

MANAGEMENT CONSULTING. EIN NEUER WEG IN DER ANGEWANDTEN SOZIAL- UND WIRTSCHAFTGEOGRAPHIE - LEGOLAND DEUTSCHLAND

Klaus Kellner

Geographische Wissenschaften, Am Hang 8, 89312 Günzburg, Augsburg
e-mail: kellner@rz.fh-augsburg.de

*Izvirni znanstveni članek
COBISS 1.01*

MANAGEMENT CONSULTING. THE NEW WAY OF APPLIED SOCIAL- AND ECONOMIC GEOGRAPHY – LEGOLAND GERMANY

Abstract

The decision of the LEGO group, to build its fourth LEGOLAND amusement park in the Bavarian Swabian district Günzburg, has created a challenging situation for the regional politicians. With the help of the new consulting approach “Municipal Profiling,” the future oriented development of the Günzburg district, was firstly clearly planned and secondly consequently enforced. The motto for the future oriented development of the district is: “District Günzburg – The Family And Children Region.”

Key words: process of development, mission, profiling, consulting method

PODJETNIŠKO SVETOVANJE. NOVA SMER APLIKATIVNE SOCIALNE IN EKONOMSKE GEOGRAFIJE - LEGOLAND (NEMČIJA)

Izvleček

Odločitev skupine LEGO, da da bo svoj četrti zabavišni park LEGOLAND gradila v Bavarsko – Švabskem okrožju Günzburg, je regionalnim politikom postavila izzivalno nalogo. S pomočjo novega svetovalnega pristopa „občinsko profiliranje“ je bil razvoj okrožja Günzburga jasno načrtovan in potem tudi dosledno uveljavljen. Moto projekta je “Günzburg – otroška in družinska regija“.

Ključne besede: razvojni proces, poslanstvo, profiliranje, svetovalne metode

I. AUSGANGSLAGE

Kommunen brauchen einen klaren und konsequenten Entwicklungsweg in die Zukunft, damit die dort ansässigen Menschen und Unternehmen dauerhaft in sozialer und wirtschaftlicher Sicherheit leben und arbeiten können. Vielfältige Veränderungen im Umfeld, wie Globalisierung, Ressourcenknappheit, demographischer Wandel, stellen große Anforderungen an die Politiker in den Kommunen. So hat auch die Entscheidung des LEGO Konzerns, seinen weltweit vierten und bisher größten LEGOLAND Freizeitpark nicht im japanischen Tokio, sondern im bayerisch-schwäbischen Landkreis Günzburg zu errichten¹, die regionalen Politiker vor eine neue mittel- und langfristig herausfordernde Situation gestellt. Damit demokratisch gewählte kommunale Entscheider sowohl im Landkreis Günzburg als auch anderswo, ihrer Entwicklungsverantwortung gerecht werden können, greifen sie gerne auf die Unterstützung angewandter arbeitender Sozial- und Wirtschaftsgeografen zurück. Diese sehen ihre wesentlichen Aufgaben darin, bei raumwirksamen politischen Planungen und Entscheidungen zu beraten sowie bei der Gestaltung räumlicher Entwicklungsprozesse aktiv mitzuwirken. Planung und Umsetzung für die Praxis stehen für sie im Zentrum ihrer Tätigkeit.² Angewandte arbeitende Sozial- und Wirtschaftsgeografen sind damit wichtige Partner kommunaler Entscheidungsträger.

2. NEUER CONSULTINGANSATZ „KOMMUNALE PROFILIERUNG“

Um diese Partnerschaft erfolgreich intensivieren zu können, d. h. Absolventen der Geographie neue Tätigkeitsfelder zu eröffnen, wird ein neues Entwicklungsinstrument, der Consultingansatz „Kommunale Profilierung“, zur Verfügung gestellt. Mit seiner Hilfe können Zukunftsentwicklungen in Kommunen erstens inhaltlich klar geplant und zweitens dauerhaft konsequent durchgesetzt werden. Der Ansatz verbindet Zielstrebigkeit, Aktualität und Verantwortung. Seine Anwendung findet er sowohl bei der Zukunftsentwicklung von Kommunen in ihrer Gesamtheit, als auch bei der Entwicklung geographischer und funktionaler kommunaler Teilbereiche.

