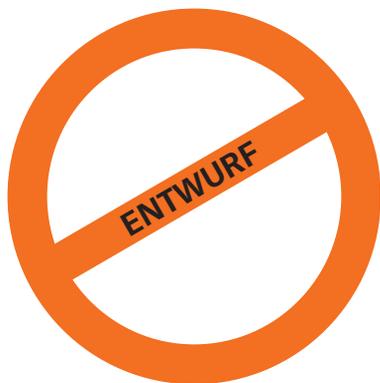


# REGIONALES STANDORTKONZEPT

»zukunfthoch<sup>3</sup>«



© SNOW LANDSCHAFTSARCHITEKTEN



© BERGISCHE ENTWICKLUNGSAGENTUR GMBH



© VAILLANT DEUTSCHLAND GMBH & CO. KG



Bergisches Städtedreieck  
Remscheid – Solingen – Wuppertal



# INHALT



© GUNNAR BALDIE



© ARREBERG ENTWICKLUNGS- UND INVESTITIONS-GMBH

<b>VORWORT</b>	4
<b>EINLEITUNG</b>	6
<b>ANLEITUNG ZUM GEBRAUCH</b>	7
<b>ZIELRAHMEN</b>	
— Räumlicher Zielrahmen	8
— Struktureller Zielrahmen	9
<b>S STADT- UND REGIONALENTWICKLUNG</b>	13
— Analyse	14
— Strategie	16
— Ziele	18
— Projektcluster	20
<b>T FREIZEIT UND TOURISMUS</b>	25
— Analyse	26
— Strategie	28
— Ziele	30
— Projektcluster	32
<b>W WIRTSCHAFT</b>	37
— Analyse	38
— Strategie	40
— Ziele	42
— Projektcluster	44
<b>AUSBlicKE</b>	48
<b>IMPRESSUM</b>	50

## KONZEPTAUFBAU

### ANALYSE

Die Stärken-Schwächen-Chancen-Gefahren-Analyse dient zur Ableitung von bedeutenden Handlungsfeldern.

### STRATEGIE

Aufbauend auf dem Zielrahmen und der Analyse wird die jeweilige Strategie entwickelt.

### ZIELE

Die ermittelten Ziele dienen der Umsetzung der Strategie und definieren indirekt ein Profil der Region.

### PROJEKTCLUSTER

Die Projektcluster dienen der Einordnung und Unterstützung innovativer Projekte für die Region.

# VORWORT



NORBERT FEITH



BEATE WILDING

## **Redaktioneller Hinweis:**

*[ In das Vorwort der Oberbürgermeister und des IHK-Präsidenten - das erst nach einem Beschluss der Gesellschafterversammlung zur Beratung in den drei Räten eingefügt werden soll - soll auf den Hintergrund und die damit verbundenen Absichten eingegangen werden.*

*Stichworte hierzu können sein:*

- Regionales Standortkonzept als Absichtserklärung der drei Städte zur weiteren räumlichen und strukturellen Entwicklung der Region*
- Regionales Standortkonzept als internes regionales Abstimmungsinstrumentarium für bedeutsame Projekte*
- Regionales Standortkonzept als regionale Grundlage zur Bewertung der Förderwürdigkeit von Projekten und der evtl. damit verbundenen Projektanmeldung bei Bezirksregierung, Land, Stiftungen etc.*
- Regionales Standortkonzept als Grundlage des Regionalmarketings des Bergischen Städtedreiecks ]*



PETER JUNG



FRIEDHELM STRÄTER

Norbert Feith,  
Oberbürgermeister Stadt Solingen

Beate Wilding,  
Oberbürgermeisterin Stadt Remscheid

Peter Jung,  
Oberbürgermeister Stadt Wuppertal

Friedhelm Sträter,  
Präsident IHK Wuppertal – Solingen – Remscheid

# EINLEITUNG



EINDRÜCKE AUS DEN WORKSHOPS



Die Bergische Entwicklungsagentur wurde 2009 von ihren Gesellschaftern mit der Erarbeitung eines Regionalen Standortkonzeptes für das Bergische Städtedreieck beauftragt. Dieses besteht aus insgesamt zwei Bausteinen. Der erste Baustein ist die regionale Stadtentwicklungsstrategie zukunfthoch<sup>3</sup>, die nun im Endergebnis vorliegt. Der zweite Baustein ist das auf zukunfthoch<sup>3</sup> aufbauende Regionalmarketing als Kommunikationsinstrument der Region nach Innen und Außen.

In einem ersten Schritt des Erarbeitungsprozesses hatte die Bergische Entwicklungsagentur regionale Akteure dazu aufgefordert, laufende oder zukünftige Projekte sowie Projektideen einzureichen. Dies war mit über 100 qualifizierten Einreichungen ein voller Erfolg. Dabei wurden einige bisher noch völlig unbekannte impulsgebende Projekte »ans Tageslicht gebracht«. Diese wurden zu »Projektclustern« in den Themenbereichen Stadt- und Regionalentwicklung, Freizeit und Tourismus sowie Wirtschaft zusammengefasst.

Nach der Bestandsaufnahme wurde von September bis November 2009 gemeinsam mit über 250 regionalen Akteuren in fünf themenbezogenen Workshops über mögliche Schwerpunkte diskutiert sowie ein erstes Profil der Region entworfen. Referenten aus ganz Deutschland bereicherten den Prozess durch externen Input. Die Ergebnisse der Workshops sind in den weiteren Erarbeitungsprozess eingeflossen.

Mit der vorliegenden Broschüre wird der Baustein zukunfthoch<sup>3</sup> nun im Entwurf vorgelegt und dient der Diskussionsgrundlage in den Gremien.

## ANLEITUNG ZUM GEBRAUCH



© RUPERT WARREN



© RUPERT WARREN

Das Regionale Standortkonzept bezieht sich auf die für die Region wichtigen Teilbereiche Stadt- und Regionalentwicklung, Freizeit und Tourismus sowie Wirtschaft.

Bei jedem dieser drei Teilbereiche wird zu Beginn ein Überblick über die internen Stärken und Schwächen sowie die externen Chancen und Gefahren zu verschiedenen Handlungsfeldern im Rahmen einer SWOT-Analyse gegeben. Als Ergebnis wird dargestellt, bei welchen Handlungsfeldern zukünftig vorhandene Stärken gestärkt und bei welchen bestehende Schwächen überwunden werden müssen.

Für jeden Teilbereich wird auf dieser Basis eine Strategie präsentiert, die sich in jeweils fünf Zielen für die Region niederschlägt.

Das Regionale Standortkonzept hat einen projektbezogenen Ansatz und will nicht als starrer Masterplan für die Region fungieren. Es muss auf kurzfristige Entwicklungen unmittelbar reagieren können. Daher wurden aufbauend auf den Zielen für jeden Teilbereich jeweils vier Projektcluster definiert, die das Bild der Region nach Innen und Außen schärfen sollen.

Idealerweise lassen sich neue Projektideen in die Strategie und die daraus abgeleiteten Cluster einbetten. Damit wird ihr Beitrag zur Erreichung der regionalen Entwicklungsziele im Sinne eines integrierten Konzeptes deutlich. Erst dadurch lässt sich die Bewertung des Landes und anderer Drittmittelgeber zugunsten einer Förderwürdigkeit signifikant erhöhen.

Nicht jede Idee wird erfolgreich umgesetzt werden können, aber durch die gezielte Unterstützung innovativer Ideen wird die Region ein eindeutiges Profil entwickeln – auch gegenüber Land, Bund und EU.



© RUPERT WARREN



© RUPERT WARREN

zukunfthoch<sup>3</sup> ist somit eine sich dauernd erweiternde und äußerst flexible Strategie für die Region. Sie erreicht nie einen Endzustand, gibt stattdessen im Gegensatz zu einem eher starren Masterplan jederzeit einen aktuellen Überblick über die anstehenden Projekte in der Region.

zukunfthoch<sup>3</sup> ist zwar ein informelles Planungsinstrumentarium, das durch die Verabschiedung in den Räten der drei bergischen Großstädte jedoch eine freiwillige Verbindlichkeit zur weiteren Entwicklung der Region erhalten soll.



### STRUKTURELLER ZIELRAHMEN

Grundsätzliche Zielsetzungen, wichtige Trends und unveränderbare Rahmenbedingungen nehmen auch in struktureller Hinsicht Einfluss auf alle weiteren strategischen Überlegungen.

#### Vorrang für wirtschaftliche Entwicklung

Als Region, die durch ihre altindustrielle Prägung in besonderer Weise vom ökonomischen Strukturwandel und damit von einem Abbau von Arbeitsplätzen betroffen ist, steht die Förderung der Wirtschaftsentwicklung an vorderster Stelle. Dazu muss die Stabilisierung bestehender Strukturen ebenso gehören wie die Förderung des Aufbaus von Wachstumsfeldern insbesondere im Dienstleistungsbereich.

#### Demografischen Wandel aktiv begleiten

Ebenso betroffen sind die Städte des Bergischen Städtedreiecks von den Folgen des demografischen Wandels. Neben einem massiven Bevölkerungsrückgang in den Prognosen für die nächsten Jahre, der in den Negativrankings der westdeutschen Städte auf vorderen Plätzen rangiert, bezieht sich die Entwicklung vor allem auf einen deutlichen Trend zur Überalterung sowie einem steigenden Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund. Ziel muss es sein, den Prozess aktiv zu begleiten und Strukturen an die sich ändernden Anforderungen der Bewohner anzupassen. Zugleich muss es aber auch gelingen, das Städtedreieck als Wohn- und Lebensraum für mobile, einkommensstarke Zielgruppen attraktiv zu machen, um die Menschen auf diese Weise in der Region zu halten und neu anzuziehen.

#### Bürgerschaftliches Engagement als feste Größe der Zukunftsentwicklung

Die Finanzsituation der städtischen Haushalte schränkt die Spielräume für öffentliche Investitionen künftig massiv ein. Gleichzeitig zeigt sich, dass immer mehr Menschen bereit sind, sich selbst zu engagieren, Projekte zu initiieren, sie zu finanzieren oder auf andere Weise zu unterstützen. Dieses bürgerschaftliche Engagement gilt es aufzugreifen und zu fördern. Privat getragene Projekte werden zum unverzichtbaren Baustein der Zukunftsentwicklung. Das bedeutet auch, die Bürgerinnen und Bürger noch stärker an den Prozessen von Stadt- und Regionalentwicklung zu beteiligen.

#### Sparsamer Ressourceneinsatz als Zukunftsaufgabe

Der Schutz natürlicher Ressourcen hat längst den Rang als eine zentrale Querschnittsaufgabe erlangt. Mittlerweile umfassen Fragen des Umwelt- und Klimaschutzes alle Bereiche des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens. Umso wichtiger wird es sein, als Region den Anschluss an diese Entwicklung nicht zu verlieren. Das Städtedreieck ist gut aufgestellt: Mit zahlreichen namhaften Forschungs- und Beratungsinstitutionen sowie der Bergischen Universität kann es gelingen, das Thema auch zu einem entscheidenden Standortfaktor im Wettbewerb mit anderen Regionen auszubauen und damit neue Wachstumsfelder zu erschließen.

# ZIELRAHMEN



## RÄUMLICHER ZIELRAHMEN

Das Bergische Städtedreieck liegt räumlich betrachtet zwischen der Rheinschiene und dem Ruhrgebiet und somit zwischen den flächenmäßig größten und bevölkerungsstärksten Regionen in NRW. Offiziell werden die drei Städte der Metropolregion Rhein-Ruhr zugerechnet. Tatsächlich positionieren sich die selbstbewussten Teilräume »Rheinschiene« und »Ruhrgebiet« zunehmend als eigenständige Metropolregionen.

## Stärkere Orientierung des Städtedreiecks zur Rheinschiene unter Bewahrung der Eigenständigkeit

Im Bezug auf Mentalität, Selbstverständnis und funktionale Verflechtungen ist die Rheinschiene den Städten des Bergischen Städtedreiecks deutlich näher. Daher ist die Kooperation und Orientierung zur Rheinschiene vorrangig. Dies wird Ausdruck finden in den Stellungnahmen und Anregungen zur Neuaufstellung des Landesentwicklungsplans 2025 und des Regionalplans der Bezirksregierung Düsseldorf. Gleichzeitig ist die Region aber auch in Zukunft darauf bedacht, die eigenständige Position des Bergischen Städtedreiecks zu erhalten und dessen Profil weiter zu stärken.

