Kreisstadt Bergheim Der Bürgermeister		Vorlage Nr.: 331/2024 1. Ergänzung öffentlich			
	Mitzeichnungen				
Dezernat: BM FBL: Herr Robens					
AbtL: Frau Lerch-Vosse Verfasser/in: Frau Lerch-Vosse					

Vorgesehene Beratungsfolge	
Gremium	Datum
Haupt-, Personal-, Wirtschaftsförderungs- und Strukturwandelausschuss	05.11.2024

TOP	**Leitstrategie 2045 sowie Entwicklung und Umsetzung einer Standortmarketing-Kampagne für die Kreisstadt Bergheim**

Beschlussvorschlag

Die Leitstrategie 2045 sowie die Standortmarketing-Kampagne für die Kreisstadt Bergheim werden beschlossen.

Erläuterungen:

1. Zielsetzung

Mit der Leitstrategie sowie der Entwicklung einer umfassenden Standortmarketing-Kampagne erfolgt – zusammen mit der Ansiedlung von Microsoft und des Digitalparks - eine strategische Positionierung mit dem Ziel, das Interesse weiterer Investoren zu wecken, lokale Unternehmen zu unterstützen und das Image der Stadt bei Bürgerinnen und Bürgern sowie (zukünftigen) Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als innovativem und zukunftsorientiertem Standort zu festigen.

2. Sachverhalt

Für das Rheinische Braunkohlerevier und somit für die Kreisstadt Bergheim als Anrainerkommune ist der beschleunigte Ausstieg aus der Kohleverstromung eine enorme strukturpolitische Herausforderung.

In Bergheim konnten im Hinblick auf diesen Strukturwandel seit 2020 bereits viele Projekte initiiert werden, welche seitens des Landes NRW auf große Unterstützung stoßen.

Mit der Ansiedlungsentscheidung von Microsoft am 15.02.2024 wurde seitens der Landesregierung - konkret von Ministerpräsident Hendrik Wüst sowie Ministerin Mona Neubaur kommuniziert, dass in NRW zwei Digitalparks - einer im Rhein-Kreis Neuss und einer im Rhein-Erft-Kreis - angesiedelt und seitens des Wirtschaftsministeriums als Ankerprojekt den Strukturwandel fördern soll.

Mit der zwischenzeitlich bekanntgegebenen positiven Entscheidung für einen Digitalpark in Bergheim ist ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zu einem gelingenden Strukturwandel – „Von der Kohle zur KI" - erreicht.

Um die besondere Dynamik dieser positiven und in der bisherigen Unternehmensansiedlung einmaligen Entwicklung unmittelbar aufzunehmen und weiter zu fördern, ist im Hinblick auf die bereits bestehenden Projekte und die neuesten Entwicklungen für den Standort Bergheim eine Weiterentwicklung der städtischen Gesamtstrategie unabdingbar, um das Momentum zu nutzen und alle Handlungsstränge optimal zu kanalisieren, zusammenzuführen und umzusetzen.

Im Rahmen von 2 Zukunftsworkshops am 17.06. und 01.07.2024 wurde eine Leitstrategie für die Kreisstadt Bergheim erarbeitet und passgenaue Ziele vor dem Hintergrund der bisherigen Entwicklungen formuliert.

Diese angepasste Leitstrategie soll nunmehr,

- Richtlinie für die Entscheidungsfindung sein, also sozusagen ein Leitfaden für Führungskräfte und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
- Motivation und Inspiration schaffen, um so für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein gemeinsames Verständnis zu schaffen und zu motivieren, sich für gemeinsame Ziele der Kreisstadt Bergheim einzusetzen,
- Überzeugend sein, um so Talente anzuziehen,
- Dabei helfen, langfristige Ziele zu definieren und auch sicherzustellen. Sie dient somit als „Kompass"

für die strategische Planung und Entwicklung.

Frau Janine Jaensch von JJ Beratung & Immobilien hat hierzu in der Sitzung am 03.09.2024 umfassend vorgetragen. Die Unterlagen hierzu wurden in der Sitzung zur Verfügung gestellt.

Im Zusammenhang mit der Leitstrategie sollen im nächsten Schritt deren Ziele aufgenommen, die positiven Aspekte beleuchtet und in geeigneter Weise kommuniziert werden, um das Image der Kreisstadt Bergheim nachhaltig zu verbessern, denn die Kreisstadt Bergheim wird nunmehr regional, überregional und bundesweit neu bzw. anders wahrgenommen und mit den vorgenannten positiven Entwicklungen verbunden.