¹ Vgl. Helms, M.: Bauklötze staunen. 2001, S. 60

² Vgl. Schaffer, F.: Interaktive Regionalentwicklung. 2004, S. V

Vgl. Schaffer, F.: Angewandte Sozialgeographie im reflexiven Diskurs. 2002, S. I

Vgl. Goppel, K., ...: Regionalmanagement. 1998, S. V

Vgl. Bühler, G.: Regionalmarketing als neues Instrument der Landesplanung in Bayern. 2002, S. V

Vgl. Troeger-Weiß, G.: Regionalmanagement. 1998, S.XI

Vgl. Hilpert, M.: Von der Höhlenzeichnung zum Projektmanagement. 2004, S.13

Vgl. Hilpert, M.: Wie funktioniert die Umsetzung in der Praxis. 2004, S. 18

2.1 Art des Ansatzes

Der Ansatz „Kommunale Profilierung“ versteht sich als ein planmäßiges, folgerichtiges Verfahren, als eine innovative Methodik zur Initiierung, Steuerung und Kontrolle regionaler Entwicklungsprozesse. Mit seiner Hilfe können zunächst fallspezifische profilorientierte Entwicklungskonzeptionen erstellt werden, die anschließend in einem systematisch geplanten Durchsetzungsprozess implementiert werden. Die Art des Ansatzes erlaubt es weiterhin beliebige Entwicklungsfälle der Praxis zu evaluieren, um Problembereiche zu erkennen sowie zu korrigieren. Die Reflexion von Praxisfällen anhand des Ansatzes ermöglicht Erkenntnisgewinne zur permanenten Verbesserung des Ansatzes selbst.³ Der Ansatz stellt die regionale Weiterentwicklung verschiedener Management Ansätze, insbesondere der „Integrierten St. Galler Managementlehre“ dar. Diese fordert eine Art „geistige Landkarte“, die „keine Rezepte oder einfache Patentlösungen“ zur Verfügung stellt, sondern vielmehr einen Gestaltungsrahmen, „ein Gerüst für Sinnvolles“ bietet. Kommunale Politiker und geographische Entwicklungsberater sollen mit Hilfe dieses Ansatzes in der Lage sein, ihre detaillierten Kenntnisse über fallspezifische Gesamtzusammenhänge und Probleme intensiv einbringen und so treffsichere Lösungen erarbeiten zu können.⁴ Diese Art des Ansatzes soll somit im Einzelfall Orientierung geben, jedoch auch im Fortgang der Zeit, bei wiederholter Bewältigung mehr oder weniger ähnlicher Aufgaben, stets neu hinterfragt und weiterentwickelt werden.⁵

2.2 Herleitung des Ansatzes

Die Herleitung des Ansatzes „Kommunale Profilierung“ geschieht unter Berücksichtigung der entwicklungsrelevanten Situationsbedingungen in den Kommunen. Dort herrscht erstens aufgrund der Finanznot ein starker Zwang zur Effizienz, zweitens besteht die Notwendigkeit, möglichst sämtliche beteiligte Personengruppen zum Aufbruch für den gemeinsamen Einsatz im Sinne der Zukunftsentwicklung zu begeistern, drittens gilt es, getroffene Zukunftsentscheidungen auch tatsächlich durchzusetzen und viertens muss die Herausforderung erfüllt werden, einen möglichst hohen Grad an Klarheit für die geplante Entwicklung zu erreichen.

