

i
Initiative
Wirtschaft
für Bad
Honnef

Gespräch zur Standortanalyse
Bad Honnef, 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

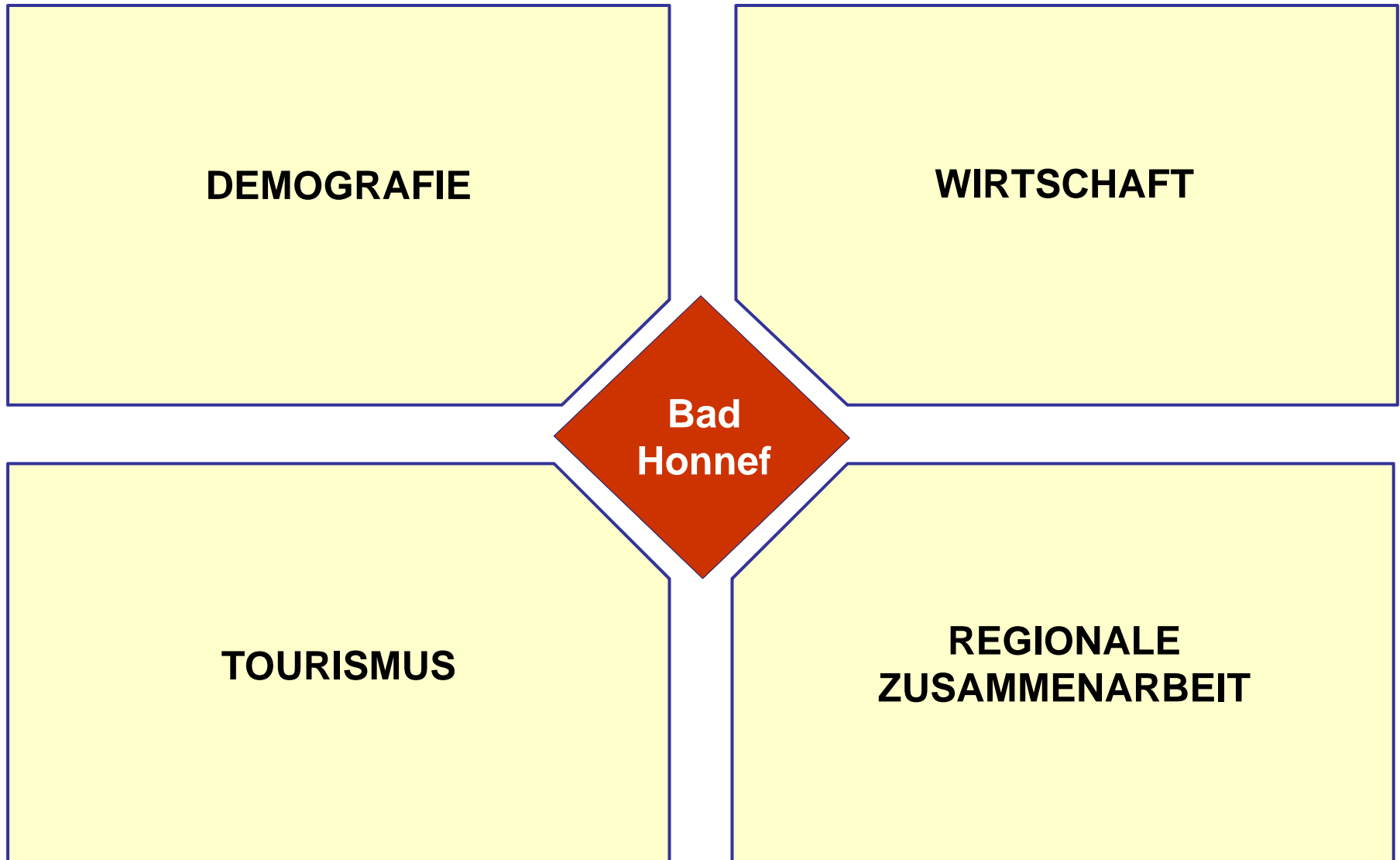
5. Regionale Zusammenarbeit

