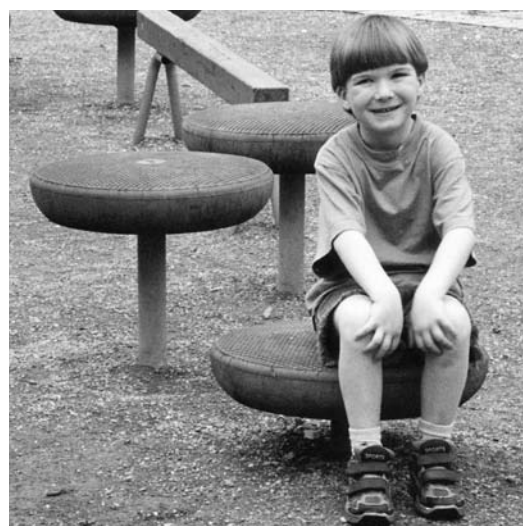


europlan

Informationen zur Stadt- und Regionalentwicklung



- Ein neues Tourismuskonzept für Haltern am See
- Deutsch-niederländisches euregio business network
- Demographisches Gutachten Bergheim
- Neuerscheinungen

1/2007

ISSN 0947-8361



Ein neues Tourismuskonzept für die Wasserstadt Haltern am See – wasserfrisch – naturgesund

Die Stadt Haltern am See besitzt enorme touristische Potentiale. Die Diskussion um die Bedeutung und Nutzung dieser Potentiale begleitet die Stadt und alle Tourismus-Akteure daher schon seit langem. Um eine klare Position zu beziehen, hat die Stadt nun die strategische Entscheidung getroffen, zukünftig den Fokus der Wirtschafts- und Stadtentwicklung auf den Schwerpunkt Tourismus, Naherholung und Freizeit zu legen. Grundlage für diese Neupositionierung ist ein umfassendes Freizeit-, Tourismus- und Naherholungskonzept, das Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH, in Kooperation mit Vota Freizeit und Spezialimmobilien Beratung GmbH, Hamburg, erarbeitet hat.

Im südlichen Münsterland und am nördlichen Rand des Ruhrgebiets gelegen, weist Haltern am See als Freizeit-, Naherholungs- und Tourismusstandort schon heute ein hohes Besucherpotential auf. Mit dem Halterner Stausee, dem Hullerner Stausee, den Silberseen und dem Dülmener See sowie dem Wesel-Datteln-Kanal, der Stever und der Lippe wird die Stadt von Wasserflächen und Wasserläufen durchzogen. Kein anderer Strand in Deutschland bietet einen so weißen und feinen Quarzsand wie das Strandbad am Stausee. Mit der Lage im Naturpark Hohe Mark verfügt die Stadt zudem über ausgedehnte Waldflächen. Zum Wandern, Radeln, Mountainbiken und Nordic-Walking bietet das ausgedehnte Rad- und Wanderwegenetz ein attraktives Angebot. Große Besuchermagneten sind die beiden kommerziellen Anbieter Prickings-Hof und Ketteler Hof, die weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannt sind. Neben der Natur halten ein Römermuseum, die doppelte Wallfahrtsstätte mit dem Annaberg und der Sixtuskir-

che sowie eine abwechslungsreiche Innenstadt für die Besucher ein vielfältiges, auch kulturelles Angebot bereit. Die vorhandenen Potentiale werden jedoch nicht ausreichend touristisch genutzt und nicht effizient vermarktet. Vieles ist in die Jahre gekommen, strahlt den Charme der 70er Jahre aus, wirkt ungepflegt, ist schlecht oder gar nicht ausgeschildert. Die Angebote sind kaum miteinander vernetzt, es mangelt an attraktiven Pauschalen und herausragenden Events und Veranstaltungen. Es fehlt ebenso eine geeignete Kommunikationsstruktur, um die Entwicklung der Stadt als Tourismusstandort zu organisieren und zu lenken. Daher ist ein Neustart erforderlich, um die gesteckten Ziele zu erreichen. Das nun vorliegende Tourismuskonzept umfasst folgende Arbeitsergebnisse:

- Analyse der touristischen und städtebaulichen Infrastruktur
- Bewertung der aktuellen touristischen Trends für die Stadt Haltern am See
- Entwicklung eines touristischen Leitbilds
- Definition der Zielgruppen und des Freizeitportfolios
- Benennung der strategisch wichtigsten Projekte inkl. Wirtschaftlichkeitsberechnung
- Bewertung der Anerkennung als Erholungsort
- Umfassendes Handlungs- und Maßnahmenkonzept