Die wissenschaftlichen Grundlagen des Ansatzes liegen vor allem in der Marketinglehre aber auch in der ganzheitlichen Managementlehre, dem Regionalmarketing und –management, sowie im Changemanagement. Ergänzend hierzu fließen, ganz im Sinne der Angewandten Sozialgeographie, Erkenntnisse aus Praxis begleitenden Forschungsprozessen von über 50 regionalen, gewerblichen und nicht gewerblichen Entwicklungsprojekten des Autors ein.

³ Hilpert, M.: Forschungsperspektiven zwischen Theorie und Praxis. 2004, S. 78

⁴ Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management. 2004, S. 16

⁵ Vgl. Rüegg-Stürm, J.: Das neue St. Galler Management-Modell. 2002, S. 11 ff.

2.3 Grundgedanke und Merkmale des Ansatzes

Im Kern postuliert der Ansatz „Kommunale Profilierung“ den Ursache-Wirkungs-Zusammenhang zwischen der inhaltlichen Klarheit einer profilorientierten, d. h. zukunftsgebenden und identitätsstiftenden regionalen Entwicklungsplanung und dem sich daraus ergebenden effizienten Ressourceneinsatz, dem gemeinsamen Aufbruch der beteiligten Entwicklungsakteure sowie dem konsequent profilorientierten und iterativ dauerhaften Prozess der Durchsetzung der Entwicklungsplanung in die Realität.⁶

Abb. 1: Das Profilierungs-Strukturmodell im Management Consulting



Quelle: Kellner, K., 2006

Er zeichnet sich durch fünf besondere Merkmale aus. Die Mission (1), der Kernbestandteil des Profils, wird als Dreh- und Angelpunkt jeglicher Zukunftsentwicklung, vor allem ausgehend von den Menschen und den geographischen Besonderheiten einer Region, systematisch, quantitativ analytisch sowie qualitativ prognostisch hergeleitet. Die „Grundsätzliche Profilierung“ (2), die inhaltlich klar definierte zukünftige Entwicklungsrichtung der kommunalen Gebietseinheit wird zum Maßstab zukünftigen Planens und Handelns. Auf dieser Grundlage kann ein konsequenter Durchsetzungsprozess (3) als dauerhafter, iterativer Entwicklungsweg hin zum

⁶ Vgl. Kellner, K.; ...: Sheridan Marketing Konzept. 2004, S. 57 ff.

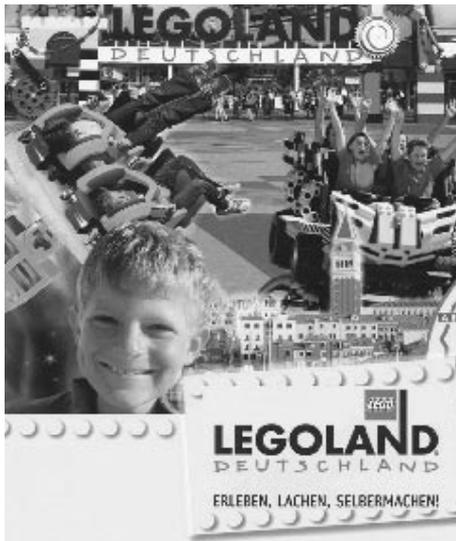
definierten, permanent auditierten Sollprofil erfolgen. Beim nächsten Merkmal handelt es sich um das Multilevel-Profilierungssystem (4), einer einheitlichen Systematik und abhängigen Vernetzung sämtlicher entwicklungshierarchischer Ebenen. Das letzte Merkmal, Abgrenzung und Verantwortlichkeit (5), fordert neben einer genauen Definition der zu entwickelnden Gebietseinheiten und einer präzisen Bestimmung des Consultingumfangs, vor allem die exakte Festlegung des oder der Entwicklungsverantwortlichen. Das Prinzip der Verantwortung steht hier vor dem Prinzip einer breiten „Bottom-Up Mitsprache- und Entscheidungsbeteiligung“.