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

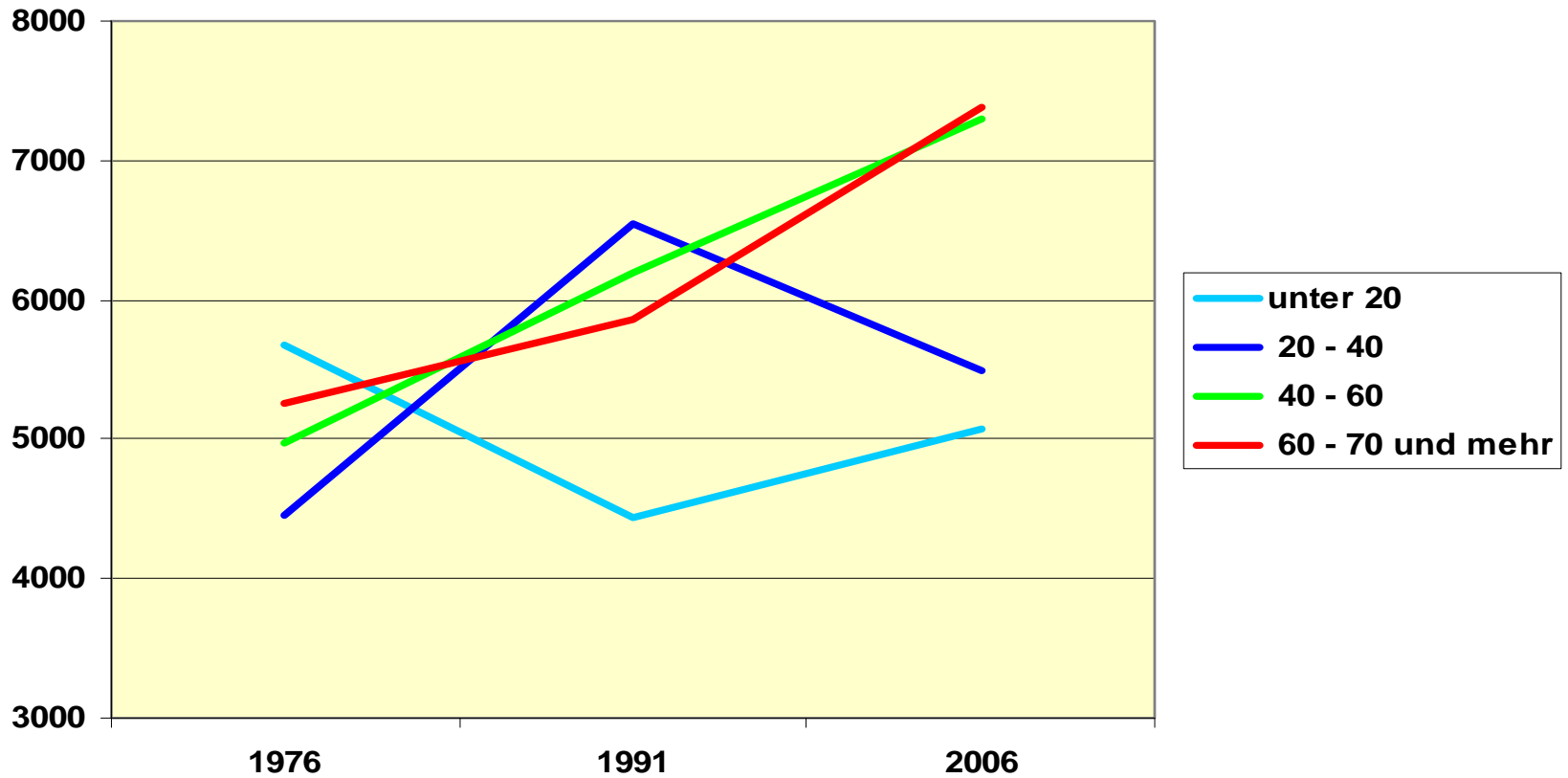
5. Regionale Zusammenarbeit

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

6. Zusammenfassung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

