

Beiträge zum Marketing des Wirtschaftsstandortes

Einleitung

Im Jahr 2006 - dem Präsentationsjahr der Regionale im Bergischen Städtedreieck - will sich die Region einem großen Publikum von innerhalb und außerhalb der Region als lebenswerter und lebendiger Standort präsentieren. Wichtige Orte dieser Präsentation werden natürlich die „greifbaren“ Projektstandorte wie z.B. der Brückenpark Müngsten sein. Darüber hinaus soll aber auch - derzeit noch unter dem Arbeitstitel „Bergische Expo“ - der Wirtschaftsstandort Bergisches Städtedreieck mit seinen besonderen Qualitäten präsentiert werden. Es handelt sich dabei um das Kernprojekt des regionalen Standortmarketing zur Profilierung der Region im Jahr 2006.

Während die Aktivitäten bis zu diesem Zeitpunkt eher nach Innen gerichtet waren, werden im Rahmen der Bergischen Expo nun erstmals ganz gezielt Gäste aus Wirtschaftszusammenhängen von außerhalb in die Region geholt und ein beeindruckendes Präsentationsprogramm von Mai bis Oktober 2006 rückt die besonderen Qualitäten der Region als Lebensraum und Wirtschaftsstandort in den Mittelpunkt.

Die folgenden Ausführungen beschreiben die ersten Überlegungen zur „Bergischen Expo 2006“ als eine Gesamtpräsentation des Wirtschaftsstandortes zusammengesetzt aus verschiedenen variablen und dezentral umgesetzten Modulen.

Vorlaufaktivitäten 2005

Erstansprache der Unternehmen/Aktivierung von Multiplikatoren/Dauerhafte Betreuung

Die Einbindung der regionalen Unternehmerschaft ist ein zentraler Aspekt der Bergischen Expo, da einerseits das Präsentationsjahr dafür genutzt werden soll, auch und gerade den regionalen Unternehmen die Arbeitsergebnisse der Regionale 2006 zu vermitteln, andererseits aber auch durch die vielfältigen Kontakte der Unternehmen unternehmerische Gäste von außerhalb in die Region geholt werden sollen. Einzelgespräche mit Unternehmern haben bereits gezeigt, dass ein großes Interesse besteht, Angebote der Regionale im Jahr 2006 zu nutzen, aber auch eine grundsätzliche Bereitschaft, einen eigenen Beitrag zur Regionale 2006 zu leisten. Es gilt nun, diese unternehmerischen Beiträge in einen Gesamtzusammenhang zu stellen und die Unternehmer frühzeitig über die geplanten Aktivitäten zu informieren. Hierzu wird zu Anfang 2005 auf der inhaltlichen Basis der vorliegenden Projektskizze eine Broschüre erarbeitet, die sich an die Unternehmen in der Region richtet. Diese Broschüre vermittelt ein anschauliches Bild der verschiedenen Module der Präsentation im Jahr 2006 und zeigt insbesondere auf, an welchen Stellen die Unternehmer sich mit eigenen Aktivitäten einbringen können und sollen und welcher Nutzen für sie mit der Bergischen Expo verbunden ist.

Die Broschüre wird an alle Unternehmen versandt, mit denen die Regionale 2006 bereits in engerem Kontakt steht oder gestanden hat. Dabei handelt es sich insbesondere um die geehrten Unternehmen aus dem Projekt „Lebendige Unternehmenskultur“ und die Unternehmenskontakte im Rahmen von

„kompetenzhoch3“. Es ist zu prüfen, ob darüber hinaus weitere Unternehmensverteiler (z.B. von den lokalen Wirtschaftsförderungen/IHK) mit der Informationsbroschüre bedient werden sollen.

Neben der Information ruft die Broschüre dazu auf, sich bei Interesse an einer Zusammenarbeit mit der Regionale 2006 in Verbindung zu setzen, um konkrete Formen der Kooperation zu auszuloten. Eine enge Betreuung der an einer Mitwirkung interessierten Unternehmen durch die Regionale 2006 Agentur schließt sich an.

