch dazu als Teil einer Marketing-Initiative hingegen falle auf. „Und so kann man auch als kleines Unternehmen mitspielen, gemeinsam mit anderen Teillösungen oder sogar die gewünschte Komplettlösung anbieten.“ Aber das sei nicht das Einzige: „Darüber hinaus bietet das Netzwerk, was bei solchen umfangreichen Themen wie dem Stadienbau für den einzelnen ebenfalls sehr wichtig ist, immer eine Rückfallebene, eine Basis, von der aus man agieren kann: Der Aufwand, den die Vorbereitung ausmacht, wird geteilt. Das macht auch die Vorleistung überschaubar.“ Deshalb engagiert sich Eugen Breitenbücher in der Initiative, wirft vor allem sein Koordinations- und Projekt-Know-how auf die Waage: „Ich finde die Aufgabe sehr reizvoll – und mit dem Netzwerk im Rücken lässt sie sich auch erfolgreich stemmen. Im Konvoi ist man in jedem Fall schlagkräftiger.“

Dieter Stumpf, SSF;
Dr. Peter Göpfrich, AHK
Deutsch-Emiratische
Industrie- und
Handelskammer;
Markus Kamann, gpdm;
Markus Deecke,
Stadium Know-how
made in Germany;
Thomas Wüst, Global
Partners Bayern



Monopolregion München und Umfeld: Sportveranstaltungen weltweit – und in Bayern

Der Sport ist ein wichtiges Thema für die Global Partners Bayern: weltweit, aber vor allem auch zu Hause. Hier kooperieren die Global Partners Bayern mit der Landeshauptstadt München.

Rudolf Behacker, Leiter des Sportamts München, bringt es auf den Punkt: „Wir sind vor Ort und weltweit mittlerweile so spezialisiert, dass Netzwerke wie die Global Partners Bayern immer wichtiger werden, um die Einzeldisziplinen wieder zu einem großen Ganzen zusammenzufügen.“ Das gelte gerade auch, wie er findet, für die Bereiche Wirtschaft und Sport. „Beide Partner, die Unternehmer und die Sportler, können eine renditeträchtige Allianz eingehen“, betont er. „Die großen Unternehmen haben das bereits verstanden, der Mittelstand hält sich noch zurück.“ Deshalb freut sich Behacker auch besonders über die Gespräche mit den Global Partners Bayern, die sich ja vor allem die Förderung des Mittelstands auf die Fahnen geschrieben haben. Was die Metropolregion München aus seiner Sicht für die Kooperation so interessant macht: „Sport in München ist neben dem Fußball die Messe ISPO, der Olympiapark und vor allem die vielen großen und kleinen Sportvereine. Sie alle können Partner aus dem Mittelstand gut gebrauchen.“ Und auch umgekehrt tue es dem Image der Unternehmen gut, sich mit Sport in Verbindung zu bringen. Das lasse sich über eine Zusammenarbeit von Sportamt und Global Partners Bayern vermitteln.

Thomas Wüst ergänzt: „Darüber hinaus können wir uns aber auch viele konkrete Projekte im Rahmen des Münchner Sportentwicklungsplans vorstellen: Wir können unsere Kompetenz in der Projektplanung, im infrastrukturellen Bereich, im Stadionbau und auch im Stadionbetrieb, in der Gebäudeeffizienz einbringen – und natürlich unsere internationalen Kontakte.“



Kompetenzfeld Sicherheit: Plattform für mittelständische Unternehmen

Über die Aktivitäten im Bereich Stadium Know-how positionieren die Global Partners Bayern auch zunehmend Aktivitäten im Bereich Sicherheit. Dies bietet mittelständischen Unternehmen aus diesem Kompetenzfeld eine Plattform, sich an internationalen Großprojekten zu beteiligen.

Getrieben durch den Schwerpunkt Stadionbau hat sich bei den Global Partners mittlerweile auch das Thema Sicherheit als neues Kompetenzfeld etabliert. Vorstandsmitglied Heinz Artmann erklärt, was es damit auf sich hat, und bleibt dabei zunächst bei der Stadionsicherheit: „Sicherheitsstrukturen zu schaffen, ist für Stadionbetreiber eine der wichtigsten Aufgaben. Im Mittelpunkt steht dabei vor allem die Verhinderung von Gewalt und ihren Folgen.“ Konkurrierende Fan-Gruppen, die plötzlich aufeinander einschlagen, oder gar Hooligans, die von vornherein mit der Absicht, sich zu prügeln, zu einer Veranstaltung gehen, müssen unter Kontrolle gebracht werden. „Zudem müssen Sicherheitsexperten immer antizipieren, dass auch Brände möglich sind. Da wir es mit Massenveranstaltungen zu tun haben, kann dann entsprechend Panik ausbrechen. Nicht zuletzt sind auch terroristische Anschläge auf das Stadion oder einzelne Personen nie auszuschließen.“ Mit welchen Maßnahmen und Konzepten eine möglichst umfassende Sicherheit zu erreichen ist, daran arbeiten die Global Partners. Positionieren werden sie ihr Sicherheitskonzept zunächst in der Initiative *Stadium Know-how, made in Germany – green and sustainable*. Da sei sie richtig angesiedelt, findet Artmann. Er erklärt, in welche Richtung, ein modernes Sicherheitskonzept heute geht.