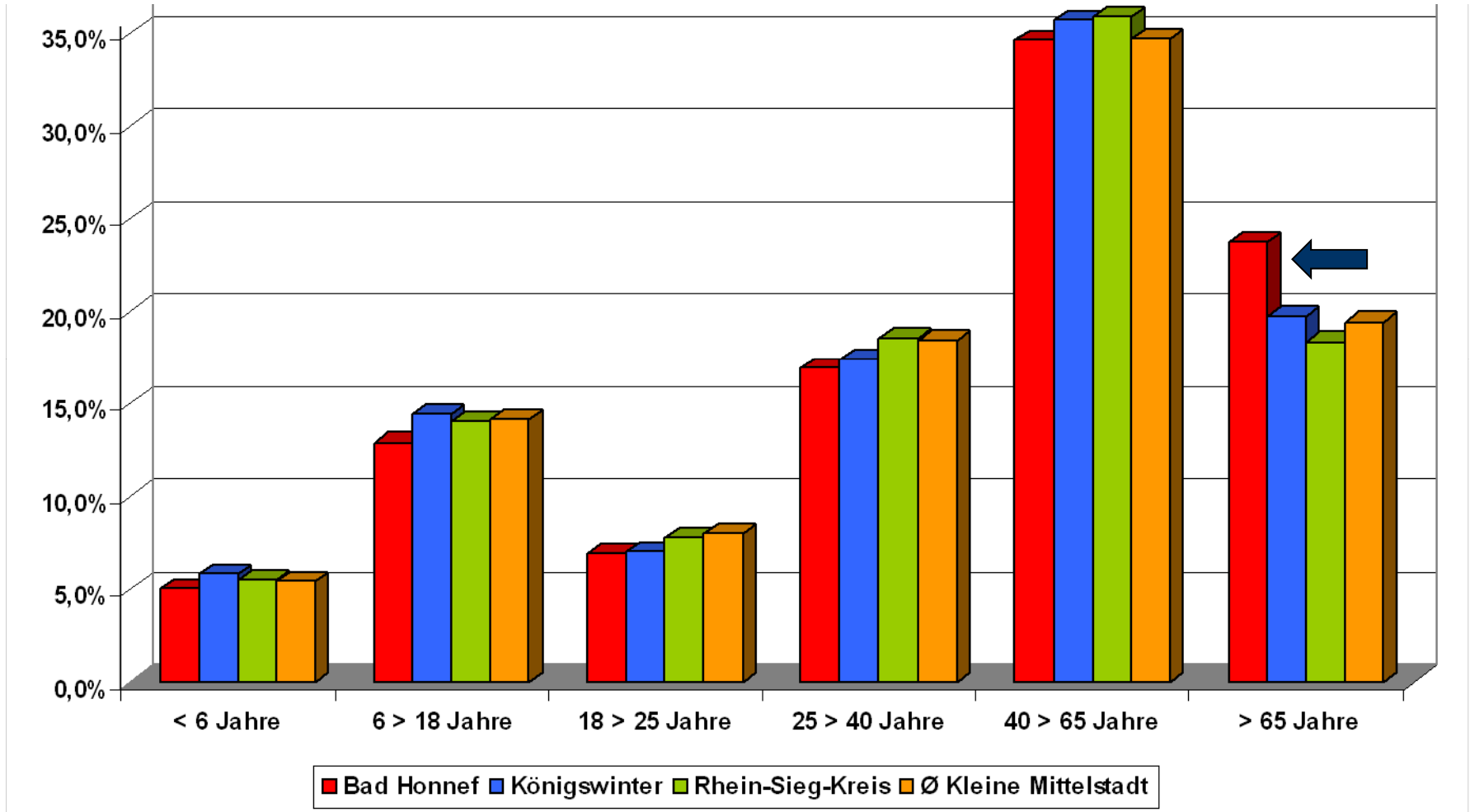
Altersgruppen 1976 - 2006



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

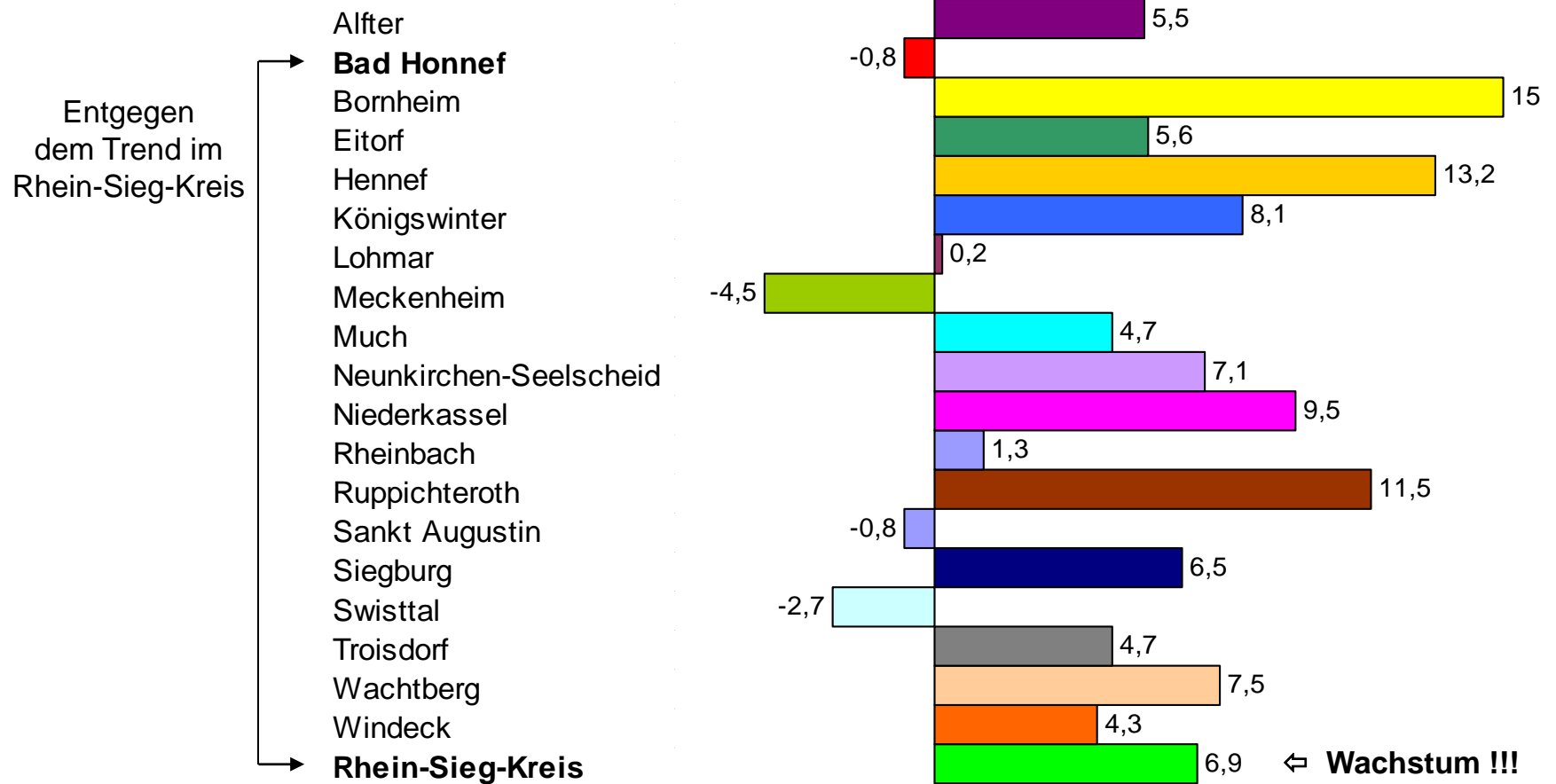
Chancen der Alterstruktur nutzen