„Trainieren“ von Veranstaltungsformaten im Jahr 2005 - LAKO der Wirtschaftsjuvenen 2005

Vom 13. bis 15. Mai 2005 (Pfingstwochenende) veranstalten die Wirtschaftsjuvenen Solingen und Wuppertal die Landeskonferenz Nordrhein-Westfalen. An diesen Tagen werden ca. 400 Mitglieder der Wirtschaftsjuvenen aus Nordrhein-Westfalen in der Region zu Gast sein. Das Programm sieht für den am Samstag, den 14. Mai 2005 jeweils vormittags und nachmittags verschiedene Workshopthemen und Exkursionen vor, zwischen denen die Teilnehmer der Landeskonferenz bei der Anmeldung wählen können. Zwei Programmpunkte können durch die Regionale 2006 Agentur eingebracht werden:

- a) Lebendige Unternehmenskultur im Bergischen Städtedreieck - Rundreise zu engagierten Unternehmen in der Region

Dieser Programmpunkt beinhaltet eine geführte Bustour zu 3-4 geehrten Unternehmen. Dort gibt es eine Unternehmensbesichtigung, immer verbunden mit dem Kerngedanken „Lebendige Unternehmenskultur“ (Engagement des Unternehmens in der Region). Welche Unternehmen ausgewählt werden, ob ein spezifischer thematischer Fokus gewählt werden sollte (z.B. das Thema Nachwuchs/Verknüpfung Schule und Unternehmen) etc. kann später entschieden und abgestimmt werden.

- b) kompetenzhoch³ - Zukunftsimpulse für die Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck

In Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsförderungen der Region kann eine Busexkursion durchgeführt werden, bei der die städtebaulichen und wirtschaftspolitischen Schwerpunktprojekten in den Kommunen im Vordergrund stehen. Vorstellbar sind hier eine Fahrt zur Südlichen Innenstadt Solingen ("Baustellenbesichtigung" Forum Produktdesign), Besichtigung von gewerblichen Flächenpotenzialen in den Städten in Verbindung mit einer thematischen Einführung (Mediapark, GOH-Kaserne, Hbf Remscheid etc.) und Besichtigung von Projekten mit Ausstrahlung auf die „weichen Standortfaktoren“ (z.B. Brückenpark Müngsten).

Integrierter Bestandteil der Landeskonferenz 2005 ist die Durchführung des dritten Bergischen Unternehmertages. Hier bestehen seitens der Wirtschaftsjuvenen Ideen, Themen der Region in das Programm mit einzubetten. Im Rahmen dieser Veranstaltung, die in der Wuppertaler Stadthalle statt findet, kann die Ausstellung "Lebendige Unternehmenskultur" zur Verfügung gestellt werden. Zu den Organisatoren der Landeskonferenz 2005 ist bereits der Kontakt geknüpft worden. Eine Integration der oben beschriebenen Punkte in das Programm der Landeskonferenz ist möglich.

Tag der Lebendigen Unternehmenskultur 2005 (siehe auch Seite 10)

Im Jahr 2005 wird sich der „Tag der Lebendigen Unternehmenskultur“ von der Größenordnung und der inhaltlichen Ausrichtung im wesentlichen an den bisherigen Veranstaltungen orientieren: Mit ca. 250-300 Gästen wird es sich erneut um eine eher „regionsinterne“ Veranstaltung handeln, bei der die Ehrung unternehmerischen Engagements im Mittelpunkt steht. Angestrebt wird die Ehrung von rund 50 zusätzlichen unternehmerischen Initiativen und Projekten, die bis zum 5. Mai recherchiert werden. Da der 5. Mai 2005 der Feiertag „Christi Himmelfahrt“ ist, findet die Veranstaltung am Abend des 4. Mai statt, reicht aber in den 5. Mai hinein.

