

**i**  
**Initiative**  
**Wirtschaft**  
**für Bad**  
**Honnet**

**Gespräch zur Standortanalyse**  
**Bad Honnet, 30. Oktober 2007**

## **1. Ausgangssituation und Zielsetzung**

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## **2. Demografische Entwicklung**

Raimund Stür, TX Logistik AG, Bad Honnef

## **3. Wirtschaftliche Entwicklung**

Konrad Löcherbach, VRT Linzbach, Löcherbach und Partner, Bonn

## **4. Touristische Entwicklung**

Prof. Dr. Helmut Wachowiak, IFH, Bad Honnef

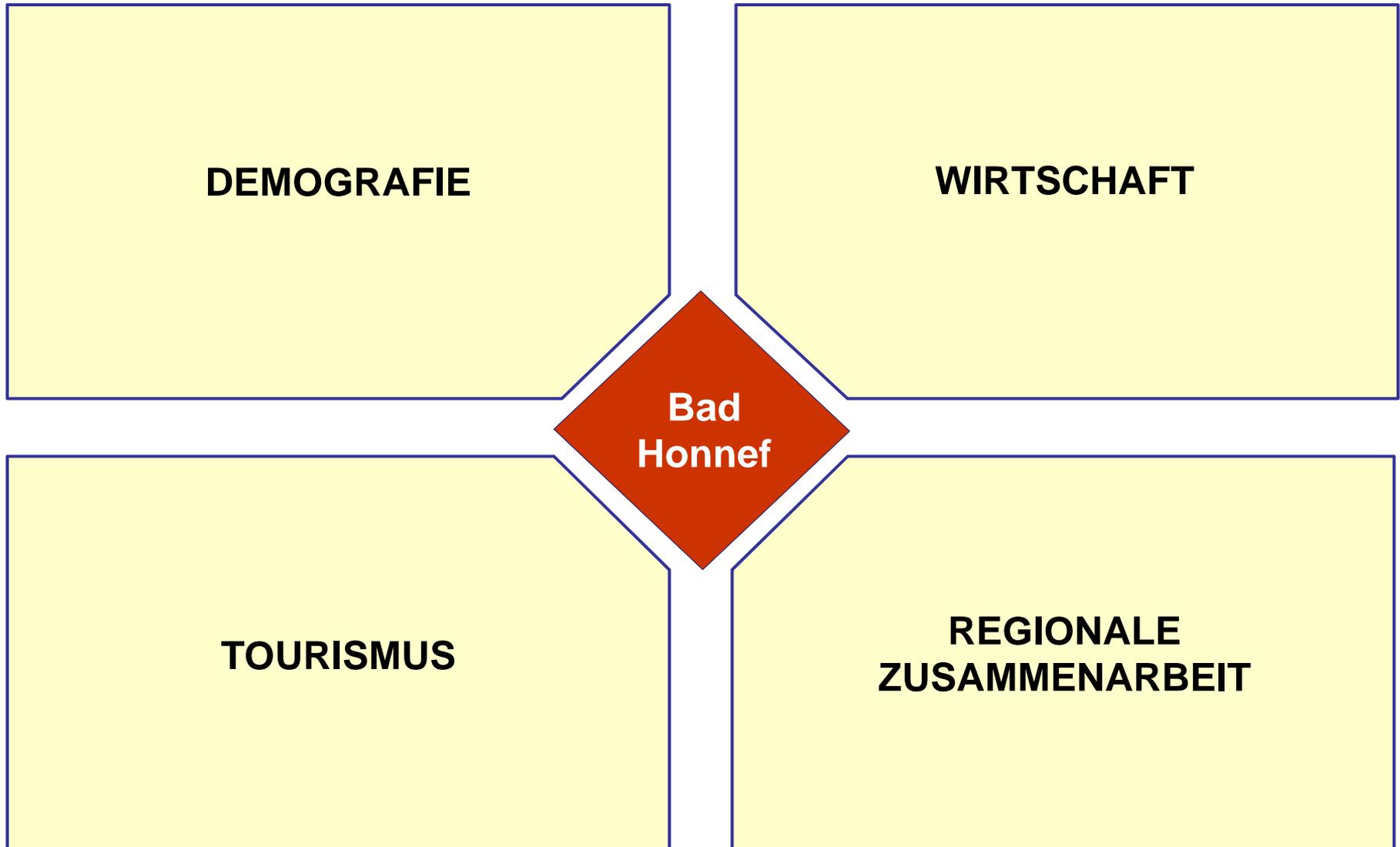
## **5. Regionale Zusammenarbeit**

Norbert Beatrix, ABB AG, Bad Honnef

## **6. Zusammenfassung**

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

- „Wirtschaftsmotor“ Bad Honnef stottert oder ist schon abgewürgt
- Initiative will „Starthilfe“ geben
- Potenzialanalyse als Grundlage
- Handlungsnotwendigkeiten aufzeigen