Die Standortmarketing Kampagne beruht im Wesentlichen auf dieser neuen Vision und soll ein klares Konzept mit präzise formulierten Zielen, Zielgruppen und einer stringenten Positionierung verfolgen. Dabei ist es von besonderer Bedeutung, den aktuellen „Schwung" mitzunehmen und mit geeigneten Mitteln optimal zu nutzen und dauerhaft auszubauen.

Dazu wird im Masterplan Digitalparks im Rhein-Kreis-Neuss und Rhein-Erft-Kreis (Stand Mai 2023) wie folgt ausgeführt:

„Die digitale Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft führt je nach Zielgruppe zu unterschiedlichen Empfindungen. Für die Einen ist das neue „Ökosystem" der Digitalparks etwas unklar und wirkt teilweise bedrohlich, weil eben das Verständnis für die technologischen und wirtschaftlichen Aspekte nicht oder bisher nicht ausreichend vorhanden ist.

Für die Anderen stellt es eine Chance dar, Innovationen zu entwickeln und einen Beitrag für die Transformation zu leisten. Die Kommunikation in geeigneter und vor allem verständlicher Sprache, sowie die entsprechende Vermittlung der zukünftigen Veränderungen und Chancen, ist vor allem für Politik, Verwaltung und die Projektbeteiligten eine wesentliche und wichtige Aufgabe. Die Dynamik der technischen Veränderungen, insbesondere durch die Künstliche Intelligenz (KI), wird bereits als fünfte industrielle Revolution bezeichnet.

Die Ziele und Inhalte eines Digitalparks ermöglichen die Transformation schrittweise und werden, neben tatsächlichen neuen Geschäftsmodellen und Dienstleistungen, unterschiedliche Anwendungsbereiche der Wirtschaft unterstützen. (…). Ein wichtiger Schritt in der Kommunikation und Information ist es, eine jeweils zielgruppenspezifische Ansprache zu wählen."

Im Hinblick auf die Ansiedlung von Microsoft und des Digitalparks soll das Interesse weiterer Investoren geweckt, lokale Unternehmen unterstützt und das Image der Stadt bei Bürgerinnen und Bürgern und (zukünftigen) Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als innovativem und zukunftsorientiertem Standort gefestigt werden.

Ebenfalls in der Sitzung am 03.09.2024 hat die Agentur DieckertJones ausführlich zur Strategie und Kreationsentwicklung sowie zur anschließenden Ausarbeitung und Umsetzung für die geplante Kampagne vorgetragen. Auch diese Unterlagen wurden in der Sitzung zur Verfügung gestellt.

Es ist vorgesehen, dass sowohl die Leitstrategie sowie die Standortmarketing-Kampagne in den kommenden Monaten im Rahmen von Bürger.Mit.Wirkung – Veranstaltungen in den einzelnen Ortsteilen vorgestellt werden.

3. Alternativen/Einsparpotenziale (Prüfung einer kostengünstigeren Aufgabenerledigung einschl. der Möglichkeit der interkommunalen Zusammenarbeit)

Sinnvolle Alternativen sind nicht erkennbar.

Wie bereits erläutert, muss das Momentum genutzt und die damit einhergehende Dynamik dieses in der Geschichte der Unternehmensansiedlung einmaligen Vorganges unmittelbar aufgegriffen werden.

4. Darstellung der Auswirkungen auf den Ergebnisplan, den Finanzplan und die Bilanz (lfd. Haushaltsjahr und Folgejahre, inkl. Folgekosten bei Investitionen)

Hierzu wird auf die Ausführungen in der Vorlage vom 03.09.2024 verwiesen.

5. Darstellung der klimaschutzrelevanten Auswirkungen (ab 1. Quartal 2021)

Entfällt-

6. Bürgerbeteiligung

Eine Bürgerbeteiligung erfolgt im Rahmen der Bürger.Mit.Wirkung in den einzelnen Ortsteilen.

7. Überprüfung der Zielerreichung (Messinstrumente und –zeitpunkt)

Die Umsetzung der Leitstrategie sowie der Standortmarketing-Kampagne wird mittel- bis langfristige Auswirkungen haben.