Ganzheitliche Sicherheitssysteme

- Überwachung aller Bereiche, Erkennung von Notfällen und möglichen Gefahren
- Erkennen potenziell gefährlicher Gruppen zu einem frühen Zeitpunkt
- Schnelle, geregelte Evakuierung
- Personentransportlösungen zum und vom Stadion
- Parkplatzlösungen
- Integration aller Sicherheits- und Kommunikationslösungen in ein Gebäudemanagementsystem

„Die Basis für Sicherheit ist stets Vertrauen“, beginnt der Experte. Die friedlichen, einfach nur sport- oder kulturbegeisterten Besucher müssen dem Stadionbetreiber vertrauen, dass ihre Sicherheit gewährleistet ist, dass nichts Schlimmes passiert. „Endgültige Sicherheit gibt es sicherlich nie, aber wenn ein grundsätzliches

Vertrauen da ist, dann lässt sich bei Eintreten von schwierigen Situationen welcher Art auch immer verhindern, dass diese sich verschärfen.“ Und wie entsteht dieses Vertrauen, wie signalisiert der Stadionbetreiber, dass er alles im Griff hat? Neben dem Einsatz von Sicherheitspersonal und Polizei sicherlich auch durch technische Lösungen, also eine strenge Zugangskontrolle. „Der Stadionbetreiber kann damit beispielsweise verhindern, dass für ihre Gewaltbereitschaft bekannte Personen das Stadion betreten. Das beruhigt auch die anderen Besucher.“ Dafür setzt man heute übrigens immer mehr auf Biometrie. „Allerdings werden in Zukunft weniger die Fingerabdrücke gescannt“, erklärt Artmann. „Die effizientere, weil leichter erfassbare Variante ist die Kontrolle des Handvenenverlaufs, der übrigens genauso einmalig ist wie der Fingerabdruck.“

Zweite Herausforderung ist der Schutz der Sportler, der Künstler oder prominenten Besucher. „Wie leicht können Attentäter in den VIP-Bereich eindringen, weil Dokumente beispielsweise Presseausweise sich heute immer noch leichter fälschen lassen.“ Die Lösung: „Hier muss es im Vorfeld innovative Registrierungsmethoden für alle geben, die den VIP-Bereich betreten sollen oder wollen. Diese Zugangskontrollen können ebenfalls mit biometrischen Maßnahmen verknüpft werden.“

Bleibt ein dritter Punkt. „Wenn eine Situation kippt – sei es durch Gewalt, Attentate oder auch durch andere Gefahrenquellen wie Brände – spielen die Themen Emotionssteuerung und Evakuierung eine große Rolle: Wie beruhige ich panikauslösende Situationen, wie evakuere ich ein Stadion?“ Er betont: „Hier kann schon ein psychologisch gut ausgebildeter Stadionsprecher oft sehr viel erreichen.“

Die technische Ausstattung moderner zentraler Kontroll- und Überwachungsräume spielt eine immer größere Rolle, das Entstehen von Gefahren so früh wie möglich zu erkennen, ist die Herausforderung. Artmann denkt weiter: „All diese Fragen stellen sich im Kontext der Stadionsicherheit – aber nicht nur. Weitere Felder sind Bahnhöfe, Flughäfen oder auch internationale Busbahnhöfe. Unsere Sicherheitskonzepte werden daher nicht nur kompetenz-, sondern auch branchenübergreifend sein.“



Heinz Artmann,
Vorstand Global
Partners Bayern



Kompetenzfeld Infrastruktur: Hohe Qualität braucht gutes Marketing

Infrastrukturprojekte brauchen gute Ingenieurbüros – und Netzwerke wie die Global Partners.

„Mobilität und in Folge die urbane und regionale Infrastruktur sind heutzutage ganz zentrale Themen. Will man dies über das reine Beförderungskonzept hinaus betrachten und ganzheitlich angehen, muss man stets die sozialen und ökologischen Implikationen und Herausforderungen im Blick haben“, betont Thomas Wüst. „Dafür stehen wir als Netzwerk.“ Da es derzeit eine Vielzahl von komplexen Infrastrukturprojekten in der russischen Föderation gibt, engagiert sich Global Partners mit Entscheidungsträgern vor Ort. Dies betrifft Häfen, Flughäfen, Straßen und Bahnen, den begleitenden Umweltschutz und die notwendigen Bildungsmaßnahmen.