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

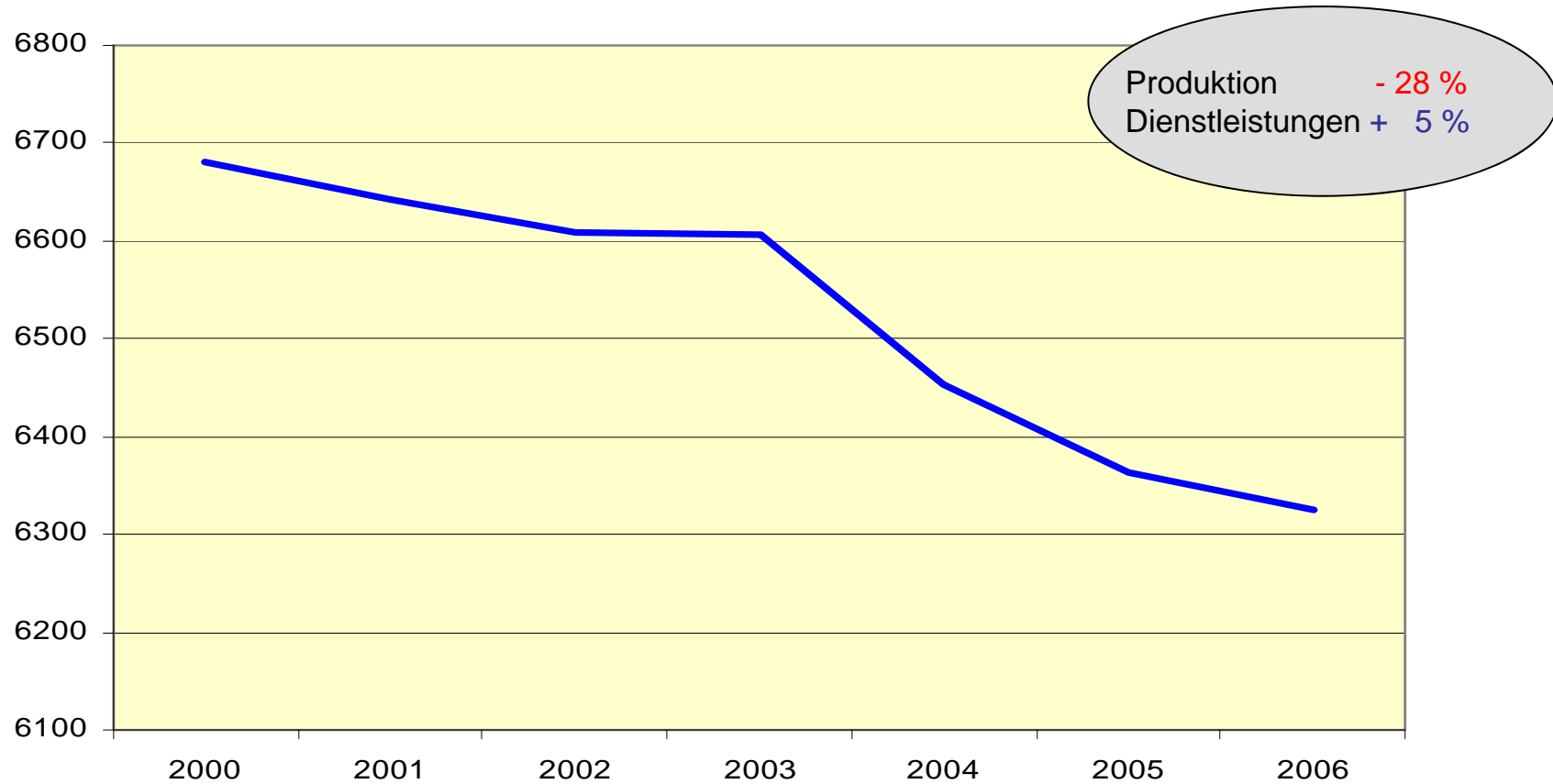
Veralterungstrend entgegenwirken

- 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

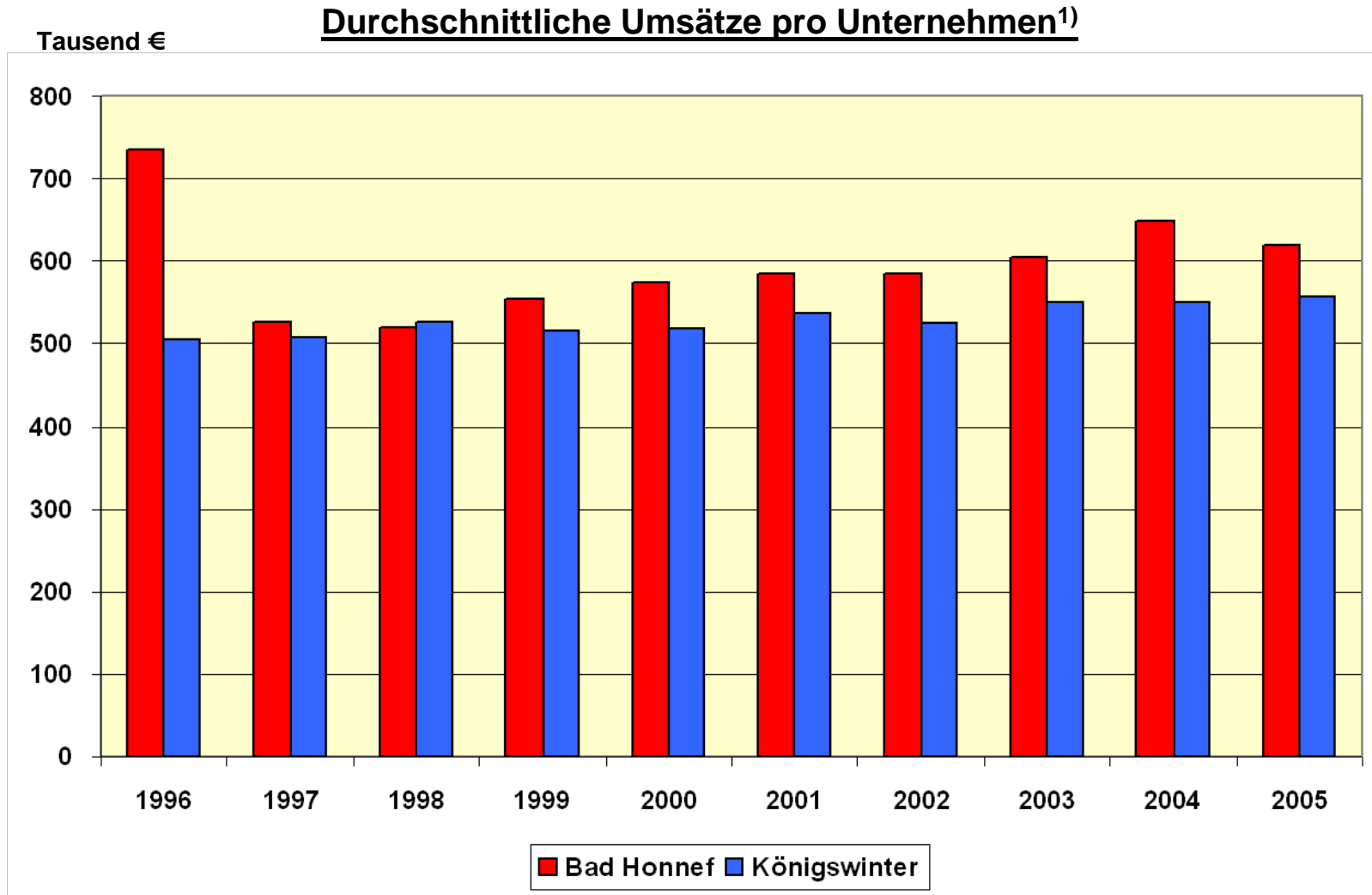
5. Regionale Zusammenarbeit

Norbert Beatrix, ABB AG, Bad Honnef

6. Zusammenfassung

Dr. Rüdiger Fuchs, Solidaris GmbH, Köln

Bad Honnef hat eine Vielzahl umsatzstarker Unternehmen



¹⁾ eigene Berechnung (Gesamtumsatz / Anzahl Unternehmen).