3. CONSULTINGPROZESS DER PROFILORIENTIERTEN

Regionalentwicklung im Landkreis Günzburg

Der regionale Entwicklungsprozess der vom geographischen Consultant gesteuert bzw. begleitet wird, besteht aus der Phase „Initiierung“, der Phase „Grundsätzliche Profilierung“ sowie der Phase der „Jahresprofilierungen“. In jeder Phase hat der Berater bestimmte Aufgaben zu erfüllen und Entscheidungen einzuleiten. Vor allem hat er darauf zu achten, dass die konsequente Profilorientierung während der gesamten Entwicklung gewährleistet werden kann. Im Landkreis Günzburg hat der Regionalentwicklungsprozess im Jahr 1999 begonnen und wird seitdem konsequent profilorientiert geführt. Der ländlich geprägte Landkreis Günzburg liegt im bayerischen Regierungsbezirk Schwaben, zwischen den beiden Oberzentren Augsburg und Ulm. Er hat eine Fläche von 762,32 km² und verfügt über 123.154 Einwohner (Stand 30.06.2004).

Abb. 2: LEGOLAND Deutschland im Landkreis Günzburg



Quelle: Regionalmarketing Günzburg GbR:
Journal – der Familien- und Kinderregion,
Günzburg 2005, S. 2

3.1 Phase der „Initiierung“

Nach der Entscheidung des LEGO-Konzerns, am 08. September 1999, seinen vierten LEGOLAND Freizeitpark im Landkreis Günzburg zu errichten, begann der Consultingprozess für eine profilorientierte Regionalentwicklung des Landkreises. Der geographische Berater überzeugte die Politiker vor Ort, die zukünftige Entwicklung des Landkreises mit Hilfe des Ansatzes „Kommunale Profilierung“ in Angriff zu nehmen. Der Berater wurde beauftragt, in enger Zusammenarbeit mit den regionalen Akteuren, eine „Grundsätzliche Profilierung“, d. h. ein durchgängig, profilorientiertes Grundsatzkonzept, mit mittel- bis langfristiger Gültigkeit, für den Landkreis Günzburg zu erarbeiten.

3.2 Phase der „Grundsätzlichen Profilierung“

Die erste Aufgabe bestand darin, das zukünftige Profil des Landkreises Günzburg, mit Hilfe einer quantitativ-analytischen sowie qualitativ-prognostischen Untersuchung der Region, der Bürger, der umliegenden Gebiete und ausgewählter Benchmarking-Regionen, herzuleiten.

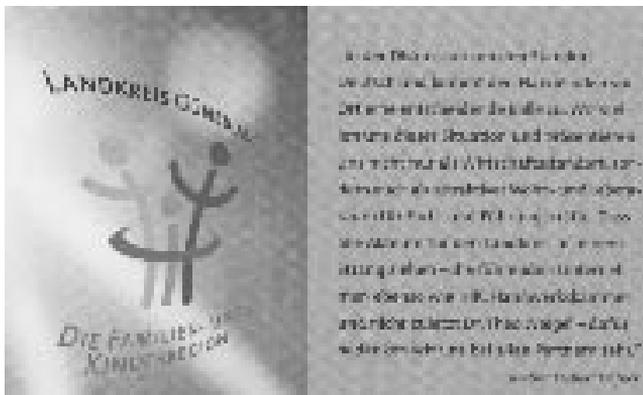
Unter Profil wird hier ein individuelles, markantes und möglichst einzigartiges Bündel von Kennzeichen einer Region bezüglich des zu erfüllenden Auftrages (Mission), des angestrebten Zustandes (Vision), der gültigen, klaren Haltung (Grundsätze) und der gewählten Darstellungsform (Corporate Identity-Vorschriften, Markenversprechen) verstanden. Das Profil beschreibt damit eine klare zukunftsbezogene Entwicklungsrichtung und wirkt nach innen sowie nach außen orientierungsgebend.