## Räumlich integrierte Entwicklung der Region

Um diese Eigenständigkeit hervorzuheben, bedarf es einer weiteren Förderung der schon heute intensiven interkommunalen Kooperation. Gemeinsam streben die Bergischen Großstädte eine regional integrierte Entwicklung an, die nicht an den kommunalen Grenzen Halt macht. Raum-

relevante Planungen werden hierzu auch in Zukunft aufeinander abgestimmt. Beispiele sind das Regionale Einzelhandelskonzept oder das in Aufstellung befindliche Regionale Gewerbeflächenkonzept. Die räumlichen Einzelkonzepte werden dabei inhaltlich intensiv miteinander verzahnt, ergeben in der Konsequenz ein logisches Gesamtbild und sind als informelle Planungen Grundlage für die formellen Planinstrumente, wie den Regionalplan oder den Landesentwicklungsplan.

## Erhalt und Stärkung des Landschaftsraumes und der spezifischen Siedlungsstruktur

Die zentralen identitätsstiftenden Elemente des Bergischen Städtedreiecks sind der unverwechselbare Landschaftsraum und die regionsspezifische Siedlungsstruktur. Topografie, dezentrale Struktur, Einflüsse unterschiedlicher Stilepochen und die kleinteilige industrielle Entwicklung bestimmen das Bild der Region und prägen die regionale Identität. Für den regionalen Zusammenhalt und die Wahrnehmbarkeit der Region als Gebietseinheit ist es daher wichtig, diese Elemente zu erhalten und weiter zu stärken.

# IMPRESSIONEN AUS DEN WORKSHOPS



»»

DIES IST EIN TYPOBLINDTEXT.«

VORNAME NACHNAME, INSTITUTION.



»»

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind.«

**NAME PERSON IMPULSVORTRAG**



Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen.«

**NAME PERSON IMPULSVORTRAG**



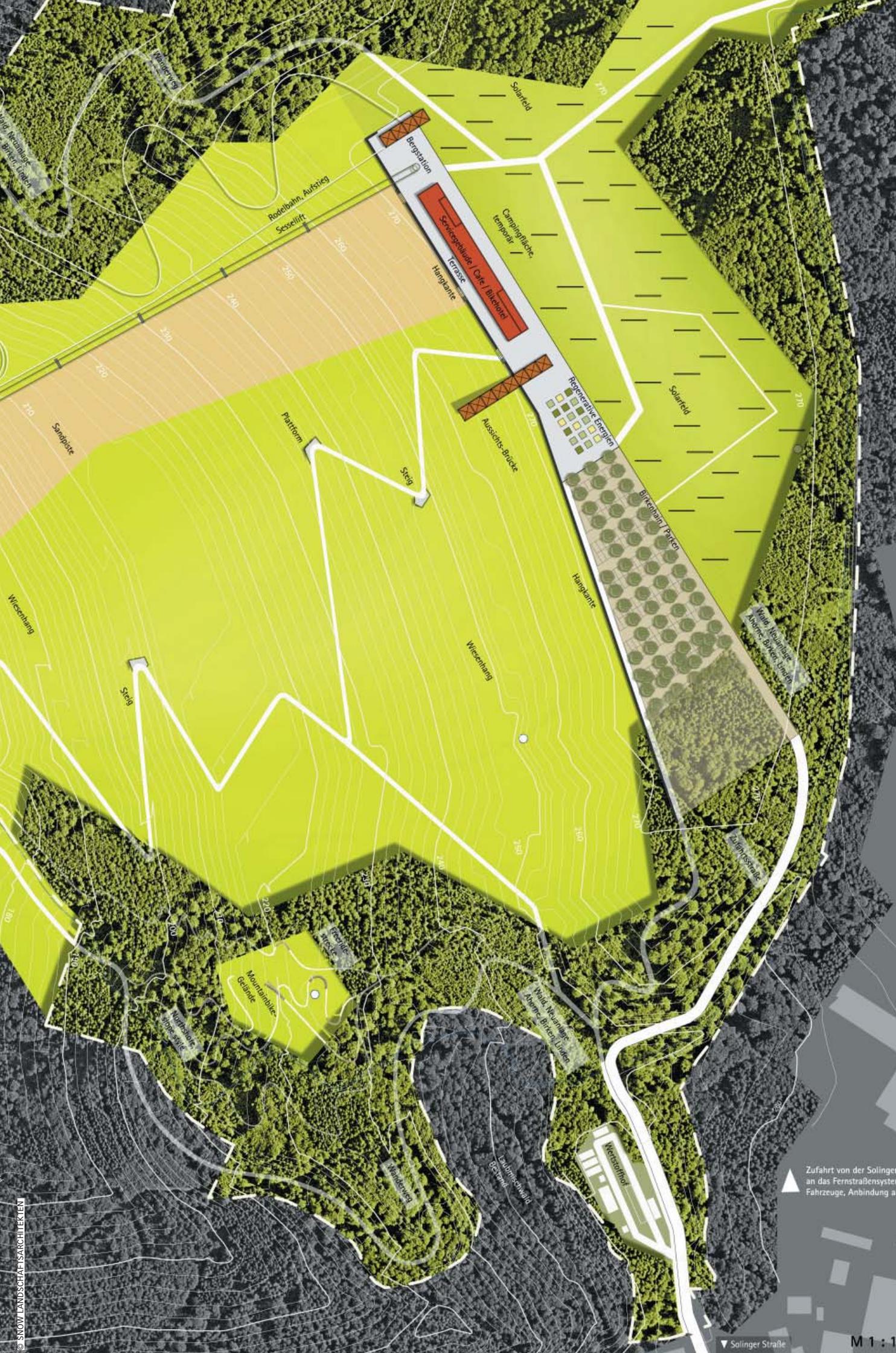
Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind.«

**NAME PERSON IMPULSVORTRAG**

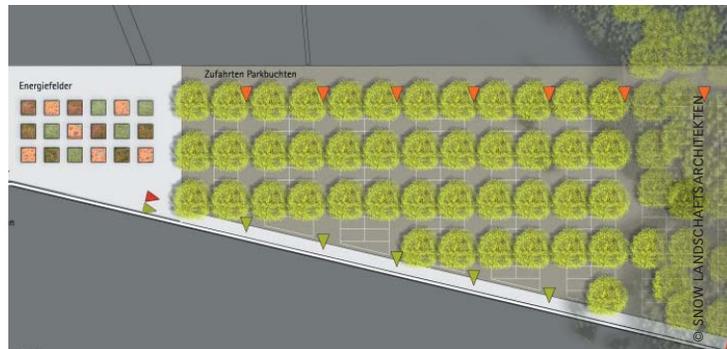


**DIES IST EIN TYPOBLINDTEXT. AN IHM KANN MAN SEHEN, OB ALLE BUCHSTABEN DA SIND.«**

**VORNAME NACHNAME, INSTITUTION.**



Zufahrt von der Sollinger Straße an das Fernstraßensystem für Fahrzeuge, Anbindung an...



- ANALYSE
- STRATEGIE
- ZIELE
- PROJEKTCLUSTER

# STADT- UND REGIONALENTWICKLUNG — SWOT-ANALYSE

HANDLUNGSFELD	INTERNE FAKTOREN:	
	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
LANDSCHAFTSBILD / GRÜNE INFRASTRUKTUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>— unverwechselbares Landschaftsbild: Täler und Höhenrücken, Flüsse und Talsperren, ausgedehnte Waldflächen</li> <li>— ausgedehnte Naturschutz- und Landschaftsschutzgebiete; starke Durchgrünung des Siedlungsbildes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Barrierewirkung der Topografie</li> <li>— fehlende Konzepte für die regionsweite Gestaltung von Natur- und Erholungsräumen</li> </ul>
STADTBILD / BAUKULTUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>— attraktive historische Stadt- / Ortskerne und Gründerzeitquartiere, stadtbildprägende regionale Baustile und bauliches Erbe der Industriekultur</li> <li>— enge Verzahnung von Stadt und Landschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— oft fehlender Gestaltungsanspruch bei Neubauten</li> <li>— in Teilbereichen mangelnde Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums; kaum historische Bausubstanz in Innenstädten; Sanierungsstau</li> </ul>
WOHNUNGSMARKT / IMMOBILIEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>— moderates Mietpreisniveau</li> <li>— vielfältiges Angebot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— niedriges Preisniveau und geringe Nachfrage beeinträchtigen Investitionen in Neubau und Sanierung; zunehmender Leerstand durch Bevölkerungsrückgang</li> <li>— begrenzte Flächenpotenziale für Neubauten</li> </ul>
WOHNUMFELD / LEBENSQUALITÄT	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Nähe zu Natur und Landschaft</li> <li>— lebendige Quartiere mit urbanem Flair; großstädtische Infrastruktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Segregation und Funktionsverlust in einigen Quartieren</li> <li>— teilweise neagtives Image des Wohnstandorts bzw. einzelner Quartiere</li> </ul>
INNENSTÄDTE / ZENTREN	<ul style="list-style-type: none"> <li>— starke Stadtteilzentren mit vielfältigen Nutzungen</li> <li>— hohe Kaufkraft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Fußgängerzonen z.T. mit erkennbaren Trading-Down-Effekten; mangelnde Aufenthaltsqualität</li> <li>— Kaufkraftabfluss an umliegende Oberzentren u.a. durch mangelnde Anziehungskraft der Innenstädte und dezentrale Zentrenstruktur</li> </ul>
ERREICHBARKEIT / VERKEHR	<ul style="list-style-type: none"> <li>— gute Anbindung an überregionales Straßennetz</li> <li>— gute Anbindung an Fernverkehrsnetz der Bahn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— einzelne Mängel: z.B. Autobahn-erreichbarkeit in Solingen</li> <li>— schlechte intraregionale Verkehrs- vernetzung, lange Fahrtzeiten</li> </ul>

<b>EXTERNE FAKTOREN:</b> <b>CHANCEN</b>	<b>GEFAHREN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— wachsende Bedeutung von Naturerleben als Erholungszweck</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Gewerbebauten beeinträchtigen Landschaftsbild</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— wachsende Bedeutung der Baukultur in der öffentlichen Diskussion</li> <li>— zunehmende Identifikation der Bürger mit dem historischem Erbe in der Region; Qualifikation von bedeutenden Neubauten durch Wettbewerbe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— knappe öffentliche Finanzen beeinträchtigen Investitionen in Städtebau und Denkmalschutz</li> <li>— Renditeorientierung begrenzt baukulturellen Anspruch</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Bedeutungszuwachs innerstädtischen Wohnens</li> <li>— Ausdifferenzierung der Lebensstile als Chance für neue Wohnkonzepte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Finanzmisere der öffentlichen Hand erschwert Förderung von Neu-, Um- und Rückbau</li> <li>— veränderte Ansprüche erfordern Anpassung des Wohnungsangebots</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Bevölkerungsrückgang bedeutet mehr Raum für die Einzelnen, temporäre Nutzungen als Chance</li> <li>— bürgerschaftliches Engagement als Chance für Pflege und Aufwertung des öffentlichen Raumes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Finanzierungsschwierigkeiten bei Maßnahmen für Erhaltung und Pflege</li> <li>— Bevölkerungsrückgang führt vermehrt zu Leerständen und Verlust von Nahversorgung</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— leerfallende Ladenlokale, Baulücken und mindergenutzte Flächen als Potenzial für andere Nutzungen</li> <li>— überregionaler Standortwettbewerb nimmt zu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Bevölkerungsrückgang reduziert das Kaufkraftpotenzial</li> <li>— Strukturwandel im Einzelhandel verursacht Leerstand und gefährdet wohnortnahe Versorgung</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— [Arbeits-] Mobilität steigt, daher ermöglicht die strategische Lage zwischen Rheinschiene und Ruhrgebiet viele Arbeits- und Wohnoptionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— öffentliche Finanzierung von Verkehrsinfrastrukturprojekten schwierig</li> <li>— weitere Verringerung der ICE-Anschlüsse droht</li> </ul>

*STÄRKEN stärken*  
*SCHWÄCHEN überwinden*  
**BEDEUTUNG**  
 des Handlungsfeldes

	<p><b>↑</b> Qualitäten sind vorhanden, müssen aber erhalten und betont werden.</p>
	<p><b>↑</b> Das Stadtbild ist von großer Bedeutung für die Standortattraktivität.</p>
	<p><b>↑</b> Geringe Nachfrage und resultierender Investitionsmangel werden zum Teufelskreis. Gegenmaßnahmen daher äußerst wichtig.</p>
	<p><b>↑</b> Probleme konzentrieren sich bislang auf einzelne Quartiere. Durch Bevölkerungsrückgang wachsende Herausforderungen.</p>
	<p><b>↑</b> Innenstädte sind von herausragender Bedeutung für Image, Lebensqualität und Wirtschaftsstandort. Standortkonkurrenz wächst.</p>
	<p><b>↑</b> Nur punktuelle Verbesserungsmöglichkeiten. Entscheidungen fallen auf Landes- / Bundesebene.</p>

Die Stadt- und Regionalentwicklung im Bergischen Städtedreieck ist seit jeher geprägt durch tiefgreifende, oft auf kurze Zeiträume eingrenzbar umwälzungen – wie beispielsweise die Industrialisierung –, deren Folgen jedoch jahrhundertlang im Stadt- und Landschaftsbild erkennbar bleiben. So erklärt sich die enge Verzahnung von Gewerbe und Wohnen sowie dessen natürliche Grenzen aus der Topografie und der schützenswerten Landschaft.

