

Beschlussvorlage	Geschäftsbereich	Stadtentwicklung, Bauen und Verkehr
	Ressort / Stadtbetrieb	Ressort 101 - Stadtentwicklung und Stadtplanung
	Bearbeiter/in Telefon (0202) Fax (0202) E-Mail	Bodo Middeldorf 563 5816 563 8418 bodo.middeldorf@stadt.wuppertal.de
	Datum:	05.04.2004
	Drucks.-Nr.:	VO/2431/04 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
06.05.2004	Stadtentwicklungsausschuss	Beschlussempfehlung
19.05.2004	Hauptausschuss	Beschlussempfehlung
24.05.2004	Rat der Stadt Wuppertal	Entscheidung
Masterplan zur Entwicklung der Wuppertaler Gewerbeparks		

Grund der Vorlage

Auf der Basis des von der Stadt an die Fa. Agiplan vergebenen Gutachtens zur inhaltlichen Profilierung der vier Wuppertaler Gewerbeparks Kleinhöhe, GOH-Kaserne, Rangierbahnhof Vohwinkel und MediaPark wird mit dem Masterplan eine Empfehlung zur konkreten Umsetzung hinsichtlich der weiteren strukturellen und städtebaulichen Ausgestaltung sowie zu Ansätzen der Vermarktung vorgelegt. Der Masterplan dient als Grundlage für die weitere planerische Entwicklung und Vermarktung der vier Gewerbeparks.

Beschlussvorschlag

Die Verwaltung wird beauftragt, den Grundstücksankauf, die Bauleitplanung, und andere erforderliche Maßnahmen zur Entwicklung der einzelnen Gewerbeparks sowie die Grundstücksvermarktung an den Maßstäben des Masterplans auszurichten und Vorschläge für die Schaffung geeigneter Organisationsstrukturen zur effektiven, zeitnahen Umsetzung der Ziele zu erarbeiten.

Einverständnisse

Der Kämmerer ist einverstanden

Unterschrift

Uebrick

Begründung

1. Grundlagen der Gewerbeparkstrategie

1.1 Ziele und Aufgaben

Die Realisierung des Wuppertaler Gewerbeparkkonzeptes stellt einen wichtigen Baustein im Rahmen der wirtschaftspolitischen Gesamtstrategie für den Standort Wuppertal dar. Geleitet ist dies von der Zielsetzung,

- die **quantitative Versorgung** der Wuppertaler Wirtschaft mit Gewerbeflächen sicherzustellen sowie
- über eine **qualitätsvolle Flächenentwicklung** einen zentralen Beitrag zur Stärkung der Wuppertaler Wirtschaft zu leisten und den Strukturwandel aktiv zu begleiten.

Dazu werden derzeit an vier Standorten größere Flächen zu themenbezogenen Gewerbeparks entwickelt:

- Kleinhöhe
- GOH-Kaserne
- Rangierbahnhof Vohwinkel und
- MediaPark Wuppertal

Der Abbau von Arbeitsplätzen hat sich in Wuppertal in den letzten Jahren weiter beschleunigt. So schrumpfte die Beschäftigung seit Beginn der neunziger Jahre um insgesamt 14,3%. Allein im produzierenden Gewerbe gingen fast ein Drittel aller Arbeitsplätze verloren. Dieser Trend schlägt sich nur deshalb nicht in vollem Umfang in der Höhe der Arbeitslosenquote nieder, weil der Bevölkerungsrückgang ebenfalls ein rasantes Tempo angenommen hat.

Dem gegenüber stehen Potenziale wie eine breite Branchenstruktur, eine ausgeprägte Dominanz mittelständischer Unternehmen sowie eine bei vielen auch traditionellen Betrieben vorhandene Fähigkeit zur strukturellen Anpassung. So zeigt sich, dass zahlreiche Firmen im Zuge ihrer betrieblich-räumlichen Umstrukturierungen Aktivitäten am Wuppertaler Standort konzentriert haben. Wuppertal hat sich so, wesentlich gestützt durch ein gut qualifiziertes Fachkräftepotential, zwischenzeitlich fast unbemerkt zu einem Technologiestandort entwickelt. Der Standort positioniert sich mithin nicht nur auf neuen Dienstleistungsmärkten; überdies entwickeln sich alte Industriestrukturen zunehmend in Richtung dienstleistungsgeprägter Produktion.

Es gilt, diese Entwicklungen aufzugreifen und in eine aktive Restrukturierungspolitik einzusteuern, deren wichtigste Säule eine Angebotspolitik im Gewerbeflächenmarkt ist. Damit ist vor allem die Forderung verbunden, die Flächen durch die Unternehmensstruktur und die städtebauliche Qualität über die planerische Ausweisung hinaus mit einer systematischen, thematischen Entwicklung zu qualifizieren. Ziel ist es, mit diesen Gewerbeparks Ausstrahlungseffekte auf das gesamte Stadtgebiet zu generieren und so den strukturellen Modernisierungsprozess der Wuppertaler Wirtschaft aktiv zu flankieren.

Dabei liegen der Strategie zur Entwicklung themenbezogener Gewerbeparks folgende Überlegungen zugrunde:

- Sie bietet die Möglichkeit, eine Adresse zu schaffen, die über das Gewerbegebiet hinaus eine Außenwirkung für den gesamten Wirtschaftsstandort entfaltet.