EIN EINDEUTIGES LEITBILD

Eine wichtige Aufgabe des Gutachtens war es, ein stadtspezifisches Leitbild für die touristische Ausrichtung der Stadt Haltern am See zu entwickeln; denn in jahrelanger Diskussion konnte keine gemeinsame Position gefunden werden: sind wir Wasser-, Römer-, Einkaufs- oder Sportstadt? Ein touristisches Leitbild hat grundsätzlich die Funktion, stellvertretend für eine Vielzahl touristischer Infrastrukturangebote zu stehen und die touristische Kompetenz über einzelne Solitärangebote hinaus übersichtlich und wahrnehmbar zu unterstreichen. Es muss für eine hohe Faszinationskraft mit nachhaltiger Erlebniskompetenz, hoher Glaubwürdigkeit am Standort, Zeitstabilität, Ergänzungsfähigkeit sowie Kontinuität und Einzigartigkeit des Gesamtkonzepts stehen.

Aufgrund der vielfältigen Naturpotentiale und Möglichkeiten der naturnahen Erholung und der Bewegung in der Natur, der Bedeutung von Wasser und Strand als grundsätzlich attraktive Themen im Tourismus sowie der Assoziationen, die Wasser im Urlaubsdenken der Besucher auslöst, lag der Schluss nahe, die Themen Wasser und Natur als Basis für die touristische Leitbildausrichtung zu wählen. Diese Potentiale bieten eine fast unerschöpfliche Fülle an Nutzungs- und Kombinationsmöglichkeiten für fast alle Altersgruppen. Die Seen- und Naturlandschaft ist eine hervorragende Ausgangsbasis für einen gesunden, erholsamen, bewegungs- und abwechslungsreichen Kurztrip – und das nicht weit weg von zu Hause. Unser erster Vorschlag für einen Slogan lautet: Haltern am See – die Wasserstadt – wasserfrisch, naturgesund.

DIE ZIELGRUPPE

Mit der Leitbildpositionierung Wasser und Natur bestimmt sich auch die Zielgruppe. In Haltern am See sind an erster Stelle die Gäste zu bedienen, die sich gerne in der Natur aufhalten, bewegen und erholen und die naturverbunden und gesundheitsbewusst sind. Der typische Naturtourist lässt sich heute so beschreiben: er ist überdurchschnittlich gebildet, umweltbewusst, erlebnisorientiert und ausgabefreudig. Die Bereitschaft, sich auf landes- oder regionaltypische Angebote einzustellen, ist überdurchschnittlich. Es bestehen sehr hohe Ansprüche an Naturnähe, Informationsvermittlung und Erlebnisintensität. Um auch die wirtschaftlichen Potentiale der Zielgruppe zu nutzen, gilt es, in Haltern am See vor allem in die Gastronomie und die touristisch ergänzenden Dienstleistungen zu investieren.

DIE WICHTIGSTEN PROJEKTE

Direkt am Stausee liegt eine strategisch wichtige Branche: das ehemalige Hotel Seestern muss in seiner Funktion wiederbelebt werden. Alle Daten und Interviewergebnisse lassen den Schluss zu, dass es in Haltern am See eine nicht ausreichende Anzahl an größeren Beherbergungsunternehmen gibt. Vor allem solche Betriebe, in die auch mal „ein ganzer Bus rein passt“, fehlen. Daher empfehlen wir, am Standort Seestern entweder ein Rad-/Sporthotel oder ein themenunabhängiges 3- bis 4-Sterne-Hotel zu entwickeln. Der Standort liegt nicht nur direkt am See, er wirkt zudem wie ein Bindeglied zwischen Innenstadt und Stausee und ist umgeben von weiteren Potentialflächen für die touristische Weiterentwicklung. Wichtig ist jedoch: der Hotelstandort braucht gute Rahmenbedingungen, die in einem städtebaulichen Rahmenplan dargestellt wurden. Darunter fallen u. a. die Neugestaltung der Zufahrt, der Ausbau des und die Verbindung zum

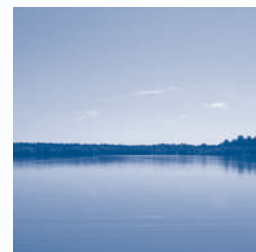
Westuferpark, Aufwertung aller umliegenden Flächen, Attraktivierung der Bootsanlegestelle und eine Außengastronomie direkt am See.