## 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## 2. Demografische Entwicklung

Raimund Stür, TX Logistik AG, Bad Honnef

## 3. Wirtschaftliche Entwicklung

Konrad Löcherbach, VRT Linzbach, Löcherbach und Partner, Bonn

## 4. Touristische Entwicklung

Prof. Dr. Helmut Wachowiak, IFH, Bad Honnef

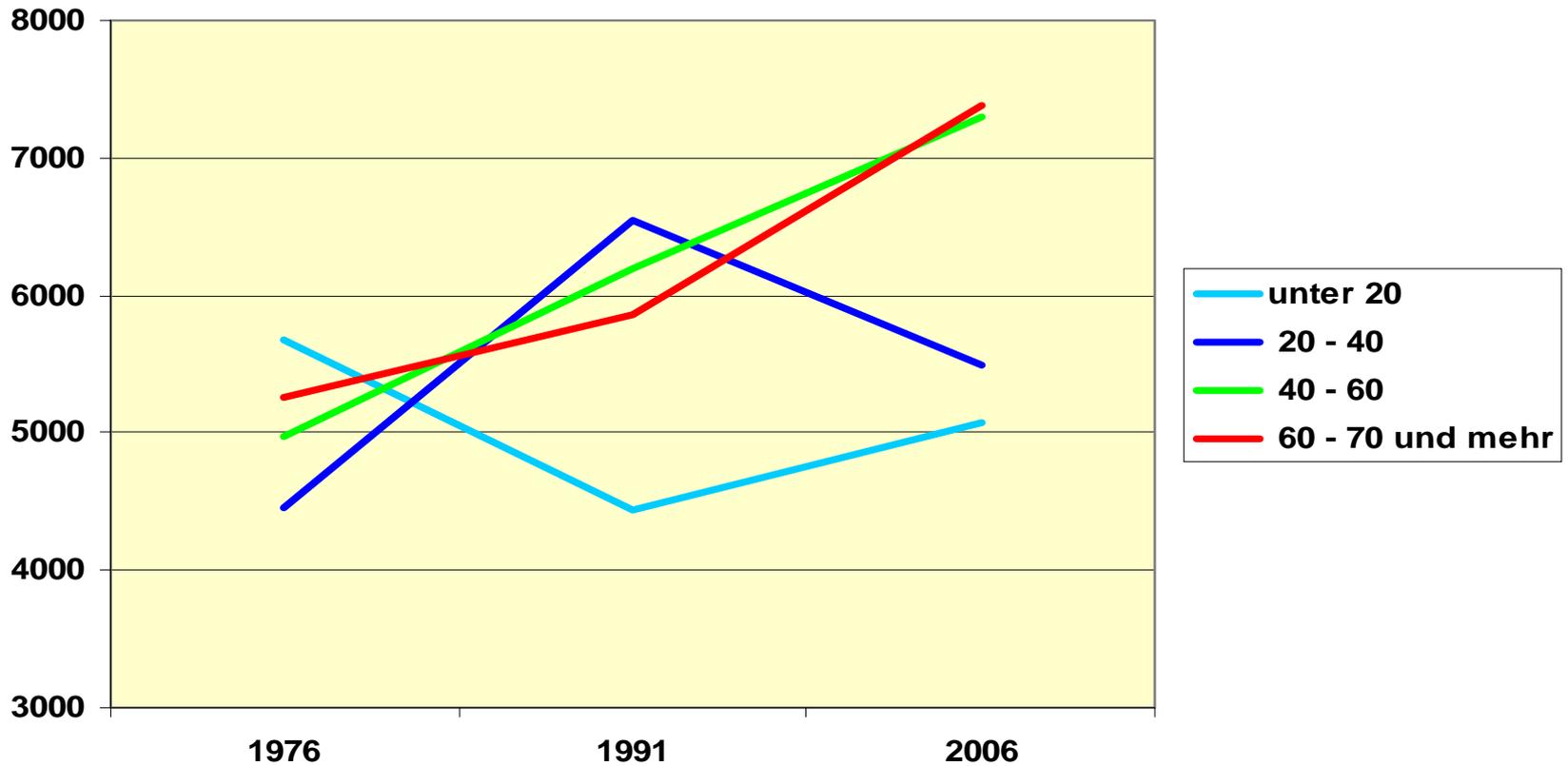
## 5. Regionale Zusammenarbeit

Norbert Beatrix, ABB AG, Bad Honnef, IFH, Bad Honnef

## 6. Zusammenfassung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

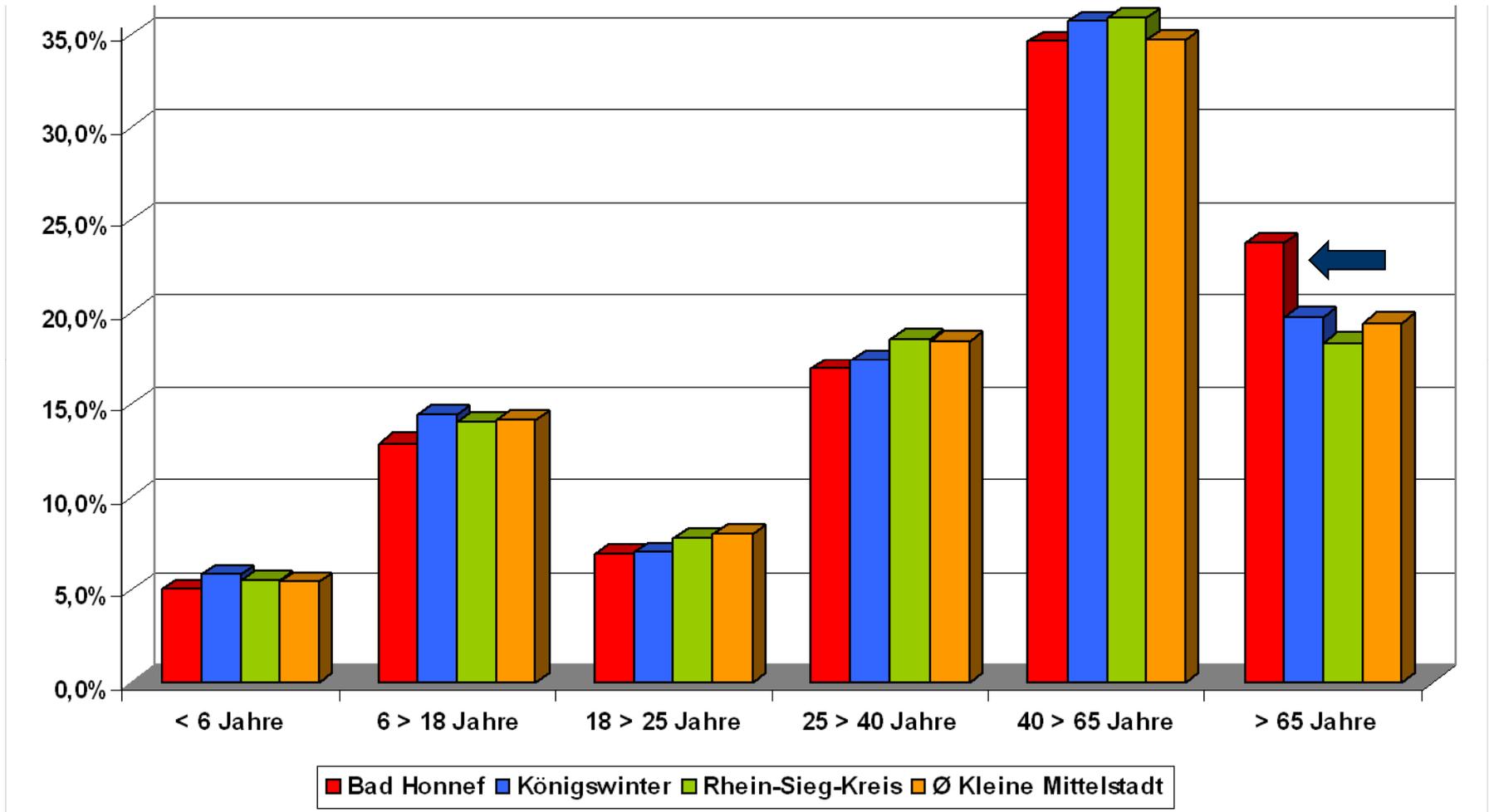
## Altersgruppen 1976 - 2006



# Bad Honnef mit höchstem Anteil an über 65-Jährigen im R-S-K



Anteil an Bevölkerung



Quelle: LDS NRW; Rhein-Sieg-Kreis, Der Landrat, Ref. Wirtschaftsförderung, FB Statistik