Für Dieter Stumpf, Gesellschafter und Aufsichtsrat der Münchner SSF Ingenieure AG, sind genau solche Projekte der Grund, warum er bei den Global Partners Bayern mitarbeitet. „Die Größe und Komplexität dieser Projekte reizt, aber für kleinere und mittlere Ingenieurbüros ist es normalerweise nahezu unmöglich, an ihnen beteiligt zu werden. Zumal die Mehrheit der Büros in Deutschland aus zwei bis drei Personen besteht. Doch selbst für uns, die wir 300 Mitarbeiter haben, sind Zuschläge für solche großen Projekte eher selten.“ Die kleinen und mittleren Büros haben es schon schwer, überhaupt rechtzeitig von den Projekten zu erfahren – weil die Auftraggeber sie gar nicht kennen können, erzählt Stumpf. „Wenn es in der Zeitung steht, ist es einfach schon zu spät ... Und man kann auch nicht in jedem Land ein Büro unterhalten, um frühzeitig informiert zu sein.“ Wenn aber ein Vehikel da sei, auf das man aufspringen könne, eben ein Netzwerk wie die Global Partners Bayern, welches noch dazu mit politischer Rückendeckung agiert, dann wissen auch die kleinen und mittleren Unternehmen Bescheid, können ihre Kompetenzen einbringen und partizipieren, bekommen die Aufmerksamkeit, die ihnen zusteht. „Zumal wir den großen Anbietern wie den konzernartigen amerikanischen Ingenieurbüros mit mehreren Tausend Mitarbeitern durchaus das Wasser reichen können. Die deutschen Büros, entsprechend auch die Global-Partners-Bayern-Mitglieder aus diesem Bereich, können als wahre

Dieter Stumpf, SSF;
Dr. Carsten Kuhne, sfirion;
Herbert Luy, Bayerische
Ingenieurekammer-Bau;
Gerhard-Kurt Lübke,
Siemens



Hidden Champions gelten. Gemeinsam mit unserem komprimierten Know-how sind wir mehr als wettbewerbsfähig.“

Doch, findet Stumpf, die Vorteile einer Global-Partners-Mitgliedschaft beschränken sich nicht auf ein Auslandsengagement. „Die Mitglieder haben ja auch hier vor Ort bei Konferenzen, Versammlungen, übers Internet Kontakt zueinander, können sich also auch hier Hinweise auf spannende Projekte und Ausschreibungen geben, diese gemeinsam angehen. Man kennt sich, schätzt sich, kooperiert ohnehin. Das Szenario, das für Großprojekte im Ausland gilt, besteht gleichermaßen für zu Hause. So entsteht Mehrwert im In- und Ausland.“ Er rekapituliert: „Es ist das Netzwerk-Denken an sich, das erfolgreich macht und das sich durchaus noch weiterverbreiten sollte.“

Ausgewählte Veranstaltungen der Global Partners Bayern 2010

- **Bildung als Exportgut**

Kick-off Veranstaltung zum gleichnamigen Arbeitskreis
am 27. Januar 2010, München

- **Global Partners Bayern e.V. und seine Netzwerke –
eine innovative Plattform für den Export**

Auftaktveranstaltung zur jährlichen Mitgliederversammlung
am 23. April 2010, Grassau im Chiemgau

- **Chancen zum Bildungsexport**

Informationsveranstaltung am 17. Mai 2010, München

- **Stadionbau / WM Brasilien 2014**

Informationsveranstaltung am 17. Juni 2010, München

- **Bildung als Exportgut**

Workshop zur Bildung von Projektgruppen am 13. Juli 2010, München

- **Platzierung von Projekten der Gebäudeeffizienz in Russland
mit Fokus Moskau**

Workshop am 27. August 2010, München

- **Nachhaltige Energie- und Gebäudeeffizienz**

Beitrag zu den Deutsch-Chilenischen Wirtschaftstagen,
am 7. Oktober 2010, Santiago de Chile

- **Stadionbau / WM 2014 Brasilien**

Informationsveranstaltung am 10. November 2010, München

Kompetenzfeld Energie- und Gebäudeeffizienz: Energiewende als Chance – die partnerschaftliche Zusammenarbeit wird vertieft

In Brasilien und Moskau bringen die Global Partners Bayern das Kompetenzfeld Energie- und Gebäudeeffizienz und die beteiligten Unternehmen voran.