Zweites wichtiges Projekt ist eine umfassende Neukonzeption der gesamten Öffentlichkeitsarbeit von der Internetseite über Broschüren bis hin zu kleineren Flyern. Um das Leitbild nach außen zu präsentieren, muss das Thema Wasser und Natur in der gesamten Außendarstellung, in allen Werbeträgern, Pauschalen/Paketangeboten und auch physisch im Stadtbild präsent sein. Bei einer leitbildkonformen Öffentlichkeitsarbeit müssen die Hauptthemen Wasser, Natur, Bewegung in der Natur, Erholung, Entspannung und Gesundheit mit dem dazugehörigen gastronomischen Angebot an erster Stelle präsentiert werden. Erst sekundär folgen die anderen Angebote wie das Römermuseum, Wallfahrtsstätten etc. Für den Veranstaltungskalender wird empfohlen, wenige Veranstaltungen stärker und eindeutiger für Touristen zu konzipieren und entsprechend werbewirksam für Übernachtungstouristen anzubieten. Als eine herausragende Veranstaltung könnten die Seefestspiele, die nach einmaliger Durchführung wieder aufgegeben wurden, neu konzipiert und in die kulturellen Programme des Ruhrgebiets eingebunden werden. Damit alle Gäste sich willkommen fühlen und ihre Ziele auch finden, muss das System der Ausschilderung und Wegweisung neu geplant werden: Beispielfhaft seien Begrüßungsbanner mit Informationstafeln an allen wichtigen Stadteingängen, ein durchgängiges Wegweisungssystem für PKW-Fahrer, differenziert nach Naherholungsorten, kulturellen Angeboten, gastronomischen- und Parkmöglichkeiten, sowie eine einheitliche Ausweisung der Wanderwege genannt. Alle weiteren Maßnahmen sind in einem übersichtlichen Handlungskatalog zusammengestellt.

AUSBLICK

Das neue Freizeit-, Tourismus- und Erholungskonzept für die Stadt Haltern am See umfasst eine Fülle von Aufgaben und Aktivitäten. Damit das Ziel der Stadt erreicht werden kann, dass Gäste auch länger als einen Tag in der Stadt verweilen, müssen die Potentiale und Angebote so ausgebaut werden, dass es dem Gast ganz leicht fällt, einen Mehrtagesausflug zu gestalten. Die Umsetzung des Konzepts ist eine spannende Aufgabe. Klar ist aber auch, dass sie allen Akteuren in der Stadt großes Engagement abverlangt.

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH





Das deutsch-niederländische euregio business network

Umfassende Beratung beim „unternehmerischen Grenzgang“

Das euregio business network bietet für niederländische und deutsche Unternehmen eine Rundum-Beratung bei der grenzüberschreitenden Betriebsansiedlung, Verlagerung oder Expansion an. Die euregio rhein-maas-nord hat Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH mit der Projektkoordination beauftragt. Seit Beginn des Projekts Ende 2005 übernimmt das Büro die Public-Relations-Arbeit und ist Servicestelle für alle Fragen der Unternehmen.

neten Beratungsdiensten gehen. Dies erspart ihm viel Zeit und Mühe. Das Netzwerk knüpft mit seinen Leistungen dort an, wo öffentliche Beratungsstellen, wie z. B. die Industrie- und Handelskammern und Wirtschaftsförderungsgesellschaften, an andere Dienstleister verweisen, nämlich dann, wenn es um konkrete steuerliche und rechtliche Beratung geht, um die Marketingstrategie oder die Projektentwicklung und -finanzierung.