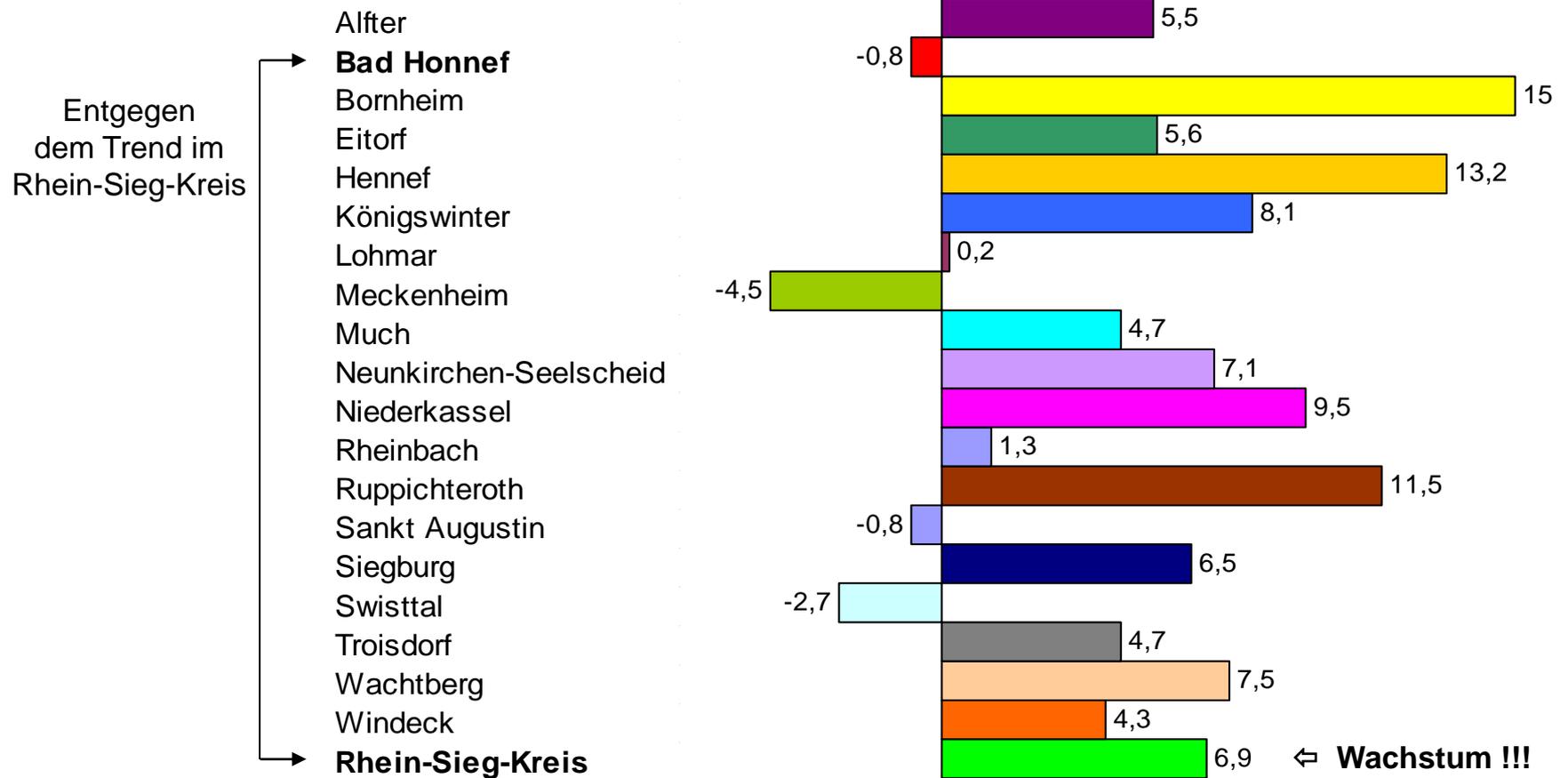
## Chancen der Alterstruktur nutzen

- Einkaufsmöglichkeiten an überdurchschnittliche Kaufkraft anpassen
- Größeres kulturelles Angebot (Theater etc.) schaffen
- Serviceangebot für „Junge Alte“ schaffen (Kurse, Sprachen, Reisen)