- In einem verschärften Standortwettbewerb der Kommunen können Vermarktungserfolge nur noch durch herausragende Konzepte erzielt werden.
- Die Erarbeitung eines Konzeptes schafft die Voraussetzung für eine der Bedeutung und der Qualität der Flächen angemessene Nutzung.
- Durch die strukturelle Abstimmung der Ansiedlungen aufeinander werden Synergieeffekte für die Unternehmen ermöglicht.
- Ein auch in der Realisierung in sich konsistentes Gewerbeparkkonzept wird spätestens in der Endphase seiner Entwicklung positive Auswirkungen auf die Wirtschaftsentwicklung des gesamten Raumes nehmen.

Die Stadt Wuppertal hat zur weiteren Konkretisierung der Strategie sowie mit Blick auf die Entwicklung einer gleichermaßen marktgerechten wie wirtschaftspolitisch sinnvollen Konzeption für die einzelnen Gewerbeparkprojekte einen Auftrag an das Beratungsunternehmen Agiplan aus Mühlheim vergeben. Die Ergebnisse liegen nun vor und beziehen sich vor allem auf eine Standort- und Marktanalyse sowie auf Empfehlungen im Hinblick auf die flächenbezogenen Nutzungsschwerpunkte und das Vermarktungskonzept.

Der vorliegende Masterplan baut auf den Ergebnissen dieser Untersuchung auf. Er hat die Aufgabe, im Hinblick auf die Nutzer und die städtebauliche Gestaltung der einzelnen Flächen eine Umsetzungsstrategie zu entwerfen, die an einer konsistenten Gesamtkonzeption orientiert ist.

1.2 Stand der Flächenentwicklung

1.2.1 Kleinhöhe

Zur Vorbereitung des Bauleitplanverfahrens hat die Stadt Wuppertal den Rahmenplan Kleinhöhe erarbeitet, der vom Rat der Stadt Wuppertal am 18.3.2002 mit großer Stimmenmehrheit als Arbeitsgrundlage für die verbindliche Bauleitplanung beschlossen wurde. Im Rahmen des eingeleiteten Bauleitplanverfahren hat die frühzeitige Bürgerbeteiligung im Juni 2002 sowie die ebenfalls gesetzlich festgelegte Anhörung der Träger öffentlicher Belange im August 2002 stattgefunden.

Im Rahmen der zwischenzeitlich ebenfalls fertiggestellten Entwässerungsstudie wurde ein realisierungsfähiges Modell entwickelt, das auf der Basis einer Kombination zentraler und dezentraler Anlagen arbeitet. Aktuell stehen die Vorplanung der Erschließungsstraßen und der Landschaftspflegerische Begleitplan vor dem Abschluss. Eine wichtige Aufgabe des Landschaftspflegerischen Begleitplanes ist es, das Umfeld der geschützten Quellen und Bachläufe mit Hilfe der erforderlichen naturschutzrechtlichen Ausgleichsmaßnahmen ökologisch zu entwickeln. Ein neues Wanderwegenetz, das auch zur Attraktivitätssteigerung des Gewerbeparks beiträgt, wird in die landschaftspflegerischen Planungen integriert. Mit dem Landesbetrieb Straßenbau NRW konnte eine einvernehmliche Lösung zur verkehrlichen Verknüpfung des Gewerbeparks mit der Nevigeser Straße erarbeitet werden.

Der Offenlegungsbeschluss ist für Mitte 2004 und die Rechtskraft des Bebauungsplanes für Anfang 2005 vorgesehen, so dass voraussichtlich Mitte 2005 mit der Erschließung des ersten Bauabschnittes begonnen werden kann.

1.2.2 GOH-Kaserne

Die Bundeswehr hat den Standort Wuppertal Ende 2003 vollständig aufgegeben. Die bei dem Eigentümer Bund für die Verwaltung der Fläche zuständige ‚Gesellschaft für Entwicklung, Beschaffung und Betrieb‘ (GEBB) hat zusammen mit der Stadt und der

Wirtschaftsförderungsgesellschaft eine Machbarkeitsstudie erstellt. In der Studie wird auf der Basis eines Ratsbeschlusses von einer vollständigen Nutzung der Kasernenflächen als Gewerbepark ausgegangen.

Die Ziele der Machbarkeitsstudie sind:

- Erarbeitung eines Nutzungs- und städtebaulichen Konzeptes zur Vorbereitung der verbindlichen Bauleitplanung
- Schaffung einer Gesprächsgrundlage für Investoren und Nutzer
- Abschätzung der finanziellen Aufwendungen zur Umsetzung des Gewerbeparks.

Die Studie ist mittlerweile abgeschlossen und wurde den politischen Gremien bereits vorgestellt. Auf der Grundlage eines Einleitungsbeschlusses für die Aufstellung eines Bebauungsplanes und die Änderung des Flächennutzungsplanes wird das Entwicklungskonzept im Rahmen der frühzeitigen Bürgerbeteiligung zur Diskussion gestellt. Die GEBB hat sich im Rahmen der Vereinbarung mit der Stadt zur Erarbeitung der Machbarkeitsstudie verpflichtet, die für eine zügige Abwicklung des Planungsprozesses erforderlichen Untersuchungen (Umweltverträglichkeitsstudie, Entwässerungsgutachten, Denkmalschutzgutachten und Straßenvorentwurf) ohne zeitliche Verzögerung in enger Abstimmung mit der Stadt zu beauftragen.