Die Gebäudeeffizienz ist für die Global Partners Bayern schon lange ein ganz entscheidendes Thema. „Es bietet Unternehmen durch den enormen Bedarf renditeträchtige Optionen und das weltweit.“ Zudem trage dies zur Lösung drängender weltweiter Probleme bei, betont Thomas Wüst, der auch im fachlichen Beirat der DENEFF, Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz, engagiert ist, einem unabhängigen, industrieübergreifenden Netzwerk von Vorreiterunternehmen der Energieeffizienzbranche in Deutschland. „Denn energetische Gebäudeeffizienz hilft, den Klimawandel einzudämmen und damit eine der zentralen Herausforderungen der Gegenwart zu meistern.“ Er findet: „Damit verbindet das Thema auch bestens unsere Ansprüche, durch unser Engagement Gesellschaften immer sowohl wirtschaftlich, als auch ökologisch und sozial weiterzubringen.“ Zwei Zielländer stehen derzeit bezüglich der Gebäudeeffizienz ganz oben auf der Liste der Global Partners: Brasilien und Russland.



Matthias Stiegler,
verantwortlich für den
Bereich Energieeffizienz

„Die Zusammenarbeit mit deutschen, internationalen und den Organisationen im Zielland soll unsere Mitglieder für größere Projekte vor Ort in Position bringen. Gleichzeitig sind wir aber im privatwirtschaftlichen Bereich bereits ganz konkret aktiv. Wir entwickeln derzeit ein Konzept für eine energieeffiziente Einfamilienhaussiedlung für 2500 Haushalte“, erläutert Wüst. Diese soll alle Anforderungen an energieeffizientes Bauen und Wohnen erfüllen, so dass am Ende letztendlich eine energieeffiziente Modellsiedlung entstehen kann.

In Russland steht unter anderem Moskau im Fokus. Zustande gekommen ist der Kontakt zur russischen Hauptstadt auch durch die Kooperation mit dem Bayerischen Wirtschaftsministerium, das seit vielen Jahren bilaterale Wirtschaftstage veranstaltet. Dort gibt es Round Tables zu unterschiedlichsten Themen, an denen Vertreter der Stadt Moskau und der russischen Wirtschaft sowie bayerische Regierungs- und Wirtschaftsvertreter teilnehmen. Hans-Joachim Heusler erklärt: „Weil die Global Part-

ners Bayern und Bayern International kontinuierlich im Gespräch sind, konnten wir in Umsetzung der Politik des Bayerischen Wirtschaftsministeriums gemeinsam das Thema Gebäudeeffizienz auf den Round Tables platzieren. So wurde es der Moskauer Stadtregierung vorgestellt.“ Wobei dies viel Zuspruch fand. Nun arbeiten die Global Partners bereits intensiv an den nächsten Schritten. Und zwar auf Basis des Drei-Phasen-Modells, das von den Global Partners Bayern in Zusammenarbeit mit engagierten Firmen als Rahmenkonzept für den Markteintritt in Moskau entwickelt worden ist (siehe Seite 8).

Wichtig hierbei ist das Arbeiten in Kooperation mit den Projektpartnern vor Ort. Gemeinsam werden die Projektziele formuliert und gesamtheitliche Strukturen in Deutschland und im Zielland etabliert. Dabei wird eng mit den politischen Entscheidungsträgern zusammen gearbeitet. Durch eine solche Zusammenarbeit erfolgt Know-how-Transfer in beide Richtungen. Es entstehen Win-Win-Situationen.

Eine der interessierten Firmen, die sich dem Konvoi nach Moskau angeschlossen haben, ist die in Maisach ansässige Silentsoft Germany GmbH, als Deutsche Tochter der Silentsoft AG. Das Unternehmen ist Experte für die Fernüberwachung von Energieverbrauchszählern sowie Tankanlagen und damit auf Energieoptimierung spezialisiert. „Insofern passt unser Know-how bestens zum Thema“, betont Christian Kirchdorfer, der die Silentsoft bei den Global Partners Bayern vertritt. „Trotz aller Auslandserfahrung hätten wir uns allerdings allein nicht auf den riesigen russischen Markt getraut. Wir bringen uns in der jetzigen Phase bereits mit ein, setzen Akzente, es entstehen Kontakte und Synergien mit anderen Mitgliedern, der Geschäftseinstieg wird beschleunigt, ist leichter und effizienter.“ Er ergänzt: „Wir planen konkret, über die Global Partners Bayern als Vehikel, einen Kooperationspartner in Moskau aufzubauen, insgesamt in den russischen Markt einzusteigen. Es ist einfach zielführend, Teil dieses Netzwerks zu sein.“



Kompetenzfeld Umwelt: Nachhaltiger Betrieb

Der gesamtheitliche Ansatz und die gesellschaftspolitischen Aktivitäten der Global Partners Bayern lassen sich auch in Bezug auf die drängenden Umweltfragen in vielen Ländern nutzen.

„Beim Kompetenzfeld Umwelt geht es uns derzeit um das Schwerpunktthema *Waste to Energy* und dabei insbesondere um zwei Aspekte“, leitet Thomas Wüst ein. „Um den Export der Anlagentechnik, aber auch um die Unterstützung beim Betrieb der Anlagen.“ Denn auch hier ist es wichtig, sich nach Fertigstellung der Anlage weiter zu engagieren, und die Nutzer, die eine Technik neu einführen und diese erst noch zu beherrschen lernen müssen, im Anlagenbetrieb zu unterstützen.