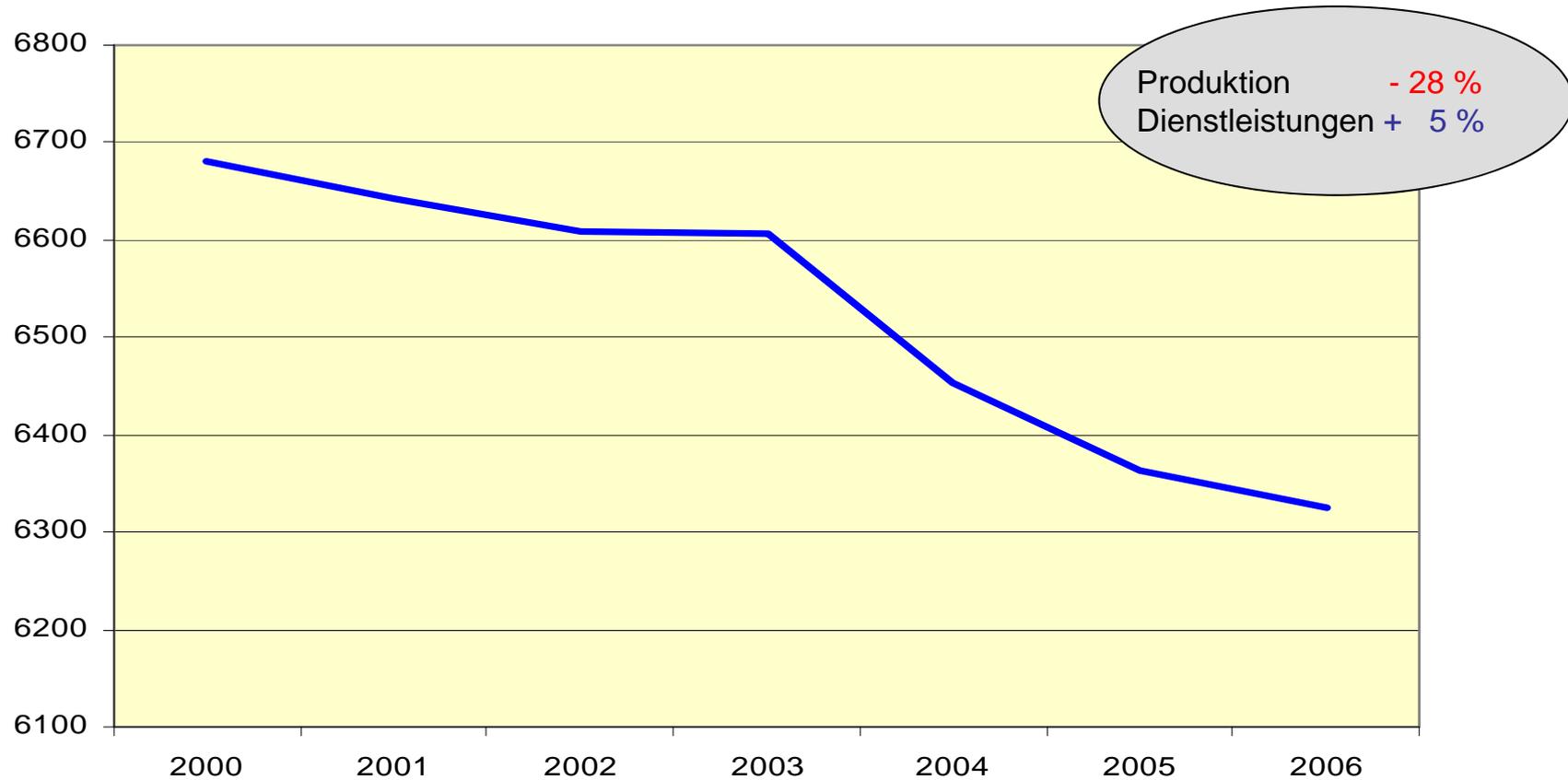
## Veralterungstrend entgegenwirken

- Ansiedlung junger Familien
- Werbeprogramm Wohnort Bad Honnef im Einzugsgebiet Bonn
- Attraktivität der Stadt für Studenten steigern (Sport, Freizeit, Entertainment)

## Bevölkerungsprognose 2003-2020



## Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2000 - 2006 in Bad Honnef



## **Attraktivität der Stadt Bad Honnef nutzen**

- Schaffung von Ansiedlungsmöglichkeiten für junge Familien
- Werbeprogramm für Mitarbeiter bei Bad Honnefer Unternehmen (Zielgruppe: Pendler)
- Studentisches Wohnangebot verbessern