Veranstaltungsort ist der zukünftige „Brückenpark Müngsten“, da es sich hier um „neutralen“ bzw. „regionalen“ Boden handelt (nach Veranstaltungen 2002-2004 in Wuppertal, Solingen und Remscheid). Konkret ist hierfür ein Zirkuszelt unter der Brücke vorgesehen. Um dieses Zelt möglichst effektiv zu nutzen, soll darin am „Himmelfahrtswochenende“ ein durchgehendes kostenpflichtiges Veranstaltungsprogramm stattfinden. Erste Gespräche hierzu mit einem privaten Veranstalter haben bereits stattgefunden. Ebenfalls in zeitlichem Zusammenhang mit dem „Tag der Lebendigen Unternehmenskultur“ soll - wie bereits im Jahr 2004 - eine bürgeröffentliche Busrundreise zu ausgewählten Unternehmen stattfinden.

Tag der Lebendigen Unternehmenskultur 2006

Die finale Veranstaltung des Projekts „Lebendige Unternehmenskultur“ am 5. Mai 2006 wird eine deutlich veränderte Ausrichtung und Größenordnung bekommen und sich erstmals auch verstärkt nach außen richten. Ein exklusiver Festakt in der Wuppertaler Stadthalle ist einerseits wieder der Würdigung unternehmerischen Engagements gewidmet (allerdings ohne Ehrung neuer Unternehmen), andererseits wird im Rahmen der Veranstaltung das Präsentationsjahr der Regionale 2006 offiziell und feierlich eröffnet. Folgende Gäste werden zu dieser Veranstaltung eingeladen:

- die bis zu diesem Zeitpunkt ausgezeichneten Unternehmen (ca. 150)
- je ausgezeichnetes Unternehmen ein Kontingent an eigenen Gästen/ Kunden/ Geschäftspartnern (5-10)
- „Netzwerk“ der Regionale 2006, Gäste aus Politik, Verwaltung, etc.
- externe Gäste der Regionale 2006 zur Eröffnung des Präsentationsjahres

Insgesamt ist mit einer Größenordnung von 1.500 Gästen zu rechnen. Hochkarätige Redebeiträge und ein besonderes Kulturprogramm bilden den Höhepunkt und den feierlichen Abschluss der Aktivitäten um die Würdigung unternehmerischen Engagements. Im Rahmen der Veranstaltung erscheint erneut eine erweiterte Neuauflage der Dokumentation „Lebendige Unternehmenskultur“, die alle Aktivitäten der Regionale 2006 in diesem Bereich zusammenfasst. Im Anschluss an diesen Festakt werden die Oberbürgermeister den Startschuss für die Regionale 2006-Präsentation/Bergische Expo auch in ihren jeweiligen Städten geben. Mit Bezug zu den kommunalen Projekten der Regionale werden ab dem Abend Kulturveranstaltungen für die Bürger angeboten. Der Tag der Lebendigen Unternehmenskultur ist damit in ein „Festwochenende“ zur Eröffnung des Präsentationsjahres eingebunden, das darüber hinaus auch einen „Brückenzauber“ mit der offiziellen Eröffnung des Brückenparks Müngsten umfasst (siehe auch Seite 45 „Kultur- und Veranstaltungsprogramm zu den regionalen Gemeinschaftsprojekten“).

Darüber hinaus ist zu prüfen, ob im engeren Zeitraum um den 5. Mai weitere Veranstaltungen mit Bezug zum Thema „Lebendige Unternehmenskultur“ stattfinden sollen, um einen Besuch der Region gerade für Gäste mit Wirtschaftsbezug von außerhalb möglichst attraktiv zu machen. Denkbar wären z.B. organisierte und geführte Rundreisen zu den Unternehmen mit „lebendiger Unternehmenskultur“ oder allgemein „Tage der offenen Unternehmen“ mit vielfältigen Möglichkeiten der Einbindung unternehmerischer Aktivitäten.