1.2.3 Rangierbahnhof Vohwinkel

Anfang 2003 wurde von Seiten der Stadt die erste größere Teilfläche des Rangierbahnhofgeländes angekauft. Über den Ankauf der verbleibenden Fläche wird zur Zeit mit der zweiten Bahngesellschaft verhandelt. Ein Vertragsabschluß ist bis Mitte des Jahres zu erwarten. Die Stadt ist dann im Besitz der gesamten inneren Bahnhofsfäche.

Parallel zu den Ankaufsverhandlungen wird zur Zeit unter Einbeziehung der angrenzenden Bereiche an der Vohwinkeler Straße ein Bauleitplanverfahren vorbereitet. Die frühzeitige Bürgerbeteiligung als erster formaler Schritt im Verfahren ist im Frühjahr 2004 vorgesehen. Nach ersten verwaltungsinternen Abstimmungen werden zur Zeit die wichtigsten Gutachtenvergaben (Verkehrsuntersuchung und Umweltverträglichkeitsprüfung) vorbereitet bzw. durchgeführt.

1.2.4 MediaPark Wuppertal

Als Grundlage für die Entscheidung des Landes hinsichtlich einer finanziellen Unterstützung des Projektes hat das renommierte immobilienwirtschaftliche Beratungsunternehmen Bulwien aus München im Rahmen einer Machbarkeitsstudie die Tragfähigkeit des Gesamtkonzeptes MediaPark und seiner Einzelbausteine unter die Lupe genommen. Schwerpunkte der Untersuchung waren vor allem die Abschätzung künftiger Nachfragepotenziale, ein Vergleich mit anderen, z.T. benachbarten Medienstandorten sowie eine Wirtschaftlichkeits-Bewertung.

Im Ergebnis dieser auch für andere Projekte bedeutsame ersten systematischen Aufarbeitung des Immobilienstandortes Wuppertal werden dem MediaPark Wuppertal gute Realisierungschancen bescheinigt. Insbesondere die Tatsache, dass es derzeit in Wuppertal kein vergleichbares Angebot gibt und Büroflächennachfrager bislang regelmäßig vertröstet werden müssen, führte zu der positiven Bewertung des Gutachters. Der MediaPark werde die Stadt daher nicht nur im Hinblick auf die Positionierung als Medien-Standort, sondern auch in immobilienwirtschaftlicher Hinsicht nach vorne bringen. Ähnlich das Votum zum Veranstaltungszentrum: Aufgrund des Fehlens einer Multifunktionshalle finden Veranstaltungen derzeit im Bergischen Städtedreieck erst gar nicht statt. Dabei bestünde ein Potenzial, das durchaus eine Belegung von durchschnittlich 140 Tagen im Jahr realistisch

erscheinen ließe – und damit die Schwelle zum wirtschaftlichen Betrieb einer solchen Location erreichen würde. Einzig im Falle des geplanten Hotels meldeten die Experten in der augenblicklichen Situation erhebliche Zweifel an, machten aber gleichzeitig deutlich, dass die Tragfähigkeit des Gesamtkonzeptes auch bei Fehlen dieses Einzelbausteins gewährleistet sei.

Parallel zur Untersuchung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit wurden ein Verkehrsgutachten sowie ein Lärmschutz- und Klimagutachten erstellt, die die Randbedingungen für die Entwicklung des Projektes in der geplanten Form untersuchten und Handlungsvorgaben ableiteten. Damit sind wesentliche Grundlagen auch für das angelaufene Verfahren zur Aufstellung eines Bebauungsplanes geschaffen.

Auf der Basis des Mitte 2003 gefassten Ratsbeschlusses laufen die Verhandlungen mit den Eigentümergesellschaften Deutsche Bahn AG und Aurelis über den den Ankauf. Gutachten zur Einleitung der Rückbau- und Aufbereitungsmaßnahmen befinden sich in Vorbereitung.

2. Nutzungskonzepte für die Gewerbeparks

2.1 Grundsätze der Gewerbeparkentwicklung

Aus der vorstehenden Zielsetzung der Gewerbeparkstrategie sowie den Ergebnissen der Agiplan-Studie lassen sich im Hinblick auf die konkrete Ausgestaltung der Flächenkonzeptionen folgende Grundsätze ableiten:

1. Für die Flächen müssen Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet werden, um eine Positionierung im Rahmen des Städtewettbewerbs zu ermöglichen und damit die Vermarktbarkeit sicherzustellen.
2. Die Entwicklung der vier Wuppertaler Gewerbeparks findet im Rahmen eines integrierten Gesamtkonzeptes statt, in dem die Einzelflächen einen auf die Gesamtzielsetzung abgestimmten strukturpolitischen Einzelbeitrag leisten.
3. Flächen suchenden Wuppertaler Unternehmen muss im Rahmen der Gewerbeflächenentwicklung eine Verlagerungs- bzw. Erweiterungslösung geboten werden können.
4. Die inhaltliche Schwerpunktsetzung muss sich an einer Nutzung und einem Ausbau der vorhandenen Standortstärken orientieren sowie eine Teilhabe an wachsenden Märkten anstreben.
5. Die Gewerbeparkstrategie stellt ein Konzept zur Unterstützung und Modernisierung des Wuppertaler Wirtschaftsstandortes dar. Um zu positiven Gesamteffekten zu gelangen, muss die inhaltliche Verbindung mit der Wuppertaler Wirtschaftsstruktur gesucht werden.
6. Die Ausrichtung der Nutzungskonzepte sollte sich in den Kontext der gesamtstädtischen Profilierungs- und Kommunikationsstrategie einordnen lassen, der mit einer Bündelung und inhaltlichen Konzentration auf einzelne wirtschaftliche Kompetenzfelder ein größerer konzeptioneller Rahmen zugrunde liegt.
7. Die Gewerbeparks sollen ein an ihre spezielle Ausrichtung angepasstes städtebauliches Gesicht erhalten. Durch dieses individuelle städtebauliche Profil wird

einerseits die jeweilige nutzungsspezifische Schwerpunktsetzung unterstützt und andererseits die Adressenbildung für die Themenparks gefördert.