In vier Ländern sind die Global Partners in Sachen *Waste to Energy* derzeit aktiv: in Tunesien, Brasilien, der Türkei und Rumänien. „Wir sind im vergangenen Jahr gut vorangekommen, das Interesse auf der Seite der Zielländer ist groß. Konkret geht es derzeit darum, die Aufklärung über diese wichtige Branche voranzubringen, dann die Investitionen in die Technik zu sichern, in diesem Sinne mit den Entscheidern vor Ort zu verhandeln, um dann schließlich die einzelnen Projekte zu entwickeln.“ Dazu, so Wüst, müssten aber vor allem eben auch die hiesigen Betreiber mit ihren ökonomischen und organisatorischen Erfahrungen ins Boot: „Das sind ja nicht mehr nur Stadtwerke, sondern auch ihre Töchter oder private Betreiber.“ Diese bringen das Know-how mit, solche Anlagen zu organisieren, zu pflegen und gewinnbringend zu betreiben. „Dabei muss gerade auch dieses Kompetenzfeld stets mit Weiterbildungstools einhergehen, um den Wissenstransfer zu den Menschen vor Ort zu ermöglichen.“



Ausgewählte Veranstaltungen der Global Partners Bayern 2011

- **Stadium Know How worldwide made in Germany**
Workshop am 24. Januar 2011, München
- **Internationale Sportgroßveranstaltungen: Brasilien, Russland, Katar**
Informationsveranstaltung am 10. Februar 2011, München
- **Kontinuität in Zeiten des Wandels**
Auftaktveranstaltung zur jährlichen Mitgliederversammlung
am 1. April 2011, Grassau im Chiemgau
- **Aktionstag des Global Partners Bayern e.V.**
in Zusammenarbeit mit *Stadium Know-how, made in Germany – green and sustainable*, AHK Rio de Janeiro, IHK Essen und NRW International
am 9. Mai 2011, Rio de Janeiro
- **Chancen in der Kooperation mit der Russischen Föderation**
Informationsveranstaltung am 31. Mai 2011, München
- **Leitung des Round Tables Energieeffizientes Bauen während der Bayerischen Wirtschaftstage**
5.-8. Juli 2011, Moskau
- **Kooperation mit der Russischen Föderation**
Workshop zur Projektdefinition am 14. Juli 2011, München

geplant

- | | |
|-----------------------|--|
| August 2011 | Sicherheit sowie Hotel und Tourismus, Rio de Janeiro |
| September 2011 | Energie- und Gebäudeeffizienz, Rio de Janeiro |
| Oktober 2011 | Round Table Energieeffizientes Bauen,
Moskauer Wirtschaftstage, München |
| Oktober 2011 | Veranstaltung zu Infrastrukturprojekten,
Penza, Russische Föderation |
| November 2011 | Sportmarketing, Rio de Janeiro |



Kompetenzfeld Bildung: Wichtige Querschnittsaufgabe

Ohne Bildung bleibt auch die wirtschaftliche Entwicklung einer Gesellschaft auf der Strecke. Deshalb gehört bei den Projekten der Global Partners Bayern die Bildung als Querschnittsaufgabe dazu – sie wird selbst zum Exportgut.

Die Internationalisierung ganzheitlich und nachhaltig anzugehen – das ist einer der wesentlichen Ansprüche der Global Partners Bayern. „In unserem Kompetenzfeld Bildung mit der Initiative *Bildung als Exportgut* drückt sich das wohl am direktesten aus“, betont die stellvertretende Vorsitzende Andrea Mewaldt. Sie hat das Kompetenzfeld, welches zunehmend wichtiger wird, initiiert und moderiert die ersten Umsetzungsschritte. „Bildung ist für uns eine Querschnittsaufgabe und damit selbstverständlicher Bestandteil eines jeden anderen Kompetenzfelds, eines jeden konkreten Auslandsprojekts“, erklärt sie. „Bauen unsere Mitglieder im Ausland ein Geschäft auf, gehört es dazu, die Bildungsvoraussetzungen die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen vor Ort zu prüfen und diese gegebenenfalls an den Umgang mit neuen Technologien, an Produktionsmethoden und -prozesse heranzuführen. Dabei müssen die für die schulische Bildung sowie für die berufliche Aus- und Weiterbildung zuständigen Behörden und Institutionen einbezogen werden.“ Deshalb ist auch Public-Private-Partnership hier ein wichtiges Stichwort.