Für den Landkreis Günzburg wurde das Profil: „Landkreis Günzburg - die Familien- und Kinderregion“ entwickelt. So soll er zukünftig den Auftrag erfüllen, für Familien und Kinder möglichst günstige Lebens- und Aufenthaltsbedingungen zu bieten, ungeachtet dessen, ob sich diese als Bewohner oder als Gast im Landkreis Günzburg befinden. Der Begriff „Familie“ wird dabei nicht nur auf Eltern mit Kindern, die in häuslicher Gemeinschaft leben, beschränkt, sondern beinhaltet auch sämtliche Personengruppen, die in den Familienverbund integriert sind bzw. sein sollten, z. B. Großeltern, Alleinstehende, vor allem auch Behinderte. Der Begriff „Landkreis Günzburg“ beschreibt sämtliche Bürger und Leistungsbereiche des Landkreises, wie z. B. Industrie, Handel, Handwerk, Dienstleistungen, Landwirtschaft, Gesundheitswesen, Ausbildung, Kultur, Kirchen, Verwaltung, Sport, Freizeit, Gastronomie und Hotellerie. Sämtliche Personengruppen sollen, gemeinschaftlich und umfassend, den Landkreis Günzburg zukünftig so entwickeln, dass er dem Versprechen „Die Familien- und Kinderregion“ zu sein, gerecht wird. Damit erhält der Landkreis Günzburg eine klare Entwicklungsperspektive und einen einzigartigen Nutzen, der ihn von konkurrierenden Landkreisen abhebt.

Auf Basis des Profils „Die Familien- und Kinderregion“ wurde eine grundsätzliche Konzeption bestehend aus Zielen, Strategien und Maßnahmen erarbeitet. Als Ziele wurden die Sicherung einer dauerhaft hohen Lebensqualität, die Stärkung des Wirtschaftsstandortes, die dauerhafte Vollbeschäftigung, die weitere Verbesserung der sozialen Standards, usw. formuliert. Im Bereich der Konzeption wurden Chancen durch das neu definierte Profil für die Leistungsbereiche Industrie, Handel, Dienstleistungen, Handwerk, Kultur,

Landwirtschaft, Tourismus, usw. aufgezeigt. Profilgerechte Kommunikationsmaßnahmen wurden vorgeschlagen. Eine zukünftige Organisation für die Umsetzung der Konzeption wurde entworfen. Diese sollte in der Lage sein, sämtliche soziale Gruppen zu berücksichtigen und trotzdem handlungs- und entscheidungsfähig zu sein. Geeignete Kontrollinstrumente vervollständigen die „Grundsätzliche Profilierung“. Sie wurde am 15. Dezember 1999 vom Kreistag nahezu einstimmig (59 Stimmen zu 2 Gegenstimmen) entschieden. Die klare und identitätsstiftende Entwicklungsrichtung des Landkreises für die nächsten Jahre, eventuell sogar für die nächsten Jahrzehnte, war festgelegt.

Abb. 3: Der Landkreis Günzburg – Logo mit Markenversprechen



Quelle: Landkreis Günzburg (Hrsg.): *Neue Perspektiven – Zukunft gemeinsam gestalten*, Günzburg 2004, S.33

3.3 Phase der „Jahresprofilierungen“

Das nun vorliegende, durchgängig profilorientierte Grundsatzkonzept, mit mittel- bis langfristiger Gültigkeit, wurde für die folgenden Jahre quantitativ und operativ konkretisiert, d. h. es wurden einzelne Jahresprofilierungen erstellt und umgesetzt.