## **Beschäftigungsprogramm**

- Attraktivität Einzelhandel
- Neuansiedlung von Gewerbe und Dienstleistungen

## 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## 2. Demografische Entwicklung

Raimund Stür, TX Logistik AG, Bad Honnef

## 3. Wirtschaftliche Entwicklung

Konrad Löcherbach, VRT Linzbach, Löcherbach und Partner, Bonn

## 4. Touristische Entwicklung

Prof. Dr. Helmut Wachowiak, IFH, Bad Honnef

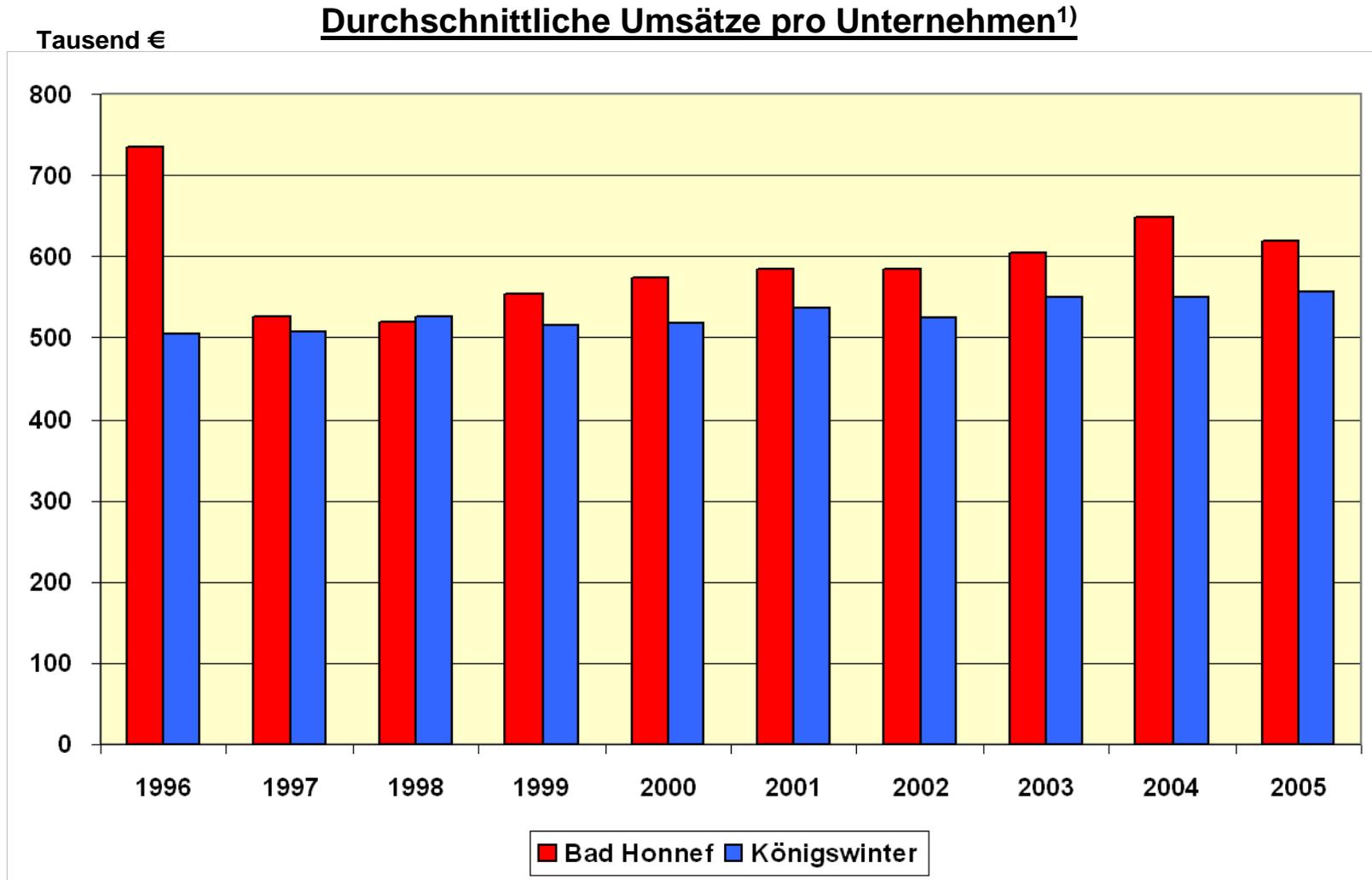
## 5. Regionale Zusammenarbeit

Norbert Beatrix, ABB AG, Bad Honnef

## 6. Zusammenfassung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

# Bad Honnef hat eine Vielzahl umsatzstarker Unternehmen



<sup>1)</sup> eigene Berechnung (Gesamtumsatz / Anzahl Unternehmen).

Basis: Nur Steuerpflichtige mit Lieferungen und Leistungen von mehr als 16.620 Euro pro Jahr

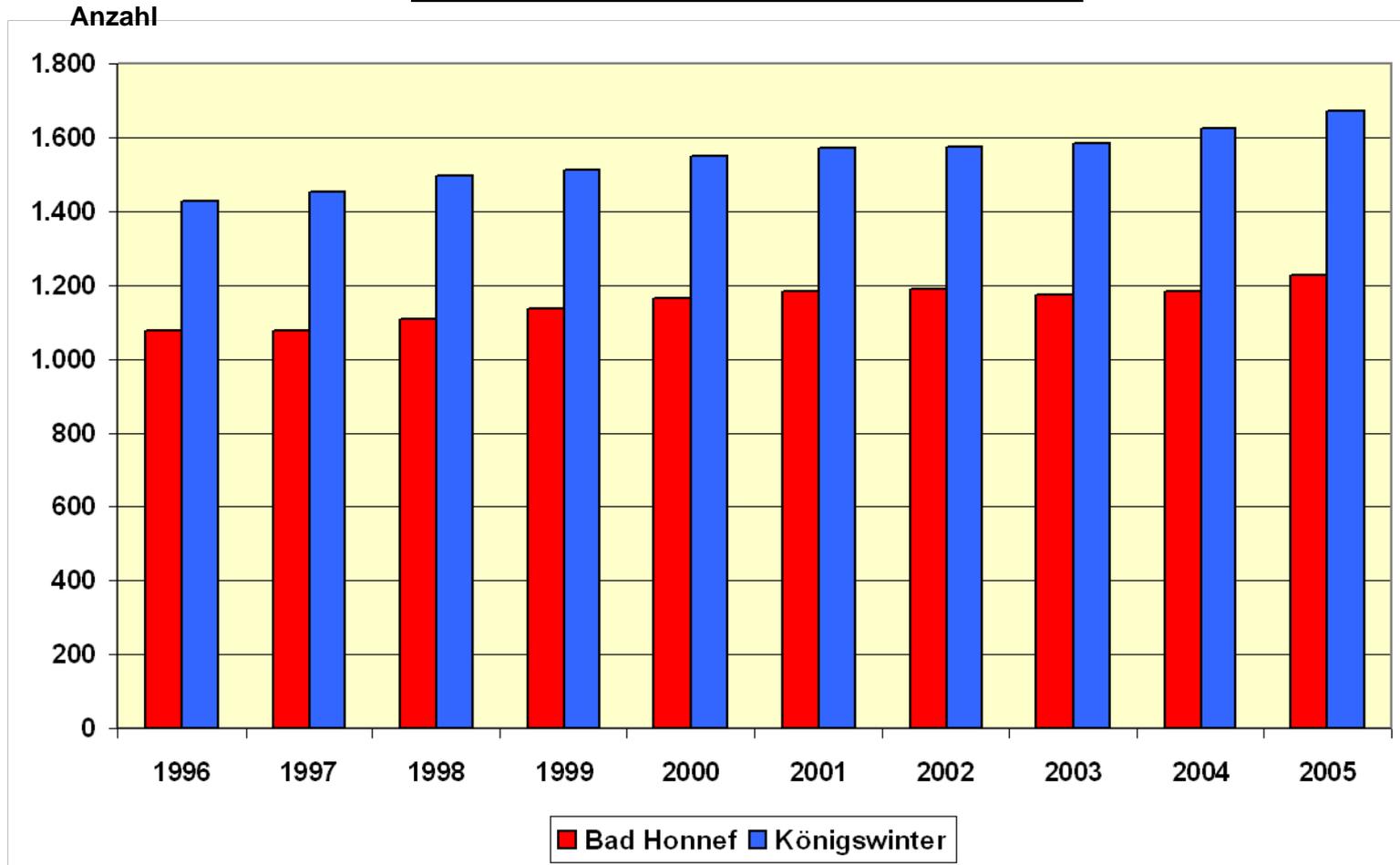
(bis 2002) bzw. 17.500 Euro pro Jahr (ab 2003)

Quelle: LDS NRW; Rhein-Sieg-Kreis, Der Landrat, Ref. Wirtschaftsförderung, FB Statistik