2.2 Flächenkonzeptionen

2.2.1 Kleinhöhe

Allgemeines	
Titel	Wuppertal NewArea
Ansiedlungsphilosophie	Aufgreifen der Zukunftstrends durch Neuansiedlung von Unternehmen vorrangig außerhalb der Region
Strukturpolitische Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Arbeitsplatzbilanz durch Neuansiedlung • Verbesserung des Standortimages • Wirtschaftsstrukturelle Erneuerung
Entwicklungsanforderungen	Durch die fehlende gewerbl. Vorprägung muss bei einer schrittweisen Entwickl. bereits zu Beginn deutlich werden, dass in der Endstufe ein Gewerbepark mit einem hoch-wertigen Anspruch entsteht, damit sich ein frühzeitiger Vermarktungserfolg einstellt

Strukturelle Konzeption	
Flächenbegabung	Die landschaftl. Bedeutung und Naherholungsfunktion der Fläche schließen eine industrielle Nutzung der Fläche aus. Zudem würde die Topographie großflächige Nutzungen nur mit hohen Zusatzkosten ermöglichen
Zielgruppen / Branchenschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen aus dem Bereich wachsender Märkte • Kombinationsfelder von Produktion und Dienstleistung (z.B. Entwicklungsabteilungen) • Kompetenzfeld Health Care
Unternehmensgröße	Schwerpkt. im Bereich mittelständischer Unternehmen, keine Großbetriebe
Akquisitionsradius	Überregionale Akquisition mit nationalem und internationalem Radius
Instrumente zur Sicherung der strukturellen Konzeption	Intensive Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landes NRW in (internationalen) Akquisitionsfragen und der Nutzung projektbezogener Förderinstrumentarien (z.B. BioRegio), Positivliste

Städtebauliche Konzeption	
Flächenbegabung	Das entscheidende städtebauliche Charakteristikum und herausragende Alleinstellungsmerkmal des Gewerbeparks Kleine Höhe ist die Einbindung in den Landschaftsraum die Nähe zum Golfclub Bergisch Land.
Städtebauliche Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Im Eingangsbereich der Kleine Höhe soll durch eine Landschaftsinsel auf den Bezug zum Freiraum verwiesen werden. • Das Erschließungssystem ist durch eine Vielzahl von Wegebeziehungen in die Landschaft geprägt. • Die Erschließungsstraßen im Gebiet sollen Alleecharakter aufweisen.
Architektonische Gestaltung	Auf den Grundstücken soll eine Verflechtung der Baukörper und genutzten Freiflächen mit dem umliegenden Freiraum möglich sein.
Grundstücksgößen	kleinere bis mittlere Größen, eingeschränkte Variabilität, um homogenes Erscheinungsbild zu erreichen
Instrumente zur Sicherung der städtebaulichen Konzept.	Im Rahmen der städtebaulichen Kriterien soll den späteren Nutzern ein hohes Maße an architektonischer Flexibilität eröffnet werden, um Raum für die bauliche Darstellung der Firmenphilosophie zu geben.

2.2.2 GOH-Kaserne

Allgemeines	
Titel	Engineering Park Wuppertal
Ansiedlungsphilosophie	Inhaltliche Schwerpunktsetzung mit Unternehmen aus dem Bereich der produktionsorientierten Kompetenzfelder
Strukturpolitische Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsplatzsicherung durch Bestandsentwicklung • Verbesserung des Standortimages • Stärkung des Untern.-clusters durch Schaffung von Synergieeffekten für die Betriebe
Entwicklungsanforderungen	Aus den Gestaltqualitäten des vorhandenen Gesamtbildes muss die Chance einer Standortprofilierung entwickelt werden. Die herausgehobenen Entwicklungspotenziale werden aber nur dann genutzt werden können, wenn die Denkmalschutzanforderungen die Nutzung der vorhandenen Gebäude und Freiflächen nicht einschränken.