Fachtagungen kompetenzhoch³

In den drei Städten sollen im Jahr 2006 Fachtagungen zu kompetenzfeldrelevanten Themen durchgeführt werden. Ziel ist es, die Kompetenzfeldstrategie mit hochrangigen Veranstaltungen zu befördern und sowohl den Unternehmen in der Region, als auch außerhalb die Aktivitäten im Bergischen Städtedreieck zu vermitteln. Diese Veranstaltungen sind mit den örtlichen bzw. inhaltlich tangierten Akteuren gemeinsam durchzuführen. Hierfür werden entweder selbst Veranstaltungen geplant und durchgeführt, oder es werden zu den fünf Kompetenzfeldern passende externe Veranstaltungsformate akquiriert und in die Region geholt. Dabei sollen ganz gezielt auch die Kontakte der Unternehmen genutzt werden, die als Akteure in die Kompetenzfeldentwicklungen in den Städten eingebunden sind.

Mit diesen Fachveranstaltungen soll die seit dem Jahr 2002 praktizierte Kompetenzfeldstrategie der Region unterstützt und weiter entwickelt werden. Die Schwerpunkte der regionalen Kompetenzen sind die Kompetenzfelder Automotive, Event & Kommunikation, Health & Personal Care, Metallverarbeitung sowie Produktdesign/-entwicklung. Mit diesen Veranstaltungen, die sich an ein fachorientiertes, bundesweites Publikum wendet, soll sich die Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck mit ihren Kompetenzen verstärkt überregional präsentieren. Die Fachtagungen sind sowohl als Einzelveranstaltungen, die ein sehr breites Zielpublikum anziehen, als auch als Veranstaltungsreihen, die als dezentrales Konzept über den Veranstaltungszeitraum Mai bis Oktober 2006 funktionieren, denkbar. Das Konzept für diese Fachtagungen ist mit den jeweiligen regionalen Akteuren, den kompetenzfeldbezogenen Fachverbänden sowie den Unternehmen weiter auszuarbeiten.

Kommunale Veranstaltungsformate „24-h-live“

Im Rahmen der Regionale 2006 ist in Wuppertal und Solingen in Zusammenarbeit zwischen den Wirtschaftsförderungen, den Stadtmarketingressorts, den Wirtschaftsjunioren sowie vieler externer Partner in den letzten Jahren ein ungewöhnliches, dezentral organisiertes Veranstaltungsformat entstanden: „24-h-live“. Unterschiedlichste Akteure führen innerhalb von 24 Stunden in einer Stadt besondere Veranstaltungen an verschiedensten Orten durch und stellen diese in einen Gesamtzusammenhang. Die besonderen Stärken der Stadt sollen gezeigt, und die Gäste mit spannenden Ereignissen an ungewöhnliche Orte gelockt werden. Ansatzpunkte hierfür sind die

Kompetenzen in Wirtschaft und Wissenschaft, die Vielfalt an ungewöhnlichen Orten, nicht zuletzt aber auch die kreativen Potentiale der Menschen. Schlaglichtartig wird dies innerhalb eines Tages abgebildet und die Besucher werden eingeladen, selber auf Entdeckungsreise zu gehen und sich ein Bild ihrer Stadt zu machen. Die Einzelveranstaltungen lassen sich den drei Kategorien „Unternehmen öffnen sich“, „Orte in Szene gesetzt“ und „Menschen in Bewegung“ zuordnen.

Im Jahr 2006 wird „24-h-live“ in den drei Städten in einer neuen Größenordnung stattfinden. Es wird starke Präsentationsmodule geben, die sich mit den Projektsstandorten der Regionale 2006 in den Städten beschäftigen. Die Regionale 2006 wird sich deshalb im Jahr 2006 verstärkt in die Planungen für die „24-h-live“-Aktivitäten einbringen und die lokalen Akteure organisatorisch und finanziell unterstützen. Ein besonderer Schwerpunkt wird auf der Kategorie „Unternehmen öffnen sich“ liegen, denn die bisherigen Erfahrungen haben gezeigt, dass die Öffnung sonst nicht zugänglicher Unternehmen bei den Besuchern besonders gut ankommt. Im Rahmen der kommunalen Veranstaltungsformate „24-h-live“ bzw. der Kompetenzkampagne Remscheid bietet die Regionale an, im Jahr 2006 einen erhöhten Koordinations- und Präsentationsaufwand einzugehen. Es wird eigene relativ starke Präsentationsmodule geben, die sich mit den Projektsstandorten der Regionale 2006 in den Städten auseinandersetzen. Um ein durchgehend qualitativ hochwertiges Programm sicherzustellen, sollen Qualitätskriterien für private Veranstaltungen entwickelt werden, die sich an diesen kommunalen Veranstaltungsformaten beteiligen möchten.