So wurde im ersten Jahr, die für die Implementierung notwendige Organisation geschaffen. Es wurde die „Regionalmarketing Günzburg GbR“ gegründet. Sie wurde mit neuen Büros und vier ständigen Mitarbeitern davon zwei Geographen handlungsfähig ausgestattet. Weiterhin wurden Corporate Identity und Markenversprechen in einem Designwettbewerb entworfen und im Kreistag, wiederum nahezu einstimmig, entschieden. Der interne Mobilisierungsprozess wurde mit vielen Referaten und Workshops bei sämtlichen meinungsbildenden Personengruppen des Landkreises vorangetrieben. Der geographische Berater hatte hierbei eine umfangreiche und wichtige Aufgabe im Dienst der kommunalen Politiker zu erfüllen. Diese Funktion, direkt bei den Menschen in der Kommune, zu Tageszeiten, an denen diese bereit sind sich mit kommunalen Fragenstellungen zu beschäftigen, nennt Schaffer treffend, „die Geographie nach 18:30 Uhr“. Sie hat im Sinne der Durchsetzung geplanter Konzeptionen, eine herausragende

Bedeutung, da sie die Einflussmöglichkeit des geographischen Beraters auf die Erhöhung der Erfolgswahrscheinlichkeit eines Entwicklungsprojekts, deutlich steigert.

Abb. 4: Regionales Netzwerk im LEGOLAND Deutschland „Landkreis Günzburg – Die Familien- und Kinderregion“



Quelle: Jakob, R.: Ein Traumstart in die Tourismussaison. In: Günzburger Zeitung, Nr. 84, 10. April 2006, S. 28

Von Links: v. l.: P. Kock (Marketingleiter LEGOLAND Deutschland), A. Dürrschmidt (Regionalmarketing Günzburg GbR), Prof. Dr. K. Kellner (Fachhochschule Augsburg), L. Schrell (Landrat Dillingen), W. Pache (Direktor Sparkasse Günzburg-Krumbach), L. Kempfle (Geschäftsführer Donautal aktiv), S. Kober (Vorstand AL-KO Kober AG), R. Feuchtmayr (Geschäftsführer Schloßbrauerei Autenried), Frau Kober, H. Mader (Landrat Heidenheim), K. Kober (Vorstandsvorsitzender AL-KO Kober AG), E. J. Geßner (Landrat Neu-Ulm), G. Jauernig (Oberbürgermeister Stadt Günzburg), Herr Gediga (Vizepräsident Regierung von Schwaben), Dr. G. Nüsslein (Bundestagsabgeordnete r), B. Schmid (Landtagsabgeordnete), Frau Opperl, Herr Opperl (stellv. Landrat Donau-Ries), H. Hafner (Landrat Günzburg), L. Franch Wamberg (Geschäftsführerin LEGOLAND Deutschland), A. Sauter (Landtagsabgeordnete); Fotograf: B. Weizenegger

In den folgenden Jahren wurden von der Regionalmarketing Günzburg GbR eine Vielzahl Struktur fördernde, kommunikative und mobilisierende Maßnahmen konzipiert und durchgeführt. Dazu zählen vor allem die Agrarstrukturelle Entwicklungsplanung (geleitet von Prof. Dr. Schaffer, Lehrstuhl für Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Universität Augsburg; finanziert vom Bayerischen Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten), die Initiierung von Themendörfern, die Aktivitäten des Standortmarketings, der Ausbau der Freizeitinfrastruktur, z. B. Seen, Radwege, Wanderwege, das Handelsmarketing, z. B. Bonus-Card, die Beteiligung an Messen und Ausstellungen, das Erstellen und Verbreiten von Werbemitteln, die Eröffnung des Welcome-Centers am LEGO Park, das Durchführen von

Landkreisläufen, das jährliche Veranstalten des so genannten „Tag der Region“, usw.. Gerade dieser im Frühjahr stattfindende Event, der von der Regionalmarketing Günzburg GbR gemeinsam mit LEGOLAND Deutschland organisiert wird, hat eine mobilisierende Wirkung innerhalb und außerhalb des Landkreises. So waren am 08. April 2006 17.500 Besucher sowie kommunale, regionale und nationale Politiker und prominente Vertreter der Wirtschaft, beim Tag der Region dabei.