Und wieder einmal steht die räumliche Entwicklung vor großen Herausforderungen. Demografischer Wandel, wirtschaftlicher Strukturwandel und Klimawandel sind wichtige Einflussfaktoren der künftigen Stadt- und Regionalentwicklung im Bergischen Städtedreieck.

## Projektorientierte, aktivierende Stadtentwicklung und Stadtplanung mit Unterstützung durch Fundraising

Die sich hieraus ergebenden Chancen einer qualitätvollen Schrumpfung müssen genutzt werden. Vor dem Hintergrund begrenzter finanzieller Mittel bedarf es aber einer Neuorientierung der Stadtentwicklung zu einer aktivierenden Stadtplanung, die die Bewohner der Region mitnimmt und mit ihnen gemeinsam eine projektorientierte, auch durch Fundraising gestützte, Gesamtentwicklung anstößt. Denn entgegen vieler früherer geschichtlicher Umwälzungen werden in Zukunft zur Bewältigung der Aufgaben nur begrenzte öffentliche Gelder zur Verfügung stehen. Sinnvoll ist die Einrichtung eines Zukunftsfonds, der sich aus privaten Geldern speist.

## Attraktivität als Wohn-, Arbeits-, Einkaufs- und Freizeitstandort erhöhen

Kernelement der Strategie ist die Stärkung des Standorts Bergisches Städtedreieck gegenüber den umliegenden Städten und Regionen. Hierfür gilt es, die Attraktivität der Region als Wohn-, Arbeits-, Einkaufs- und Freizeitstandort zu erhöhen und ihre ohne Zweifel bereits bestehenden Qualitäten nach innen und außen zu kommunizieren und zu vermarkten.

Die Region verfolgt eine langfristige Orientierung an die Rheinschiene und kann von den boomenden Märkten dort nur profitieren. Eine intensive Zusammenarbeit mit den umliegenden Kommunen und Kreisen der Region ist hierzu erforderlich, denn die Region ist zu klein, um im weltweiten Standortwettbewerb bestehen zu können. Die ins Leben gerufene Kommission »Zukunft der Bergischen Region« wird Vorschläge erarbeiten, welche Gestalt die regionale Kooperation innerhalb des Bergischen Städtedreiecks, aber auch darüber hinaus, in Zukunft haben wird, welche Themenbereiche betroffen sind und welche Organisationsform sinnvoll ist.

Generell bestehen in der Stadt- und Regionalentwicklung erhebliche Querverbindungen: Ist die Region als Wohnstandort attraktiv, kann dies auch für Unternehmer ein Standortargument sein. Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten sind gleichzeitig wichtige Rahmenbedingungen für die Wohnstandortqualität. Qualifizierte Arbeitnehmer werden dort hinziehen, wo der Lebensstandard hoch und die Freizeit- und Kulturmöglichkeiten vielfältig sind.



© ARREBERG ENTWICKLUNGS- UND INVESTITIONS-GMBH



© ARREBERG ENTWICKLUNGS- UND INVESTITIONS-GMBH



© ARREBERG ENTWICKLUNGS- UND INVESTITIONS-GMBH

Daher sind vorrangig Projekte zu fördern, die zu einer regionalen Profilierung beitragen und den Qualitätsaspekt in den Vordergrund stellen.

## Stärkung der regionalen Kooperation und der weichen Standortfaktoren

Im Mittelpunkt steht die Verbesserung der weichen Standortfaktoren. Hierzu zählen unter anderem das Stadt- und Landschaftsbild. Historische Stadt- und Ortskerne sowie regionale Grünzüge zeugen von den vorhandenen Qualitäten einer vielfältigen Landschaft, auf denen aufgebaut werden kann.

## Angebotsanpassung an den Wandel der Lebensstile

Der Wandel der Lebensstile stellt neue Anforderungen an Wohnungsgrundrisse, Wohnumfeld und Gestaltung. Der Qualitätsaspekt rückt mehr und mehr in den Vordergrund. Neben der Verbesserung der Standortqualitäten müssen aber auch die bereits vorhandenen Stärken besser kommuniziert werden. Darüber hinaus geht es darum, Angebotsverbesserungen, beispielsweise im Wohnungsmarkt, anzuregen.

## Potenziale der Schrumpfung durch Innenentwicklung und Zentrenstärkung nutzen

Weiterer Strategiebaustein im Bereich der Stadt- und Regionalentwicklung ist die Unterstützung der Innenentwicklung. Dies schließt sowohl

die teilweise Rückverlagerung der Wohn- und Arbeitsfunktion in innenstadtnahe Lagen als auch die Stärkung der Zentren als Haupteinkaufsstandorte ein. Die Schwerpunktsetzung der Stadtentwicklung auf innerstädtische Lagen und Bestandsflächen ist eine Reaktion auf die – durch den demografischen Wandel bedingten – veränderten Rahmenbedingungen. Die Eindämmung des weiteren Siedlungswachstums kann das Wachstum der Infrastrukturkosten mindern. Die Konzentration unterschiedlicher Nutzungen in den Kernbereichen schafft kurze Wege und erleichtert die Mobilität – besonders für ältere Menschen und Familien mit Kindern ein wichtiges Kriterium. Darüber hinaus wird mit der Konzentration auf die Innenentwicklung und die Wiedernutzung von Brachflächen der Weg zu einer nachhaltigen Stadt- und Regionalentwicklung beschritten. Die ausgedehnten Wald- und Freiflächen der Region bleiben erhalten und tragen dazu bei, das Leben in der Region langfristig lebenswert zu erhalten.

## WOHNEN

### ZIELGRUPPENORIENTIERTE ATTRAKTIVIERUNG DES WOHNSTANDORTES

Die Attraktivität des Wohnstandortes soll gesteigert werden, um die Abwanderung zu verringern und neue Bewohner anzulocken. Im Mittelpunkt stehen dabei die Zielgruppen Studenten / junge Akademiker, junge Familien und »Best-Ager«. Wichtig sind passende, qualitativ hochwertige Angebote am Wohnungsmarkt, ein attraktives Wohnumfeld und ein breites Infrastrukturangebot.

### HANDLUNGSFELDER

- S** — WOHNUNGSMARKT / IMMOBILIEN
- S** — WOHNUMFELD / LEBENSQUALITÄT
- S** — STADTBILD / BAUKULTUR
- W** — ARBEITSMARKT / HUMANKAPITAL

## INNENENTWICKLUNG

### PRIORITÄRE NUTZUNG VON BESTANDSPOTENZIALEN

Es gilt, die städtebauliche Entwicklung nach dem Prinzip »Innen- vor Außenentwicklung« auf die Bestandspotenziale zu konzentrieren. Entscheidend hierfür ist es, leerstehende Immobilien, Brachflächen und Baulücken zu nutzen. Flächenausweisungen sollen sich nach Möglichkeit auf die Arrondierung an infrastrukturell günstigen Siedlungskernen beschränken.

### HANDLUNGSFELDER

- S** — INNENSTÄDTE / ZENTREN
- S** — ERREICHBARKEIT / VERKEHR
- S** — STADTBILD / BAUKULTUR
- S** — LANDSCHAFTSBILD / GRÜNE INFRASTRUKTUR

## INNENSTADT

### ATTRAKTIVIERUNG DER INNENSTÄDTE

Den Innenstädten kommt eine Stellvertreterrolle für das Image der Region zu. Ziel ist daher die Stärkung des Einzelhandels, die Etablierung hochwertigen innerstädtischen Wohnens und die Gewährleistung einer entsprechenden Nutzungsvielfalt in den Innenstädten. Darüber hinaus soll das Erscheinungsbild und die Aufenthaltsqualität verbessert werden.

### HANDLUNGSFELDER

- S** — INNENSTÄDTE / ZENTREN
- S** — STADTBILD / BAUKULTUR
- T** — KUNST / KULTUR
- S** — WOHNUMFELD / LEBENSQUALITÄT

**STADTBILD****ERHALT DER BESONDERHEITEN DES STADT- UND LANDSCHAFTSBILDES DER REGION**

Um die Qualität des Stadt- und Landschaftsbildes zu erhalten, gilt es, die Bevölkerung für dessen Wert zu sensibilisieren und die gebaute historische Substanz sowie das unverwechselbare Landschaftsbild zu schützen. Neben der Bewahrung historischer Stadtkerne, Hofschafte und industriekultureller Orte geht es auch um eine stärkere Qualitätsorientierung bei Neubauprojekten.

**HANDLUNGSFELDER**

- S** — STADTBILD /  
BAUKULTUR
- S** — LANDSCHAFTSBILD /  
GRÜNE INFRASTRUKTUR
- S** — WOHNUMFELD /  
LEBENSQUALITÄT
- T** — INDUSTRIE- UND UNTER-  
NEHMENSKULTUR

**GRÜNZÜGE****INNOVATIVE LANDSCHAFTSENTWICKLUNG**

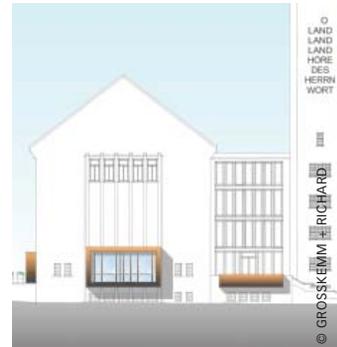
Die vorhandenen Qualitäten von Kulturlandschaft und Naturraum sollen erhalten und besser erlebbar werden. Dazu bedarf es der Qualifizierung und überregionalen Vernetzung sowie einer Aktivierung durch attraktive Nutzungen.

**HANDLUNGSFELDER**

- S** — LANDSCHAFTSBILD /  
GRÜNE INFRASTRUKTUR
- S** — STADTBILD /  
BAUKULTUR
- T** — INDUSTRIE- UND UNTER-  
NEHMENSKULTUR
- T** — SPORT / BEWEGUNGS-  
ANGEBOTE



© STADT REIMSCHIED

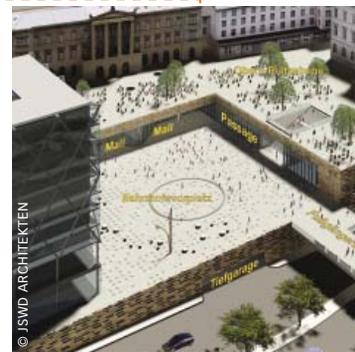
© LAND LAND LAND HOPE DES HERRN WORT  
© GROSSKEMM RICHARD

## EINZELHANDEL

### POSITIONIERUNG DES EINZELHANDELS- STANDORTES BERGISCHES STÄDTEDREIECK

Der Einzelhandel in den drei bergischen Großstädten befindet sich in einem erheblichen Wettbewerb. Konkurrenzstandorte befinden sich nicht nur in den Oberzentren Düsseldorf, Köln und Essen, sondern auch in den angrenzenden kleineren Kommunen – wie Langenfeld, Haan oder Hilden.

Die Projekte des Clusters stellen sich der dringend erforderlichen Herausforderung einer strategischen Positionierung des Einzelhandelsstandortes »Bergisches Städtedreieck« gegenüber den erwähnten benachbarten Zentren. Dem deutlichen Kaufkraftabfluss und den zugleich unbefriedigenden Zentralitätswerten soll eine Attraktivitätssteigerung und Profilierung der gewachsenen Zentren entgegengesetzt werden.



### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- S** — INNENENTWICKLUNG
- S** — INNENSTADT
- S** — STADTBILD
- W** — TRADITION
- W** — ERFINDUNGSREICHTUM

## BEISPIELHAFTE PROJEKTE

### CITY 2013 – KREATIV- UND STANDORTOFFENSIVE FÜR DIE SOLINGER INNENSTADT

Die Stadt Solingen treibt zur Zeit parallel die Entwicklung der Innenstadt und der innenstadtnahen Quartiere [Südliche Innenstadt und Nordstadt] voran, mit dem Ziel, die Attraktivität der gesamten Innenstadt ganzheitlich zu erhöhen und urbane

Strukturen zu entwickeln. City 2013 will auf der Basis eines Integrierten Entwicklungskonzeptes offensiv kreative Lösungen für den öffentlichen Raum der Innenstadt entwickeln und umsetzen, um eine neue Identität zu schaffen und aktiv für das Außenimage zu nutzen.

### NEUGESTALTUNG DÖPPERSBERG

Die wesentlichen Ziele der Neugestaltung des Döppersberg sind die oberirdische Anbindung des Hauptbahnhofes an die Innenstadt, die Schaffung eines neuen Bahnhofvorplatzes, flankiert von Geschäftsbebauung, und der Bau eines modernen Busbahnhofes. Durch die Umbaumaßnahmen wird

die Elberfelder Innenstadt als Zentrum von Wuppertal strukturell aufgewertet, die städtebauliche Qualität des Döppersberges als »Tor zur Stadt« verbessert, die Verkehrsverhältnisse optimiert und es werden Angebotsflächen für Privatinvestoren geschaffen.

### ZWISCHENNUTZUNGSAGENTUR WUPPERTAL

Zwischennutzungen können das Erscheinungsbild von leerstehenden Ladenlokalen erheblich verbessern und besitzen ein hohes Entwicklungspotenzial für die langfristige Vermietung. Intensive Überzeugungsarbeit und umfangreiche Hilfestellungen sind

erforderlich, um die Eigentümer für einen solchen Prozess zu gewinnen. Hierfür wurde die Zwischennutzungsagentur geschaffen, die den Eigentümern als Ansprechpartner zur Verfügung steht und potenzielle [Zwischen-]Nutzer akquiriert.

## STADTUMBAU

### ERFOLGREICHE QUARTIERSENTWICKLUNG ALS GRUNDLAGE EINER ZUKUNFTSFÄHIGEN REGION

Zahlreiche Stadtquartiere im Bergischen Städtedreieck sind in besonderer Weise von den Folgen des demografischen und wirtschaftsstrukturellen Wandels betroffen. Ziele der Maßnahmen des Clusters sind unter anderem die Aufwertung des Wohnumfeldes, die Sanierung des stadthistorisch bedeutsamen Gebäudebestandes, die Wiederbelebung von Brachflächen sowie die [auch temporäre] Gestaltung der öffentlichen Räume und Grünanlagen. Die Projekte setzen dabei auf eine starke Einbeziehung von Bewohnern und Unternehmern vor Ort.



### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- S — WOHNEN
- S — INNENENTWICKLUNG
- S — INNENSTADT
- S — STADTBILD
- S — GRÜNZÜGE

## BEISPIELHAFTE PROJEKTE

### SOZIALE STADT »NORDSTADT« SOLINGEN

Die Solinger Nordstadt ist ein vielfältiger und urbaner Stadtteil nördlich der Innenstadt – geprägt durch eine multikulturelle Atmosphäre. Wie in vielen gewachsenen Stadtteilen des Bergischen Städtedreiecks sind jedoch gleichsam städtebauliche, soziale, infrastrukturelle und funktionale

Mängel erkennbar. Mit innovativen Projekten – wie beispielsweise dem Sozialkaufhaus, dem Trassencafé, dem Haus der Begegnung oder der Umgestaltung der Vorspeler Anlagen – werden positive und nachhaltige Zeichen zur Aufwertung des Stadtteils gesetzt.

### ÖLBERGER HAUSEIGENTÜMER-NETZWERK [WISG]

Im Januar 2008 wurde das Ölberger Hauseigentümer-Netzwerk gegründet. Themen, die im Rahmen des Netzwerkes diskutiert und umgesetzt werden, sind beispielsweise die Fassadengestaltung, energieoptimierte Wohngebäude, Stadtteilmarket-

ing, Verhandlungen mit Banken, Denkmalschutz und die Zusammenarbeit mit der Stadt Wuppertal als Empfängerin möglicher Fördermittel. Konkret wird die Gründung einer Stadtteilgenossenschaft diskutiert.

### WOHNQUARTIER<sup>4</sup>

WohnQuartier<sup>4</sup> ist ein Modell- und Kooperationsprojekt in Remscheid, das vor dem Hintergrund des demografischen Wandels Soziales und Bauen miteinander verknüpft. Unter dem Motto »Die Zukunft altersgerechter Quartiere gestalten« werden gemeinsam mit den Projektpartnern und den Be-

wohnern innovative Projekte entwickelt. Dabei stehen vier Faktoren im Mittelpunkt:

- Wohnen & Wohnumfeld
- Gesundheit & Service und Pflege
- Partizipation & Kommunikation
- Bildung & Kunst und Kultur

## NEUES WOHNEN

### NEUE KONZEPTE FÜR EINEN ATTRAKTIVEN WOHNSTANDORT

Demografischer Wandel und ausdifferenzierte Lebensstile gehen mit einer veränderten Nachfrage am Wohnungsmarkt einher. Die Wohnprojekte sollen neue – auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtete – Angebote schaffen. Spezielle Dienstleistungen, besondere Wohnstandortqualitäten und innovative Wohnformen sind Kernziele des Clusters. Projekte sollen integrierte Lagen nutzen und somit einen aktiven Beitrag zur Innenentwicklung leisten.



### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- S** — WOHNEN
- S** — INNENENTWICKLUNG
- S** — INNENSTADT
- S** — STADTBILD

## BEISPIELHAFTHE PROJEKTE

### STADT-RESIDENZEN ARRENBERG'SCHE HÖFE

In den denkmalgeschützten Arrenberg'schen Höfen – einem ehemaligen Klinikgelände – entstehen derzeit 52 exquisite Wohnungen in drei herrschaftlichen Stadt-Residenzen. Gehobenes Wohnen in gründerzeitlichen Strukturen im Innenstadtbereich wird in Zukunft – sowohl von Singles, Paaren, als

auch von Familien – stärker nachgefragt werden. Zusammen mit der ELBA-Fabrik entsteht eines der Aushängeschilder der Region für den Umgang mit innerstädtischen Gewerbebrachen. Das Projekt trägt zusätzlich wesentlich zur Stabilisierung des Stadtumbau-Quartiers bei.

### REVITALISIERUNG ELBA-FABRIK

1998 wurde der Betrieb auf dem ehemaligen ELBA-Areal eingestellt. Hier entsteht nun unter Leitung der Arrenberg Entwicklungs- und Investitions-GmbH nach den Ergebnissen eines Architektenwettbewerbs ein Quartier mit generationsübergreifenden

Loft- und modernen Familienwohnungen, Arbeitswelten, begehbaren Flußöffnungen und Wupperalleen, hochwertiger Gastronomie, kulturellen und sozialen Nutzungselementen, lebenswerten Parkanlagen und vereinzelt individuellem Einzelhandel.

### ALTES UND NEUES WOHNEN IM WEEGERHOF

Mit dem Neubau einer seniorengerechten Wohnanlage ergänzt der Solinger Spar- und Bauverein in der Traditionssiedlung Weegerhof die Bestandssiedlung mit 80 barrierefreien Wohnungen, drei betreuten Hausgemeinschaften für hilfe- und pflegebedürftige Senioren sowie um Gemeinschaftseinrichtungen.

Durch den Abriss eines Garagenhofes wurde die innerstädtische Siedlung sinnvoll nachverdichtet und neue städtebauliche Qualitäten geschaffen. Zudem wurde die gesamte Siedlung energetisch optimiert und ertüchtigt. Der Weegerhof ist ein positives Beispiel innerstädtischer Nachverdichtung.

## KULTURLANDSCHAFT UND STADTBILD

### HOCHWERTIGE BAUKULTUR ALS STANDORT- ARGUMENT FÜR EINWOHNER, QUALIFIZIERTE ARBEITNEHMER UND UNTERNEHMEN

Kulturlandschaft und Stadtbild sind von herausragender Bedeutung für regionale Identität und Lebensqualität. Die Projekte dieses Clusters widmen sich beiden Elementen. Dabei geht es zum einen darum, die Baukultur durch eine größere Qualitätsorientierung bei Neubauten und bessere Informationen über die vorhandenen Qualitäten zu stärken. Zum anderen stehen Maßnahmen zum Erhalt und der Qualifizierung der Landschaft im Blickpunkt. Dabei geht es sowohl um die Kulturlandschaft als auch städtische Grünflächen.



### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- S — WOHNEN
- S — INNENENTWICKLUNG
- S — INNENSTADT
- S — STADTBILD
- S — GRÜNZÜGE

## BEISPIELHAFT PROJEKTE

### GALILEUM SOLINGEN

In einem nicht mehr genutzten Kugelgasbehälter der Stadtwerke Solingen in unmittelbarer Nähe zum Solinger Hauptbahnhof soll ein künftiges mögliches Wahrzeichen und Alleinstellungsmerkmal der Region entstehen: Ein Planetarium mit angeschlossener Sternwarte – in dieser Form einzigartig in Europa. Aufgrund der Bedeutung für die Region auch als

Landmarke lobt die Walter-Horn-Gesellschaft e.V. als Projektträger derzeit einen EU-weit ausgeschriebenen Wettbewerb aus, dessen Ziel auch in der Stärkung der Baukultur und des Stadtbildes zu sehen ist. Das Projekt kann Vorbild sein für die Qualifizierung weiterer bedeutender Bauprojekte privater Investoren im Bergischen Städtedreieck.

### REGIONALER GRÜNZUG [PROJEKTIERT]

Eine große Qualität des Bergischen Städtedreiecks ist in der Topografie und dem unverwechselbaren Landschaftsraum zu sehen, der sich wie ein zusammenhängendes Band durch die drei Städte zieht. In der Qualifizierung dieses Grünbandes und

der Entwicklung geeigneter andockender oder integrierter Nutzungen existiert ein hohes Potenzial für den Erholungs- und Freizeitwert sowie in der Wertschöpfung durch den Tourismus, Kultur und Sport.

### BAUKULTURCHARTA [PROJEKTIERT]

Das spezifische Bild der bergischen Kulturlandschaft findet seinen Ausdruck auch in der architektonischen Umsetzung bedeutsamer Bauprojekte. Der Erhalt und die Weiterentwicklung dieser Potenziale im Sinne eines eigenständigen Profils sollen

gefördert werden. Eine regionale Baukulturcharta kann als Instrument einen Rahmen für regional bedeutsame Projekte stecken und in Gestaltungsfragen unterstützend und beratend wirken.





© BERGISCHE ENTWICKLUNGSAGENTUR GMBH



© BERGISCHE ENTWICKLUNGSAGENTUR GMBH

- ANALYSE
- STRATEGIE
- ZIELE
- PROJEKTCLUSTER

# FREIZEIT UND TOURISMUS — SWOT-ANALYSE

HANDLUNGSFELD	INTERNE FAKTOREN:	
	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
IMAGE	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Alleinstellungsmerkmal Bergische Industriekultur mit zahlreichen regionstypischen Orten der Frühindustrialisierung und authentischen Produktions- und Veranstaltungsorten in Verbindung mit reizvoller Kulturlandschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— mangelnder Bekanntheitsgrad als Ausflugsziel und touristische Destination</li> <li>— schwacher Marketingauftritt als Region, Industriekultur noch kein Alleinstellungsmerkmal</li> </ul>
LAGE	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Lage in der Nähe der Metropolregionen an Ruhr und Rhein, Benelux; gute Verkehrsanbindung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— fehlende zielgruppengerechte Angebote und Bewerbung in Quellmärkten außerhalb der Region</li> </ul>
AKTEURE / LEISTUNGSTRÄGER	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Kooperations- und Netzwerkstrukturen in der Region sind vorhanden und belastbar, Kooperationen mit den Nachbarregionen und der Landesebene im Aufbau</li> <li>— überdurchschnittliches, bürgerschaftliches und unternehmerisches Engagement verbunden mit hoher Identifikation mit der Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— fehlende tourismuswirtschaftliche Orientierung und Professionalisierung der Netzwerke und unsichere Trägerschaft</li> <li>— Qualitätsmängel</li> </ul>
KUNST / KULTUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>— hohe Dichte an Museen mit überregionaler Bedeutung und Markenbezug</li> <li>— lebendige Kreativszene</li> <li>— Marke Pina Bausch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— fehlende touristische Angebote und zentrales Marketing</li> </ul>
SPORT / BEWEGUNGSANGEBOTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>— hohe Dichte von landschaftsbezogenen Aktivangeboten</li> <li>— lebendige Vereinskultur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— nahezu ausschließlich lokale Wahrnehmung der Angebote</li> <li>— schwach ausgeprägte Trend- und Lifestyle-Sportangebote</li> </ul>
TOURISTISCHE INFRASTRUKTUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>— markenkonforme Infrastruktur in hoher Dichte und Authentizität vorhanden und im Aufbau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— fehlende markenorientierte bzw. schwache Organisations- und Managementstruktur auf Regionsebene</li> </ul>

**EXTERNE FAKTOREN:**

**CHANCEN**

— wachsendes Interesse für Technik und Industriekultur

— Trend zu Tages- und Kurzreisen, vor allem in den Bereichen Wandern und Radfahren  
 — langfristige Steigerung des Business-tourismus

— stabile Kooperationsbeziehungen durch Bündelung der regionalen Kräfte  
 — steigende Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor und steigende Wertschöpfungsleistung

— Trend zum Stadt- und Kulturtourismus

— Trend zur gesundheitsorientierten Bewegung

— Aufbau von Management- und Vertriebsstrukturen auf Landesebene in NRW und verstärkte Kooperation mit den Regionen  
 — Möglichkeiten des Web 2.0 als Marketing- und Vertriebsinstrument in Verbindung mit dem Trend zur individuellen Reiseplanung und Social commerce

**GEFAHREN**

— Verschärfung des Standortwettbewerbs der Regionen

— konkurrenzstarkes Angebot der Nachbarregionen, insbesondere im Bereich Industriekultur im Ruhrgebiet  
 — konkurrenzstarkes Angebot der traditionellen Kongressstandorte am Rhein im Bereich Business

— schlechte Wirtschaftslage schränkt Handlungsmöglichkeiten auch für private Anbieter ein

— Abnahme öffentlicher Subventionen

— Konkurrenz der traditionellen Aktiv-Regionen

— beschränkte Möglichkeiten der öffentlichen Haushalte zur nachhaltigen Sicherung der Infrastruktur durch engen finanziellen Spielraum der Kommunen

*STÄRKEN stärken*  
*SCHWÄCHEN überwinden*  
 BEDEUTUNG des Handlungsfeldes



Die profilbildenden Stärken der Region müssen zielorientiert vermarktet werden.



Mit einem zielgruppenspezifischen Marketing in den Quellmarktgebieten kann die Lagegunst genutzt werden.



Nachhaltige bündelnde Organisationsstrukturen müssen für eine Professionalisierung des touristischen Angebotes der Leistungsträger sorgen.



Die Entwicklung touristischer Produkte für den Stadt- und Kulturtourismus ist erforderlich.



Die Entwicklung touristischer Produkte für den Aktivbereich ist erforderlich.



Die Investitionsmittel sind auf den Aufbau markenorientierter Infrastruktur zu richten.

## Quellmarkt für Tages- und Kurzreisen

Der Tourismus ist im Bergischen Städtedreieck ein noch junges Thema. Die Region zeichnet sich jedoch durch eine sehr hohe Dichte an Angeboten aus, die bei einer ausreichenden Qualifizierung und einem zielgruppenspezifischen Marketing eine signifikante Steigerung der touristischen Wertschöpfung versprechen. Gleichzeitig generiert die ballungsraumnahe Lage einen Quellmarkt für Tages- und Kurzreisen von ca. 10 Mio. Menschen.

## Markenentwicklung »Bergische Industriekultur« und Verknüpfung mit den Massenkulturen Wandern und Radfahren

Die Strategie der touristischen Entwicklung der Region muss vor allem bestimmt werden durch die Formulierung einer eindeutigen Marketingbotschaft, die die Vielzahl der Stärken der Region über ein Alleinstellungsmerkmal kommuniziert; dies ist die besondere Form der Bergischen Industriekultur verbunden mit Mobilitätsthemen, die kleindimensional erlebbar ist und in enger Verknüpfung mit Aktivangeboten in der charakteristischen Mittelgebirgslandschaft erfahren werden kann. Dadurch bietet sich in hervorragender Weise die Möglichkeit, ein Nischenthema, das die Region in NRW allein besetzt, mit den sogenannten Massenkulturen Wandern und Radfahren zu verknüpfen. Der kleinteilige, vielgestaltige Charakter der Region wird zu einer touristischen Stärke, wenn es gelingt, eine deutliche Kommunikationsbotschaft zu formulieren, die über das Alleinstellungsmerkmal eine imageprägende regionale Marke formt.

## Qualitätsoffensive in den Bereichen Gastronomie, Hotellerie und ehrenamtliche Leistungsträger – Ausbau der Netzwerke und Kooperationen

Ein Bestehen im Wettbewerb der Regionen um Gäste wird allerdings nur erfolgreich sein, wenn die Angebote spezifisch und gleichzeitig qualitativ hochwertig sind. Das zweite Standbein der strategischen Neuausrichtung muss daher zwingend eine Qualitätsoffensive bei den touristischen Leistungsträgern sein. Neben den Bereichen Hotellerie und Gastronomie sind dabei die spezifisch in der Region häufig bürgerschaftlich getragenen Angebote der Industriekultur anzusprechen. Das im Bergischen Städtedreieck traditionell starke Engagement der Bürger und Unternehmen prägt wesentlich das authentische Erleben der Industrie- und Unternehmenskultur. Es gilt, ein professionelles touristisches Angebot zu entwickeln, das diese Stärke erhält und dennoch kundengerecht am Markt bestehen kann.

## Verstärkte Ansprache der Zielgruppen Business, Erwachsene Paare und Best Ager

Die Unternehmenskultur der im Städtedreieck traditionell mittelständisch organisierten Industrie ist nicht nur touristisches Angebot; die stark exportorientierte Wirtschaftsstruktur trägt auch dazu bei, dass ein hohes Aufkommen an Veranstaltungen im Businessbereich generiert wird. Hier gilt es durch professionelle und gleichzeitig regional authentische Angebote signifikant die



touristische Wertschöpfung zu erhöhen. Daneben sollen zielgruppengerechte touristische Angebote für die einkommensstarken Zielgruppen der Geschäftsreisenden, sogenannten Best Ager und Erwachsenen Paare geschaffen werden, die gemäß Marktforschung besonders gut mit dem Profil des Bergischen Landes angesprochen werden können.

## Markenentwicklung »Bergische Industriekultur« und Verknüpfung mit den Massenmärkten Wandern und Radfahren

Die räumliche Strategie verknüpft die zahlreichen dezentral in der Region gelegenen Orte der Bergischen Industriekultur mit einem Netz von Radwegen auf ehemaligen Bahntrassen sowie einem Qualitätswanderweg; damit wird dem strategischen Ansatz der Verknüpfung des Alleinstellungsmerkmals Bergische Industriekultur mit den Massenmärkten im Segment Aktiv entsprochen. Zudem wird die Grüne Infrastruktur, die die Region in besonderer Eigenart prägt, genutzt und gestärkt. Gleichzeitig wird die Region überregional angebunden, insbesondere auch an das Rheinland. In den sogenannten touristischen Zukunftsstandorten werden die Investitionen an den jetzt schon starken Themen und Reiseanlässen – wie z. B. Brückenpark Müngsten und Schloss Burg – oder auch potenzialträchtigen Entwicklungsbereichen – wie Oberes Tal der Wupper und Panoramapark Remscheid – gezielt eingesetzt.

## Stärkung der markengerechten Infrastruktur

Entsprechend der räumlichen Charakteristik ist auch die organisatorische Struktur der touristischen



Leistungsträger dezentral und zudem kaum verknüpft. Um im Wettbewerb der Regionen wahrgenommen zu werden, ist es erforderlich, über eine zentrale koordinierende Stelle dem Kunden und Gast den Zugang zum touristischen Angebot zu ermöglichen. Diese Stelle muss auch die Markenführung übernehmen, um verlässlich am Markt präsent zu sein. Dahinter muss ein starkes Anbieternetzwerk stehen, das auf zielgruppengerechte Angebote und Qualitäten sicher stellt.

Insbesondere im Zusammenhang mit den überregionalen Wegen und der deutschlandweiten Vermarktung herausragender regionaler touristischer Produkte sind Kooperationen mit den Nachbarregionen und dem Landesverband NRW wichtiger Teil der strukturellen Strategie.

# FREIZEIT UND TOURISMUS — ZIELE

## PROFIL

### NEUAUFBAU EINES PROFILS

Mit den spezifischen Angeboten der Region als Wiege der Industriekultur, mit einer hohen Dichte an erlebbaren Orten und verknüpft durch attraktive Wander- und Radwege, sollen die Massenmärkte des Aktiv- und Business-tourismus gezielt angesprochen werden. Mit dem Alleinstellungsmerkmal »Bergische Industriekultur« wird eine Steigerung des Bekanntheitsgrades als touristische Destination erreicht.

## HANDLUNGSFELDER

- T** — IMAGE
- T** — INDUSTRIE- UND UNTER-NEHMENSKULTUR
- S** — LANDSCHAFTSBILD / GRÜNE INFRASTRUKTUR
- S** — STADTBILD / BAUKULTUR

## ORGANISATIONSSTRUKTUR

### AUFBAU EINER MARKENORIENTIERTEN ORGANISATIONS- UND MANAGEMENTSTRUKTUR

Das touristische Marketing für die Region soll durch eine schlagkräftige Vertriebsstruktur ergänzt werden, die durch Kooperationen von Tourismusorganisation und Leistungsträgern sowie die Nutzung der Instrumente des Web 2.0 effektiv und kostengünstig arbeitet. Zielmarke ist die Umsatzsteigerung des touristischen Betriebs um 2% per anno.

## HANDLUNGSFELDER

- T** — MANAGEMENT / VERTRIEB
- T** — AKTEURE / LEISTUNGSTRÄGER

## INFRASTRUKTUR

### STÄRKUNG DER MARKENORIENTIERTEN INFRASTRUKTUR

Das bisher lokal wirksame Kultur- und Freizeitangebot soll durch Vernetzung zu einem touristisch wirksamen Angebot entwickelt werden. Investitionsschwerpunkte sind die Vernetzungsstrukturen – Wege durch die Region – und die touristischen Zukunftsstandorte Müngsten-Burg, Wupperschienen sowie Panoramapark Remscheid.

## HANDLUNGSFELDER

- T** — INFRASTRUKTUR
- T** — INDUSTRIE- UND UNTER-NEHMENSKULTUR



### NETZWERKBILDUNG

#### AUFBAU EINER LEISTUNGSTRÄGERPLATTFORM UND ETABLIERUNG EINES BRANCHEN- UND REGIONSÜBERGREIFENDEN NETZWERKS

Die Leistungsträgerplattform ist zentrale Voraussetzung für die Sicherung von Angebotsqualität, zielgruppengerechter Ausrichtung und markenkonformen Marketing. Neben der Gastronomie und Hotellerie ist die Professionalisierung der oft bürgerschaftlichen Strukturen im Bereich der Industriekultur von besonderer Bedeutung. Zielmarke ist die Steigerung von 5% per anno, v. a. aus den Quellmärkten NRW, Hessen und Rheinland-Pfalz.

#### HANDLUNGSFELDER

- T** — AKTEURE / LEISTUNGSTRÄGER
- T** — INDUSTRIE- UND UNTERNEHMENSKULTUR

### TAGESTOURISMUS

#### SIGNIFIKANTE STEIGERUNG DES TAGESTOURISMUS; STABILISIERUNG UND STEIGERUNG DER ÜBERNACHTUNGSZAHLEN

Der durch den Übernachtungstourismus generierte Nettoumsatz pro Jahr im Städtedreieck beträgt rd. 65 Mio. Euro, der Tagestourismus kommt auf derzeit rd. 225 Mio. Euro / Jahr. Zielmarke ist eine Steigerung um 3% per anno ab 2012, vor allem aus den etablierten Quellmärkten der deutschen Nachbarländer sowie Niederlande, Großbritannien und China.

#### HANDLUNGSFELDER

- T** — QUELLMARKTSITUATION
- T** — AKTEURE / LEISTUNGSTRÄGER
- S** — ERREICHBARKEIT / VERKEHR

# FREIZEIT UND TOURISMUS — PROJEKTCLUSTER

## INDUSTRIEKULTUR

### INDUSTRIEKULTUR – TOURISTISCHE ANGEBOTE UND MARKETINGSTRATEGIE

Das Alleinstellungsmerkmal des Bergischen Städtedreiecks für die touristische Vermarktung sind die Spuren der Frühindustrialisierung mit ihren kleinteilig in Stadt und Landschaft eingebetteten Erlebnisangeboten. Die Stärkung der darauf aufbauenden touristischen Angebote – sowohl infrastrukturell als auch in der Qualitätssicherung und im Marketing – erzeugt konkrete Wertschöpfung, sichert Arbeitsplätze im Dienstleistungsbereich und damit auch die Nachhaltigkeit der getätigten Investitionen. In den Projekten, die diesem Cluster zugeordnet werden, werden überdies Strukturen aufgebaut, die die gesamte Tourismuswirtschaft der Region stützen und weiterentwickeln.

#### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- T — PROFIL
- T — ORGANISATIONSSTRUKTUR
- T — INFRASTRUKTUR
- T — NETZWERKBILDUNG
- T — TAGESTOURISMUS
- T — ANGEBOTSSTRUKTUR



© JAN FEDERMANN, FKK DESIGN GMBH

## BEISPIELHAFTE PROJEKTE

### ERLEBNIS INDUSTRIEKULTUR – EXPEDITION<sup>3</sup>

Das touristische Profil des Bergischen Städtedreiecks wird wesentlich durch seinen Charakter als Technik- und Unternehmensregion, die ihre Wurzeln in der frühen Industrialisierung hat, bestimmt. Diese spannende Region wird nur erlebbar, wenn die vielen Akteure mit den zahlreichen Projekten –

vom Industriemuseum bis zum Schleifkotten, von der Führung durch die Textilstadt bis zur Fahrt mit historischen Verkehrsmitteln – die Gäste auf eine Reise in die Vergangenheit einladen. Gleichzeitig sichert nur die gemeinsame touristische Vermarktung die industriekulturellen Angebote nachhaltig.

### MADE IN ... MADE BY ...

... ist eine zielgruppen- und marktgerechte Tourismusstrategie, die auf den besonderen Potenzialen der Region – Lebendige Industrie- und Unternehmenskultur – aufbaut und gleichzeitig hilft, diese langfristig zu erhalten. Der Geschäftsreisentourismus hat in Nordrhein-Westfalen kräftige Wachstumsraten zu verbuchen und bildet bei der strate-

gischen Neuaufstellung des Landes eine Säule für die zukünftige Entwicklung. Mit MADE IN ... MADE BY... leistet das Bergische Städtedreieck somit einen wichtigen regionalen Beitrag für das landesweite Konzept. Der Ansatz, die Unternehmen als Gastgeber zu sehen, bietet darüber hinaus eine ganz neue Marketingstrategie.

### BERGISCHER RING E. V.

Der Verein Bergischer Ring und seine Mitgliedsvereine entführen die Gäste in die Vergangenheit der Region. Durch Touren mit unterschiedlichen historischen Verkehrsmitteln werden Spuren der frühen

Industrialisierung – das Profil der Region – für die Gäste erlebbar. Zahlreiche Akteure und ehrenamtliche Netzwerkstrukturen verknüpfen besondere Orte der Region und sichern ihre Nachhaltigkeit.

## ZUKUNFTSSTANDORTE

### TOURISTISCHE ZUKUNFTSSTANDORTE – HISTORISCHE ORTSKERNE UND NEU GESCHAFFENE TOURISMUSEINRICHTUNGEN

In den touristischen Zukunftsstandorten des Bergischen Städtedreiecks werden die touristischen Hauptattraktionen und Reiseanlässe geschaffen bzw. weiterentwickelt. Die besucherstarken Tourismusziele – wie beispielsweise der Brückenpark Müngsten gemeinsam mit Schloss Burg – sind bei entsprechender Qualitätsentwicklung starker positiver Imageträger für die Region und den Standort.



© BERGISCHE ENTWICKLUNGSAGENTUR GMBH

### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- T — PROFIL
- T — INFRASTRUKTUR
- T — TAGESTOURISMUS
- T — ANGEBOTSSTRUKTUR

## BEISPIELHAFTHE PROJEKTE

### TOURISMUSACHSE MÜNGSTEN – BURG

Schloss Burg im historischen Stadtteil an der Wupper und der neue Park unter Deutschlands höchster Eisenbahnbrücke sind mit gemeinsam mehr als 600.000 Besuchern im Jahr herausragende touristische Zugpferde für das Bergische Land. An-

setzend an bereits getätigte Investitionen werden zielgruppengerechte Maßnahmen in den Bereichen Infrastruktur, Qualitätsoffensive Gastronomie und Marketing umgesetzt, um die touristische Wertschöpfung nachhaltig zu erhöhen.

### WUPPERSCHIENE – ERLEBNISSE AM FLUSS

Das »Tal der Wupper« zwischen Oberbarmen und Radevormwald zeichnet sich durch eine vielseitige Landschaft, historische Ortskerne und zahlreiche Zeugen der Frühindustrialisierung, wie z.B. der Textilstadt Wülfring, aus. Hinzu tritt die Möglichkeit, durch einen Museumsbahn- und Fahrrad-Draisinenbetrieb eine besondere und attraktive Form der »Erschließung« anzubieten. Für diesen

besonderen Ort der »Bergischen Industriekultur« wurde unter Einbindung sämtlicher Akteure aus Vereinen und Verbänden entlang der Gleisstrecke ein touristisches Entwicklungskonzept entwickelt. Ein Verein, der sich mit der Entwicklung, dem Marketing und Vertrieb touristischer Produkte beschäftigen wird, befindet sich in Gründung.

### PANORAMAPARK REMSCHEID

In enger Nachbarschaft zur Tourismusachse Müngsten–Burg entsteht auf einer Deponiefläche ein Park am Hang. Mit einer Sandboardingfläche, Mountainbikestrecken und einem Lift zwischen dem

Talgrund und der Stadt auf der Höhe werden touristische Angebote mit überregionaler Strahlkraft geschaffen. Gleichzeitig bildet der Park einen wichtigen Lückenschluss im System der Fernradwege.

# FREIZEIT UND TOURISMUS — PROJEKTCLUSTER

## WEGE DURCH DIE REGION

### MASSENMÄRKTE RADFAHREN UND WANDERN

Die Wege durch die Region formulieren das touristische Angebot für die sogenannten touristischen Massenmärkte Radfahren und Wandern und verknüpfen die Vielzahl der industriekulturellen und landschaftlichen Orte. Die überregionale Anbindung und starke Profilierung der Wegeprojekte im jeweiligen Marketing erhöhen die Gästezahlen in der Region.

Insbesondere die Wege auf den ehemaligen Bahntrassen erschließen die Mittelgebirgslandschaft ganz neu für die Zielgruppe der nicht sportlich orientierten Aktiven und steht in engem thematischem Zusammenhang mit dem Markenkern der Industriekultur.

### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- T — PROFIL
- T — INFRASTRUKTUR
- T — NETZWERKBILDUNG
- T — TAGESTOURISMUS
- T — ANGEBOTSSTRUKTUR



© STADT SOLINGEN

## BEISPIELHAFTE PROJEKTE

### BERGISCHER PANORAMA-RADWEG MIT BERGISCHEM TRASSENVERBUND

Mit den Freizeitwegen auf ehemaligen Bahntrassen wird das Mittelgebirge im Bergischen Land für den Fahrradtourismus erschlossen. Mit wenigen Lückenschlüssen wie der bereits realisierten Solinger

Bergbahntrasse entsteht der Bergische Trassenverbund mit über 100 km Strecke im Städtedreieck. Er ist Teil des Panorama-Radwegs, der zwischen Ruhr, Sieg und Rhein auf über 300 km Genussradeln mit spektakulären Ein- und Ausblicken bietet.

### QUALITÄTSWANDERWEG »DER BERGISCHE«

Zwischen dem Drachenfels am Rhein und der Kulturhauptstadt Essen wird der Qualitätswanderweg »Der Bergische« auch durch das Städtedreieck geführt, konzeptionell neu verknüpft, inhaltlich aufgewertet und intensiv als Fernwanderweg beworben.

Er erschließt die Orte der Industriekultur und im Besonderen die Tourismusachse Müngsten–Burg für den Trendmarkt Wandertourismus und ist ein Kooperationsprojekt mit den Nachbarregionen im Bergischen Land.

### NORDBAHNTRASSE

Auf 20 km wird in Wuppertal eine Bahntrasse mit zahlreichen Tunneln und Viadukten zu einem spektakulären Freizeitweg umgebaut. Das Projekt wird mit Unterstützung durch die Stadt Wuppertal komplett von der Wuppertalbewegung e.V. um-

gesetzt und bezüglich der Eigenanteile finanziert; damit knüpft es in hervorragender Weise an die Tradition bürgerschaftlichen Engagements im Städtedreieck an und zeigt einen zukunftsfähigen Weg der Projektentwicklung auf.

## MARKETING

### INNOVATIVE INSTRUMENTE

Das touristische Marketing und auch die Vertriebsstrukturen in der Region Bergisches Städtedreieck müssen weitgehend neu aufgebaut werden. Durch innovative Instrumente – wie beispielsweise die Nutzung der Möglichkeiten des Web 2.0 – können Angebote zielgruppengerecht und dem Trend zur Individualisierung folgend vermarktet werden. Die Marketingstrukturen schaffen Möglichkeiten für das Binnenmarketing und stärken das Image der Region in Sachen Zukunftsfähigkeit.



### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- T — PROFIL
- T — ORGANISATIONSSTRUKTUR
- T — NETZWERKBILDUNG
- T — TAGESTOURISMUS
- T — ANGEBOTSSTRUKTUR

## BEISPIELHAFT PROJEKTE

### STARKER AUFTRITT FÜR DIE REGION – NEUE MEDIEN IN DER TOURISMUSVERMARKTUNG

Das Bergische Städtedreieck stellt sich auch im Bereich Marketing und Vertrieb neu auf. Anknüpfend an die vorhandenen Internetseiten soll die kundengerechte Information über das touristische Angebot vor, während und nach der Reise als

digitale Dienste aufgebaut werden. Trendgerecht wird in diesem Zusammenhang auch das Web 2.0 als Kommunikationsraum in den Blick genommen. Zusätzliches Mittel der Bewerbung der Region ist die Optimierung des Suchmaschinenmarketings.

### ERLEBNISRAUM BERGISCHE INDUSTRIEKULTUR

Die Marke für das Städtedreieck – Bergische Industriekultur – wird durch ein einheitliches Erscheinungsbild und Branding der Erlebnisorte sowohl konkret als auch virtuell erlebbar gemacht. Die Ankunft der Gäste und ihr Aufenthalt in der Region

folgt einer Dramaturgie, die Markenwerte vermittelt, stark zielgruppenorientiert ist und Konsumanreize schafft. Leitsysteme und Mobilitätsangebote sind Teil des Gesamtkonzepts.

### EHRENAMT: GASTGEBER

Das touristische Angebot der industriekulturellen Orte macht die Region einzigartig. Ihre Authentizität lebt von bürgerschaftlichem Engagement. Ziel des Projektes ist, in den Bereichen Marktforschung und zielgruppengerechte Angebotsentwicklung, Qualifizierung und Service und Marketing und Vertrieb,

ökonomisch und ideell dauerhaft tragfähige Organisationen passgenaue Voraussetzungen und Strukturen für eine nachhaltige Mitwirkung der Initiativen und Vereine am touristischen Markt zu schaffen.





- ANALYSE
- STRATEGIE
- ZIELE
- PROJEKTCLUSTER

# WIRTSCHAFT — SWOT-ANALYSE

HANDLUNGSFELD	INTERNE FAKTOREN:	
WIRTSCHAFTSSTRUKTUR	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
ARBEITSMARKT / HUMANKAPITAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>— mittelständische Unternehmen in der Region bilden gute [spezialisierte] Fachkräfte aus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— starker Beschäftigungsrückgang</li> <li>— Führungskräftenachwuchs fehlt und Geringqualifizierte werden immer schwerer vermittelbar</li> <li>— technikorientierte Fachkräfte fehlen</li> </ul>
BILDUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>— vielversprechende Angebote für Kinder und Jugendliche im Bereich MINT, hoher Anteil der Schulabsolventen mit Hochschulreife, vorbildliche Nachwuchsförderung und Ausbildungsvermittlung</li> <li>— Hochschulstandort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— ein ganzheitliches Konzept für das Bildungsangebot in der Region fehlt, Vernetzung der Bildungsträger ausbaufähig</li> <li>— keine Technikorientierung der Hochschule</li> </ul>
FORSCHUNG / ENTWICKLUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>— hohe Patentintensität in der Industrie</li> <li>— Einschlägige Einrichtungen im Bereich Forschung und Entwicklung vorhanden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— geringer Anteil an FuE-Beschäftigten und Akademikern, verbunden mit geringer Patentzahl aus der Wissenschaft</li> <li>— ausgeprägte Kultur des Selbermachens und fehlende Kooperationserfahrung</li> </ul>
GRÜNDUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Gründungsinteressierte werden wissenschaftlich und praxisbezogen vielfach unterstützt: Die Bergische Universität Wuppertal als »Gründer-Uni«, Technologie- und Gründerzentren und Projekte wie »be FIT« wirken positiv auf das Gründungsgeschehen ein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— hochtechnologische Gründungen nur in bestimmten Bereichen</li> </ul>
STANDORT / GEWERBEIMMOBILIEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Entwicklungspotenziale in attraktiven Lagen vorhanden</li> <li>— Gewerbeflächenpotenziale im Bestand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Imageprobleme</li> <li>— Angebot an großen Gewerbeflächen ist äußerst begrenzt und die für die Region typischen Gemengelagen sind Wachstumshemmnis</li> </ul>

**EXTERNE FAKTOREN:**

**CHANCEN**

- Wachstumspotenzial im Dienstleistungsbereich [z.B. in der Kreativwirtschaft] und neue Wachstumsimpulse durch Wissensökonomie
- zunehmende Wertschätzung von KMU und inhabergeführten Unternehmen als tragende Säulen einer stabilen, nachhaltigen Entwicklung
- Wille zur Stärkung der industriellen Basis auf hohem technologischem Niveau in NRW

**GEFAHREN**

- hohe Exportabhängigkeit und damit Krisenanfälligkeit der regionalen Wirtschaft
- wachsender Globalisierungsdruck erhöht Wettbewerb auf Industriebetriebe und fördert Trend zu größeren Einheiten

- stärkere Erwerbsbeteiligung von Frauen und älteren Menschen [Arbeitskräftepotenzial]
- Migrantanteil als Zukunftspotenzial und neuer Markt

- weiterer Rückgang der Industriebeschäftigung zu erwarten, demografischer Wandel führt zu einer Abnahme des Anteils der zwischen 15- und 65-jährigen

- Thema [früh-]kindliche Bildung wird an Bedeutung gewinnen
- Auswirkungen des demografischen Wandels fordern Weiterbildungsmaßnahmen im Sinne des Prinzips lebenslanges Lernen

- Rückzug des Landes aus der Bildungsförderung, finanzielle Situation der Kommunen

- wachsende Bedeutung wissensintensiver Produktionsverfahren
- Entwicklung des Standorts Deutschland mit gutem Image

- Wettbewerbsnachteile gegenüber anderen Regionen durch nicht ausreichende Transfermöglichkeiten

- Unternehmensgründungen mit hohem Struktureffekt [Innovationen, Wertschöpfung, Arbeitsplätze]

- erfolgreiche Gründer wandern in andere Regionen ab

- Nähe zu prosperierenden Absatzmärkten [Rheinschiene / Benelux]
- interkommunale Zusammenarbeit als Chance moderner Modelle in der Flächenausweisung

- Metropolen im Umfeld gewinnen an Bedeutung, dadurch entstehen Abwanderungstendenzen
- größeres Flächenangebot der Nachbarkommunen

STÄRKEN stärken  
 SCHWÄCHEN überwinden  
 BEDEUTUNG des Handlungsfeldes



Die Struktur der regionalen Wirtschaft wirkt als Wachstumshemmnis. Entwicklungsbedarf besteht insbesondere im Bereich der wissensbasierten Dienstleistungen.



Das bereits akute Problem des Fachkräftemangels wird durch den demografischen Wandel weiter verschärft.



Es sind zahlreiche Angebote vorhanden, müssen aber noch besser verknüpft und bekannt gemacht werden.



Vielen KMU fehlen die Ressourcen für kontinuierliche FuE-Aktivitäten und die Kenntnis über geeignete Partner auf der Wissenschaftsseite.



Das Gründungsgeschehen wird bereits intensiv unterstützt. In Zukunft erscheint eine stärkere Fokussierung auf innovative [Technologie-] Gründungen sinnvoll.



Das Potenzial an neuen und großen Gewerbeflächen ist begrenzt. Dies macht eine regionale Abstimmung und einen effektiven Umgang mit Flächen erforderlich.

### Engere Zusammenarbeit der regionalen Wirtschaft und Wissenschaft

Die größte Forschungseinrichtung der Region ist die Bergische Universität, die sowohl grundlagen- als auch anwendungsorientierte Forschung betreibt. Mit den Fakultäten Maschinenbau, Elektro-, Sicherheits-, Informations- und Medientechnik sowie den Naturwissenschaften deckt die Universität auch wichtige Felder der regionalen Wirtschaft ab. Sie ist darüber hinaus durch viele An-Institute räumlich mit den drei Städten verbunden. Neben den Universitätsinstituten existieren weitere bedeutende Forschungseinrichtungen in der Region. Das Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt und Energie ist eine im Bereich Nachhaltigkeitsforschung international renommierte Einrichtung. Ein weiteres nicht-universitäres Institut in der Region ist das Institut für Galvano- und Oberflächentechnik Solingen [IGOS]. Diese beispielhafte Nennung demonstriert, dass die Region neben einer ausgewogenen Branchenstruktur im verarbeitenden Gewerbe, eine vielseitige Forschungslandschaft vorweisen kann.

In der strategischen Ausrichtung der Wirtschaftsregion muss eine intensive Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft im Fokus stehen. Dieser Ansatz steht im Zentrum der Aktivitäten um eine Stärkung der unternehmerischen Strukturen und der Verbesserung der regionalen Wirtschaftsentwicklung.

### Stärkung der industriellen Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit

Die Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck ist einerseits geprägt durch ihre traditionellen

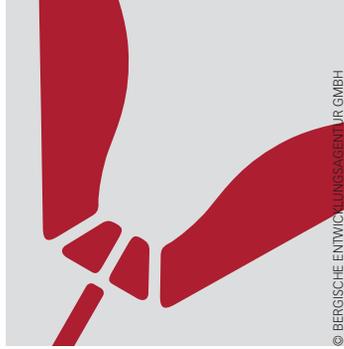
Branchen wie beispielsweise Werkzeugfertigung, Schneidwaren sowie Oberflächentechnik. Andererseits haben sich in den letzten Jahren Kompetenzfelder [Automotive, Event / Kommunikationswirtschaft, Health & Personal Care und Produktdesign /-entwicklung] entwickelt, die durch global agierende Unternehmen getragen werden.

Diese stehen täglich vor der Herausforderung, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, um am globalen Markt weiterhin bestehen zu können. Hierbei sind vor allem innovative Produkte gefragt, die auf dem Markt als Kernkompetenzen wahrgenommen werden und die mit der Eröffnung neuer Produktlebenszyklen Umsatzanteile sichern oder neu erschließen. Die Umsetzung guter und neuartiger Ideen in innovative Produkte und Dienstleistungen ist sowohl das Resultat von Forschungs- und Entwicklungsarbeiten als auch von internen Prozessen.

In kleinen und mittelständischen Unternehmen sind Kapazitäten für [eigene] Forschungs- und Entwicklungsarbeiten nur sehr begrenzt vorhanden. Eine verstetigte Zusammenarbeit mit forschenden Einrichtungen sowie der Austausch zwischen Unternehmen können dazu beitragen, die Produktentwicklung, Umsetzung und Markteinführung guter Ideen zu beschleunigen. Hierzu sollen Kooperationsstrukturen aufgebaut und Austauschplattformen installiert werden.

### Kooperationen zeigen auch Wirkung auf dem Bildungs- und Arbeitsmarkt

Die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften wird auch in Zukunft zu einem entscheidenden Faktor wirtschaftlicher Entwicklung gehören. Damit ist Bildungsförderung nicht nur unter gesellschafts-



politischen, sondern auch wirtschaftspolitischen Aspekten eine zentrale strategische Aufgabe. Hier muss es gelingen, zum einen möglichst viele Kinder, Jugendliche und Erwachsene aus der Region adäquat auszubilden und vor allem vor Ort zu halten. Gleichzeitig gilt es, die Region auch für den Zuzug von Fachkräften attraktiv zu machen. Beispielsweise kann eine enge Zusammenarbeit im Sinne von Praktika, Ausbildungsplätzen und/oder Facharbeiten junge Nachwuchskräfte in ihrer Berufsorientierung sensibilisieren. Aus der Perspektive des Unternehmens kann durch Netzwerkaktivitäten mit Schülern, Studierenden oder Absolventen die Fachkräfteakquise qualitativ unterstützt werden und beeinflusst damit maßgeblich den regionalen Arbeitsmarkt.

Alles in allem kann eine engere Zusammenarbeit zwischen Akteuren aus Wirtschaft und Wissenschaft die bereits gut aufgestellte unternehmerische Struktur der Wirtschaftsregion im Hinblick auf Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit zukünftig noch weiter stärken.

## ZUKUNFT

### ZUKUNFTSMÄRKTE ETABLIEREN

Kreativwirtschaft sowie die Entwicklung und Anwendung regenerativer Energien werden zum festen Bestandteil der regionalen Wirtschaftsstruktur ausgebaut. Dies umfasst in der kreativen Ökonomie vor allem die Bereiche Industrie- und Produkt-Design. Zudem wird das Themengebiet Ressourceneffizienz zu einer bedeutenden Querschnittskompetenz entwickelt.

### HANDLUNGSFELDER

- W** — FORSCHUNG / ENTWICKLUNG
- W** — WIRTSCHAFTSSTRUKTUR
- W** — ARBEITSMARKT / HUMANKAPITAL

## TRADITION

### KLASSISCHE MÄRKTE ERHALTEN

Die Wirtschaft der Region ist geprägt von hochspezialisierten mittelständischen Produktionsunternehmen die vielfach inhabergeführt wird. Das damit verbundene Knowhow und die ausgeprägte Flexibilität sind wesentliche Stärken, die es durch gezielte Unterstützung insbesondere im Bereich der Innovationsförderung zu erhalten gilt.

### HANDLUNGSFELDER

- W** — FORSCHUNG / ENTWICKLUNG
- W** — WIRTSCHAFTSSTRUKTUR
- W** — STANDORT / GEWERBEIMMOBILIEN
- W** — ARBEITSMARKT / HUMANKAPITAL

## ERFINDUNGSREICHTUM

### DER KOPF BLEIBT HIER

»Tüftlermentalität« und Erfindungsreichtum waren und sind die Grundlage wirtschaftlicher Prosperität im Städtedreieck. Kompetenzen und Know-how müssen gebunden und ausgebaut werden. Die Rolle des Städtedreiecks als Ideenschmiede und Vordenker, vor allem im Bereich Metallherzeugnisse, Lack- und Kunststofftechnik, Maschinenbau und Oberflächentechnik, ist durch eine gezielte Fachkräfteentwicklung weiter zu stärken.

### HANDLUNGSFELDER

- W** — FORSCHUNG / ENTWICKLUNG
- W** — GRÜNDUNG
- W** — WIRTSCHAFTSSTRUKTUR
- W** — ARBEITSMARKT / HUMANKAPITAL

**GRÜNDUNG****GRÜNDERREGION NR.1  
IN NRW**

Das Städtedreieck verfügt über eine ausgezeichnete Beratungsstruktur, eine aufgeschlossene »Gründer-Uni«, engagierte Gründerprojekte und funktionierende Gründernetzwerke.

Diese Voraussetzungen sind ideal, um die Region im Wettbewerb um den gründerfreundlichsten Standort optimal aufzustellen und damit auch für Neugründer aus anderen Regionen attraktiv zu machen.

**HANDLUNGSFELDER**

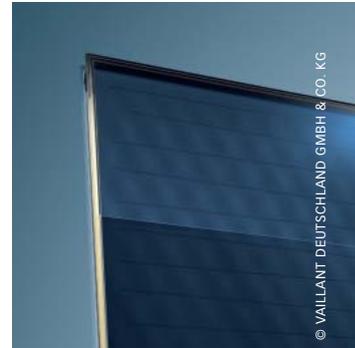
- W** — GRÜNDUNG
- W** — WIRTSCHAFTSSTRUKTUR
- W** — STANDORT /  
GEWERBEIMMOBILIEN
- W** — ARBEITSMARKT /  
HUMANKAPITAL

**BILDUNG****BILDUNGSANGEBOTE  
WERDEN SYNCHRONISIERT**

Die gut aufgestellten Bildungs- und Weiterbildungsangebote in der Region werden synchronisiert – speziell für die ingenieur- und naturwissenschaftlichen Bereiche sowie die Bildungsfelder Soziales, Gesundheit und Pflege werden Bildungslinien herausgearbeitet, die mit den wirtschaftsstrukturellen Zielen systematisch verknüpft werden.

**HANDLUNGSFELDER**

- W** — BILDUNG
- W** — FORSCHUNG /  
ENTWICKLUNG
- W** — ARBEITSMARKT /  
HUMANKAPITAL



© VAILLANT DEUTSCHLAND GMBH &amp; CO. KG



© GUNNAR BÄLDLE

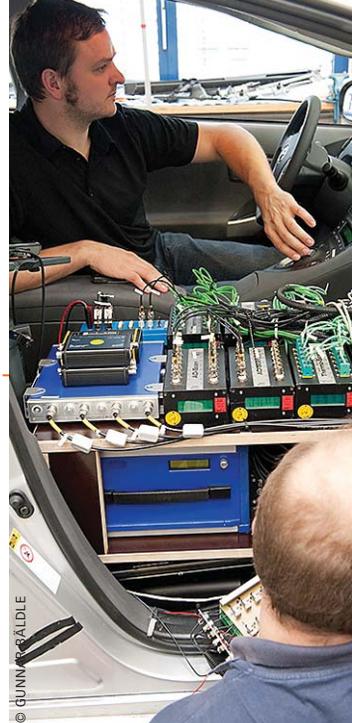
## WISSENS- UND TECHNOLOGIETRANSFER

### PRODUKTENTWICKLUNG UND INNOVATIONSMANAGEMENT FÜR KLEIN- UND MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN

Die Entwicklung des Bergischen Städtedreiecks zu einer dynamischen und zukunftsfähigen Wirtschafts- und Wissensregion bedarf kräftiger Impulse für Innovation und Forschung und Entwicklung – insbesondere mit Blick auf die Struktur kleiner und mittelständischer Unternehmen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf »Wissenstransfer« und dies vor allem in den technologischen Kompetenzfeldern Automotive, Metallverarbeitung und Produktentwicklung und -design. Projekte, die diesem Cluster zugeordnet werden, tragen zu einem verstetigten Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft bei, um in der Konsequenz die Planung, Durchsetzung und Veralltäglichung neuer Ideen zu unterstützen.

### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- W — ZUKUNFT
- W — TRADITION
- W — ERFINDUNGSREICHTUM



## BEISPIELHAFTHE PROJEKTE

### ACTIVE SAFETY CAR

Unter der Federführung von Delphi und einem Konsortium Wuppertaler Unternehmen sowie der Bergischen Universität Wuppertal wird die prototypische Entwicklung eines aktiven Fahrerassistenzsystems fokussiert, um die Fußgänger- und Verkehrssicherheit zu optimieren. Innovativer Kern

dieser Entwicklung ist die Kombination von Kommunikation und Kamerasystem. Um die Entwicklung der notwendigen Teilkomponenten zu realisieren, übernehmen die Projektpartner gemäß ihrer technologischen Kernkompetenz unterschiedliche, aufeinander abgestimmte Aufgaben.

### beFIT

Das Projekt »Bergische Förderung Internationaler Technologiegründungen« [beFIT] forciert technologische und wissensbasierte Gründungen. Die Projektleitung liegt bei der Wirtschaftsförderung Wuppertal, die Projektpartner sind die Bergische

Universität, die Technologiezentren GuT Solingen und W-tec sowie die Bergische Entwicklungsagentur. Das Bergische Städtedreieck baut mit diesem Vorhaben die Kompetenzen in Richtung technologische und wissensbasierte Gründungen weiter aus.

### INTELLIGENZ IN METALL

Ziel des gemeinsam von der Wirtschaftsförderung Solingen und der FGW Remscheid betriebenen Projektes ist es, die weltweite Spitzenposition der bergischen Region als Zentrum der metallbe- und -verarbeitenden Unternehmen auszubauen. Die Basis bildet dabei die Tradition im Be-

reich der Werkzeug- und Schneidwarenindustrie. Diese Zielsetzung basiert auf den Forderungen der regionalen Industrie: Beseitigung des Fachkräftemangels, Sicherung der Marktführerschaft, Steigerung der Qualität und verbesserter Schutz des geistigen Eigentums.

## EFFIZIENZSTRUKTUREN

### RESSOURCEN- UND ENERGIEEFFIZIENZ

Die – vor allem für eine Industrieregion – wichtigen Zukunftsfelder Umwelt, Energie und Ressourceneffizienz werden in diesem Projektcluster berücksichtigt. Das Bergische Städtedreieck ist institutionell gut aufgestellt [EnergieAgentur.NRW, Effizienz-Agentur NRW, Wuppertal Institut usw.] und begleitet, berät und unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen der Region in diesem Feld. Projekte, die diesem Cluster zugeordnet werden, haben das Ziel Materialkosten abzusenken, Prozesse zu optimieren, den Einsatz von Betriebsstoffen zu verbessern usw.



### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- W** — ZUKUNFT
- W** — TRADITION

## BEISPIELHAFTE PROJEKTE

### EFA-REGIONALBÜRO IM STÄDTEDECK

Die Effizienz-Agentur NRW [EFA] wurde auf Initiative des Umweltministeriums NRW mit der Aufgabe gegründet, kleinen und mittleren Unternehmen in Nordrhein-Westfalen Impulse zu einer ressourceneffizienteren Wirtschaftsweise zu geben und sie bei der Umsetzung von Maßnahmen im Produktionsintegrierten Umweltschutz [PIUS] zu un-

terstützen. In gemeinsamer Trägerschaft mit der Bergischen Entwicklungsagentur wurde 2008 das EFA-Regionalbüro Bergisches Städtedreieck in Solingen eröffnet. Kleine und mittlere Unternehmen im Wirtschaftsraum Bergisches Land können so vor Ort vom EFA-Beratungsangebot profitieren.

### BACHELOR INNOVATIONSMANAGEMENT

Ein interdisziplinärer Ingenieurstudiengang, welcher die Anforderungen der Ressourceneffizienz und einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Wirtschaft kombiniert, soll den mittelständischen Unternehmen bestens qualifizierte Fachkräfte anbieten. Das Angebot soll nicht nur zusammen

mit den Unternehmen entwickelt werden, sondern auch eine vertragliche Bindung darstellen, so dass mit den Firmen und Studierenden auf der einen Seite und die Hochschule auf der anderen Seite eine individuelle Ausgestaltung des Studiums möglich ist.



## NACHWUCHS- UND BESCHÄFTIGUNGSFÖRDERUNG

### QUALIFIZIERUNG UND BESCHÄFTIGUNGSPULSE – NACHWUCHS FÜR DIE TECHNIKREGION

Das Bergische Städtedreieck als Technik- und Unternehmensregion ist in vielerlei Hinsicht auf qualifizierte Nachwuchskräfte angewiesen: einerseits gilt es, den Unternehmensbestand der Region durch Bündelung von Initiativen für Nachfolgeregelungen zu sichern sowie durch Neugründungen weiter auszubauen. Andererseits benötigen die technisch orientierten Unternehmen der Region qualifizierte Nachwuchskräfte, um sich auch zukünftig auf dem Markt behaupten zu können. Neben technisch orientierten Ansätzen für die Nachwuchsförderung stehen Projekte mit Blick auf den demografischen Wandel [Alterung, Schrumpfung und Migration] und das lebenslange Lernen im Mittelpunkt.

#### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- W** — ERFINDUNGSREICHTUM
- W** — GRÜNDUNG
- W** — BILDUNG

## BEISPIELHAFTHE PROJEKTE

### JUNIOR UNI

Die Junior Uni soll die erste dauerhaft angelegte und eigenständige Kinder- und Jugend-Universität im Bereich Natur und Technik werden. Das Konzept verfolgt den nachhaltigen Anspruch, möglichst vielen begabten, leistungswilligen und leistungsfähigen Kindern und Jugendlichen den Zugang zur

Junior Uni zu ermöglichen – auch aus so genannten »bildungsfernen Schichten«. Sie soll als künftige Bildungseinrichtung professionell und additiv zum institutionellen Betreuungs- und Schulsystem betrieben werden.

### BERGISCHES SCHULTECHNIKUM [BeST]

Das Projekt zielt darauf ab, den Schülerinnen und Schülern der Jahrgangsstufen 9 bis 13 Technikunterricht im Zusammenhang mit Maßnahmen zur Berufsorientierung zukommen zu lassen und ihnen eine fundierte technische Grundbildung

zu vermitteln. Die Schülerinnen und Schüler lernen Technik nicht in Form von reinen Vorträgen kennen, sondern erfahren sie meist in Form technischer Experimente zur Lösung von Problemstellung aus spannenden Feldern innovativer Technologien.

### FACHKRÄFTEAKQUISE

Mit diesem Projekt wird das Thema »Nachwuchs für die Technikregion« strategisch ausgearbeitet. Eine Kommunikationskampagne muss in Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen entstehen, um damit auch ihre Bedürfnisse und Wünsche im Bereich Fachkräfteakquise abzufangen. Demnach

konzentriert sich dieses Vorhaben einerseits auf den Bedarf aus der Wirtschaft und andererseits auf das Interesse und den Anspruch von Absolventen bzw. jungen Fachkräften bei der Wahl ihres Arbeitgebers – und damit auch die Entscheidung für das Bergische Städtedreieck als privater Lebensraum.

## WIRTSCHAFTLICHE ZUKUNFTSSTANDORTE

### GEWERBEFLÄCHENENTWICKLUNG

Zeitgemäße und ausreichend dimensionierte Gewerbeflächen sind für die Ansiedlung von neuen Gewerbebetrieben und vor allem für die Standortbindung bestehender Unternehmen eine wichtige Voraussetzung. Die Inwertsetzung vorhandener und die gezielte Qualifizierung neuer Flächen ist daher äußerst wichtig, um den veränderten Ansprüchen von Gewerbetreibenden gerecht zu werden. Im Sinne einer nachhaltigen Gewerbeflächenentwicklung gilt es, die vorhandenen Flächenpotenziale möglichst effektiv zu nutzen.



© MEDIENZENTRUM STADT WUPPERTAL

### DIENT FOLGENDEN ZIELEN:

- W — ZUKUNFT
- W — TRADITION
- W — GRÜNDUNG
- S — INNENENTWICKLUNG

## BEISPIELHAFTHE PROJEKTE

### INNOVATIONSZENTRUM METALL UND BÖKER-BAU

Der Zukunftsstandort Innovationszentrum Metall ist im Stadtumbaugebiet Stachelhausen, Blumental, Honsberg und Kremenholz das zentrale Stadtentwicklungsprojekt der Stadt Remscheid. Nukleus

des Innovationszentrums ist der seit dem Jahr 2008 leerstehende Böker-Bau, der als beeindruckendes stadtbildprägendes Industrieobjekt und Zeugnis der Industriegeschichte Remscheids neuen Nutzungen und Funktionen zugeführt werden soll.

### ENGINEERING PARK IN WUPPERTAL

Der Engineering Park entsteht auf dem circa 400.000 Quadratmeter großen Gelände der ehemaligen Generaloberst-Hoepfner-Kaserne. Es ist vorgesehen, einen Mix aus reinen Wohnflächen, kombinierten Wohn- und Arbeitsflächen, einer guten Nahversorgung, kleineren Büroflächen, klassischen Gewerbeflächen und Industrieflächen entstehen zu

lassen und damit für einen gesunden Branchenmix zu sorgen. Das Projekt ist ein Beispiel großflächiger Brachflächenentwicklung. Aufgrund des hochwertigen und auch großzügigen Flächenangebots und der guten verkehrlichen Erschließung bietet der Engineering Park eine attraktive Ansiedlungsfläche für Unternehmen der Region und von außerhalb.

### REGIONALES GEWERBEFLÄCHENKONZEPT

In einem regionalen Gewerbeflächenkonzept soll die Nachfrage nach Gewerbeflächen aus den vergangenen Jahren analysiert und die derzeit vorhandenen Reserveflächen für die Region aufbereitet werden. Ein regionales Flächenmanagement kann durch eine geeignete Prioritätensetzung und

Vermarktungsstrategie künftige Entwicklungen steuern und den gegenseitigen Wettbewerb und Flächenfraß verhindern. Die Beispiele der letzten Jahre zeigen, dass auch inzwischen nicht mehr genutzte Gewerbeflächen dem Markt wieder zugeführt werden können.

## AUSBLICKE



VORNAME NACHNAME



VORNAME NACHNAME



DIES IST EIN TYPOBLINDTEXT. AN IHM KANN MAN SEHEN, OB ALLE BUCHSTABEN DA SIND.«

VORNAME NACHNAME, INSTITUTION.



Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie *Hamburgetonts*, *Rafgenduks* oder *Handgloves*, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten – man nennt diese Sätze«.

VORNAME NACHNAME, INSTITUTION.





Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen.«

**VORNAME NACHNAME, INSTITUTION.**



VORNAME NACHNAME



VORNAME NACHNAME



DIES IST EIN TYPOBLINDTEXT. AN IHM KANN MAN SEHEN, OB ALLE BUCHSTABEN DA SIND.«

**VORNAME NACHNAME, INSTITUTION.**

# IMPRESSUM

## **BEARBEITUNG**

Bergische Entwicklungsagentur GmbH  
Stadt- und Regionalentwicklung  
Kölner Straße 8  
42651 Solingen

Benedikt Brester  
Gesa Eindorf  
Verena Kreuter  
Sven Macdonald  
Bodo Middeldorf  
Annette Nothnagel  
Holger Piwowar  
Marco Scheil  
Arne Schwöbel  
Asal Tayouri  
Carsten Zimmermann

## **PROJEKTLEITUNG**

Carsten Zimmermann  
Tel. +49 [0] 212 881606 68  
Fax +49 [0] 212 881606 66  
zimmermann@bergische-agentur.de  
www.bergische-agentur.de

## **GESTALTUNG UND LAYOUT**

Jennifer Saikowski

Solingen, im November 2010

Die Bergische Entwicklungsagentur GmbH ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Städte Wuppertal, Solingen, Remscheid, der bergischen Stadtsparkassen, der IHK und der Wirtschaftsförderung Wuppertal. Die Bergische Entwicklungsagentur bündelt und koordiniert Entwicklungsaufgaben und Strukturprojekte von regionaler Bedeutung.





© ARNO LANDSCHAFTSARCHITEKTEN



© BERGISCHE ENTWICKLUNGSAGENTUR GMBH



© VAILLANT DEUTSCHLAND GMBH & CO. KG