# In Bad Honnef ca. 442 weniger Unternehmen angesiedelt



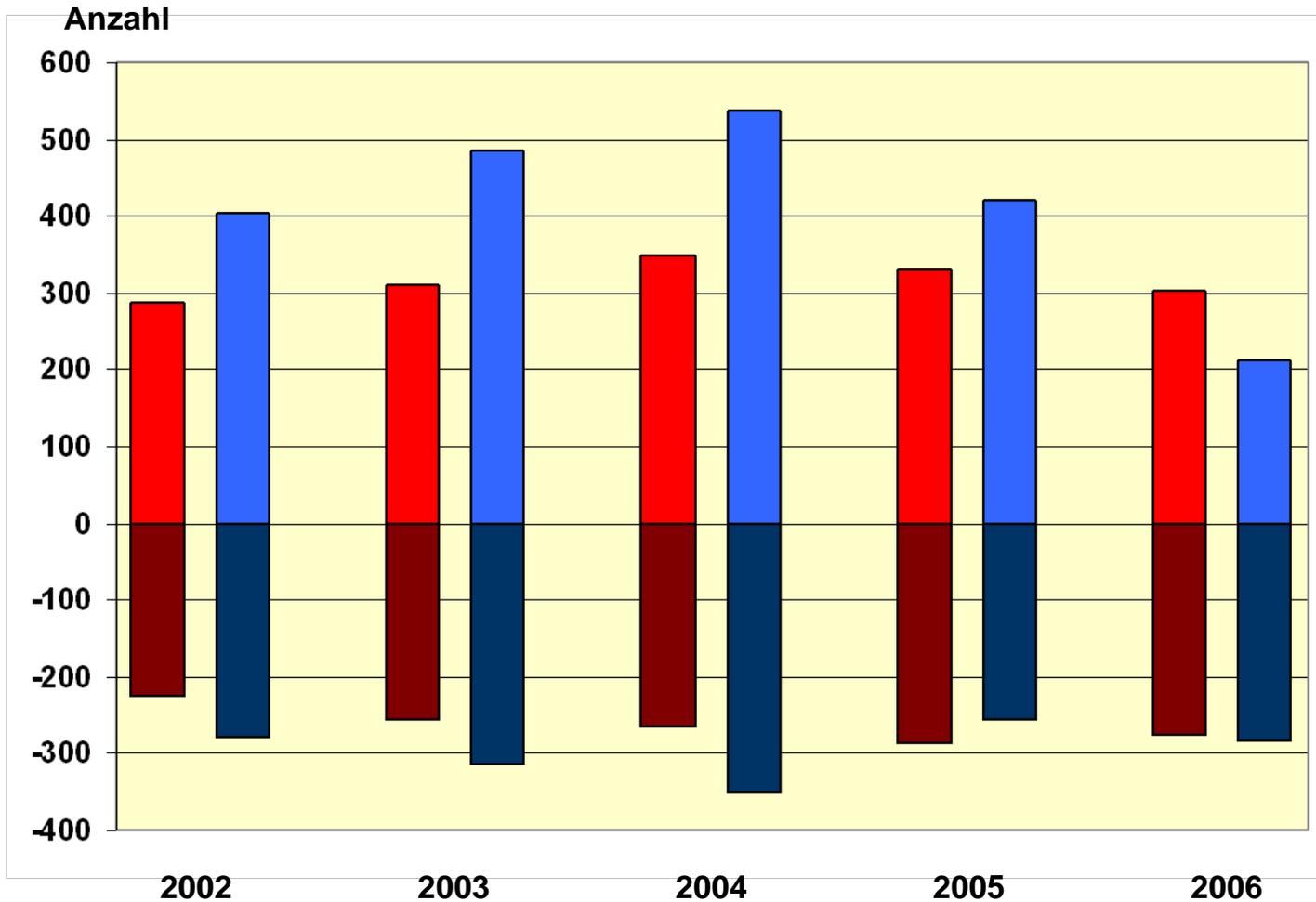
## Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen<sup>1)</sup>



<sup>1)</sup> nur Steuerpflichtige mit Lieferungen und Leistungen von mehr als 16.620 Euro pro Jahr (bis 2002) bzw. 17.500 Euro pro Jahr (ab 2003)

Quelle: LDS NRW; Rhein-Sieg-Kreis, Der Landrat, Ref. Wirtschaftsförderung, FB Statistik

## Gewerbean- und abmeldungen



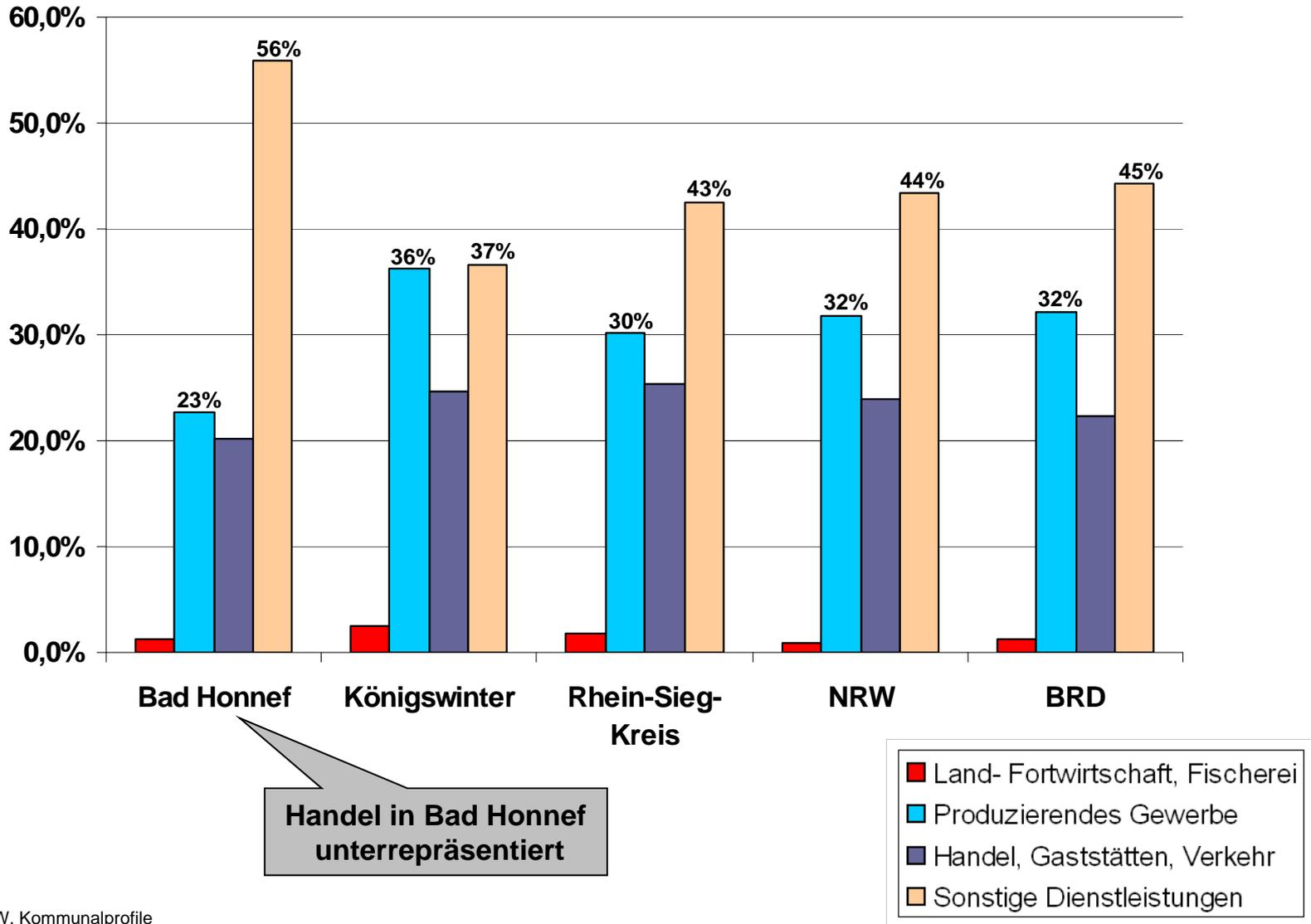
Saldo kumuliert  
2002 - 2006:

 Bad Honnef  
+ 267  
Anmeldungen

 Königswinter  
+ 570  
Anmeldungen

⇒ + 113 % vs.  
Bad Honnef

# Dienstleistungssektor in Bad Honnef besonders stark ausgeprägt



Quelle: LDS, NRW, Kommunalprofile  
Basis: Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 2005

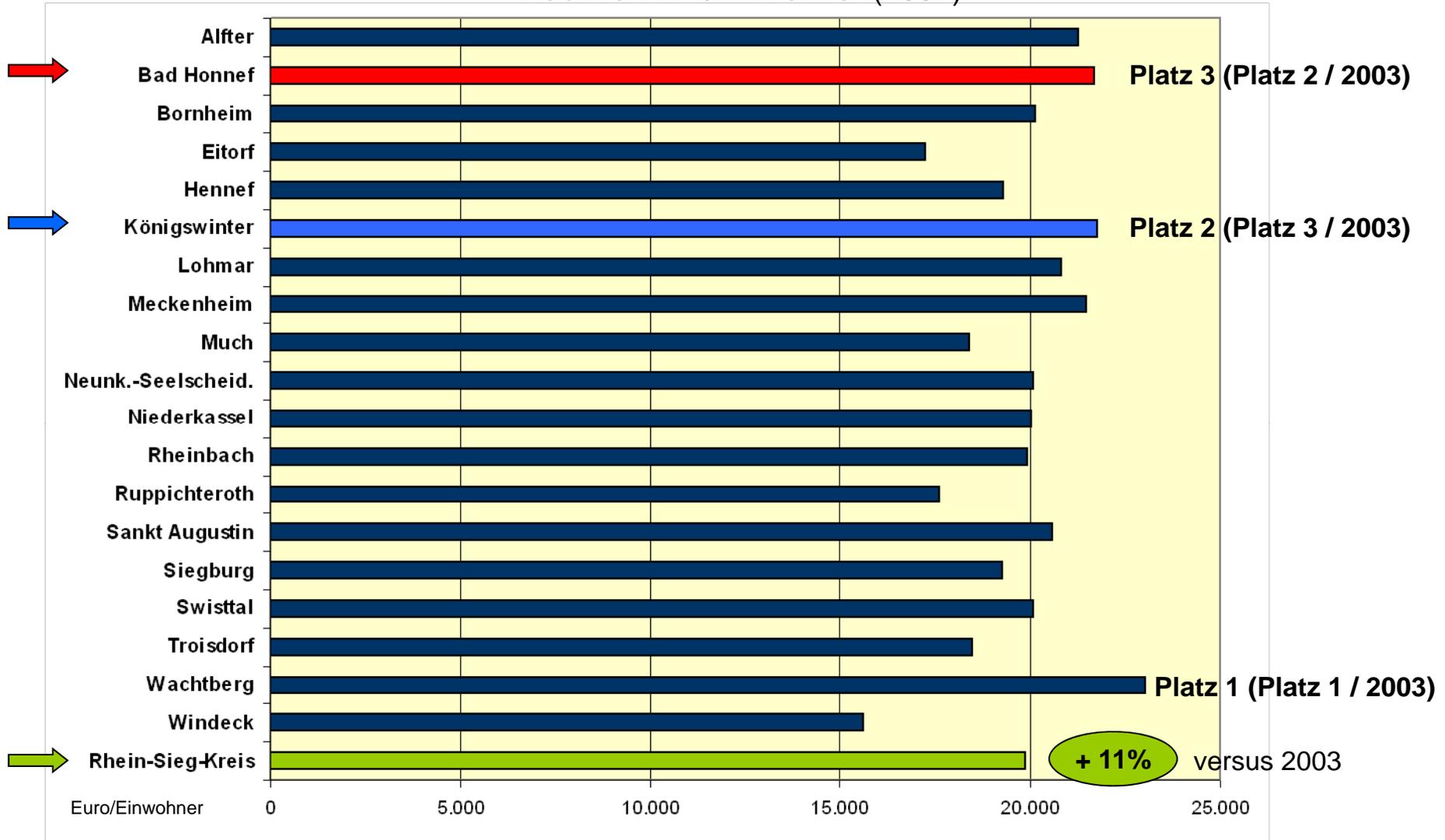
- Wohnen und Arbeiten in attraktiver Umgebung für Arbeitnehmer (ländlicher oder städtischer Charakter wählbar)
- Sehr gute Personalsituation im Hochqualifiziertenbereich für Arbeitgeber
- Zentrale Lage (Autobahn, Großstädte, Flughäfen)