3.4 Weitere Entwicklung des Landkreises Günzburg

Die inhaltlich klare und konsequente Zukunftsentwicklung des Landkreises Günzburg, als „die Familien- und Kinderregion“, scheint auch weiterhin auf dem richtigen Weg zu sein. Der ehemalige Bundes-Finanzminister Theo Waigel, der für den Landkreis Günzburg als wirtschaftlicher Botschafter fungiert, drückt es wie folgt aus: „Mit dem Konzept der Familien- und Kinderregion ist ein zukunftsweisendes Leitbild für den Kreis geschaffen worden“⁷. Die Bedeutung familienfreundlicher Lebensbedingungen wurde auf Bundesebene im Januar 2005 ernsthaft diskutiert. Beim Familiengipfel, zu dem Bundespräsident Köhler eingeladen hatte, führte die Bundesfamilienministerin Renate Schmidt aus, dass die Familienpolitik zunehmend zu einem Thema der Nation wird. Der Bundespräsident sowie Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Gewerkschaften und Wissenschaft kündigten eine gemeinsame Anstrengung für mehr Familienfreundlichkeit an. Die Familienministerin verkündigte ihre Vision „Deutschland zum familienfreundlichsten Land Europas machen zu wollen“⁸. Der Landkreis Günzburg eignet sich als Modellregion für den Test dieser Idee. Ungeachtet dessen, ob die Bundesregierung den Weg der Familienfreundlichkeit konsequent und profilbildend weitergeht, ist die Aussage von Frau Schmidt auf jeden Fall bestätigend für die Entwicklung des Landkreises zu werten.

4. KOMMUNALE PROFILIERUNG ALS GRUNDLAGE FÜR DAS GEOGRAPHISCHE MANAGEMENT CONSULTING

Der Bedarf an kommunaler Entwicklungsberatung wird steigen. Die wachsende Komplexität und Verflechtung der globalen Welt wird die Verantwortung der Kommunen erhöhen, einen deutlichen Beitrag zur Sicherung der Lebensqualität der Bürger zu erbringen. Nicht alle kommunalen Politiker und Führungskräfte werden methodisch oder zeitlich in der Lage sein, die notwendigen Entwicklungsprozesse in ihren sämtlichen kommunalen Nutzenbereichen selbst, inhaltlich klar, dauerhaft und konsequent zu steuern bzw. operativ zu bewältigen. Angewandt arbeitende Sozial-geographen werden an verschiedenen Stellen der vielen kommunalen Entwicklungsprozesse, Unterstützung als Management Consultants leisten müssen.

⁷ Bauer, P.: Theo Waigel – Botschafter der Wirtschaft. In: Günzburger Zeitung, 08. Feb. 2003, S. 29

⁸ N. N.: Politik will mehr für Familien tun. In: Augsburgener Allgemeine Zeitung, 18. Januar 2005, S. 1

Für diese zukunfts- und praxisorientierten Tätigkeiten können die Geographen den neuen Consultingansatz „Kommunale Profilierung“ zielführend und effizient einsetzen. Der Ansatz liegt in seiner grundsätzlichen Struktur vor. Die wissenschaftliche Weiterentwicklung im Rahmen einer geplanten Habilitation muss weiter gehen. Der Ansatz ist zu schärfen und zu detaillieren um sich anschließend in einem reflexiven Diskurs einem permanenten praktischen und wissenschaftlichen Verbesserungsprozess zu unterziehen. Er hat die wichtige Aufgabe zu erfüllen, die Arbeit der geographischen Berater zu unterstützen und damit die Bedeutung der Angewandten Sozial- und Wirtschaftsgeographie zu stärken.