AUFBAU DES NETZWERKS

Mit dem Aufbau des Netzwerks wurde Ende 2005 begonnen. Im ersten Halbjahr 2006 wurden intensive Gespräche mit über 75 Kommunen, Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Kreisen, Kammern, Technologiezentren, Unternehmerverbänden und anderen Beratungsstellen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) geführt, um das Netzwerk bekannt zu machen und eine Zusammenarbeit aufzubauen. Denn sowohl für Unternehmer als auch für die Kommunen ist es schwer, die vielfältigen Beratungsangebote in beiden Nachbarländern sowie deren Möglichkeiten und angebotenen Dienstleistungen zu bewerten. Mit dem euregio business network können Kommunen im Grenzraum der euregio rhein-maas-nord nun ergänzend und anschließend an die Angebote der Kammern und öffentlichen Beratungsstellen ihre Ansiedlungsinteressenten an ein professionelles Netzwerk weiterleiten. In der Startphase wurden zudem eine eigene Internetseite des euregio business network und eine Informationsbroschüre erarbeitet, Messe- und Veranstaltungspräsentationen besucht sowie regelmäßige Pressemitteilungen veröffentlicht. Ziel ist es, die Rat suchenden Unternehmer bei ihrer grenzüberschreitenden Planung mit unseren Leistungen über die verschiedenen Medien anzusprechen. In diesem Jahr werden nun auch Sprechstunden im euregio-Haus in Mönchengladbach angeboten, hier können individuelle Fragestellungen direkt geklärt werden.

UNTERSTÜTZUNG FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

Eine Unternehmensansiedlung im Nachbarland ist oft mit unvorhergesehenen Herausforderungen verbunden, denn die Rahmenbedingungen und Wege zur gelungenen Geschäftsgründung und -tätigkeit sind in Deutschland und den Niederlanden unterschiedlich. Gerade kleine und mittlere Unternehmen verfügen meistens nicht über eigene Personalressourcen, um diese Hürden zu meistern. Im euregio business network haben sich Unternehmensberater, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, Anwälte und Notare, Immobilienmakler und Projektentwickler sowie Banken aus Deutschland und den Niederlanden zusammengeschlossen, die alle umfassende Erfahrungen in der Beratung von Unternehmen auf der anderen Seite der Grenze haben. Das interdisziplinäre Netzwerk garantiert, dass für den „unternehmerischen Grenzgang“ alle notwendigen Beratungsleistungen maßgenau aufeinander abgestimmt werden.

Organisiert wird diese reibungslose Beratungsleistung mehrerer Berater durch die bei uns eingerichtete Servicestelle, die sich kostenlos um die Anliegen der Unternehmen kümmert. Auf Wunsch wird der Unternehmer während der gesamten Planungsphase bis zur Betriebseröffnung von der Servicestelle begleitet. Der Vorteil ist: der Unternehmer muss seine grenzübergreifenden Pläne nur einmal erklären und nicht selber auf die Suche nach geeig-



telverarbeitung (Food-Processing), Baubranche, Dienstleistung, Medizintechnik u. a. m.). Jede Anfrage ist ein Einzelfall, der die Zusammenarbeit meist mehrerer Beratungsdisziplinen erfordert. Aus den vergangenen Beratungen ist bereits eine Ansiedlung eines deutschen Unternehmens in Venlo hervorgegangen, weitere Ansiedlungsvorhaben sind auf einem guten Weg.

STANDORTGUNST EUREGIO

RHEIN-MAAS-NORD

Die ehemalige Randlage entlang der deutsch-niederländischen Grenze ist heute ein strategischer Vorteil für die Erschließung der europäischen Märkte. Mit der Bündelung und Nutzung der bestehenden Infrastruktur auf beiden Seiten der Grenze im Bereich Verkehr, Bildung, Forschung und Entwicklung sowie Arbeitsmarkt potenzieren sich die Chancen der regionalen Entwicklung sowie der unternehmerischen Wirtschaftskraft. Die euregio rhein-maas-nord liegt zentral zwischen den Ballungsräumen Rhein-Ruhr in Deutschland und Brabantstad (Breda, Eindhoven, Helmond, 's-Hertogenbosch, Tilburg), Tripool (um Maastricht) und Knooppunt Arnhem-Nijmegen in den Niederlanden. Die Region verfügt über ein hervorragendes multimodales Verkehrsnetz aus Autobahnen und überregionalen Straßen, den Wasserwegen Maas und Rhein, Eisenbahntrassen und den Regionalflughäfen Weeze und Mönchengladbach bzw. dem internationalen Flughafen Düsseldorf. In einem Umkreis von 100 Kilometern sind so 30 Millionen Konsumenten erreichbar.

POTENTIALE UND HEMMNISSE

BEIM „GRENZGANG“

Für die Niederländer ist das wesentlich größere Marktgebiet von Deutschland sowie die Erschließung Osteuropas interessant. Zudem spielen günstigere Grundstückspreise eine wesentliche Rolle. Aber auch für Deutsche ist der niederländische Markt mit seinen für 2007 prognostizierten 3,0 % Wirtschaftswachstum attraktiv. Auf beiden Seiten gibt es prosperierende Branchencluster, die für die Unternehmen interessante Kooperations- und Synergienmöglichkeiten bieten.