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

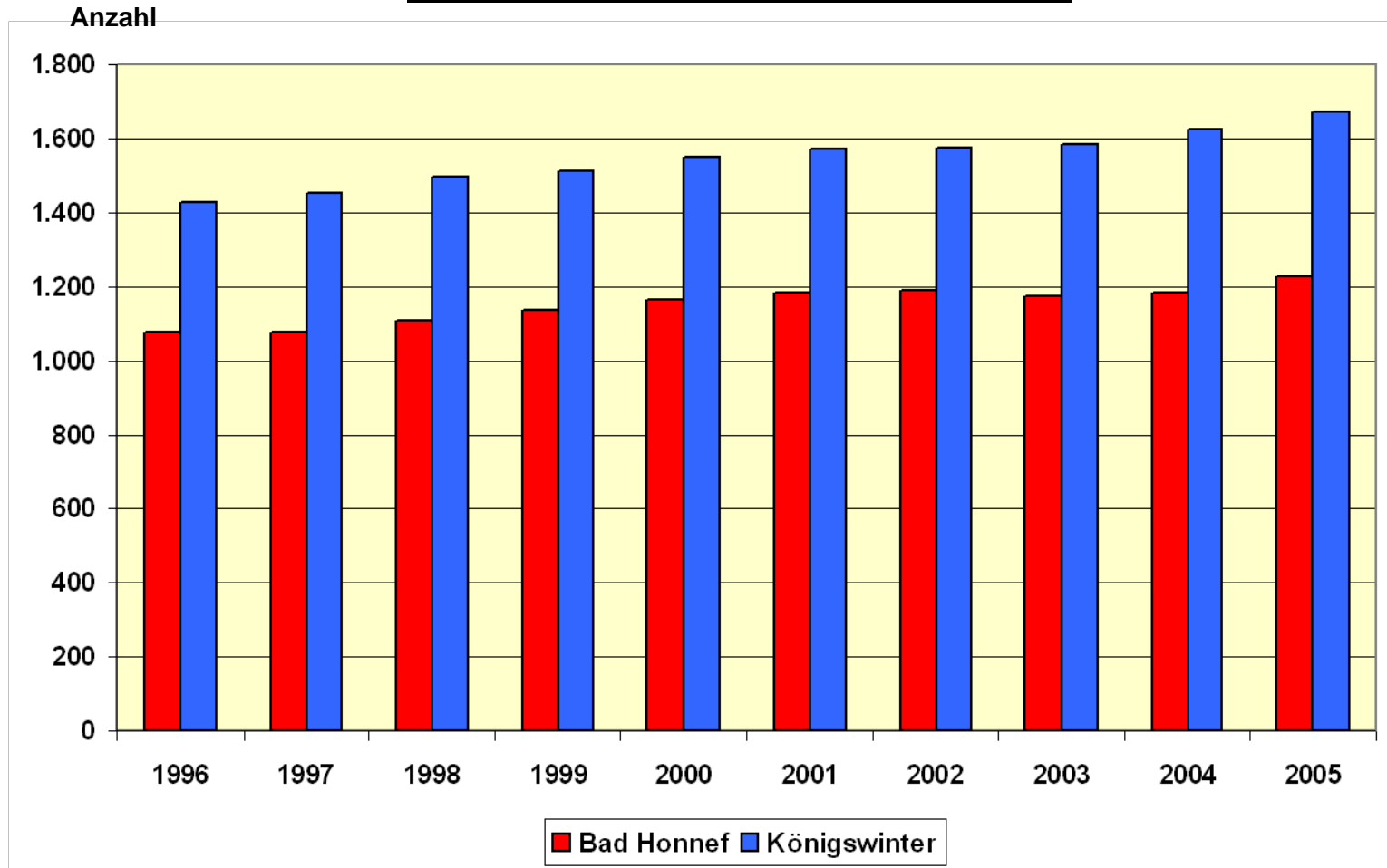
(bis 2002) bzw. 17.500 Euro pro Jahr (ab 2003)