Literatur

- Bleicher, K., 2004, Das Konzept Integriertes Management, Visionen - Missionen – Programme. 7. Aufl., Frankfurt/New York 2004
- Bühler, G., 2002, Regionalmarketing als neues Instrument der Landesplanung in Bayern. In: Schriften zur Raumordnung und Landesplanung, Bd. 11, Augsburg/Kaiserslautern 2002
- Goppel, K.; Schaffer, F.; Thieme, K., 1998, Regionalmanagement – Theorie, Praxis, Umsetzung. In: Troeger-Weiß, G.: Regionalmanagement – Ein neues Instrument der Landes- und Regionalplanung, Augsburg 1998, S. V – IX
- Helms, M., 2001, Bauklötze staunen. In: Werben & Verkaufen, Nr. 9, 2. März 2001, S. 60 - 63
- Hilpert, M., 2004, Von der Höhlenzeichnung zum Projektmanagement. In: Hilpert, M.; Poschwatta, W.; Thieme, K. (Hrsg.): Perspektiven der Angewandten Sozialgeographie, Terra Facta Nr. 1, Augsburg 2004, S. 5 - 13
- Hilpert, M., 2004, Wie funktioniert die Umsetzung in der Praxis? In: Huber, A.: Management of Change als Steuerung sozialräumlicher Gestaltungsprozesse, Terra Facta, Nr. 3, Augsburg 2004, S. 5 – 22
- Kellner, K.; Schaffer, F.; Svojanovsky, R., 2004, Sheridan Marketing Konzept - Fieldbook, Umwandlung ehemaliger Kasernenflächen, ASG Nr. 51, Augsburg 2004
- Rüegg-Stürm, J., 2002, Das neue St. Galler Management-Modell - Grundkategorien einer integrierten Managementlehre - Der HSG-Ansatz. 2. Aufl., Bern/ Stuttgart/ Wien 2002
- Schaffer, F., 2002, Angewandte Sozialgeographie im reflexiven Diskurs. In: Hilpert, M.: Angewandte Sozialgeographie und Methode, Beiträge zur Angewandten Sozialgeographie, Nr. 47, Augsburg 2002, S. I – II
- Schaffer, F., 2004, Interaktive Regionalentwicklung. In: Buhl, W.: Regionale Initiativen - Die Stauden, Via Claudia Augusta, Legoland Deutschland, Beiträge zur Angewandten Sozialgeographie, Nr. 50, Augsburg 2004
- Troeger-Weiß, G., 1998, Regionalmanagement - Ein neues Instrument der Landes- und Regionalplanung. Schriften zur Raumordnung und Landesplanung, Band 2, Augsburg 1998

MANAGEMENT CONSULTING. THE NEW WAY OF APPLIED SOCIAL- AND ECONOMIC GEOGRAPHY – LEGOLAND GERMANY

Summary

The need for community development consulting will increase. The growing complexity and integration of the global world will increase the responsibility of the communities to ensure the quality of life of its citizens. Not all communal politicians and managers will methodically be able nor have the time themselves, to master and steer the necessary communal development process, with clear content, durable and consequent, in all communal divisions. Applied, working Social Geographer will have to support the various areas of the many community development processes, as management consultants.

The new consulting method “Communal Profiling” could be applied by the geographer purposefully and efficiently for these future and practice-oriented tasks. The method is to be understood as a planned, consequent process, an innovative system to initiate, steer and control the regional development processes. Profile oriented individual development concepts can initially be developed with his help, which could then be implemented as a systematic planned development process. This type of method also allows the evaluation of various practical development cases, the identification of possible problem areas and its corrections. The reflection on the practical cases, depending on the new method used, allows the gaining of knowledge for the continual improvement of the method itself. The scientific basis of the method is based primarily on the marketing science but also on the integrated management science, the regional marketing and management, as well as, in change management. In addition and also in sense of the applied social geographer, flows knowledge from scientifically accompanied practical processes of over 50 regional, industrial, as well as, non industrial development projects of the author.

The method “Communal Profiling” postulates in its core the Cause-Effect-Connection between the content clarity of a profile oriented, i.e. future oriented and identity creating regional development planning and the resulting efficient use of resources, the fundamental change (enthusiasm) of the participating development actors, as well as, the consequent profile oriented and iterative permanent process of the implemented development planning in reality. The method exist now in its fundamental structure. Its scientific further development as part of a post doctoral lecture qualification continues.