Unterschiedliche Gesetzeslagen, Verordnungen oder Genehmigungsverfahren erlauben zudem andere handelswirtschaftliche Spielräume als im eigenen Land. Diese anderen Rahmenbedingungen können aber gleichzeitig Schwierigkeiten für Unternehmen bedeuten. Allgemeine Geschäftsbedingungen können nicht eins zu eins übersetzt werden, Unterschiede bei Haftungs- und Versicherungsfragen gilt es, frühzeitig zu klären. Welche Rechtsform ist in meinem Fall steuerlich besonders vorteilhaft? Welche Kreditmöglichkeiten habe

ich im Nachbarland? – Ohne professionelle Unterstützung bleiben viele gute Projektideen auf der Strecke.

KULTURELLE UNTERSCHIEDE

Es existieren darüber hinaus feine kulturelle Unterschiede, die es sowohl bei Geschäftskontakten als auch bei der Marketingstrategie zu berücksichtigen gilt, um erfolgreich den benachbarten Markt zu „erobern“. Niederländische Mitarbeiter haben oftmals mehr Entscheidungskompetenzen als die deutschen Kollegen und treffen Entscheidungen wesentlich schneller und eigenverantwortlicher. Für den Deutschen ist es dagegen üblich, wichtige Entscheidungen mit der Geschäftsführung rückzukoppeln, die dafür dann aber auch bindend sind. Die Niederländer sind sehr pragmatisch und packen Dinge schneller an, auch wenn dann nicht jede Initiative zum Erfolg führt. Sie suchen stärker den Kompromiss in ihrer Verhandlungsstrategie („Win-Win-Situation“), während ein Entgegenkommen auf deutscher Seite auch als Schwäche interpretiert werden könnte. Aber eigentlich verbinden Deutsche und Niederländer mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede, so die verwandte Sprache oder die Maximen Sparsamkeit und Effizienz. Der Weg ins Nachbarland ist für die Unternehmen der euregio rhein-maas-nord zudem um ein Vielfaches kürzer als zu anderen Standorten in Deutschland.

Die euregio rhein-maas-nord setzt mit dem euregio business network ein Zeichen, um die Wirtschaftstätigkeiten zwischen Deutschland und den Niederlanden zu fördern. Eine Ausweitung dieses Projekts auf andere euregios wird bereits diskutiert. Das euregio business network wird durch INTERREG IIIA der euregio rhein-maas-nord, durch die Wirtschaftsministerien der Niederlande und Nordrhein-Westfalens, durch die KvK Limburg-Noord und die IHK Mittlerer Niederrhein sowie durch die privaten Dienstleister finanziert.

KOSTENLOSE SERVICESTELLE

EUREGIO BUSINESS NETWORK

Ansprechpartner: Wolfgang Schindel

Telefon 02161.6985.515

info@euregio-business-network.com

www.euregio-business-network.com

Dipl.-Ing. Wolfgang Schindel, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH

euregio
business network



„Schrumpfung als Chance“

Demographisches Gutachten für die Stadt Bergheim

„Weniger, älter, bunter“! Drei Schlagworte, die inzwischen aus keiner Fachdiskussion zur Stadtentwicklung mehr wegzudenken sind. Noch Ende der 90er Jahre führte im Westen der Republik diese Diskussion zu einem kommunalen Wettbewerb um Neubürger. Für Wanderungsgewinne wurden ad hoc möglichst viele und möglichst große familienkompatible Wohngebiete ausgewiesen – ein sehr kurzfristiger Reflex. Erst seit wenigen Jahren verkehrt sich die Diskussion um den Anpassungsprozess in Richtung kreativer Ansätze. „Aus der Not eine Tugend machen“ heißt nunmehr die Devise. Dass dies funktionieren kann, zeigt der integrierte Ansatz für die Stadt Bergheim.

„INTEGRIERT“ IST KEINE WORTHÜLSE

Die Besonderheit im Umgang mit dem demographischen Wandel in Bergheim zeichnet sich dadurch aus, dass ressortübergreifend gedacht wird. Gegliedert wird nach den Erfordernissen, die sich

- aus den zurückgehenden Bevölkerungszahlen und
- aus der sich verändernden Bevölkerungszusammensetzung ergeben.