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

In Bad Honnef ca. 442 weniger Unternehmen angesiedelt



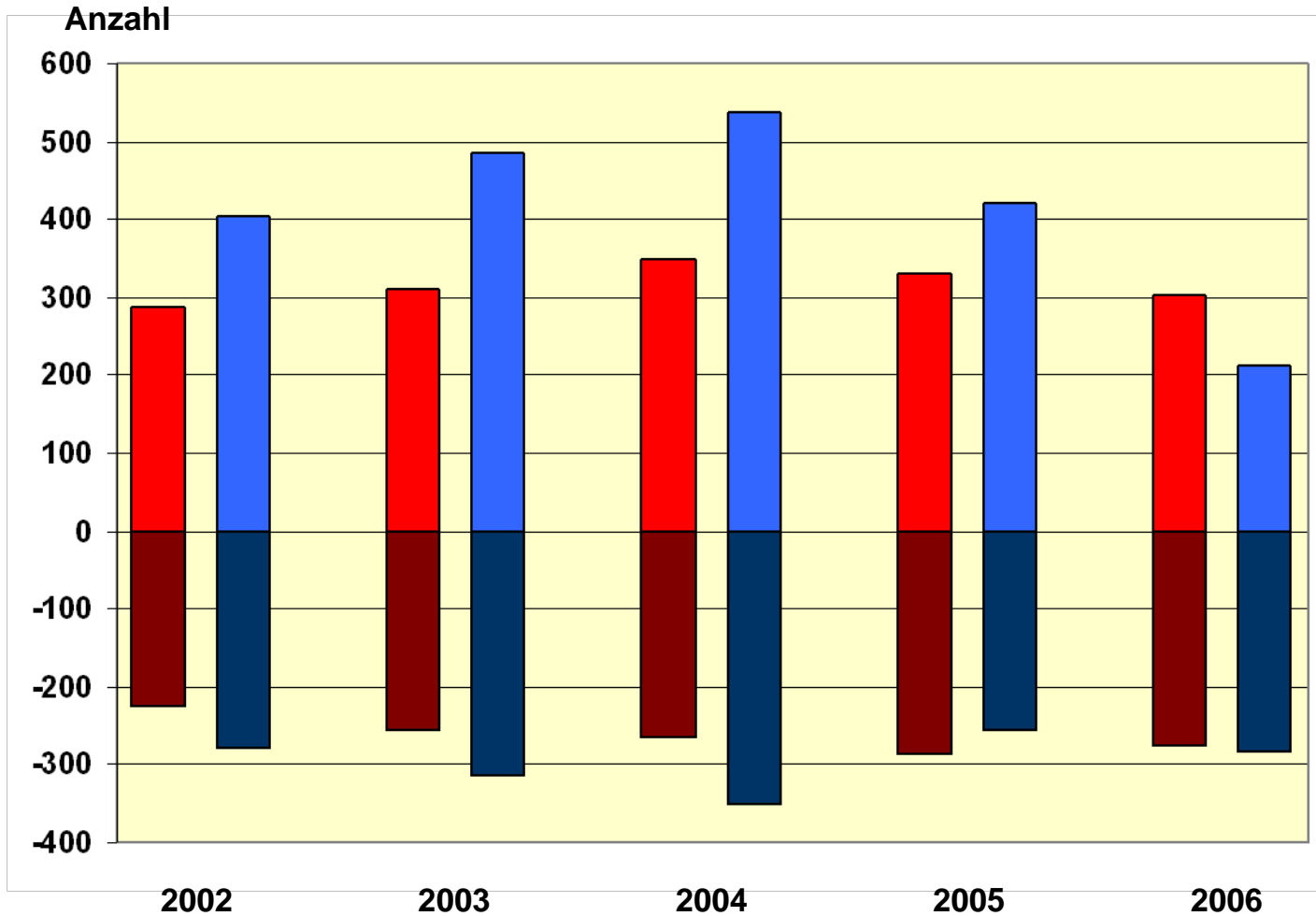
Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen¹⁾



¹⁾ 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



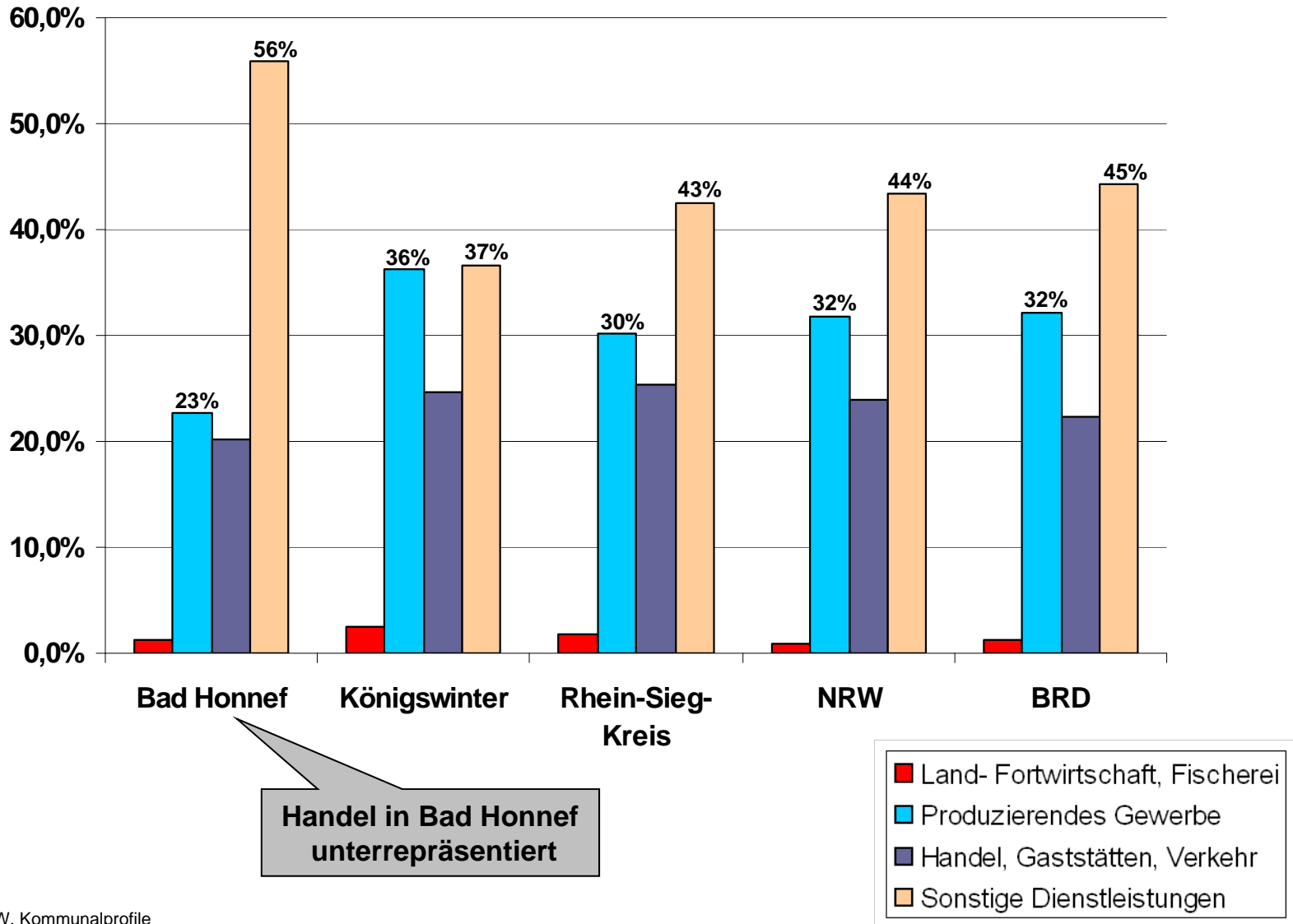
Saldo kumuliert
2002 - 2006:

 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

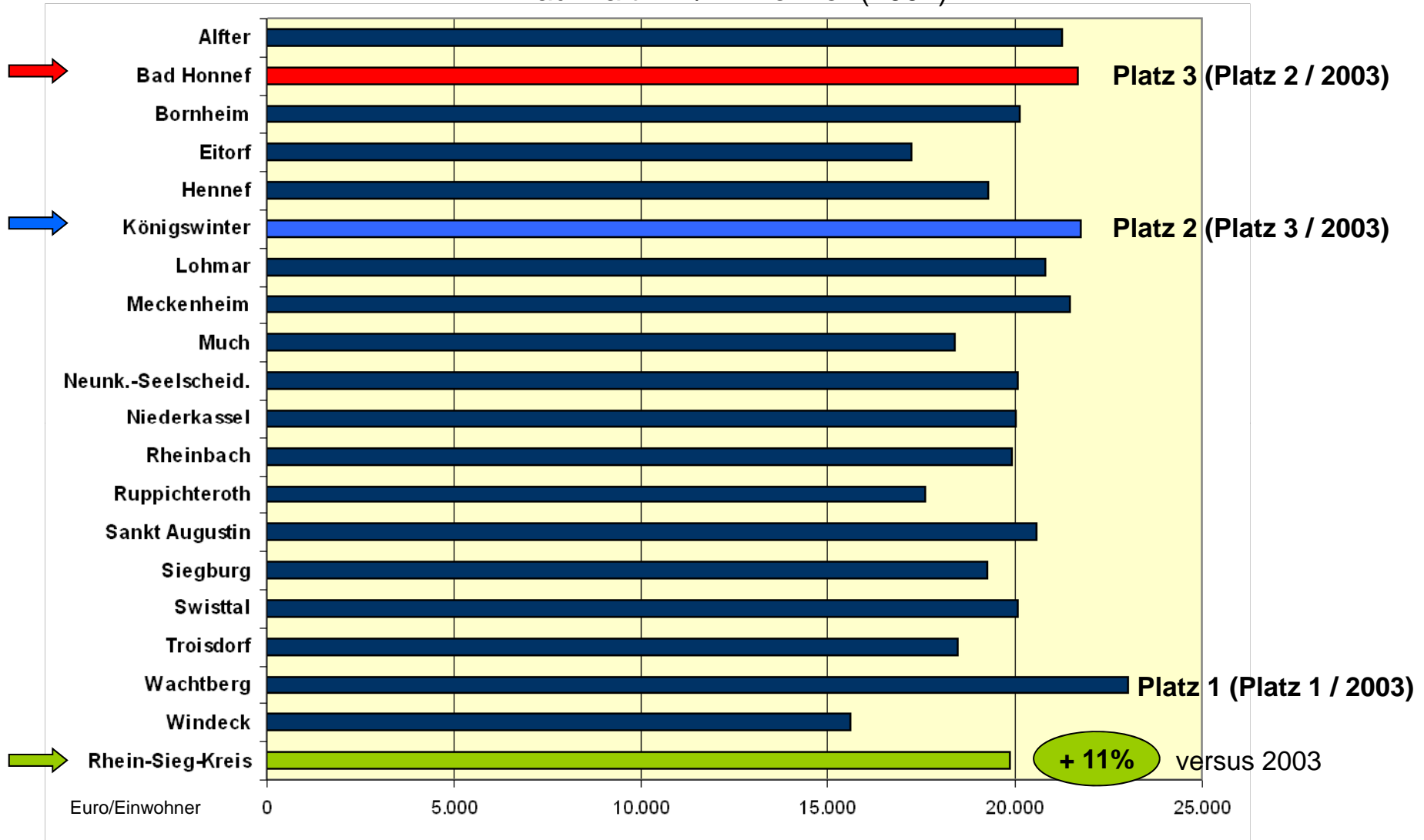
- Wohnen und Arbeiten in attraktiver Umgebung für Arbeitnehmer (ländlicher oder städtischer Charakter wählbar)
- Sehr gute Personalsituation im Hochqualifiziertenbereich für Arbeitgeber
- Zentrale Lage (Autobahn, Großstädte, Flughäfen)

- 
- 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