Für deutsche Bildungsanbieter ist es interessant, auch über das einzelne Projekt hinausgehende Bildungsstrukturen lokal entwickeln zu können. Damit ein solches Konzept aufgeht, ist die Zusammenarbeit mit privaten Bildungsanbietern im Zielland eine gute Option: Die lokalen Partner sind bereits gut im Markt aufgestellt und sie wissen, worauf es bei Unterrichtsmethodik und Didaktik mit Blick auf interkulturelle Unterschiede ankommt. Die zweite Schiene des Kompetenzfelds ist der Export von Bildung ohne die Verknüpfung mit anderen Kompetenzfeldern. Andrea Mewaldt: „Hier steht für uns im Mittelpunkt, den Bildungsanbietern einen gangbaren Weg in neue Märkte zu

ebnen. Bildung wird wie andere Dienstleistungen oder Produkte als das zu exportierende Gut verstanden. Dafür entwickeln wir nach dem Drei-Phasen-Modell individuelle Markterschließungskonzepte, suchen Partner vor Ort, bereiten den Markteintritt vor.“

Karlheinz Faller, Bevollmächtigter der Geschäftsführung für den Internationalen Bereich bei den Beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft gGmbH (bfz)

Andrea Mewaldt,
stellvertretende
Vorsitzende,
zuständig für den
Bereich Bildung



in Augsburg und seit 2010 Vorstandsmitglied der Global Partners Bayern, findet vor allem auch den Querschnittsgedanken gut: „Wir als bfg haben bei unserem Auslandsengagement stets die Erfahrung gemacht, dass Unternehmen, die ausländische Märkte erschließen, die Gewissheit haben wollen, dass ihnen gerade im Berufsbildungsbereich vor Ort jemand hilfreich zur Seite steht. Um leistungsfähig und erfolgreich zu sein, brauchen die Unternehmen einfach passgenaue Schulungen für ihre neuen lokalen Mitarbeiter.“



Karlheinz Faller,
Vorstand Global
Partners Bayern

„Da sei es zielgruppenkonform, die Bildungsangebote bei der Markterschließung von vornherein als Additiv in ein Gesamtkonzept aufzunehmen. Deshalb passen die bfg und die Global Partners auch gut zusammen: „Wir begleiten als bfg unsere Kunden auf neue Märkte, bauen in Kooperation mit den lokalen Bildungsanbietern Strukturen auf. Bislang sind wir vor allem auch in Asien und Mitteleuropa aktiv, können die Unternehmen dort bereits praktisch unterstützen – das bringen wir ein. Wir wollen aber unsere Angebote und Zielmärkte über das Netzwerk auch erweitern, neue Projekte begleiten“, beschreibt Faller die Win-Win-Situation.“

Für zwei Märkte bereiten die Global Partners Bayern den Bildungsexport konkret vor: Südafrika und Russland.

Ein wichtiger Länderschwerpunkt im Jahr 2010 war Südafrika. „Leider ist die Schar der Aktiven für diesen Markt immer noch zu klein. Für die Zusammenstellung eines tatkräftigen Konvois nach dem Drei-Phasen Modell, brauchen wir derzeit noch mehr interessierte Bildungsanbieter“, konstatiert Andrea Mewaldt. Dabei ist der Markt durchaus attraktiv wie die aktuelle iMOVE Studie zeigt. iMOVE steht für International Marketing of Vocational Education und ist eine Informations- und Beratungsstelle des Bundesbildungsministeriums (BMBF) mit der Aufgabe, deutsche Bildungsanbieter bei der Internationalisierung zu unterstützen. Auch Peter Schröder, Schulleiter der Wirtschaftsschule Begemann, hält den Markteintritt in Südafrika für sehr interessant. Er bietet sein Engagement für weitere Arbeitstreffen „Südafrika“ an, sofern sich noch Mitstreiter finden.

In Russland steht das Bildungsengagement der Global Partners Bayern vor allem in Zusammenhang mit Infrastrukturprojekten. Hierbei netzwerken die Global Partners auch mit iMOVE. Sabine Gummersbach-Majoroh, die 2010 iMOVE leitete, kommentiert: „Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit den Global Partners Bayern im Bereich des Exports von beruflicher Aus- und Weiterbildung nach Russland. Die gute Vernetzung der Global Partners auf diesem durchaus schwierigen Markt bietet dafür konkrete Ansatzpunkte. Dies gilt insbesondere für die Wolga-Region.“

Kompetenzfeld Gesundheit: BiAgil Projektphase II ist erreicht

Die Anzahl der neurodegenerativen Erkrankungen wächst dramatisch. Dazu gehört unter anderem auch die Demenz mit derzeit 36 Millionen Erkrankten weltweit. Der Regensburger Neurologe Professor Dr. Ulrich Bogdahn und sein Team haben jetzt einen vielversprechenden Weg gefunden, gegen diese Krankheiten anzugehen. Die Global Partners Bayern unterstützen ihn bei dieser wichtigen Forschungsaufgabe.

Letztendliches Ziel des Projektes *BiAgil* ist es, Kranken mit neurodegenerativen Schäden zu helfen. Dazu gehören auch die Demenzkranken, die wohl die bekannteste Gruppe der Betroffenen sind. Derzeit, so weisen die Statistiken aus, leben in Deutschland rund 1,2 Millionen Menschen, die an Demenz erkrankt sind. Im Jahr 2030 sollen es bereits 2,5 Millionen sein. Weltweit liegt die Zahl der Demenzkranken im Moment bei rund 36 Millionen, im Jahr 2030 wird ihre Zahl auf rund 66 Millionen geschätzt. Dieses Ausmaß erschüttert, denn bislang galt Demenz als eine Krankheit, die nicht zu stoppen ist. „Demenz bedeutet ja, dass die geistigen Fähigkeiten eines Menschen in Folge einer Hirnschädigung verfallen. Dabei bremst die Hirnschädigung die Neubildung von Nervenzellen. Wir sind nun dabei, ein Therapiemolekül zu entwickeln, das diese Bremsung stoppen kann, damit die Neubildung der Nervenzellen reaktiviert wird“, erklärt Professor Dr. Ulrich Bogdahn, Prodekan der Medizinischen Fakultät sowie Direktor der Klinik und Poliklinik für Neurologie der Universität Regensburg. „Die Grundvoraussetzungen für die Entwicklung des Moleküls sind geschaffen, nun gilt es, die nächsten Phasen zu stemmen.“ Bogdahn: „In diesen Phasen geht es darum, klinische Bewertungskriterien zu entwickeln, die Wirksamkeit des Ansatzes zu belegen, und die beste Applikationsform des Medikaments auszuloten. Wir stellen uns vor, dass das Medikament direkt ins Hirnwasser gepumpt wird.“

Die Global Partners Bayern haben die Schirmherrschaft für das Projekt *BiAgil* übernommen. „Sie haben uns sehr geholfen, die richtigen Partner für unser Forschungs-

Professor Dr. Ulrich
Bogdahn, Direktor
der Klinik und
Poliklinik für
Neurologie,
Universität
Regensburg



netzwerk zu finden“, freut sich Bogdahn. „Es ist nicht die Zeit, in der es selbstverständlich wäre, Geld in biotechnologische Ideen zu investieren. Deshalb ist die Partnerschaft mit den Global Partners Bayern phantastisch. Sie hat uns viele wichtige Türen in Wirtschaft und Politik geöffnet.“ Der Projektinitiator Thomas Wüst und die ehemalige Managerin des Forschungsnetzwerks Andrea Mewaldt erläutern: „Wir haben bei unserer Unterstützung vor allem auch darauf Wert gelegt, mittelständische Partner in das Projekt zu holen. *BiAgil* hat eine große volkswirtschaftliche Dimension, da ist es wichtig, dass auch der Mittelstand partizipiert.“ Sie ergänzen: „Insofern ist die öffentliche Förderung des Projekts ein wesentlicher Hebel, denn sie ebnet den beteiligten Unternehmen den Weg in ein Forschungsprojekt, für das es einen ausgesprochen langen Atem braucht, um mit vereinter Anstrengung in die Gewinnzone zu gelangen. Der Einsatz und das Risiko lohnen sich aber allemal – und das nicht nur finanziell“.

Ein entscheidender Partner für das Projekt *BiAgil* ist die *BioM Biotech Cluster Development GmbH* in München. BioM fungiert als die Koordinationsstelle des Münchner Biotech Clusters und ist die zentrale Anlauf-, Service- und Beratungsgesellschaft für Life-Science-Unternehmen. Sie verfolgt das Ziel, die Region München zu einem der führenden Biotechnologiezentren weltweit auszubauen. Neben der erfolgreichen Vermarktung und Vernetzung des Standortes liegt der Hauptfokus dabei insbesondere auf der Unterstützung von Unternehmensgründungen einschließlich der Seedfinanzierung. Wie der Cluster auch *BiAgil* unterstützt, erläutert Dr. Petra Burgstaller, Manager Technology Transfer bei BioM: „Unsere umfassenden Erfahrungen befähigen uns als Netzwerkkoordinator für das *BiAgil*-Projekt zu fungieren und werden dazu beitragen, dass dieses anspruchsvolle Projekt realisiert werden kann.“ Und zur Rolle der Global Partners Bayern in dem Projekt kommentiert sie: „Für Projekte wie *BiAgil* ist es immens wichtig, dass eine tragfähige Netzwerkstruktur geschaffen wird, die es ermöglicht, die unterschiedlichen Kompetenzen zu bündeln, Synergien zu identifizieren und darauf basierend nachhaltige Kooperationen aufzubauen. Hierbei, aber auch bei der Sicherung der Förderung des Projektes war die Erfahrung der Global Partners Bayern sehr wertvoll.“



Thomas Wüst,
Vorstandsvorsitzender
Global Partners
Bayern



Interview: Gemeinsam wachsen

Wie die Global Partners Bayern in den Jahren 2010 und 2011 ihre Position in der Außenwirtschaftsszene noch einmal gefestigt und ausgebaut haben, erklärt der Vorstandsvorsitzende Thomas Wüst.

Herr Wüst, die Jahre 2010 und 2011 waren und sind ...

... für die Global Partners gute Jahre. Wir sind inhaltlich, aber auch organisatorisch noch einmal einen großen Schritt vorangekommen.

Gehen Sie in die Details.

Unsere Aktivitäten sind deutlich konkreter geworden: Dies betrifft vor allem die Kompetenzfelder Sportgroßveranstaltungen, Bildung, Energie- und Gebäudeeffizienz – die Konzepte stehen, die Kontakte sind aufgebaut, zum Teil sind wir entweder in der Marketingphase oder sogar schon in der Phase der konkreten Geschäftsanbahnung.

Die Delegationsreisen und das intensive Networking haben damit gefruchtet.

Ja, das haben sie. Apropos: Das führt im Weiteren zu der Frage, welche Art von Kontaktaufnahme und Networking die Unternehmen heute weiter bringt. Wir agieren derzeit viel über innovative lockere Zusammentreffen aller Beteiligten, über kleinere Events. Das kommt vor Ort gut an und ist sehr effizient, weil sich direkt persönlich-geschäftliche Gespräche ergeben.

Das führt zu den organisatorischen Fortschritten insgesamt, von denen Sie sprachen.

Wir haben nun ein klares Modell, wie wir die Markteinführung unserer Projekte, damit auch unsere Netzwerkarbeit strukturieren.

Das Drei-Phasen-Modell?

Nicht nur. Wir schauen uns die Märkte und Zielländer an, überprüfen, wo sich der Bedarf vor Ort mit unseren Kompetenzfeldern deckt und entwickeln passende Initiativen. Wir bringen Unternehmen in den entsprechenden Bereichen zusammen und initiieren dann konkrete Einzelprojekte. Für diese Projekte öffnen wir die Türen und führen sie bis in die Umsetzung. Das eigentliche Geschäft machen die Mitglieder dann selbst.

Welche Funktion hat in diesem Zusammenhang Ihre Initiative Stadium Know-how?

Der Innovationsstandort Deutschland hat mit der Marke *Made in Germany* weltweit große Bedeutung. Oftmals wird aber in den Zielländern die Kompetenz der einzelnen Unternehmen nicht hinreichend sichtbar gemacht. Durch die Initiative *Stadium Know-how* schaffen wir eine Marketing- und Vertriebsstruktur, die die hohe Kompetenz und Innovationsfähigkeit vor Ort vermittelt und unsere Position im internationalen Wettbewerb verbessert.

Und wie es zu ihrem Selbstverständnis gehört, denken die Global Partners dabei stets ganzheitlich und nachhaltig, verstehen sich nicht nur als Unternehmer, die ihr Wachstum steigern wollen, sondern im weitesten Sinne auch als Entwicklungsinstitution?

Unbedingt. Natürlich kommt Wachstum heutzutage vor allem über Internationalisierung zustande. Dabei funktioniert qualitatives Wachstum unserer Meinung nach vor allem dann, wenn es über nachhaltige, sozial und ökologisch verträgliche Strukturen entsteht. Deshalb wollen wir stets dafür sorgen, dass auch die Bevölkerung vor Ort, die Partner, die Gesellschaft von unserem Engagement profitieren.

Was wünschen Sie sich für das verbleibende Jahr 2011?

Unsere Projekte werden immer konkreter. Je mehr Unternehmen sich uns also anschließen und mit uns kooperieren, umso besser. Je größer der Konvoi, umso komplexere Projekte können wir realisieren, umso mehr Unternehmen und Zielländer profitieren.

Impressum

Herausgeber und v.i.S.d.P.:
Global Partners Bayern e.V.
Max-Joseph-Straße 2
c/o Außenwirtschaft
D-80333 München

Tel.: ++49 (0) 8171 488002

Fax: ++49 (0) 8171 488001

E-Mail: hedwig.vielreicher@global-partners-bayern.de

www.global-partners-bayern.de

Fotos: Global Partners Bayern
Manfred Knopp, Fotojournalist Bonn
Breitenbücher Hirschbeck Architektengesellschaft mbH
effisolution GmbH

Gestaltung: Designerei Artmann

Redaktion: Dr. Gabriele Lücke



Global Partners Bayern e.V.

Max-Joseph-Straße 2

c/o Außenwirtschaft

D-80333 München

Tel.: ++49 (0) 8171 488002

Fax: ++49 (0) 08171 488001

E-Mail: bedwig.vielreicher@global-partners-bayern.de

www.global-partners-bayern.de