Zur Beeinflussung der Bevölkerungszahl werden die negativen Wanderungssalden und die zurückgehenden Geburtenzahlen in den Fokus genommen. Der Umgang mit der veränderten Bevölkerungszusammensetzung basiert darauf, dass der zunehmende Alterungsprozess zu Ungleichgewichten auf dem Arbeitsmarkt führt und dass eine soziale und ethnische Polarisierung die städtische Gesellschaft prägen wird. Für jede der genannten Handlungsebenen wurden in einem intensiven Diskussionsprozess klare Zielsetzungen entwickelt: Für die aktive und positive Steuerung der Bevölkerungszahl stehen wohnungspolitische Aspekte im Vordergrund, während im Umgang mit den demographischen Prozessen sozialpolitische Themen dominieren. Beide Handlungsebenen weisen außerdem zentrale Schnittmengen auf, die eine quantitative Di-

mension (positive Steuerung der Bevölkerungszahl) und eine strukturelle Dimension (positive Nutzung der sich verändernden Bevölkerungszusammensetzung) beinhalten. Drei der wichtigsten zentralen Handlungsfelder sind:

- Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Bildung
- Freiwilliges Engagement

VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF

Viele junge Paare in Bergheim wünschen sich, nicht zwischen Kindern und Erwerbstätigkeit wählen zu müssen, sondern beides als gleichwertige Lebensbereiche miteinander vereinbaren zu können. Die Möglichkeit, Familie und Beruf zu vereinen, wirkt in jedem Falle als positiver Standortfaktor für Familien, die sich auf dem Immobilienmarkt im Großraum Köln orientieren (Stichwort: Wanderungssalden) bzw. vor der Wahl stehen, noch ein weiteres Kind zu bekommen (Stichwort: natürliche Salden). Gleichzeitig birgt gerade dieses zentrale Handlungsfeld eine wichtige ökonomische Komponente im Umgang mit der sich verändernden Bevölkerungszusammensetzung: Eine Mobilisierung von nicht berufstätigen Personen für den Arbeitsmarkt (meist Frauen, die aufgrund von Betreuungsleistungen an ihre Kinder oder ihre pflegebedürftigen Eltern gebunden sind) erhöht die Anzahl der potentiell gut ausgebildeten Arbeitskräfte und kann ein wichtiger Baustein im Umgang mit der zurückgehenden Zahl an qualifizierten Fachkräften sein.

Die Stadt Bergheim kann mit einem entsprechenden Angebot attraktiv für Neubürger und für Unternehmer werden: Familienfreundlichkeit wirkt als personenbezogener Standortfaktor für Zuzüge und als unternehmensbezogener Standortfaktor für die Verfügbarkeit hochqualifizierter Arbeitskräfte. Auf dieser Grundlage können und sollen die Wirtschaftskräfte der Stadt Bergheim in den Diskussionsprozess für eine familienfreundliche Stadt eingebunden werden. Dies beinhaltet insbesondere die Optimierung der Betreuungsmöglichkeiten mit Hilfe der Unternehmen, sei es über die Flexibilisierung von Arbeitszeiten, eigene betriebliche Einrichtungen oder das finanzielle Engagement in bestehenden Institutionen.

BILDUNG

Da zunehmend weniger Kinder geboren werden, wird auch die Innovationskraft der nachrückenden





Generationen immer geringer. Gut ausgebildete, junge Arbeitskräfte stehen für Kreativität, Innovation und damit für die zentralen Stabilitäts- und Wachstumsbereiche der städtischen Wirtschaft. Wo die Jugendlichen fehlen, fehlt auch ein wichtiges Potential für die moderne wirtschaftliche Entwicklung.

Eine steigende Innovationskraft ist aber Grundvoraussetzung für die Erhöhung der Produktivität und damit auch für eine steigende Wertschöpfung. Da immer weniger junge Menschen für immer mehr alte Menschen aufkommen müssen, ist eine konsequente und zunehmende Steigerung der Wertschöpfung allerdings das einzig probate Mittel, den Generationenvertrag zumindest halbwegs im Gleichgewicht zu halten.

Nachdem immer weniger junge Menschen in den Arbeitsmarkt nachrücken, kann die einzige Konsequenz nur lauten, dass diese wenigen noch zur Verfügung stehenden jungen Kräfte optimal ausgebildet werden. Kurz: ein künftig mehr denn je erforderliches Innovationspotential kann nur über optimale Bildungschancen mobilisiert werden.

