



Mitarbeiter:	Kathrin Pawollek
Telefon:	0821 / 455 355-14
Email:	kathrinpawollek@kongress-augsburg.de
Datum:	08.10.2020

Deutschlands Wasserwirtschaft soll künftig in der Welterbe-Stadt Augsburg „erfrischend“ tagen

„Kongress am Park“ wirbt im Verbund mit Partnern um Unternehmen, Verbände und Vereine

Es ist ein Milliardenmarkt – allein in Deutschland. Rund 750 Unternehmen der Wasserwirtschaft wurden 2018 landesweit gezählt. Ein Marktpotenzial, das durch Zulieferunternehmen, Institutionen aus Bildung und Forschung, Verbände und Vereine der Wasserwirtschaft, -technik und -forschung noch erheblich erweitert wird. Augsburg, dessen Denkmäler der Wasserwirtschaft unter dem Titel „Augsburger Wassermanagement-System“ seit Juli 2019 UNESCO-Welterbe sind, will künftig von diesem Markt nicht nur im Tourismus, sondern auch bei Tagungen und Kongressen, Symposien, Seminaren, Workshops und (Haus-)Messen profitieren. Das jedenfalls ist die Zielsetzung des neuen Augsburger Wirtschaftsreferenten Dr. Wolfgang Hübschle für die Zeiten nach Corona. Zwar sei die Virus-Pandemie bei der Vermarktung des Welterbe-Titels im Tagungs- und Kongressbereich aktuell hinderlich. Doch dieses Prädikat ist ohnehin eine langfristige Chance – sagt Götz Beck, in Personalunion Tourismusdirektor der Regio Augsburg Tourismus GmbH und Geschäftsführer der Kongress am Park Betriebs GmbH.

Um aber wenigstens mittelfristig Veranstaltungen nach Augsburg zu holen, hat Kongress am Park jetzt gemeinsam mit Partnern eine Marketing-Kampagne gestartet, in die die Stadtwerke Augsburg, die Lechwerke AG in Augsburg, der KUMAS – Kompetenzzentrum Umwelt e. V. sowie der Verein Deutscher Ingenieure Augsburger Bezirksverein e. V. eingebunden sind. Der erste Schritt ist eine Broschüre mit dem Titel „Erfrischend tagen“, mit der das Kongresszentrum „Kongress am Park“ Verbände, Vereine und Unternehmen der Wasserwirtschaft auf das weltweit einzigartige Rahmenprogramm in Sachen Wassertechnik und Industriekultur hinweist. Weil auch die Partner die Kampagne über ihre Kanäle und Kontakte kommunizieren sollen, erhielten sie jeweils den ersten Teil dieser Broschüre mit ihrem individuellen Auftritt. Die Hinweise auf die Objekte der Welterbe-Stätte und auf das mögliche Rahmenprogramm im Teil zwei dieses Prospekts wurden identisch gestaltet. Zwei der Partner dieser Kampagne sind selbst mit Denkmälern unter den 22 Welterbe-Objekten vertreten. Dr. Eberhard Wruck von der Lechwerke AG verwies darauf, dass das von ihm vertretene Unternehmen mit Wasserkraftwerken in Gersthofen, Langweid und Meitingen sogar drei der 22 Objekte des „Augsburger Wassermanagement-Systems“ stellt. Das vor wenigen Tagen aktualisiert wiedereröffnete Lechmuseum Bayern Langweid informiert jetzt nicht mehr „nur“ zu den Themen Lech und Wasserkraftnutzung, sondern in einem Teil der Dauerausstellung auch zum UNESCO-Welterbe. Dr.

Franz Otillinger, Geschäftsführer der swa Netze GmbH, eines Unternehmens der Stadtwerke Augsburg, erinnerte daran, dass das städtische Tochterunternehmen mit seinem historischen Wasserwerk am Hochablass einen wesentlichen Baustein zum Welterbe-Titel geleistet habe. Dieses europaweit bedeutende Denkmal der Augsburger Industriekultur mit Pumpwerkstechnik von 1878/79 – konstruiert in der Maschinenfabrik Augsburg (heute MAN) – ist eines jener Ziele, die selbst erfahrene Wasserwirtschaftler zum Staunen bringen dürften. Thomas Nieborowsky, Geschäftsführer von KUMAS – Kompetenzzentrum Umwelt e. V., hat zwar kein bedeutendes Denkmal zu bieten, doch hinter dem von ihm vertretenen Verein steht ein schwabenweites Netzwerk an Firmen aus dem Sektor des technischen Umweltschutzes, die Augsburgs Welterbe-Kampagne über ihre Kontakte deutschlandweit und darüber hinaus verbreiten helfen sollen. Und der Augsburger Bezirksverein des VDI zählt schwabenweit 3100 Mitglieder, die als „Botschafter“ des Welterbes aktiv werden könnten. Mit mehr als 150.000 persönlichen Mitgliedern, darunter mehr als ein Drittel Studenten und Jungingenieure, ist der Verein Deutscher Ingenieure (VDI) sogar der größte technisch-wissenschaftliche Verein Europas.

Ständiger Partner der Augsburger Kongress- und Tagungs-Kampagne ist die Regio Augsburg Tourismus GmbH, die nicht „nur“ um welterbe- und wasseraffine Gäste wirbt. Unter dem Titel „Kongresse und Tagungen, wo Wasser Welterbe ist“, verweist jetzt auch ein neu installierter Internetauftritt als Teil der Website der Regio auf die Kampagne. Die Kernaussage lautet: Augsburg ist als Tagungs- und Kongressstandort für deutsche Wasserwirtschaftler aus allen Bereichen – von der Wasseraufbereitung bis zur Wasserkraftnutzung – quasi „Pflicht“.



Bildunterschrift:

***Nur wegen des Conronavirus gingen die Partner der Kampagne „Erfrischend tagen“ zu Augsburgs Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle (Bildmitte) auf Abstand. Davon abgesehen rücken die Akteure der Marketingkampagne, die Veranstaltungen aus allen Bereichen der Wasserwirtschaft nach Augsburg holen soll, eher eng zusammen. Die Kampagnenbroschüre präsentierten neben Dr. Hübschle Dr. Franz Otillinger (Stadtwerke Augsburg), Götz Beck, der Geschäftsführer des Kongresszentrums „Kongress am Park“ und zugleich Chef der Regio Augsburg Tourismus GmbH, Dr. Eberhard Wruck, Leiter der Unternehmenskommunikation der Lechwerke AG, sowie Thomas Nieborowsky, der Geschäftsführer von KUMAS – Kompetenzzentrum Umwelt e. V.
Foto: Kathrin Pawollek/Kongress am Park. (honorarfrei)***



Bildunterschrift:

Der Wirtschaftsreferent der Stadt Augsburg, Dr. Wolfgang Hübschle, und Götz Beck, Geschäftsführer des Augsburger Kongresszentrums „Kongress am Park“, sehen im Welterbe-Titel für die Denkmäler der Augsburger Wasserwirtschaft – Kanäle und historische Wasserwerke, Monumentalbrunnen und bis heute Strom erzeugende Wasserkraftwerke vom Beginn des 20. Jahrhunderts – einen Anreiz für Unternehmen und Institutionen, Verbände und Vereine, ihre Veranstaltungen in der Welterbe-Stadt durchzuführen. Foto: Kathrin Pawollek/Kongress am Park. (honorarfrei)