Begleitung externer Veranstaltungen/Besucherservice für regionale Unternehmen

Viele überregionale und nationale Verbände und Vereine führen regelmäßig Jahrestagungen, Mitgliederversammlungen etc. durch (z.B. VDI, kompetenznetze.de, Wirtschaftsfachverbände, Deutscher Städtetag, AGV, IfR/SRL, BDA etc.). Die Organisatoren der für die Region relevanten Veranstaltungen sollen angesprochen und davon überzeugt werden, ihre Programme im Jahr 2006 im Bergischen Städtedreieck durchzuführen. Als Argument für die Wahl der Region als Veranstaltungsort bietet die Regionale 2006 das „kulturelle Begleitprogramm“ für die Veranstaltungen an.

Neben den Veranstaltern von Fachtagungen sollen auch die heimischen Unternehmen gezielt angesprochen werden, ihre eigenen Veranstaltungen (z.B. Mitarbeiterschulungen, Produktpräsentationen, Besuche von Geschäftspartnern) im Jahr 2006 in der Region durchzuführen. Als Unterstützung bietet die Regionale den Unternehmen einen „Besucherservice“ an. Bis 2006 werden deshalb unterschiedliche variable Bausteine entwickelt, die flexibel miteinander kombinierbar sind. Ein Besuchsprogramm für ein Unternehmen könnte sich z.B. aus folgenden Modulen zusammensetzen:

- Busreise zu den Sehenswürdigkeiten in der Region
- Empfang an einem besonderen Ort in der Region
- Kulturprogramm und Informationen zur Region

Erste Gespräche mit Unternehmensvertretern haben bereits gezeigt, dass großes Interesse an einem solchen „Besucherservice“ besteht. Einzelne Unternehmen haben bereits ganz konkret angekündigt, unter diesen Bedingungen ihre Veranstaltungen im Jahr 2006 ins Städtedreieck zu bringen.

Es ist zu überprüfen, inwieweit die aufgeführten Leistungen angesichts der begrenzten personellen Kapazitäten von den Mitarbeitern der Regionale 2006 Agentur bewältigt werden können. Gegebenenfalls sollte darüber nachgedacht werden, bestimmte Leistungen oder ganze Veranstaltungen an externe Auftragnehmer abzugeben.

Präsentation der Region(ale 2006)/der Bergischen Expo auf externen Messen

Teilweise bereits im Jahr 2005, vor allem aber im Jahr 2006 sollen die besonderen Qualitäten des (Wirtschafts-) Standortes auch auf Messen außerhalb der Region präsentiert werden. Ziel ist es, im Präsentationsjahr mit einem hochkarätigen Programm möglichst viele Menschen auch von außerhalb in die Region zu bringen. Folgende Bausteine sind bisher angedacht:

- a) Die expo real ist die zentrale deutsche Immobilien-Fachmesse. Im Jahr 2004 ist die Region bereits zum dritten Mal mit einem Gemeinschaftsstand auf dieser Messe vertreten. Präsentiert werden dabei die zentralen Entwicklungsschwerpunkte der drei Städte. Im Jahr 2005 sollen verstärkt auch die Projekte der Regionale 2006 vermittelt werden - verbunden mit Informationen über die besonderen Aktivitäten im Jahr 2006. Zusätzlich zur Investorensuche für die Stadtentwicklungsprojekte wird die Messe also für eine besondere Image- und Tourismuswerbung genutzt. Um dieses realisieren zu können, wird die Regionale 2006 auch ihr finanzielles Engagement bei der Realisierung des Messeauftritts verstärken. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Anteile der Wirtschaftsförderungen mindestens in der bisherigen Größenordnung eingestellt werden, so dass der Mehraufwand der Regionale 2006 tatsächlich für zusätzliche Leistungen verwendet werden kann. Im Jahr 2006 wird die Beteiligung der Regionale 2006 am Messeauftritt auf der expo real wieder auf das bisherige Maß zurückgefahren, da die Messe gegen Ende des Präsentationszeitraumes stattfindet. Inhaltlich können hier die Ergebnisse und Aktivitäten der „Bergischen Expo 2006“ dokumentiert und kommuniziert werden.
- b) Die Practical World in Köln, die das nächste Mal Anfang 2006 stattfindet, ist die zentrale Fachmesse vieler Unternehmer der Region. Derzeit wird über eine räumlich zusammenhängende Präsentation eines Großteils der regionalen Aussteller nachgedacht. In diesem Zusammenhang ist ganz konkret auch die Präsentation der Region(ale 2006) mit eigenem Stand als Bestandteil des Gemeinschaftsstandes Thema. Dieser für die ganze Region stehende Messestand könnte sich z.B. plakativ mit der Industriegeschichte der Region oder ihrer außergewöhnlichen Patentdichte beschäftigen und darüber hinaus mit entsprechendem Broschürenmaterial zu einem Besuch der Region einladen. Mit den beteiligten regionalen Unternehmen ist abzustimmen, ob auch darüber hinausgehende Angebote gewünscht sind, wie z.B.:

- Angebot von Busexkursionen in die Region für Messebesucher an ein bis zwei Abenden in der Messewoche, Besichtigung von Unternehmen, Kulturprogramm in der Region
 - Koordination nachgeschalteter konzentrierter „Tage der offenen Tür“ in der Region
- c) Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Solingen, der Sanierungsgesellschaft Südliche Innenstadt und dem Bergischen Institut für Produktentwicklung und Innovationsmanagement ist eine Präsentation der Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck auf der Ambiente 2006 angedacht. Die Ambiente ist die weltgrößte Konsumgütermesse mit rund 5.000 Ausstellern aus 88 Ländern und findet im Februar 2006 auf dem Frankfurter Messengelände statt. Insbesondere für die Solinger Schneidwaren- und Designindustrie ist die Ambiente die wichtigste Messe des Jahres. Im 1. Quartal 2005 ist zu prüfen, inwiefern eine Präsentation der Region über einen eigenen Messestand, über einen Event auf der Messe oder in Zusammenarbeit mit einer ausstellenden Firma möglich ist.

kompetenzhoch3 - Die Themenausstellung „Technik erleben“

„kompetenzhoch3“ ist seit 2002 aus den gemeinsamen Aktivitäten zur Regionale 2006 entstanden und das Schwerpunktprojekt der Regionalen Kooperation von Akteuren der Städte, der Wirtschaft und der Wirtschaftsförderung. Ziel ist die Stärkung des Wirtschaftsstandortes im Bergischen Städtedreieck. In diesem Zusammenhang wurden vielfältige Aktivitäten eingeleitet und entwickelt:

- eine gemeinsame Entwicklungsstrategie der Bestandspflege und Stärkung der unternehmerischen Stärken entlang der fünf Kompetenzfelder
- kompetenzhoch3.de als Projekt zum Aufbau einer Internetplattform und als Grundlage für die Weiterentwicklung des Kompetenzfeldmanagements
- Gemeinsame Aktivitäten zum regionalen Standortmarketing mit Standortbroschüren - Wirtschaftsbericht - Sonder-/ Wirtschaftsbeilagen - Auftritte auf der Standort- und Immobilienmesse Expo Real.

Regionale Kooperation mit den Schwerpunkten „Lebendige Unternehmenskultur“ und „kompetenzhoch3“ soll im Rahmen der „Bergischen Expo 06“ ein besonderes Forum erhalten.

Geplant werden in diesem Zusammenhang eine Vielzahl an fachbezogenen Veranstaltungen zur Thematisierung der einzelnen Kompetenzfelder und zur Mobilisierung unternehmerischen Engagements, u.a. als Gastgeber für die Region.

Die dezentralen und oftmals auch lokalen/regionalen Teilprojekte und bisherigen Aktivitäten zu kompetenzhoch3 bedürfen zusätzlich einer Bündelung und Überhöhung in Form einer zentralen Großveranstaltung mit der die Leistungsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes sichtbar und dokumentiert wird.

Ziel ist die kommunikative Wirkung und Strahlkraft dieser Veranstaltung weit über die Region hinaus. Dazu ist eine Veranstaltung zu entwickeln, die folgende Kriterien erfüllt:

Kommunikation

- Publikumsveranstaltung mit hoher Attraktivität für über 100.000 Menschen,
- Forum der Unternehmenspräsentation, das für die Weltmarktführer wie auch die "hidden champions" der Region zu einem bedeutenden Bestandteil der Unternehmenskommunikation in 2006 wird.

Inhalt

- Leistungsschau der Kompetenzen und Fachforum für die Kompetenzfeldstrategie der Region,
- Beiträge zur "Nachwuchsbildung" und zur Beförderung von öffentlichem Verständnis und Begeisterung für Technologie, Innovation und unternehmerisches Engagement.

Die Form einer solchen Großveranstaltung kann sich nicht an gängigen lokalen oder regionalen Veranstaltungsformen von Fachveranstaltungen, Messen und Verbraucherschauen oder Festveranstaltungen orientieren. Vorgeschlagen wird daher ein eigenständiges Format eines 3 bis 4-tägigen zentralen Großereignis mit Kultur- und Begleitprogramm, in dessen Mitte eine Publikumsausstellung in Form eines temporären "Themenparks" steht, der von den Unternehmen der Region gestaltet und inhaltlich getragen wird.

Die Machbarkeit und der Erfolg einer solchen Veranstaltung wird im Wesentlichen davon abhängen, ob es gelingt, die bedeutenden Unternehmen der Region zur aktiven Mitwirkung zu mobilisieren. Dazu gehört auch, dass mit Stolz und Selbstbewusstsein überregionale und internationale Partner in die Region zu "Ihrer" Leistungsschau geladen werden. Dies setzt eine kommunikativ bedeutsame Rahmengröße mit überregionaler medialer Aufmerksamkeit und außerordentliche Qualität bzw. Innovation in den Exponaten und Präsentationsformaten voraus.

Im Rahmen einer Machbarkeitsstudie ist eine solche "Themenausstellung kompetenzhoch³" zu konzipieren und auf ihre Machbarkeit hin zu überprüfen. Verbindlicher Klärung bedürfen insbesondere die Punkte

- Gesamtkonzept der Großveranstaltung,
- Ausstellungskonzept mit Erarbeitung von beispielhaften Präsentationsideen und Exponaten,
- Auswahl eines geeigneten Standortes mit den erforderlichen touristischen wie veranstaltungsbezogenen Infrastrukturen,
- Entwicklung eines räumlichen und gestalterischen Konzepts für den Veranstaltungsort mit Kostenschätzung,
- Ansprache von Unternehmen der Region und Ermittlung der Mitwirkungsbereitschaft und der zu erwartenden Finanzierungsbeiträge,
- Finanzierungskonzept,
- Organisations- und Umsetzungskonzept.

Die Machbarkeitsstudie ist bis zum Juni 2005 soweit zu erarbeiten, dass eine Beratung zur Grundsatzentscheidung über die Durchführung der Veranstaltung noch vor der parlamentarischen Sommerpause möglich wird. Für eine Realisierung des Projekts bis zum September 2006 verblieben

dann noch ein Jahr der Vorbereitung und Umsetzung. Die Regionale 2006 Agentur schlägt vor, mit den ihr im Wirtschaftsplan 2005 zur Verfügung stehenden Ressourcen und in enger Kooperation mit den drei Städten und ihren Wirtschaftsförderungen diese Machbarkeitsstudie zu erarbeiten.