Ziel der Stadt Bergheim ist es daher, das Bildungsniveau insgesamt zu optimieren. Dies beinhaltet insbesondere eine Mobilisierung der Aus- und Weiterbildungsreserven. Entsprechend sollen die vorhandenen Kräfte gebündelt sowie in enger Zusammenarbeit mit den Unternehmen kreative Lösungen zur Weiterbildung erarbeitet werden. Es soll nicht nur auf die Primärbildung besonderer Wert gelegt werden - insbesondere die Weiter- und Fortbildungsmöglichkeiten sollen gezielt gefördert werden.

Bei dieser Zielsetzung ist auch zu berücksichtigen, dass sich der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund, insbesondere in den jüngeren Bevölkerungsschichten, zunehmend vergrößern wird. Gleichzeitig weisen die nichtdeutschen Bürger aber regelmäßig niedrigere Bildungsabschlüsse auf als die deutsche Bevölkerung. Um die knapper werdenden Ressourcen an jungen Menschen bestmöglich zu nutzen, ist, zusätzlich zur Optimierung des Bildungsangebots, eine gesellschaftliche Integrationsleistung erforderlich. Integration ist damit definitiv nicht mehr allein sozialpolitisch motiviert, sondern hat schon längst eine handfeste ökonomische Dimension gewonnen.

FREIWILLIGES ENGAGEMENT

Es ist davon auszugehen, dass die vielfältigen Aufgaben der Stadt Bergheim in zunehmendem Maße

von vielen Schultern getragen werden müssen. Das freiwillige Engagement der Bürger für ihre Stadt wird künftig einen immer größeren Beitrag für ein funktionierendes und harmonisches Stadtgefüge leisten. Die städtischen Angebote, die über das freiwillige Engagement möglich werden, wirken einerseits als Attraktivitätsmerkmal und positiver Standortfaktor für die Stadt Bergheim. Auf der anderen Seite lassen sich über freiwillige Leistungen mögliche negative Folgen demographischer Entwicklungsprozesse auffangen – Leistungen, zu denen in Zeiten zunehmend knapper Haushaltsmittel die öffentliche Hand nicht mehr in der Lage sein wird.

In der strategischen Ausrichtung ist das freiwillige Engagement als Ziel und als Instrument gleichermaßen einzusetzen, z. B.: das Engagement von Senioren als Paten bei ausländischen oder deutschen Familien leistet einen Beitrag zur Familienpolitik und Integrationsarbeit; gleichzeitig beinhaltet es ein Zusammenkommen der Generationen und die aktive Beteiligung von Senioren an den Bergheimer Lebenswelten.

Vor diesem Hintergrund ist es das erklärte Ziel der Stadt Bergheim, die Menschen in ihrem Engagement zu unterstützen und die sich daraus ergebenden Potentiale aller Gesellschafts- und Altersgruppen positiv für die Stadt zu nutzen. Dies beinhaltet, die Qualität des Zusammenlebens ebenso zu verbessern wie einen Beitrag zur Überwindung der Finanzkrise zu leisten.

KURZES FAZIT

In der Stadt Bergheim wurde im Rahmen des Zielfindungsprozesses deutlich, dass nicht alleine die Bevölkerungszahl, vielmehr die wirtschaftliche Prosperität und die Qualität des Zusammenlebens die künftige Lebensqualität prägen wird. Wenn die genannten Zielsetzungen konsequent umgesetzt werden, können die demographischen Prozesse tatsächlich als Chance erkannt und genutzt werden. Der Stadt Bergheim kann es darauf aufbauend gelingen, sowohl ökonomisch als auch demographisch in der Region Stellung zu beziehen, ohne auf den äußerst kontraproduktiven Wettbewerb um Neubürger mittels umfangreicher Wohngebietserschließungen eingehen zu müssen.

Dipl.-Ing. Dominik Geyer, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH



Neuerscheinungen

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (Hrsg.): Navigator für Standortgemeinschaften – Handlungs- und Maßnahmenkatalog zur Entwicklung von Geschäftsstraßen. DSSW Schriften 54. Berlin. Stand 12/2006.