- 
- Bezahlbaren Wohnraum zur Verfügung stellen (⇒ Arbeitgeber: Personalverfügbarkeit, Personalkosten)
  - Bildungs- und Betreuungsangebote anbieten
  - Ansiedelung komplementärer Dienstleistungen fördern
  - Adäquate Gewerbeflächen ausweisen
  - Gute Infrastruktur sicherstellen

# Sehr hohe Kaufkraft in Bad Honnef



Kaufkraft in €/Einwohner (2007)



Quelle: Rhein-Sieg-Kreis, Homepage: Zahlen Fakten

- Großer Anteil älterer Bürger
- Hohe Ladenmieten ⇒ steigende Leerstandsquote
- Zunehmender Anteil von Billigläden
- Parkplatzsituation Innenstadt verbesserungswürdig
- Wenig Lebensmittelhändler im Talbereich, sehr viele Discounter im Bergbereich
- Kaufkraft „Bergbereich“ wird weitgehend an Oberpleis, Asbach und Bonn verloren (⇒ mangelhafte Infrastruktur)
- Weder Baumarkt noch größerer Gärtnereibetrieb vorhanden (⇒ Königswinter, Siegburg)

- Entwicklung von Einkaufskonzepten, d.h. demografiegerechte Verteilung und Anpassung des Service- und Handelsangebots
- Ansiedelung von Billigketten außerhalb der Innenstadt  
⇒ Wahrung der Einheitlichkeit des Stadtbildes
- Erhöhung der Attraktivität der Ortszentren für Tourismus
- Parkplatzkonzept
- Verbesserte Infrastruktur zwischen Berg- und Talbereich
- Altersgerechte Serviceleistungen (Lieferdienste, etc.)

## 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## 2. Demografische Entwicklung

Raimund Stür, TX Logistik AG, Bad Honnef

## 3. Wirtschaftliche Entwicklung

Konrad Löcherbach, VRT Linzbach, Löcherbach und Partner, Bonn

## 4. Touristische Entwicklung

Prof. Dr. Helmut Wachowiak, IFH, Bad Honnef

## 5. Regionale Zusammenarbeit

Norbert Beatrix, ABB AG, Bad Honnef

## 6. Zusammenfassung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## Attraktionen Bad Honnef:

- Rheinsteig
- Rhöndorf
- Insel
- Siebengebirge

## Attraktionen Königswinter:

- Drachenfels
- Siebengebirge
- Seaworld-Center
- Rheinlage /Innenstadt

- 
- Touristisches Gesamtkonzept entwickeln
  - Rheinlage von Bad Honnef (Insel) stärken
  - Chance Nationalpark Siebengebirge nutzen
  - Örtliche Unternehmer und Dienstleister einbinden
  - Infrastruktur entsprechend anpassen

## 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## 2. Demografische Entwicklung

Raimund Stür, TX Logistik AG, Bad Honnef

## 3. Wirtschaftliche Entwicklung

Konrad Löcherbach, VRT Linzbach, Löcherbach und Partner, Bonn

## 4. Touristische Entwicklung

Prof. Dr. Helmut Wachowiak, IFH, Bad Honnef

## 5. Regionale Zusammenarbeit

Norbert Beatrix, ABB AG, Bad Honnef

## 6. Zusammenfassung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

- Desolate städtische Finanzlage erzwingt Kostensenkung im Verwaltungsbereich
- Kommunale Zusammenarbeit auf Verwaltungsebene derzeit zu wenig ausgeprägt
- Notwendige Organisationsstrukturen zur regionalen Zusammenarbeit nicht ausreichend vorhanden
- Politische „Grabenkämpfe“ mit Nachbargemeinden Königswinter und Rheinbreitbach



Bad Honnef hat in der Vergangenheit häufig den Weg kommunaler Alleingänge gewählt

- Nutzung Vorschlagsliste Rhein-Sieg-Kreis
- Stärken-Schwächen-Analyse aller Verwaltungsvorgänge
- Bildung effizienter, kompetenter Verwaltungseinheiten auf Basis Stärken-Schwächen-Analyse durch In- oder Outsourcing
- Schaffung der entsprechenden organisatorischen Voraussetzungen



Sachorientierung vor  
politischen „Schachzügen“

- Weder im Internet noch in Printmedien existiert ein überzeugender, gemeinschaftlich Auftritt Bad Honnefs mit der Region
- Im Bereich Wirtschaftsförderung wird die dominante Stellung der Stadt Bonn nur einseitig als Hindernis gesehen
- Keine ausreichende Beteiligung an regionalen Tourismusinitiativen (z.B. Tourismusförderverein Bonn/Rhein-Sieg-Ahrweiler)
- Es fehlt an geeigneten Organisationsformen und -strukturen sowie konkreten Anreizen für eine überregionale Wirtschaftsförderung

- Exzellente geografische Lage mit sehr guter Anbindung an die Region Köln / Bonn. (Arbeiten in Köln/Bonn – leben in Bad Honnef)
- Bad Honnef als Teil der Region präsentieren und innerhalb dieser Region agieren
- Bad Honnef als Alternative/Ergänzung zum Wirtschaftsstandort Bonn
- Schaffung von geeigneten Organisationsformen und -strukturen für eine überregionale Wirtschaftsförderung

## 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## 2. Demografische Entwicklung

Raimund Stür, TX Logistik AG, Bad Honnef

## 3. Wirtschaftliche Entwicklung

Konrad Löcherbach, VRT Linzbach, Löcherbach und Partner, Bonn

## 4. Touristische Entwicklung

Prof. Dr. Helmut Wachowiak, IFH, Bad Honnef

## 5. Regionale Zusammenarbeit

Norbert Beatrix, ABB AG, Bad Honnef

## 6. Zusammenfassung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

## Aspekte

Demografische  
Entwicklung

Wirtschaftliche  
Entwicklung

Touristische  
Entwicklung

Regionale  
Zusammenarbeit

## Top 5 Prioritäten

- Junge Familien für den Wohnort Bad Honnef begeistern
- Zusätzliche Arbeitsplätze insbesondere im Bereich Dienstleistungen schaffen
- Stadtentwicklungskonzept für Wohnen, Arbeiten, Freizeit und Verkehr
- Handels- und Dienstleistungsangebot für Zielgruppe „50 Plus“ ausbauen
- Touristische Entwicklung vorantreiben