Strukturelle Konzeption	
Flächenbegabung	Teil der Technologieachse Süd
Zielgruppen / Branchenschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • Untern. aus dem Cluster Automotive, Maschinen- und Werkzeugbau, Metallverarb. • Produz. Gewerbe und Dienstleistungen mit Orientierung an Wertschöpfungsketten
Unternehmensgröße	gemischt, Großbetriebe aufgrund Flächenverfügbarkeit und Zuschnitt mögl.
Akquisitionsradius	Lokale und regionale Bestandsentwicklung sowie gezielte überregionale Akquisition
Instrumente zur Sicherung der strukturellen Konzeption	<ul style="list-style-type: none"> • Definition einer Negativliste mit Ausschluss bestimmter Betriebsgruppen • gestaffelte Grundstückspreise gemäß strukturpolitischer Wirksamkeit (Arbeitsplatzdichte, Bedeutung für Wertschöpfungsketten)

Städtebauliche Konzeption	
Flächenbegabung	<ul style="list-style-type: none"> • Das Gelände verfügt über eine – nach erfolgtem Ausbau der L 418 und L 419 noch optimierte – sehr gute Anbindung an das überörtl. Verkehrsnetz. • Durch die bereits bestehende terrassierte Anlage und einen hohen Freiflächenanteil ist die Fläche gewerblich gut nutzbar. • Gleichzeitig weist das Kasernengelände im Bereich der Kompaniegebäude und durch die Vernetzung mit dem Landschaftsraum eine hohe Attraktivität auf.
Städtebauliche Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Prinzipielle Erhaltung der städtebaul. Strukturen im Bereich der Kompaniegebäude • Hohe Flexibilität hinsichtlich Bestandsnutzung und Neubau sowie Produktion und Dienstleistungen sicherstellen • Struktur der inneren und äußeren Erschließung erhalten • Die vorhandenen Grünstrukturen sind in ihrem Vernetzungscharakter als Grundgerüst für die weitere Entwicklung anzusehen.
Architektonische Gestaltung	Im Zuge der angestrebten Nutzungsbreite soll zugleich ein hohes Maß an architektonischer Flexibilität ermöglicht werden.
Grundstücksgrößen	Hohe Variabilität in der Grundstücksaufteilung
Instrumente zur Sicherung der städtebaulichen Konzeption	<ul style="list-style-type: none"> • Frühzeitige Abstimmung mit der Bezirksregierung in Denkmalschutzfragen • Bebauungsplan

2.2.3 Rangierbahnhof Vohwinkel

Allgemeines	
Titel	Mittelstandspark VohRang
Ansiedlungsphilosophie	Aufgreifen des größtenstrukturellen Alleinstellungsmerkmals Mittelstand des Standortes Wuppertal mit lokalem Ansiedlungsschwerpunkt
Strukturpolitische Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsplatzsicherung durch Bestandsentwicklung • Förderung von Existenzgründungen
Entwicklungsanforderungen	Die ökologischen Anforderungen müssen mit der auch im Sinne der Flächeninanspruchnahme sinnvollen Nutzung einer Brachfläche im Innenbereich als Gewerbepark vereinbar gemacht werden. Dies gilt auch und insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit.

Strukturelle Konzeption	
Flächenbegabung	Das Gelände ist geprägt durch die Dominanz traditioneller gewerbl. Nutzung im Umfeld
Zielgruppen / Branchenschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • Untern. aus Wpt und der näheren Umgebung ohne branchenstrukturellen Schwerpunkt • bahnaffines Gewerbe • Handwerk
Unternehmensgröße	kleinere und mittlere Betriebe
Akquisitionsradius	Aktivierung lokalen Potenzials aus Verlagerung und Existenzgründung
Instrumente zur Sicherung der strukturellen Konzeption	Beachtung des Betriebsgrößenschwerpunktes im Rahmen des Grundstücksverkaufs, Def. eines Mindestanteils für kleinere und mittlere Unternehmen, Negativliste

Städtebauliche Konzeption	
Flächenbegabung	<ul style="list-style-type: none"> • Das Gelände weist - für Wuppertaler Verhältnisse ungewöhnlich – eine völlig unproblematische topographische Situation auf. • Angebunden ist die Fläche an das Stadtteilzentrum Vohwinkel mit entsprechend guten ÖPNV-Verbindungen. • Die Autobahnanbindung stellt sich aufgrund des derzeitigen Ausbauzustandes der zuführenden Straßen nicht völlig unproblematisch dar.
Städtebauliche Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Eine einheitliche Gliederung der verschiedenen Nutzungszonen (Bebauung, Stehlplätze, Freiflächen) auf den Baugrundstücke wird den prägenden städtebaulichen Rahmen für das Gebiet bilden. • Im Rahmen dieser einheitlichen Gliederung kann ein flexibler Umgang mit Grundstücksgrößen ein besonders breites Nachfragepotential aus dem Mittelstandsbereich abdecken. • Besonders verkehrsintensive Nutzungen wie Logistikbetrieb werden aufgrund der überörtlichen Erschließungssituation ausgeschlossen. • In das Gebiet wird zusätzlich eine durchgängige Grünstruktur mit den Elementen Bachlauf sowie Fuß- und Radwegenetz integriert.
Architektonische Gestaltung	keine speziellen Anforderungen
Grundstücksgrößen	Kleinteilige Aufteilung mit Grundstücksgrößen ab 1.000 qm, Variabilität sicherstellen
Instrumente zur Sicherung der städtebaulichen Konzept.	Bebauungsplan

2.2.4 MediaPark

Allgemeines	
Titel	MediaPark Wuppertal - Eventzentrum NRW
Ansiedlungsphilosophie	Inhaltliche Schwerpunktsetzung mit Unternehmen aus dem Kompetenzfeld Event- und Kommunikation sowie des Wachstumsmarktes Medien
Strukturpolitische Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Arbeitsplatzbilanz durch Neuansiedlung • Verbesserung des Standortimages • Wirtschaftsstrukturelle Erneuerung • Unterstützung des produzierenden Gewerbes durch Bereitstellung wirtschaftsnaher Infrastruktur und Ansiedlung unternehmensnaher Dienstleister
Entwicklungsanforderungen	Bei der Umsetzung ist auf eine einheitliche und zügige Umsetzung des Gesamtkonzeptes zu achten, um die erwarteten Synergieeffekte zu realisieren

Strukturelle Konzeption	
Flächenbegabung	Einschlägige Vorprägung des Umfeldes durch Standort zahlreicher Medienbetriebe sowie der VillaMedia
Zielgruppen / Branchenschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • Medienunternehmen mit Schwerpunkt Event-Branche, ergänzt durch Dienstleister aus anderen Feldern (Banken, Versicherungen, IT, etc.) • Veranstaltungszentrum mit Indoor und Outdoor-Location (MetaForum) • Aus- und Weiterbildungszentrum (Event-Akademie)
Unternehmensgröße	gemischt, Schwerpunkt im Bereich der kleineren und mittleren Eigentümerbetriebe
Akquisitionsradius	wachsende lokale Unternehmen, überreg. Akquisition mit Schwerpkt NRW
Instrumente zur Sicherung der strukturellen Konzeption	Verkauf von Teilgrundstücken mit inhaltlichen Vereinbarungen

Städtebauliche Konzeption	
Flächenbegabung	<ul style="list-style-type: none"> • Innenstadtnahe Lage, Bestandteil des Entwicklungsbereiches Hofaue, Döppersberg, Kleeblatt, Stadthalle, Universität, MediaPark • Sehr gute innerstädtische und überregionale Verkehrsanbindung • Bestehende Gebäudestrukturen (ehem. Bahnhalle) städtebaulich reizvoll und nutzbar
Städtebauliche Gestaltung	Der Rahmenplan sieht eine integrierte städtebauliche Gesamtlösung vor, die eine hochverdichtete, weitgehend geschlossene Bürobauung und einzelne gewerbliche Hallen umfasst. Darüber hinaus werden Grünzonen und eine durchgehende Fuß- und Radwegeverbindung realisiert. Der Veranstaltungsbereich und sein Umfeld werden insbesondere durch das MetaForum Aufenthaltsqualität erhalten.
Architektonische Gestaltung	Die Architekturanforderungen werden keine expliziten Gestaltrestriktionen beinhalten. Die einzelnen Gebäude müssen sich aber in dem klar definierten Feld der städtebaulichen Gesamtkonzeption bewegen und durch ihre Hochwertigkeit einen Beitrag für das Gesamtbild leisten.
Grundstücksgrößen	Bürogebäude und kleine Gewerbehallen
Instrumente zur Sicherung	<ul style="list-style-type: none"> • Bebauungsplan

der städtebaulichen
Konzeption

- Verkauf von Teilgrundstücken mit verbindlichen städtebaulich-architektonischen Vereinbarungen.

2.3 Zusammenfassende Übersicht

	Engineering Park Wuppertal	Wuppertal NewArea	Mittelstandspark VohRang	Mediapark Wuppertal
Ansiedlungs- philosophie	Inhaltliche Schwerpunktsetzung mit Unternehmen aus dem Bereich der produktionsorientierten Kompetenzfelder	Aufgreifen der Zukunftstrends durch Neuansiedlung von Unternehmen vorrangig außerhalb der Region	Aufgreifen des größtenstrukturellen Alleinstellungsmerkmals Mittelstand mit lokalem Schwerpunkt	Inhaltl. Schwerpunktsetzung mit Untern. aus dem Kompetenzfeld Event- und Kommunikation sowie Wachstumsmarkt Medien
Zielgruppen/ Branchen- schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen des Clusters Automotive, Maschinen- und Werkzeugbau, Metallverarbeitung • Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen mit Orientierung an Wertschöpfungsketten 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen aus dem Bereich wachsender Märkte • Kombinationsfelder von Produktion und Dienstleist.(z.B. Entwicklungsabteilungen) • Kompetenzfeld Health Care 	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen aus Wuppertal und der näheren Umgebung ohne branchenstrukturellen Schwerpunkt • bahnaffines Gewerbe • Handwerk 	<ul style="list-style-type: none"> • Medienunternehmen mit Schwerpunkt Event-Branche, ergänzt durch Dienstleister aus anderen Feldern (Banken, Versicherungen, IT-Services etc.)
Unternehmensgröße	gemischt, Großbetriebe aufgrund Flächenverfügbarkeit und Zuschnitt möglich	Schwerpunkt im Bereich mittelständischer Unternehmen, keine Großbetriebe	kleinere und mittlere Betriebe	gemischt, Schwerp. im Bereich der kleineren und mittleren Eigentümerbetriebe
Akquisitionsradius	Lokale und regionale Bestandsentwicklung sowie gezielte überregionale Akquisition	Überregionale Akquisition mit nationalem und internationalem Radius	Aktivierung lokalen Potenzials aus Verlagerung und Existenzgründung	wachsende lokale Unternehmen, überregionale Akquisition mit Schwerpunkt NRW
Städtebauliche/ architektonische Konzeption	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Flexibilität hinsichtlich Bestandsnutzung und Neubau sowie Produktion und Dienstleistungen • Die vorhandenen Grünstrukturen sind in ihrem Vernetzungscharakter Grundgerüst für die weitere Entwicklung • Im Zuge der angestrebten Nutzungsbreite wird hohes Maß an architekton. Flexibilität ermöglicht 	<ul style="list-style-type: none"> • Die hochwertige landschaftliche Einbettung muss sich in der städtebaulichen und architektonischen Umsetzung niederschlagen. • Die Konzepte der späteren Nutzer sollen von einem Gestaltungsbeirat begutachtet und freigegeben werden, um eine der hervorragenden Lage angemessene Architektur zu gewährleisten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Einheitl. Gliederung der verschiedenen Nutzungszonen (Bebauung, Stellpl., Freiflächen) auf den Baugrundstücken wird prägender städtebaul. Rahmen für das Gebiet • Im Rahmen dieser Gliederung kann ein flexibler Umgang mit Grundstücksgrößen ein besonders breites Nachfragepotenzial aus dem Mittelstand erreichen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Integrierte städtebaul. Gesamtlösung, die hochverdichtete, weitgehend geschlossene Bürobauung und einzelne gewerbliche Hallen umfasst. • Architekturanforderungen ohne explizite Gestaltrestriktionen. Einzelne Gebäude müssen sich in städtebaulicher Gesamtkonzeption bewegen und durch ihre Hochwertigkeit einen Beitrag für das Gesamtbild leisten.

3. Vermarktungskonzept für die Gewerbeparks

3.1 Ziele und Strategie

Das anspruchsvolle und ehrgeizige Gewerbeparkprojekt in der vorstehend skizzierten Form wird sich nur umsetzen lassen, wenn es durch schlagkräftige Vermarktungsaktivitäten intensiv begleitet wird. Das Vermarktungskonzept hat die Aufgabe, unter Beachtung der strukturpolitischen Ziele des Standortes Wuppertal die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen sowie ihre hohe Attraktivität für die Nutzer gegenüber möglichen Ansiedlungsinteressenten zu kommunizieren und auf diese Weise neue Nachfrage lokal und überregional zu generieren, aufzugreifen und nach Wuppertal zu lenken.

Unter dem Blickwinkel der strategischen Hauptzielsetzung, die Gewerbeparks zur Sicherung des Unternehmenswachstums Wuppertaler Unternehmen sowie zur Ansiedlung von insbesondere strukturpolitisch wichtigen Firmen zu nutzen, kann als Vermarktungsziel der größtmögliche Gewerbeflächenverkauf im Sinne der für die jeweilige Fläche festgelegten thematischen, qualitativen und städtebaulichen Kriterien definiert werden.

Dabei müssen alle Aktivitäten im Lichte der aktuellen und weiteren Entwicklungsschritte der Gewerbeparks gesehen werden. Die Vermarktung muss nicht nur deshalb bereits vor Beendigung der Flächenentwicklung eingeleitet werden, um zügige Ansiedlungserfolge zu gewährleisten, sondern auch, weil Vermarktungsaspekte einen erheblichen Einfluss auf die konkrete Ausgestaltung der einzelnen Flächen haben.

Die sich hieraus ergebenden Anforderungen sind nicht nur neu, sondern zudem höchst vielschichtig und umfassen die Notwendigkeit

- einer Intensivierung der Standortmarketingaktivitäten nach innen und außen im Sinne einer allgemeinen positiven Positionierung Wuppertals im nationalen und internationalen Standortwettbewerb,
- der konsequenten Weiterverfolgung und des Ausbaus des eingeschlagenen Wegs eines aktiven Netzwerkmanagements, das zum Ziel hat, Unternehmen zur Zusammenarbeit anzuregen, Zulieferer- und Abnehmerverflechtungen auf- und auszubauen und somit Wertschöpfungsketten zu regionalisieren sowie Plattformen für eine Artikulation gleichgerichteter Interessen zu schaffen,
- der Beachtung und Umsetzung nutzerbezogener Belange in der letzten Phase der Flächenentwicklung, die sich insbesondere auf Aspekte einer marktgerechten Ausgestaltung der Flächeninanspruchnahme (Grundstückszuschnitte, Erschließungsstufen, Infrastruktureinrichtungen etc.) beziehen,
- einer aktiven Vermarktung im engeren Sinne, d.h. gezielten Maßnahmen zur Ansprache und Anwerbung von Ansiedlungsinteressenten,
- der Beratung von ansiedlungs- und umsiedlungswilligen Unternehmen in Fragen baurechtlicher Genehmigungen, architektonischer und erschließungstechnischer Umsetzung, eventuell möglichen projektbezogenen Förderungsmöglichkeiten usw., die eine aktive und dienstleistungsorientierte Stadtverwaltung erfordern sowie
- einer fortwährenden Nachbetreuung der angesiedelten Unternehmen im Hinblick auf Umnutzungen, Erweiterungen, Anbahnung lokaler und regionaler Geschäftsbeziehungen, Nutzung von Infrastruktureinrichtungen sowie der

Folgenutzung brachfallender Grundstücke im Sinne eines kontinuierlichen Gewerbeparkmanagements.

Aus diesen Überlegungen lassen sich als Grundlage für eine erfolgreiche Vermarktung folgende allgemeine Maßnahmen ableiten:

Das Marketing für den Wirtschaftsstandort Wuppertal wird konsequent weiterentwickelt. Der Standort positioniert sich mit einem attraktiven und modernen Profil auf dem nationalen und internationalen Markt. Die Kommunikation der unternehmerischen Qualitäten und Kompetenzen - erweitert um Aussagen zur Verkehrslage, zum Arbeitskräftepotential, zum Wissenschafts- und Technologiepotential sowie zum Kultur-, Freizeit- und Wohnwert - stehen dabei im Vordergrund.

Hierzu dienen die Auftritte im Rahmen der ExpoReal als ein erster Schritt, der jedoch ergänzt werden muss um eine kontinuierliche kommunikative Präsenz als ein Wirtschaftsstandort im Aufbruch. Die Platzierung von Beiträgen und Sonderbeilagen in Wirtschaftszeitungen sowie Veranstaltungen zu unternehmerisch bedeutsamen Themenstellungen sind weitere Bausteine dieser Strategie. Hierfür ist ein Kontaktaufbau zu landes-, bundes und europaweiten Institutionen aus dem Aktionsfeld Wirtschaftsförderung ebenso wichtig, wie die Flankierung durch einen wirtschaftspolitischen Aufbruch vor Ort, beispielsweise in Form einer Wuppertaler Erklärung nach Aachener Muster. Nur durch einen gemeinsamen Schulterschluss aller handelnden Akteure kann eine entsprechende Strahlkraft erzeugt werden.

Diese begleitenden Maßnahmen sollen in eine Initiative unter dem Titel „Wuppertal bewegt“ eingebunden werden, um die Kräfte mit Blick auf eine Signalwirkung nach innen und außen zu bündeln. Überdies wird die regionale Zusammenarbeit im bergischen Städtedreieck weiter ausgebaut, um die Effizienz und die kommunikative Schlagkraft der Maßnahmen zu erhöhen.

Außerdem gilt es, die vorhandenen Stärken im Zuge der Kompetenzfeldinitiativen kontinuierlich weiter zu entwickeln, um so zum einen die ansässigen Unternehmen durch kompetenzfeldbezogenen Informationsaustausch und zusätzliche Impulse zu unterstützen und zum anderen die vorhandenen Kompetenzfelder und späteren Cluster als Akquiseinstrument zu nutzen. In einer Region mit funktionierenden Clustern finden branchennahe Unternehmen qualifiziertes Personal, ein gutes Innovationsklima, Geschäftspartner und Austausch. Erfolgreiche Wuppertaler Unternehmen und ein Cluster mit entsprechender Signalwirkung nach außen stellt ein überzeugendes Ansiedlungsargument für neue Unternehmen dar.

3.2 Marketinginstrumente

Neben dem beschriebenen allgemeinen Teil der Vermarktungsstrategie ergibt sich entsprechend der unterschiedlichen Konzeptionen und Entwicklungsstände der einzelnen Gewerbeparks ein spezifischer Instrumentenmix, der eine differenzierte räumliche, zeitliche und sachliche Schwerpunktsetzung umfasst und in der folgenden Tabelle übersichtsartig dargestellt ist.

	EngineeringPark Wuppertal	Wuppertal NewArea	Mittelstandspark VohRang	MediaPark Wuppertal
Akquisitions- radius / Zielgruppen	Lokale und überreg. Firmen aus dem Kompetenzfeld Automotive, Werkzeug- und Maschinenbau, Metall	Nationale und internationale Firmen aus wachsenden Märkten mit hohem Standortanspruch	Lokale und regionale Klein- und Mittelbetriebe sowie bahnaffines Gewerbe	Lokale und überregionale Firmen aus dem Kompetenzfeld Event- und Kommunikation u. Medienunternehm.
Vermarktungs- instrumente	Entwicklung von Markenname und Logo Präsentationsunterlagen in Digital- und Printform Regelmäßige Direktansprache von Ziel-untern., ggf. über Netzwerkkontakte	Entwickl. Markenname und Logo Präsentationsunterlagen in Digital- und Printform Anzeigen in überregionaler Presse Ausländische Akquisitionsveranstaltungen mit anderen Städten	Entwicklung eines Logos Präsentationsunterlagen in Digital- und Printform Gezielte Ansprache lokaler Untern. mit schlechten Standortbedingungen	Regelmäßige Direktansprache von Zielunternehmen, ggf. über Netzwerkkontakte Anzeigenschaltung in überregionaler Presse
Akteure/ Partner	Nachfrageakquise in Regie der Eigentümerin Bund Unterstützung durch kommunale Wirtschaftsförderung in Form kommunikativer Einbindung in Gesamtkonzept, ggf. Werkvertrag für Akquisition	Nachfrageakquise in städtischer Regie unter Nutzung externer Marketingexperten Aktivierung der Wirtschaftsförderung des Landes im Hinblick auf internationale Akquisitionsbemühungen	Nachfrageakquisition in städtischer Regie	Grundstücksteilverkauf Investoren- und Nachfrageakquise in privater Regie Unterstützung des Landes durch Förderung und aktive Einbindung in wirtschaftspol. Gesamtstrategie NRW
Zeitliche Dimension	Gemeins. Festlegung der Entwicklungsbausteine bis Mitte 2004 Definition der Zielgruppe für Direktansprache bis Ende 2004 Abst. des Akquisekonzeptes bis 2005	Erarbeitung Markenname, Logo und Präsentationsunterlagen bis Ende 2004 Aktive Vermarktung ab Anfang 2005	Erarbeitung Logo und Präsentationsunterlagen bis Ende 2004 Aktive Vermarktung ab Anfang 2005	Beginn der Investorenakquise Mitte 2004 Beginn der Nutzerakquise Ende 2004