Der Navigator wendet sich an alle diejenigen, die eine Standortgemeinschaft organisieren wollen, darin aber noch keine Erfahrung haben. Aus sechs Handlungsfeldern werden 18 Maßnahmenfelder und im nächsten Schritt 95 Einzelmaßnahmen ent-

wickelt. Zu jeder Einzelmaßnahme gibt es eine kurze Erläuterung sowie ein einheitlich aufgebautes Maßnahmenblatt. Der Navigator ist ein gutes Instrument, um zu Beginn der Arbeit die Fülle von Ideen, Vorschlägen und Wünschen zu ordnen, Lücken zu erkennen und Prioritäten zu setzen. Die CD-ROM umfasst die Textversion der Studie, den eigentlichen Navigator, der Handlungsfelder, Maßnahmenfelder und Einzelmaßnahmen übersichtlich in Form eines Kreises mit Segmenten darstellt, und einen Navigator zum Ausfüllen vor Ort.

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung und Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.): Private Eigentümer im Stadtumbau. Werkstatt Praxis. Heft 47. Bonn 2006.

Der Werkstattbericht „Private Eigentümer im Stadtumbau“ geht der Forschungsfrage nach, mit welchen Strategien und Methoden vor allem die Einzeleigentümer für die gewünschten Veränderungsprozesse in Stadtumbauebenen gewonnen und zu Aufwertungsmaßnahmen an ihrem Eigentum motiviert werden können. Denn im Gegensatz zu den Stadtumbau West-Modellprojekten in Siedlungen der 1950er, 60er und 70er Jahre, bei denen mit wenigen großen Wohnungsbaugesellschaften schnell Entscheidungen und positive Ergebnisse zu erzielen sind, sind in den durch privates Eigentum dominierten Innenstadtlagen, gründerzeitlichen Wohnquartieren und Ortskernen von Landgemeinden nur sehr zögerliche Prozessfortschritte festzustellen. Da aber auch in diesen Lagen eine große Notwendigkeit für Stadtumbauprozesse gesehen wird, wurde das vorliegende Sondergutachten gestartet. Mit ihm sollen die besonderen Problemlagen herausgearbeitet und Lösungswege aufgezeigt werden. Das Gutachten umfasst ein dreiteiliges Untersuchungsdesign: Eine Fallstudie in den fünf

Ortsquartieren Gelsenkirchen-City, Albstadt-Ebingen/Westliche Innenstadt, Völklingen-City, Wilhelmshaven Südstadt/Bant und Ortskern von Bad Zwesten, eine Kurzexpertise zu Stadterneuerungsprozessen aus den 1970er Jahren und ein eintägiges Expertengespräch. Für jede der Fallstudien werden das Untersuchungsgebiet sowie die Gebäude- und Eigentümerstruktur ausführlich dargestellt. Wichtigster Punkt sind die unterschiedlichen Vorgehensweisen, wie die Eigentümer angesprochen und motiviert wurden. Auch die kommunalen Strategien unterschieden sich und geben interessante Hinweise für Kommunen mit vergleichbaren Aufgabenstellungen. Nicht verschwiegen werden die besonderen Schwierigkeiten, die sich mit den meist sehr heterogenen Eigentümerstrukturen ergeben. Der Vergleich der Sanierungsmaßnahmen aus den 1970er Jahren und dem Stadtumbau-Programm ergibt, dass sich die Erfahrungen im Umgang mit Einzeleigentümern trotz veränderter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen übertragen lassen. Der Bericht endet mit einem Aufruf an Stadtplaner, Prozessmanager und sonstige Akteure, die Bedürfnisse und Belange, Mitwirkungsbereitschaft und auch Ängste der Eigentümer frühzeitig, ernsthaft und einführend zu berücksichtigen, denn die Eigentümer sind die wahren Akteure des Stadtumbaus.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Stadt- und Regionalplanung
Dr. Paul G. Jansen GmbH

Bachemer Straße 115
50931 Köln
Telefon 0221/94072-0
Telefax 0221/94072-18

info@stadtplanung-dr-jansen.de
www.stadtplanung-dr-jansen.de

REDAKTION: Dipl.-Geogr. Ursula Mölders

GESTALTUNG: Susanne Peters

FOTOS/GRAFIKEN: I. Buscher-Ciupke (Piktos Seite 3),
Gettyimages (Seite 5), Barbara Kerbusk (Seite 7)

In euroman verzichten wir grundsätzlich wegen der besseren Lesbarkeit von Texten auf die Schreibweise „Innen“ für Bürger, Teilnehmer, Akteure etc. Selbstverständlich sind für uns immer gleichzeitig und chancengleich Männer und Frauen angesprochen.

© Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH