

Datum: 18.02.2015

Az.: kä/krä

Beschlussvorlage - öffentlich -

	Beratungsfolge	Datum
1.	Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung	10.03.2015

Betreff:

Jahresbericht Wirtschaftsförderung und Tourismus 2014

Bestandteile dieser Vorlage sind:

1. Das Deckblatt
2. Der Beschlussvorschlag und die Sachdarstellung

Der Bürgermeister		
Schäfer		

Stv. Leiter der Stabsstelle		
Kärger		

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung nimmt die Vorlage – Drucksache Nr. 11/0276 – zur Kenntnis.

Sachdarstellung:

1. Einleitung

Die deutsche Realwirtschaft ist in 2014 mit rund 1,5 % deutlich stärker gewachsen als im Jahr 2013, in dem lediglich ein minimales Wachstum von 0,1 % zu verzeichnen war. Wesentliche Säulen für das Wachstum in 2014 waren neben dem starken privaten Konsum auch die nach wie vor starke Exportwirtschaft. Allein die Exporte haben im abgelaufenen Jahr um 3,7 % zugelegt.

Auch für Bergkamen ist das Jahr 2014 in Sachen Wirtschaftsförderung ausgesprochen positiv verlaufen. In erster Linie sind hier die Ansiedlungserfolge im Logistikpark zu nennen, die insbesondere die zukünftige Beschäftigungssituation in Bergkamen nachhaltig beeinflussen werden. Neben diesen auch überregional bedeutsamen Ansiedlungserfolgen konnten aber auch in den übrigen Gewerbestandorten eine Reihe von Flächenvermarktungen realisiert werden.

Auch wenn man bei der Entwicklung der Arbeitslosenzahlen für das abgelaufene Jahr einen leicht positiven Verlauf beobachten konnte, bleibt die Beschäftigungssituation in Bergkamen nach wie vor schwierig. Mit Blick auf die im Logistikpark gelungenen Ansiedlungserfolge ist allerdings zukünftig mit einer nachhaltigen Verbesserung in diesem Bereich zu rechnen.

2. Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung

Die Aktivitäten der lokalen Wirtschaftsförderung sind immer darauf angewiesen, mit den unterschiedlichsten Akteuren zu kooperieren. Zu den wichtigsten Kooperationspartnern gehören neben den Fachabteilungen im Hause natürlich auch externe Wirtschaftsförderungsorganisationen sowie die Kammern und Verbände der Wirtschaft. Erfolgreiche Wirtschaftsförderung zeichnet sich dadurch aus, dass die mitunter widerstreitenden Interessen, die es naturgemäß zwischen den Unternehmen auf der einen Seite und den verschiedensten Behörden auf der anderen Seite gibt, zum Ausgleich gebracht werden.

Das Aufgabenspektrum der kommunalen Wirtschaftsförderung umfasst eine Reihe von unterschiedlichen Aktivitäten. Das Hauptaugenmerk lag hierbei, wie auch schon in den Vorjahren, im Bereich der Bestandspflege. Die wichtigsten Tätigkeitsfelder der kommunalen Wirtschaftsförderung sind:

- Bestandspflege
- Flächenanfragen - Flächenvermarktungen
- Flächenverfügbarkeit - Entwicklung gewerblicher Standorte
- Fördermittelberatungen
- Existenzgründungsberatung
- Beobachtung und Bewertung ausgewählter wirtschaftlicher Kennziffern
- Berufliche Beratung von Mädchen und Frauen
- Tourismusförderung

3. Bestandspflege

Die Bestandspflege ist der Kernbereich in der Arbeit der kommunalen Wirtschaftsförderung. Hierbei sind vor allem die Themenfelder wie Flächenbereitstellung für Betriebserweiterungen, Finanzierungsberatungen oder Nachfolgenutzungen zu nennen. Die lokale Wirtschaftsförderung wird häufig als erste Anlaufstelle im Rathaus angesprochen. Von hier aus werden dann die weiteren Gespräche mit den verschiedensten Fachabteilungen koordiniert.

Im Rahmen der Bestandspflege standen auch wieder die Betriebsbesuche durch den Bürgermeister auf der Tagesordnung. Im Zuge dieser Betriebsbesuche wurden in 2014 folgende Betriebe besucht:

- TÜV Nord Bildung und TÜV Nord College
- Steilmann Holding AG
- Neuland Vertriebs GmbH
- Bäckerei Braune

Diese Besuche bieten beiden Seiten immer wieder die Gelegenheit, in einem intensiven Gedankenaustausch Probleme anzusprechen bzw. Fragen zu stellen. Daneben ist die kommunale Wirtschaftsförderung regelmäßig mit Bestandsunternehmen im Gespräch. Bei diesen Gesprächen stehen dann u. a. folgende Themen im Mittelpunkt:

- Nachfolgenutzungen
- Nachbarschaftsstreitigkeiten
- Verbesserung der Telekommunikationsinfrastruktur
- Ausbau des HotSpot-Angebotes

Neben diesen individuellen Firmenansprachen führt die Stadt Bergkamen mit unterschiedlichen Kooperationspartnern auch Informationsveranstaltungen durch. Die wichtigsten Veranstaltungen sind hierbei:

- Unternehmerstammtisch
- Messe für Arbeit und Ausbildung

Bei dem mittlerweile 9. Unternehmerstammtisch Anfang Juni letzten Jahres wurden u. a. die Themen Chancen durch Aus- und Weiterbildung sowie Vereinbarkeit von Pflege und Beruf intensiv diskutiert. In lockerer Atmosphäre findet ein angeregter Gedankenaustausch statt. Kooperationspartner bei diesem Veranstaltungsformat ist die IHK zu Dortmund.

In Zusammenarbeit mit dem Jobcenter, der Bundesagentur für Arbeit und dem Multikulturellen Forum fand im März 2014 bereits zum fünften Mal die „Messe für Arbeit und Ausbildung“ statt, die sich nicht nur an Schülerinnen und Schüler der weiterbildenden Schulen wendet, sondern auch an junge Erwachsene, die einen Zugang zum ersten Arbeitsmarkt suchen. Im letzten Jahr haben dazu im Ratstrakt insgesamt 18 Unternehmen aus der Region ihre Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten vorgestellt.

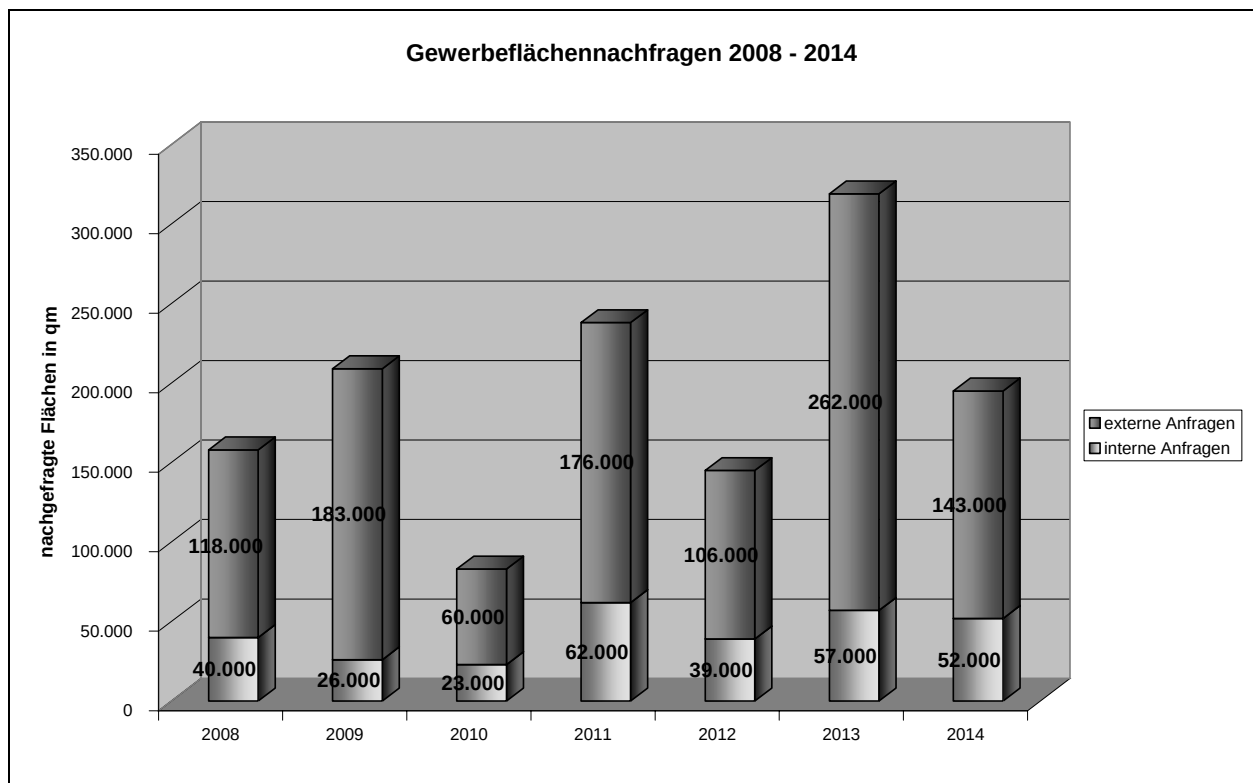
Daneben findet traditionell immer zum Jahresende das von der IHK zu Dortmund organisierte Wirtschaftsgespräch statt, das im letzten Jahr in den Räumlichkeiten der Bayer Pharma AG durchgeführt wurde.

4. Flächenanfragen - Flächenvermarktungen

Die Flächenanfragen haben sich auch in 2014 auf einem ausgesprochen hohen Niveau weiter entwickelt. Ein besonderes Augenmerk richtete sich dabei im vergangenen Jahr auf externe Ansiedlungsanfragen. Die Hauptursache dafür lag sicherlich darin, dass die Stadt Bergkamen mit dem Logistikpark an der A 2 über einen exzellenten Standort verfügt hat. In Kooperation mit der WFG des Kreise Unna ist dieser Standort innerhalb eines Jahres nahezu komplett vermarktet worden.

Insgesamt wurden 22 Flächenanfragen registriert, die intensiver verfolgt wurden. Hiervon kamen 12 Anfragen von sogenannten Bestandsbetrieben sowie 10 Anfragen von externen Unternehmen bzw. Projektentwicklern. In diesen Anfragen hat es jeweils zahlreiche weitere Gespräche gegeben, die in sechs Fällen dann auch zu entsprechenden Vermarktungserfolgen geführt haben.

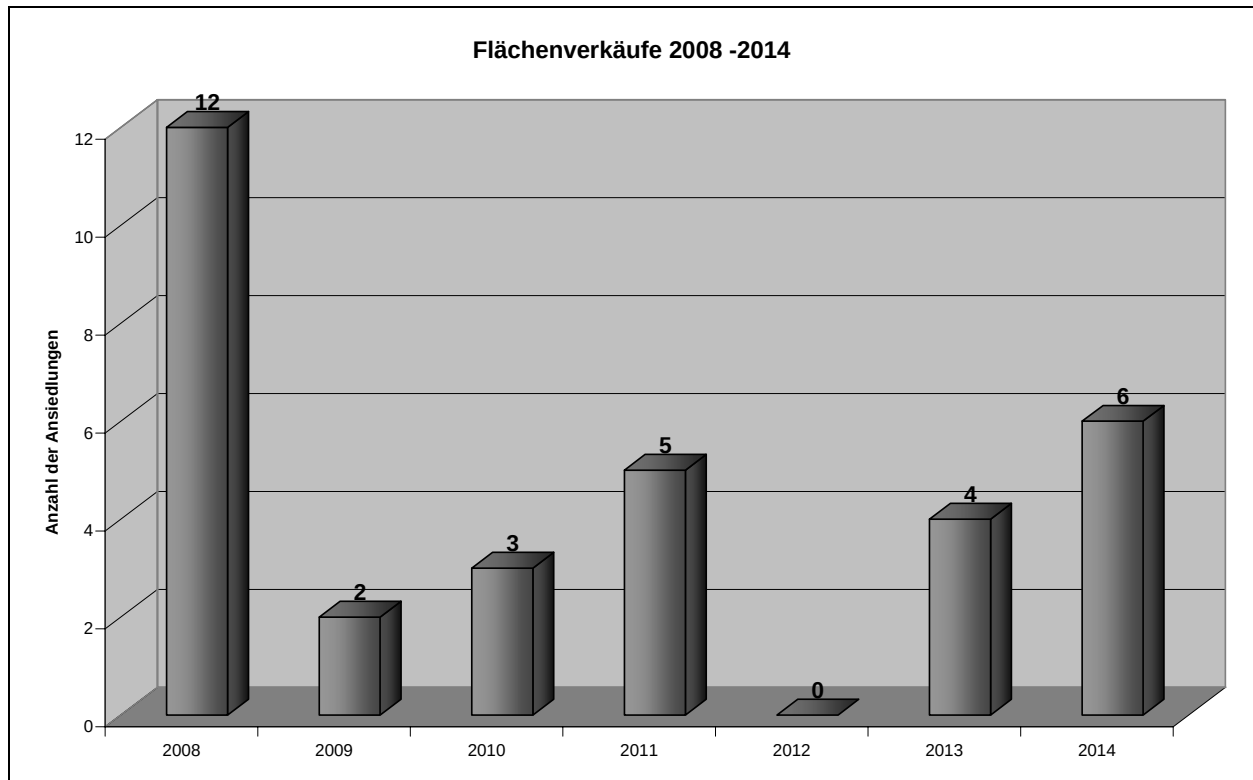
Die Flächenanfragen der Bestandsbetriebe bewegten sich in einer Größenordnung von 1.500 bis maximal 5.000 qm. Neben Produktionsbetrieben zählten insbesondere Handwerksbetriebe, Dienstleister und Großhandelsbetriebe zu den Nachfragern. Bei den externen Anfragen dominierten, wie nicht anders zu erwarten, Nachfragen aus der Logistikbranche. Naturgemäß waren die Flächenansprüche mit bis zu 120.000 qm hier dann auch deutlich größer.



Insgesamt wurden in 2014 rund 195.000 qm Gewerbeflächen nachgefragt. 143.000 qm resultierten dabei aus Anfragen externer Unternehmen und rund 52.000 qm wurden von ortsansässigen Betrieben nachgefragt. Ein Vergleich über einen Zeitraum von sieben Jahren zeigt, dass das Interesse nach wie vor sehr hoch ist.

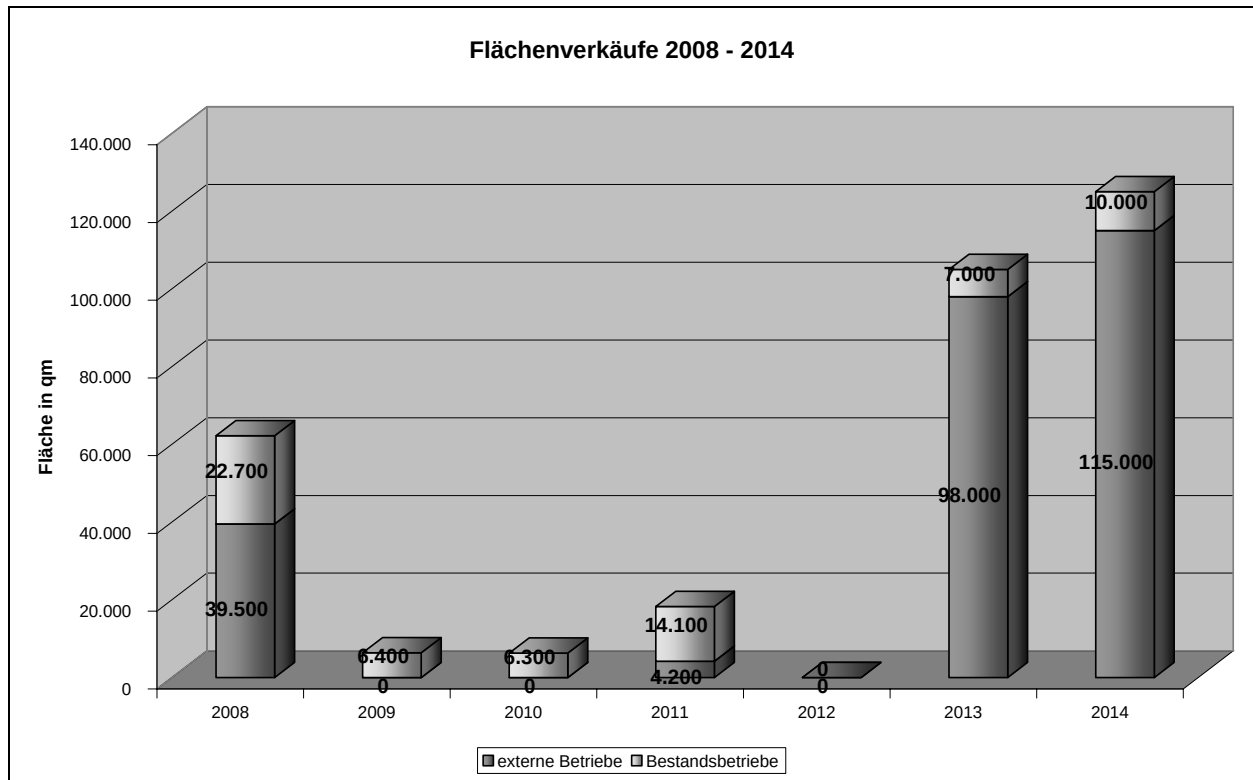
Der mit Abstand bedeutsamste Ansiedlungserfolg ist der Stadt Bergkamen in Zusammenarbeit mit der WFG des Kreises Unna mit der Vermarktung des gesamten 2. Bauabschnitts des Logistikparks A2 gelungen. Das Unternehmen Goodman Germany GmbH entwickelt und baut für den weltweit agierenden Logistiker DB Schenker in einem ersten Bauabschnitt ein Logistik- und Bürogebäude, in dem zunächst rund 180 neue Arbeitsplätze entstehen sollen. Bereits für den Sommer 2015 ist die Inbetriebnahme des Standortes geplant. Mit der Realisierung dieses Ansiedlungsvorhabens ist nun innerhalb kürzester Zeit der gesamte Standort des Logistikparks vermarktet worden. Nach der bereits in 2013 realisierten Ansiedlung der Herbert Heldt KG im kompletten ersten Bauabschnitt ist davon auszugehen, dass spätestens zum Jahresende mindestens 350 bis 400 neue Arbeitsplätze an diesem Standort entstehen werden.

Wie erfolgreich im Jahr 2014 Flächen vermarktet werden konnten, zeigt auch ein Blick auf die Anzahl der Flächenverkäufe seit 2008. Die in den letzten Jahren gelungenen Flächenverkäufe zeigen deutlich, dass der Standort Bergkamen sowohl für externe Betriebe als auch für Bestandsunternehmen attraktiv ist, sofern entsprechende Flächen angeboten werden können. Mit insgesamt sechs Flächenvermarktungen im letzten Jahr erzielte die Stadt Bergkamen damit ihr zahlenmäßig bestes Ergebnis seit 2008.



In Summe konnten in 2014 knapp 125.000 qm gewerblicher Bauflächen vermarktet werden. Hiervon entfielen ca. 115.000 qm auf externe Unternehmen sowie rund 10.000 qm auf Betriebe aus Bergkamen. Ein Blick auf die in den letzten sieben Jahren veräußerten Gewerbegrundstücke macht deutlich, dass sich ein qualitativ hochwertiges Flächenangebot nicht nur seine eigene Nachfrage schafft, sondern auch Vermarktungserfolge und damit nachhaltige Beschäftigung generiert.

Die in 2014 vermarkteten Gewerbeflächen stellen im Übrigen auch den höchsten Wert innerhalb der letzten sieben Jahre dar. Vor dem Hintergrund, dass größere Flächenpotenziale gegenwärtig in Bergkamen nicht mehr verfügbar sein werden, ist für die nächsten Jahre mit einem nicht unerheblichen Rückgang sowohl bei der Nachfrage als auch bei der Vermarktung von Gewerbeflächen auszugehen.



5. Flächenverfügbarkeit - Entwicklung gewerblicher Standorte

Durch die in 2014 realisierten Vermarktungserfolge wird sich die Angebotssituation an kurzfristig verfügbaren Flächen weiter verschärfen.

Vor dem Hintergrund der nach wie vor schwierigen Beschäftigungssituation in Bergkamen ist die Fortsetzung eines nachhaltigen Strukturwandels nur möglich, wenn in ausreichendem Maße gewerbliche Bauflächen entwickelt werden können. Die in den letzten beiden Jahren in Bergkamen zu beobachtende Nachfrageentwicklung aber gerade auch die Entwicklung bei den vermarkteten Flächen macht deutlich, dass ohne ein qualitativ und quantitativ hochwertiges Angebot Strukturwandel nicht funktionieren kann. Hieraus leitet sich für Bergkamen unabdingbar die Ausweisung weiterer Gewerbeflächen ab.

Der RVR als zuständige Planungsbehörde für das Ruhrgebiet kommt in seinen Berechnungen im Vorfeld zur Neuauftellung des Regionalplans aber bislang zu der Erkenntnis, dass zusätzliche Bedarfe an gewerblichen Bauflächen nicht erkennbar sind, da die aktuellen Reserven den aktuellen Gewerbeflächenbedarf übersteigen. Im Übrigen eine Feststellung, von der fast alle kreisangehörigen Kommunen in gleicher Weise betroffen sind. Die Ursachen für die unterschiedlichen Einschätzungen liegen einerseits in der vom RVR zugrunde gelegten Berechnungssystematik und andererseits in der Festlegung auf einen bestimmten Stichtag. Danach blieben Flächenvermarktungen nach dem 31.12.2013 bislang unberücksichtigt. Das Dezernat IV ist hierzu unter Führung des Ersten Beigeordneten in intensiven Gesprächen mit dem RVR eingetreten. Die Ergebnisse dieser Gespräche sind in der heutigen Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung unter TOP 2 vorgestellt worden.

Unabhängig davon, in welchem Umfang der Stadt Bergkamen zukünftig Flächenkontingente zuerkannt werden oder nicht, muss zur Bedienung des kurzfristigen Flächenbedarfs auf vorhandene Flächenpotenziale zurückgegriffen werden, die sich weitgehend in Privateigentum befinden.

Neben der Mobilisierung neuer Gewerbestandorte steht auch die Modernisierung bestehender Altstandorte auf der Tagesordnung der kommunalen Wirtschaftsförderung. Bereits in 2012 ist es für die Gewerbe- und Industriegebietsflächen in Rünthe gelungen, mit Hilfe öffentlicher Zuschüsse ein flächendeckendes Breitbandnetz auszubauen. Die Anforderungen an eine zukunftsfähige Telekommunikationsinfrastruktur haben weiter zugenommen. Handlungsbedarfe sind insbesondere im Gewerbegebiet Erlentiefenstraße identifiziert worden. In Gesprächen mit zahlreichen dort ansässigen Unternehmen wurde deutlich, dass die verfügbaren Bandbreiten nicht ausreichen werden, um die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe mittel- und langfristig zu sichern. Die Wirtschaftsförderung hat sich daher in Abstimmung mit der WFG darum bemüht, die Grundlagen für eine mögliche öffentliche Förderung eines Infrastrukturprojektes abzuklären. Inwieweit es gelingt, erforderliche Fördermittel einzuwerben, wird nicht zuletzt von einer neu zu verabschiedenden Förderrichtlinie abhängen, die allerdings bis zum heutigen Tage noch nicht veröffentlicht worden ist.

6. Fördermittelberatungen

Das Thema der Fördermittelberatungen wird regelmäßig bei allen Gewerbeflächenanfragen angesprochen. Sobald sich ein Ansiedlungsvorhaben konkreter darstellt, werden meist in Kooperation mit der WFG Kreis Unna die Fördermöglichkeiten durch öffentliche Förderprogramme detailliert vorgestellt.

Das Angebot öffentlicher Fördermittel reicht dabei von zinsgünstigen Darlehen mit unterschiedlichsten Laufzeiten, Tilgungszeiträumen und Haftungsfreistellungen bis hin zur Gewährung von Zuschüssen. In den Fördermittelberatungen werden den Unternehmen wichtige Informationen zu den für sie in Frage kommenden Finanzierungsinstrumenten gegeben.

7. Existenzgründungsberatung

Seit einigen Jahren wird die Existenzgründungsberatung im Kreis Unna durch die WFG des Kreises angeboten. Mit der Zertifizierung als STARTERCENTER NRW versteht sich die WFG als Informations-, Beratungs- und Anlaufstelle für Gründerinnen und Gründer. Die lokale Wirtschaftsförderung steht bei diesen Beratungsprozessen in einem regelmäßigen Kontakt mit den Kollegen des Startercenters.

Die Gründungsberatung umfasst dabei kostenlose Unterstützung in den Bereichen:

- Erstinformationen (Roter Faden, Material, Seminare)
- Erstberatung (Geschäftsplan, Förderprogramme)
- Intensivberatung (Prüfung der Umsetzbarkeit, Tragfähigkeit)
- Durchführung von Informationsveranstaltungen

In 2014 wurden insgesamt 32 Gründungsinteressierte aus Bergkamen beraten und unterstützt. Dies entspricht rund 14% aller Beratungen der Einrichtung auf Kreisebene. Von den 32 Gründungswilligen haben 12 den Sprung in die Selbständigkeit gewagt. Weitere Merkmale zu den Personen, die eine Beratung in Anspruch genommen haben, waren:

- der Frauenanteil lag bei 40%
- 31% der Personen wiesen einen Migrationshintergrund auf

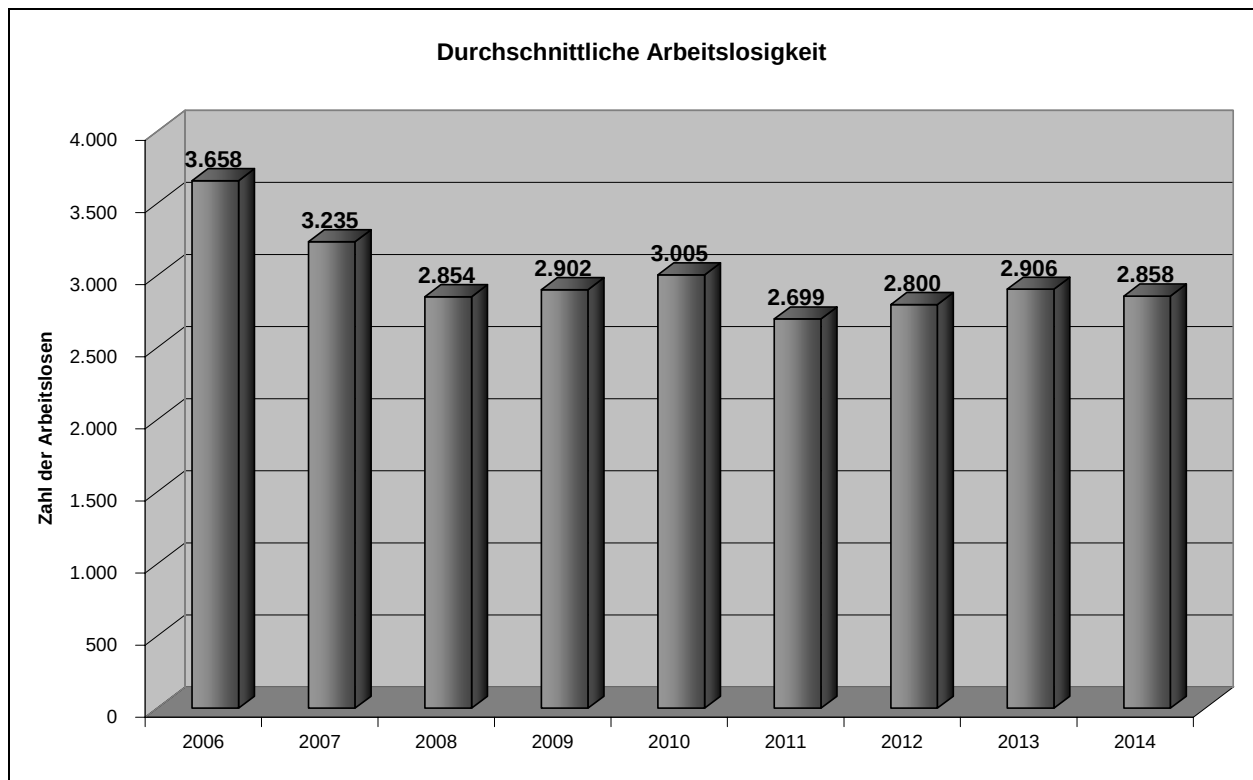
- Aus dem Bereich der SGB III-Kunden (Bundesagentur für Arbeit) kamen 28% und aus dem Bereich der SGB II-Kunden (Jobcenter) kamen 16% der beratenen Personen
- Rund 91 % der gründungswilligen Personen strebten eine Vollzeit-Selbständigkeit an

8. Beobachtung und Bewertung ausgewählter wirtschaftlicher Kennziffern

Bei der Entwicklung einzelner wirtschaftlicher Kennziffern konnte für Bergkamen im Jahr 2014 kein eindeutiger Trend festgestellt werden. Wie bereits erwähnt, hat sich der Arbeitsmarkt in Bergkamen zwar im Vergleich zum Vorjahr insgesamt leicht entspannt, von einer nachhaltigen Erholung kann allerdings nicht gesprochen werden. Eine ähnlich verhaltene Einschätzung ergibt sich auch bei Betrachtung der Entwicklung sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungsverhältnisse. Nach Jahren des kontinuierlichen Anstiegs, ist für 2014 erstmals seit 7 Jahren wieder ein, wenn auch nur kleiner, Rückgang festzustellen gewesen. Lediglich bei der Entwicklung der Kaufkraftbindung gab es Verbesserungen im Vergleich zu den Vorjahren.

Arbeitsmarkt

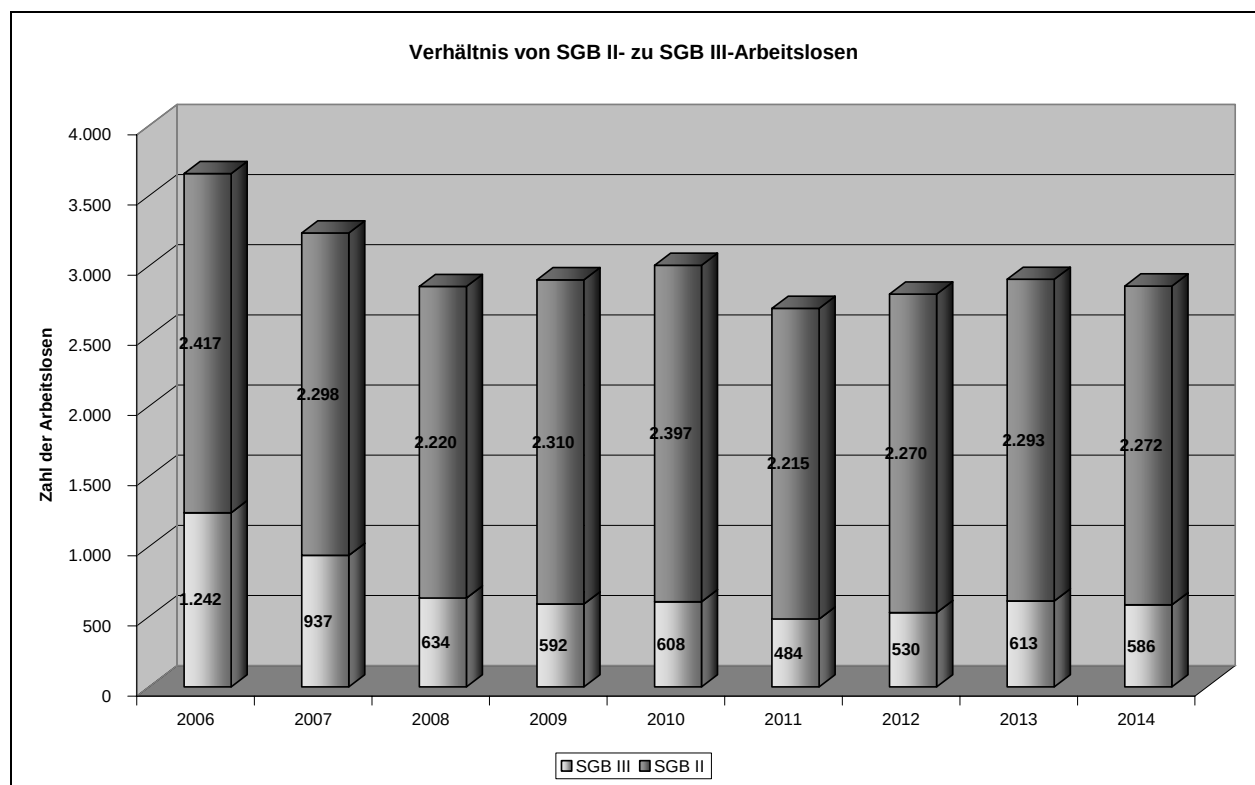
Für das Jahr 2014 ist für Bergkamen eine leichte Verbesserung am Arbeitsmarkt festzustellen. Gleichwohl ist die Gesamtsituation nach wie vor als schwierig einzuschätzen. Betrachtet man die absolute Zahl der im Jahresdurchschnitt Arbeitslosen, ist im Vergleich zu 2013 ein leichter Rückgang auf 2.858 Arbeitssuchende festzustellen. Damit sind wir zwar weit entfernt von den Höchstständen im Jahr 2006 als es noch jahresdurchschnittlich 3.658 Arbeitslose in Bergkamen gab.



Beim Blick auf die von der Bundesagentur für Arbeit seit 2009 regelmäßig veröffentlichten gemeindeschaffen Arbeitslosenquoten wird allerdings deutlich, dass Bergkamen mit einer Arbeitslosenquote von 11,3% im Juni 2014 im Kreis Unna nach Lünen die zweithöchste Quote aufweist. Die Arbeitslosigkeit der unter 25-jährigen hat sich auf ein Niveau eingependelt das im Jahresdurchschnitt bei ca. 270 Personen lag. Beim Personenkreis der über 50-jährigen waren jahresdurchschnittlich mit 982 Personen mehr als drei Mal so viele Personen als arbeitssuchend gemeldet.

Die Arbeitslosenstatistik differenziert bei ihren Auswertungen auch zwischen den SGB III-Kunden, die von der Bundesagentur für Arbeit betreut werden und den SGB II-Kunden, die durch das Job-Center betreut werden. Bei der Betrachtung der jeweiligen Arbeitslosenzahlen in den beiden Gruppen zeigt sich deutlich, wie sich die Zahl der Arbeitslosen der SGB II-Kunden im Beobachtungszeitraum seit 2006 auf einem hohen Niveau verfestigt hat. Während sich die Arbeitslosigkeit im Bereich der SGB III-Kunden der Bundesagentur seit 2006 von damals durchschnittlich 1.242 Arbeitslosen auf nunmehr 586 Arbeitslose in 2014 signifikant verbessert hat (- 53%), ist bei den SGB II-Kunden des Job-Centers lediglich ein Rückgang von 145 Personen festzustellen (- 6%).

Hatten in 2006 die SGB III-Kunden noch einen Anteil von rund 34% an der Gesamtzahl der Arbeitslosen, ist er in 2014 auf nunmehr 21% zurückgegangen.



Sozialversicherungspflichtige Beschäftigung

Die Bundesagentur für Arbeit hat ihre Beschäftigungsstatistik rückwirkend ab 1999 revidiert. Die Revision führt durch die Einbeziehung von Beschäftigten in Werkstätten für behinderte Menschen generell zu einer Erhöhung der Beschäftigtenzahlen. Die Revision gilt zwar rückwirkend ab 1999, auf Gemeindeebene verfügbar sind allerdings gegenwärtig erst die Zahlen für 2013 und 2014. Für 2013 erhöhte sich für Bergkamen danach die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 9.176 um 263 auf insgesamt 9.439 (+ 2,9%).

Auf den ersten Blick scheint es so, als habe sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Bergkamen zum siebten Mal in Folge erhöht. Tatsächlich aber ist für den Stichtag zum 30.06.2014 ein geringfügiger Rückgang der Beschäftigung festzustellen. Zum Stichtag 30.06.2014 gab es in Bergkamen insgesamt 9.382 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse und damit 57 weniger als in 2013.

Da zum jetzigen Zeitpunkt noch keine differenzierten Daten vorliegen, die die Datenrevision über einen längeren Zeitraum zum Stichtag 30.06. berücksichtigt, können über die Gründe für die leicht rückläufige Entwicklung der Beschäftigtenzahlen nur Vermutungen angestellt werden. Danach ist davon auszugehen, dass durch die Datenrevision vor allem im Bereich öffentlicher und privater Dienstleistungen zusätzliche Beschäftigtenverhältnisse hinzugekommen sind. Arbeitsplatzverluste sind vor allem im produzierenden Gewerbe sowie im Bereich Handel und Verkehr zu vermuten.

Beim Blick auf die Pendlerströme fällt auf, dass Bergkamen bei den Auspendlern mit 6.693 den höchsten Auspendlerüberschuss aller kreisangehörigen Kommunen aufweist. Dies kann als weiterer Hinweis darauf gewertet werden, dass Bergkamen bei der Schaffung von sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen noch einen erheblichen Nachholbedarf hat.

Kaufkraft in Bergkamen

Bei den Einzelhandelskennziffern zeigt sich für Bergkamen im abgelaufenen Jahr ein uneinheitliches Bild. So konnte z.B. der Einzelhandelsumsatz um rund 5,2 Mio Euro gesteigert werden, die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jedoch um 2,6 Mio Euro gesunken. Mit einem Einzelhandelsumsatz von insgesamt 283,5 Mio Euro fließen knapp 50 Mio Euro mehr nach Bergkamen als tatsächlich an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in Bergkamen vorhanden ist. Damit weist Bergkamen nach Kamen die zweithöchste einzelhandelsrelevante Kaufkraftbindungsquote im Kreis aus. Dies lässt die Einschätzung zu, dass Bergkamen ein durchaus geschätzter Einzelhandelsstandort im Kreis Unna ist.

Ganz anders stellt sich die Situation bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft je Einwohner dar. Hier belegt Bergkamen auch in 2014 wieder den letzten Rang im Kreisgebiet. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner ist in 2014 zwar auf 4.844 Euro gestiegen (+2,4%), liegt damit aber immer noch deutlich hinter den meisten anderen kreisangehörigen Kommunen zurück. Ein Blick auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner, die in Bergkamen bei 85,6% liegt, macht deutlich, dass es hier noch erhebliches Entwicklungspotenzial gibt.

9. Berufliche Beratung von Frauen und Mädchen

Die Wirtschaftsförderung wirkt aktiv bei der Vorbereitung und Durchführung frauenspezifischer Veranstaltungen mit, engagiert sich in Netzwerken und bietet Erstberatungen für Bergkamener Frauen und Mädchen an.

Ziele sind die Verbesserung der Ausbildungs- und Berufschancen für Frauen und Mädchen, die Erschließung zukunftsorientierter Bereiche für Frauen auf dem Arbeitsmarkt sowie die berufliche Gleichstellung von Mann und Frau.

▪ Netzwerke und Veranstaltungen für Frauen und Mädchen

2014 engagierte sich die kommunale Wirtschaftsförderung in verschiedenen Netzwerken, die alle die berufliche Beratung und Förderung von Frauen und Mädchen zum Ziel haben.

Zu den Netzwerken zählen das Mädchen- und Frauennetzwerk, das Vorbereitungsteam für den Internationalen Frauentag, das Netzwerk Frau und Beruf im Kreis Unna und das Netzwerk für den Wiedereinstieg in den Beruf. Das Mädchen- und Frauennetzwerk organisierte u. a. einen „Mädchenaktionstag“ und eine Aktion zum „Equal Pay Day“ auf dem Stadtmarkt in Mitte.

▪ Berufswahlorientierung

Um Schülerinnen und Schülern ihre Stärken näherzubringen und somit Hilfestellung bei der Berufswahl zu geben, wurden 2014 wieder verschiedene Veranstaltungen durchgeführt, u. a. wurden der Girls´Day (mit dem Pendant Boys´Day) und das Projekt „Komm auf Tour“ begleitet.

Wie in den vergangenen Jahren oblag der Stadtverwaltung auch 2014 die Kooperation mit örtlichen Unternehmen anlässlich des jährlich stattfindenden **Girls´ Days**. Ziel des bundesweiten Aktionstages ist es, Mädchen verstärkt für technisch orientierte Berufe zu begeistern.

Für den 27.03.2014 stellten 9 Betriebe insgesamt 108 Plätze für die Mädchen zur Verfügung. Damit war die Zahl der Anbieter und Plätze für die Mädchen gegenüber 2012 rückläufig (Beteiligung 2012: 184 Mädchen in 15 Betrieben). Die Gründe sind u. a. darin zu sehen, dass einige Betriebe entweder keine personellen Kapazitäten für die Betreuung haben oder eher Praktikanten für einen längeren Zeitraum einstellen. Die Wirtschaftsförderung wird sich auch 2014 wieder stark dafür engagieren, dass sich Betriebe beteiligen und den Mädchen einen Einblick ins Berufsleben ermöglichen. So wird auch die Stadtverwaltung selbst wieder vermeintlich „mädchen-untypische“ Plätze offerieren.

Der **Boys´ Day** wird am gleichen Tag wie der Girls´ Day durchgeführt. Ziel der Aktion ist es seit 2011, Jungen für vermeintlich eher frauenorientierte Berufsbilder zu interessieren.

Die Stadtverwaltung gestaltete in Kooperation mit verschiedenen Betrieben im Bergkamener Stadtgebiet die Aktion mit. 2014 wurden bei 16 Betrieben insgesamt 46 Plätze angeboten (2012: 43 Praktikumsplätze in 17 Betrieben). Aufgrund von Streiks wurden Girls´Day und Boys´ Day vielerorts abgesagt, Bergkamen verzichtete auf die kurzfristige Absage und führte den Tag mit allen Beteiligten erfolgreich durch.

Zum vierten Mal fand vom 20. bis 22.05.2014 die Aktion **„Komm auf Tour - Meine Stärken, meine Zukunft“**, eine Kooperationsveranstaltung der Bundesagentur für Arbeit, der BzGA (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung) und dem Ministerium für Schule und Weiterbildung, beim TÜV Nord statt.

Die bundesweite Aktion wurde außer in Bergkamen u. a. auch in Lünen, Hamm und Schwerte durchgeführt. Zielgruppe von „Komm auf Tour“ sind alle Siebtklässler. An vier Stationen lernen die Schülerinnen und Schüler Ihre Stärken kennen.

Am Ende des Parcours werden anhand der jeweiligen Stärken die passenden Berufsbilder erläutert. Im Rahmen eines Elternabends wurde das Konzept von „Komm auf Tour“ u. a. von verschiedenen Anlaufstellen zur Berufswahlorientierung vorgestellt. Die Stadt Bergkamen beteiligte sich an der Aktion 2014 mit Mitarbeitern aus verschiedenen Abteilungen, u. a. der Gleichstellungsbeauftragten und der Zuständigen für den Bereich „Frau und Beruf“.

▪ Beruflicher Wiedereinstieg und Qualifizierung

Mit der „Koordinierungsstelle Frau und Beruf“ der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Unna mbH arbeitete die kommunale Wirtschaftsförderung eng zusammen. Im Jahr 2014 fanden 1 Beratungstag der Koordinierungsstelle in Bergkamen statt. Insgesamt wurden 10 Frauen mit Wohnort Bergkamen beraten, zum Teil auch in Einzelberatungsgesprächen in Unna. Schwerpunktthemen waren beruflicher Wiedereinstieg und Weiterbildung.

In Kooperation mit der Volkshochschule der Stadt Bergkamen und der Agentur für Arbeit Hamm wurden 2014 zwei Informationsveranstaltungen (im März und September) für Rückkehrerinnen in den Beruf durchgeführt, an denen insgesamt 12 Frauen teilnahmen. Auch für 2015 sind erneut Seminare mit dem Schwerpunkt „Beruflicher Wiedereinstieg“ vorgesehen.

▪ Förderung von Existenzgründerinnen und Unternehmerinnen

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Bergkamen ist für Existenzgründerinnen mit Bedarf an Beratung mitunter die erste Anlaufstelle. Hier werden Informationsmaterialien ausgehändigt und grundsätzliche Fragen erörtert.

Für den Besuch von Existenzgründerseminaren wenden sich Interessierte erfahrungsgemäß an die Wirtschaftsförderung des Kreises Unna (WfG Kreis Unna) und erfahren dort eine kompetente Beratung. 2014 wurden bei der Stadt Bergkamen – neben Erstgesprächen mit Existenzgründerinnen und Weiterleitung an die WfG Kreis Unna – schwerpunktmäßig Frauen unterstützt, die bereits Unternehmerinnen sind, wie z. B. die Firma Familienbewusst, welche familienspezifische Angebote im Internet aufbereitet.

10. Tourismus in Bergkamen

Der Bereich Tourismus der Stadt Bergkamen führte 2014 verschiedene Projekte sowie Marketing- und Vertriebsmaßnahmen durch, um die Position der Stadt als Freizeitstandort mit abwechslungsreichem Angebot für verschiedene Zielgruppen nachhaltig zu steigern. Aus Gründen einer übersichtlichen Darstellung, werden nachfolgend nur diejenigen Projekte und Maßnahmen ausführlicher erläutert, denen in 2014 eine herausragende Bedeutung für die touristische Weiterentwicklung des Standortes zuteil wurde.

10.1 Projekte

▪ Römer-Lippe-Route

Die Römer-Lippe-Route wurde 2013 eröffnet und erfreut sich seither zunehmender Beliebtheit. Die Radroute, die auf einer Strecke von knapp 300 km durch 25 Anrainerstädte führt, wird durch die Ruhrtourismus GmbH in Oberhausen koordiniert. In Bergkamen führt die Route u. a. an der Marina Rünthe und dem Römerpark entlang. Auf der Nebenroute entdecken radelnde Besucher der Stadt die Ökologiestation des Kreises Unna sowie das Naturfreibad Heil.

Die Stadt Bergkamen arbeitete im Arbeitskreis aktiv an der Entwicklung und Umsetzung neuer Vertriebs- und Marketingmaßnahmen mit. So wurden im Frühjahr 2014 entlang der gesamten Route Hinweistafeln mit den jeweiligen Streckenabschnitten aufgestellt. In der Karte sind auch die teilnehmenden Partnerbetriebe mit Adressen verortet. Auf den Bergkamener Hinweistafeln wurden bislang sieben Partnerbetriebe aus den Bereichen Beherbergung, Gastronomie und Radservice verortet und bieten Radtouristen somit eine schnelle Orientierung im Bergkamener Stadtgebiet.

Am Römerpark wurden in Kooperation mit dem Planungsamt Bänke aufgestellt und Fahrradabstellmöglichkeiten geschaffen. Zusätzlich wurden die Flyer und Handbücher, die sämtliche Partnerbetriebe der Anrainerstädte aufführen, überarbeitet und flächendeckend verteilt.

Erstmalig wurde 2014 mit den Kooperationspartnern das „Römer-Lippe-Route-Fest“ in Hamm veranstaltet. Der Bereich Tourismus der Stadt Bergkamen präsentierte hier insbesondere die beiden Sehenswürdigkeiten „Marina Rünthe“ und „Römerpark“, die entlang der Hauptroute liegen.

Einen Test auf Barrierefreiheit der Strecke, der wichtige Erkenntnisse über die Nutzung durch Radfahrer mit Handicap lieferte, führten die Sportlerinnen Lily Anggreny und Nora Hansel durch. Der vom Arbeitskreis Römer-Lippe-Route initiierte und in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Behindertensport Verband entwickelte Test enthüllte noch Schwachstellen auf der Gesamtroute. Durch kleinere Maßnahmen wäre für manche Abschnitte aber bereits eine enorme Qualitätsverbesserung im Hinblick auf Barrierefreiheit erreichbar.

Insgesamt ziehen die beiden Sportlerinnen daher ein positives Fazit. Sie werden die Route 2015 wieder auf Barrierefreiheit testen. Die Ruhr Tourismus GmbH plant nun, Abschnitte der Römer-Lippe-Route als barrierefrei oder als eingeschränkt barrierefrei zu vermarkten. Langfristig ergibt sich für Bergkamen die Chance, auf die barrierefreien Freizeitmöglichkeiten im Hafen Marina Rünthe und im Römerpark aufmerksam zu machen und somit neue Zielgruppen zu gewinnen. Davon würden auch die barrierefreien Unterkünfte an der Ökologiestation profitieren, an welcher die Nebenroute vorbeiführt.

Der Arbeitskreis Römer-Lippe-Route kann insgesamt ein äußerst positives Resümee ziehen: 2014 wurden entlang der Route knapp 115.000 Radler (105.000 Tagesausflügler und 10.500 Radreisende) gezählt, mit einem jährlichen Bruttoumsatz von 5.2 Mio. Euro. An der Route beteiligten sich insgesamt 102 Leistungspartner. Die sieben Partnerbetriebe aus Bergkamen (Beherbergungs-, Gastronomiebetriebe und eine Fahrradwerkstatt) berichten ebenfalls über einen spürbaren Anstieg der Nachfrage durch Radtouristen (s. unter „Übernachtungen“). Einige weitere Betriebe haben bereits ihr Interesse bekundet, sich zukünftig im Bereich Radtourismus zu engagieren.

▪ **Römerpark: Marketingkonzeption, Logoentwicklung und Internetpräsenz**

Der Römerpark zählt neben der Marina Rünthe und der Bergehalde Großes Holz zu den Sehenswürdigkeiten in Bergkamen. Durch das Kulturreferat der Stadt Bergkamen wurden 2014 Projekte zur weiteren (kultur)touristischen Inwertsetzung des RÖMERPARKS initiiert. Dem Kulturreferat obliegt die Federführung der Projekte, die Tourismusförderung Bergkamen unterstützt das Kulturreferat in den Bereichen Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb. Im Rahmen einer Fördermaßnahme (Fördermittel der Bez. Regierung Arnsberg) wurden nicht-investive und investive Maßnahmen geplant und in 2014 bereits größtenteils umgesetzt. Bestandteile des nicht-investiven Bereiches sind die Marketingkonzeption, die Entwicklung eines Logos sowie die Erstellung einer Internetpräsenz.

Aufgrund der historischen Bedeutung der Ausgrabungsstätte Römerlager, dem Alleinstellungsmerkmal Holz-Erde-Mauer und dem besonderen Standort an der Römer-Lippe-Route, ist das Potenzial dieses Museums-Ensembles bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Zu diesem Schluss kommt auch die für die Erstellung eines Marketingkonzeptes für den Römerpark beauftragte Firma ift GmbH aus Köln, welche über langjährige Erfahrungen im Kulturtourismus verfügt.

Langfristiges Ziel muss es daher sein, den Bekanntheitsgrad des Römerparks durch zielgruppenspezifische Angebote und geeignete Marketing- und Vertriebsmaßnahmen weiter zu erhöhen. Auf Grundlage der im Konzept vorgeschlagenen Maßnahmen wird derzeit durch die Abteilungen Kultur und Tourismus ein Aufgabenkatalog für die kurz-, mittel- und langfristige Umsetzung definiert.

Das Logo wurde ebenfalls 2014 in Auftrag gegeben und fertiggestellt. Die rote Wort-Bild-Marke mit der stilisierten Holz-Erde-Mauer wird zukünftig den Wiedererkennungseffekt des Römerparks positiv unterstützen.

Ein weiterer Meilenstein wird 2015 bei der Weiterentwicklung des Römerparks erreicht: Die neue Internetpräsenz wird in der ersten Jahreshälfte 2015 fertiggestellt sein.

Mit „Edutainment“, d. h. der richtigen Mischung aus Information und Unterhaltung, werden dann zielgruppenspezifisch Anreize für eine Besichtigung vor Ort geschaffen. Mit einer zusätzlichen App, welche auf diesem neuen Konzept aufbaut, wird die Informationsvermittlung entlang des Archäologischen Lehrpfades vor Ort positiv unterstützt.

▪ **Radkult(o)ur am 14.09.2014**

Die Stadt Bergkamen beteiligte sich 2014 gemeinsam mit den Städten Unna, Bönen, Kamen und Lünen sowie dem Kreis Unna als Organisator erstmalig an der Fahrradveranstaltung Radkult(o)ur.

Ähnlich wie das Sattelfest Soest - Hamm handelte es sich bei der Radkult(o)ur um eine speziell für den Veranstaltungstag entwickelte Radroute, die weitgehend autofrei durch die beteiligten Städte verlief. Entlang dieser festgelegten Route konnten die Radfahrer in beiden Richtungen fahren und an verschiedenen Eventorten Halt machen.

Am 14.09.2014 fand das Museumsfest in Oberaden statt, das zugleich als Veranstaltungsort für die Radkult(o)ur auf Bergkamener Stadtgebiet fungierte. Der Bereich Tourismus übernahm die Federführung für die Stadt Bergkamen, beteiligte sich extern an Arbeitskreissitzungen im Kreishaus Unna und koordinierte intern die Maßnahmen der beteiligten Abteilungen (Radverkehr, Straßenverkehrsbehörde, Ordnungsamt).

Für die Veranstaltung Radkult(o)ur zieht die Stadt Bergkamen insgesamt ein positives Fazit. Mit über 10.000 radelnden Gästen entlang der Strecke bot sich für das Stadtmuseum Oberaden eine hervorragende Möglichkeit, den Bekanntheitsgrad im Kreis Unna zu erhöhen. Aus touristischer Sicht wurde durch die Veranstaltung zudem Bergkamens Image als fahrradfreundliche Freizeit- und Urlaubsdestination nachhaltig positiv aufgewertet. Ob die Veranstaltung in 2015 oder 2016 erneut durchgeführt wird, entscheidet sich durch den Kreis Unna in den nächsten Wochen.

▪ **LandesGartenSchau-Route**

Die Radroute „LandesGartenSchau-Route“ verbindet auf 200 km Länge sieben westfälische Parkanlagen miteinander und führt von Lünen über Bergkamen nach Hamm und dann weiter nach Oelde und Rietberg bis nach Paderborn. Seit 2014 bereichert die zukünftige Landesgartenschau-Stadt Bad Lippspringe als neuer Partner die Route.

2014 kamen die einzelnen Partnerstädte der Route erneut in Arbeitskreissitzungen zusammen, um wichtige marketingrelevante Maßnahmen zu erarbeiten und durchzuführen. Zu den Neuerungen gehörten die Entwicklung einer neuen Internetpräsenz und die Erstellung von Informationsmaterialien.

Als Zielgruppe wurden dabei neben Familien unter anderem die sog. „Best Ager“ definiert, eine – auch für den Bergkamener Tourismus – äußerst relevante Gästegruppe. Bergkamen verfügt zwar über kein eigenes Landesgartenschau Gelände, ist als „Durchgangsstation“ für Radfahrer, die während der langen Strecken abwechslungsreiche Pausen einlegen möchten, aber keinesfalls zu unterschätzen, da sich insbesondere für den Bergkamener Tagestourismus interessante Chancen ergeben.

Für 2015 wurden im Arbeitskreis bereits Maßnahmen definiert, wie z. B. die offizielle Neueröffnung der Route, die aktive Bewerbung auf touristischen Veranstaltungen sowie die Erstellung von umfangreichem Kartenmaterial entlang der Strecke.

▪ **Fahrradstation am Rathaus**

Die Fahrradstation am Bergkamener Rathaus/ZOB wurde im Juni 2014 unter Federführung des Planungsamtes (Radverkehr) in Betrieb genommen und erfreut sich bei den Radlern zunehmender Beliebtheit. Anders als bei anderen Radstationen im Kreis, sieht das Konzept für die Fahrradstation am Rathausplatz keine Präsenz von Mitarbeitern vor und kann daher ohne laufende Kosten für Personal betrieben werden.

Elektronische Zugangschips ermöglichen den Radfahrern eine autonome 24-Stunden-Nutzung. Außer einer Kautions von 20 Euro sind keine weiteren Gebühren fällig. Derzeit sind bereits 32 der insgesamt 36 Chips vergeben (Stand Januar 2015). Daher wird die Anzahl an Chips voraussichtlich erhöht werden. Die überwiegende Zahl der Nutzer ist nicht im Rathaus der Stadt Bergkamen beschäftigt.

Großflächige Werbetafeln rund um die Fahrradstation wurden 2014 angebracht und erzeugen insbesondere bei Nutzern von Bussen am ZOB Aufmerksamkeit. Zukünftig sollen die Vorteile des Bus- und Radfahrens in Bergkamen noch weiter in den Vordergrund gestellt werden. Mit Startschuss der Fahrradsaison Ende März 2015 ist eine Eröffnungsveranstaltung geplant. Dann steht für die Radler ein zusätzlicher Service bereit: Sie können ihr E-Bike kostenfrei an der neuen Strom-Ladestation in der Fahrradabstellanlage betanken.

▪ **Erstellung des Neubürgerfilms Bergkamen**

In Zusammenarbeit mit der Firma Maxxum Media wurde 2014 der Bergkamener Neubürgerfilm gedreht. Bei Vor-Ort-Terminen sowie bei der Vor- und Nachbereitung wurden die Mitarbeiter der Firma durch das Stadtmarketing und die Tourismusförderung intensiv betreut.

Der Film zeigt neben wirtschaftlichen Aspekten auch die Freizeitmöglichkeiten rund um Bergkamen auf. Nachdem der Stadtfilm bereits 2013 abgedreht wurde, entstand mit dem Neubürgerfilm ein wichtiges Material, um u. a. im Rahmen von Neubürgerabenden die Bergkamener Einwohnerinnen und Einwohner kurz, knapp und emotional mit Erstinformationen zur Stadt zu versorgen. Der neue Stadtfilm und der Neubürgerfilm wurden insgesamt allein auf der Internetpräsenz www.youtube.com über 10.000 Mal besucht.

▪ Bergehalde Großes Holz

Die Bergehalde Großes Holz bietet nicht nur aus touristischer Perspektive ein beachtliches Potenzial für die Naherholung. In verschiedenen Gesprächen mit dem Regionalverband Ruhr (RVR) wurden Maßnahmen zur Verbesserung der Freizeitnutzung auf der Bergehalde geplant und bereits teilweise umgesetzt.

Die Adener Höhe als neu aufbereitete Aussichtsplattform bietet einen hervorragenden Blick auf nähere und weiter entfernt liegende Sehenswürdigkeiten im Kreis Unna und sowie den Städten Hamm und Dortmund. Für 2015 ist unter anderem die Aufstellung von Aussichtstafeln vorgesehen, welche auf die umliegenden Sehenswürdigkeiten aufmerksam machen und weitere Informationen zu den Ausflugszielen vermitteln.

Der Parkplatz an der Erich-Ollenhauer-Straße wurde bereits aufbereitet. 2015 werden die Arbeiten am Parkplatz an der Waldstraße zu Ende geführt. 2015/2016 wird ein neu entwickeltes Wegeleitsystem dafür Sorge tragen, dass Verletzte bei eventuellen Rettungseinsätzen ohne Schwierigkeiten gefunden werden können. Rund um die Mountainbikestrecke wird derzeit intern und extern mit den entsprechenden Beteiligten das weitere Vorgehen abgestimmt. Die Planungsabteilung und der Bereich Tourismus stehen in engem Kontakt mit dem SUS Oberaden und den Mountainbikern und werden in Abstimmung mit dem RVR in Kürze weitere Maßnahmen planen und umsetzen.

Die Bereiche Stadtmarketing und Tourismus erarbeiten in Zusammenarbeit mit dem RVR ein gemeinsames Tourismus- und Veranstaltungsmanagement. So können Besuchergruppen zukünftig auf die Besonderheiten bei der Nutzung der Bergehalde aufmerksam gemacht werden. Für Anfragen von Einzelpersonen oder Gruppen, die eine Veranstaltung planen, sowie für Veranstaltungen der Stadt Bergkamen auf der Bergehalde, wird derzeit das zukünftige Vorgehen mit dem RVR festgelegt.

10.2 Marketing- und Vertriebsmaßnahmen

Zu den typischen Aufgabenfeldern des Bereiches Tourismus zählten auch 2014 verschiedene Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Neben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der Schaltung von Werbeanzeigen und der Aktualisierung von Informationsmaterialien (print und online) stand die Tourismusförderung auswärtigen Gästen als erster Ansprechpartner zur Verfügung. Zusätzlich wurde Produktentwicklung betrieben. Gemeinsam mit dem Stadtmuseum sowie dem Gästehaus an der Ökologiestation wurden Ideen für römische Klassenfahrten entwickelt.

Schwerpunkte der Tourismusförderung waren das Kooperationsmarketing auf lokaler und regionaler Ebene und die Nutzung von Veranstaltungen als Werbemöglichkeit für den Standort Bergkamen.

▪ Touristikbörse auf dem Hafenfest und Präsenz auf weiteren Veranstaltungen

Auf der Touristikbörse präsentieren seit 2010 lokale und überregionale touristische Akteure den zahlreichen Besuchern ihr Angebot. Die Stadt Bergkamen präsentierte sich 2014 wieder an einem Gemeinschaftsstand mit touristischen Anbietern (u. a. Umweltzentrum Westfalen, Wohnmobilstellplatz, Meersalzgrotte Salvital, Kreis Unna).

Zudem komplettierten z. B. die RuhrTourismus GmbH, das Münsterland, die ZOOM Erlebniswelt Gelsenkirchen und das Südbrookmerland mit eigenen Ständen das touristische Angebot. Auch auf der Blumenbörse und dem Lichtermarkt wurden die Besucher über das umfangreiche Freizeitangebot in Bergkamen informiert.

Um die Außenwahrnehmung zu stärken, war Bergkamen zudem durch Präsenz und/oder Prospektverteilung auf weiteren Messen und Veranstaltungen mit touristischem Charakter vertreten, wie z. B. auf der Radkult(o)ur (s. o.), dem Drahteselmarkt in Lünen, „Dortmund bewegt sich“, dem Sattelfest in Hamm/Soest, dem Mülheimer Fahrradfrühling sowie der Reise- und Campingmesse in Essen.

10.3 Marketingkooperationen

▪ Ruhr Tourismus GmbH

Wie bereits erläutert, profitiert die Tourismusförderung der Stadt Bergkamen von der Kooperation mit der touristischen Dachmarkenorganisation Ruhr Tourismus GmbH in Oberhausen, da sich gemeinsame Synergieeffekte bei Marketing- und Vertriebsmaßnahmen ergeben. Das Projekt „Römer-Lippe-Route“ ermöglicht der Stadt Bergkamen mehrmals im Jahresverlauf die Teilnahme an unterschiedlichen Veranstaltungsformaten (u. a. Klausurtagungen und Arbeitskreissitzungen Marketing, Römer-Lippe-Route-Fest, etc.).

Neben den Treffen der Anrainerstädte der „Römer-Lippe-Route“ finden zudem ein Mal pro Jahr die RUHR.TOPCARD Nutzerversammlung sowie ein allgemeines Kooperationstreffen mit der RuhrTourismus GmbH statt.

▪ Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe

Der Sparkassenverband Westfalen-Lippe lud 2014 in Kooperation mit der Consulting Firma dwif wieder zu Sitzungen ein, mit dem Ziel, durch die Bereitstellung aktueller Statistiken die touristische Entwicklung der Region weiter voranzubringen und die touristischen Akteure in Westfalen-Lippe bei ihren Marketingentscheidungen zu unterstützen. 2014 wurde zudem erstmalig ein Tourismuspreis verliehen. Die Tourismusförderung der Stadt Bergkamen nahm an diesen regelmäßigen Treffen teil.

▪ GeoPark Ruhrgebiet e. V.

Beim GeoPark Ruhrgebiet e. V. nimmt der Tourismus der Stadt Bergkamen die Funktion eines Beiratsmitgliedes ein. Der GeoPark Ruhrgebiet e. V. hat u. a. zum Ziel, das geologische Erbe des Ruhrgebietes zu erhalten und einer breiten Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Mitglieder sind verschiedene Städte und Institutionen, wie bspw. das Deutsche Bergbaumuseum in Bochum oder die Zeche Nachtigall in Witten.

In den Mitgliederversammlungen wurden 2014 Maßnahmen für die Zukunft entwickelt. Hierzu gehört u. a. die weitere Informationsvermittlung zu Gesteinschichten, welche die Grundlagen für einen Kohleabbau im Ruhrgebiet schufen, sowie eine Fahrrad-GeoRoute, die aller Voraussicht nach auch Bergkamen mit einschließen wird.

▪ Arbeitskreis Marketing Kreis Unna und Nordkreiskooperation

Weitere Kooperationen auf lokaler Ebene sind der Arbeitskreis Marketing Kreis Unna sowie der regelmäßige Austausch der Städte im Nordkreis Unna. 2014 wurden im AK Marketing Kreis Unna u. a. Messebeteiligungen, Radveranstaltungen und neue Printmedien geplant. Zukünftig sind weitere Maßnahmen, wie z. B. Seminare für touristische Akteure im Kreis Unna angedacht.

Um langfristig die Wahrnehmung von Bürgern und Auswärtigen für den Nordkreis als touristisch attraktive Gegend zu stärken, hat die Stadtverwaltung Bergkamen eine verstärkte

Zusammenarbeit im Nordkreis Unna (Werne, Lünen, Selm) mit angestoßen und strebt an, diese Kooperation zukünftig weiter zu vertiefen.

▪ **Kleiner Arbeitskreis Tourismus**

Der „Kleine Arbeitskreis Tourismus“, ein Zusammenschluss engagierter touristischer Akteure aus Bergkamen, traf sich 2014 regelmäßig, um gemeinsam Aktionen zu planen und umzusetzen. Durch den Arbeitskreis wird den Gastgebern zusätzliche Unterstützung in Marketing- und Vertriebsfragen zuteil. Zudem bietet sich die Möglichkeit, gemeinsam engagiert den weiteren Ausbau des touristischen Angebotes in Bergkamen voranzutreiben.

2014 beteiligten sich die Mitglieder des Kleinen Arbeitskreises erneut an der Touristikbörse während des Hafenfestes. Zudem wurde Ende 2014 die Aktion „Werde Entdecker – Erlebe ein spannendes Jahr in Bergkamen“, die bereits 2013 erfolgreich durchgeführt wurde, für 2015 geplant. Den Bergkamener Bürgerinnen und Bürgern werden dann wieder im Rahmen eines Tages der offenen Tür Einblicke in die verschiedenen Freizeiteinrichtungen geboten. Die Veranstaltungsreihe bot bereits 2013 touristischen Betrieben und Vereinen die Chance, auch untereinander verstärkt zu kooperieren.

2015 wird voraussichtlich wieder der „Initiativkreis Tourismus“ einberufen werden, ein großer Arbeitskreis, zu dem alle Bergkamener Touristiker eingeladen sind und über die touristische Entwicklung sowie zukünftige Maßnahmen informiert werden.

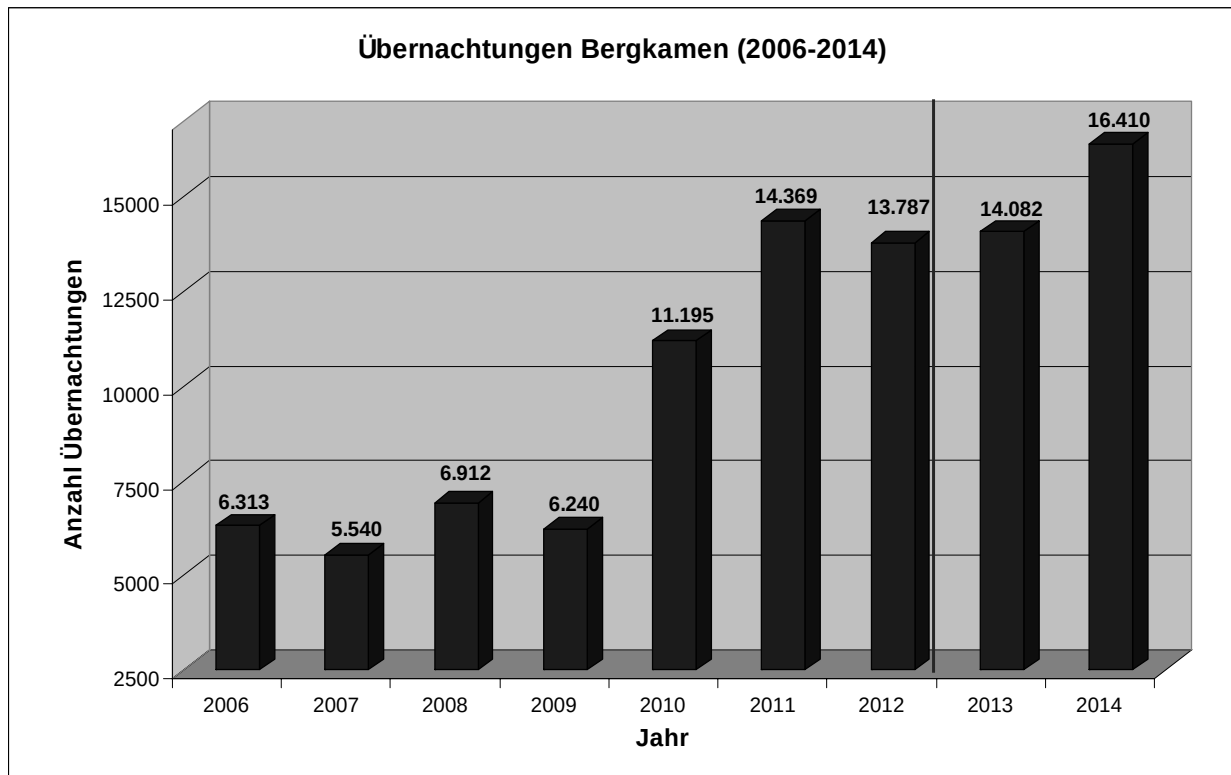
10.4 Entwicklungstendenzen im Bergkamener Tourismus

Nachfolgend werden die Entwicklungstendenzen im Bergkamener Tourismus unter Zuhilfenahme statistischer Auswertungen aufgezeigt. Dabei handelt es sich jeweils um quantitative Erhebungen. Langfristig wird es sinnvoll sein, im Rahmen von Gästebefragungen, Mystery Checks oder Befragungen touristischer Akteure qualitative Untersuchungen durchzuführen, um darauf aufbauend auch die Servicequalität weiter optimieren zu können.

▪ **Gästebetten, Übernachtungszahlen und RUHR.TOPCARD**

Die Anzahl an Gästebetten lag 2014 mit 182 Betten (November 2014) leicht über dem Niveau des Vorjahres. Da erfahrungsgemäß nicht alle vorhandenen Betten kontinuierlich zur Nutzung zur Verfügung stehen, gibt es in jedem Jahr Schwankungen der Bettenanzahl. Zugrunde gelegt werden daher jeweils die Gästebetten zum Jahresende (hier: November 2014).

Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht die Entwicklung der Übernachtungszahlen in Bergkamen von 2006 bis 2014. Seit 2006 stieg der Anteil der Übernachtungen immer weiter an. Ein besonders großer Anstieg ist ab 2010 erkennbar, wobei sich die Übernachtungszahlen nahezu verdoppelten.



Quelle: Statistisches Bundesamt. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Jahresberichtes 2014 lagen die Daten für Dezember 2014 noch nicht vor.

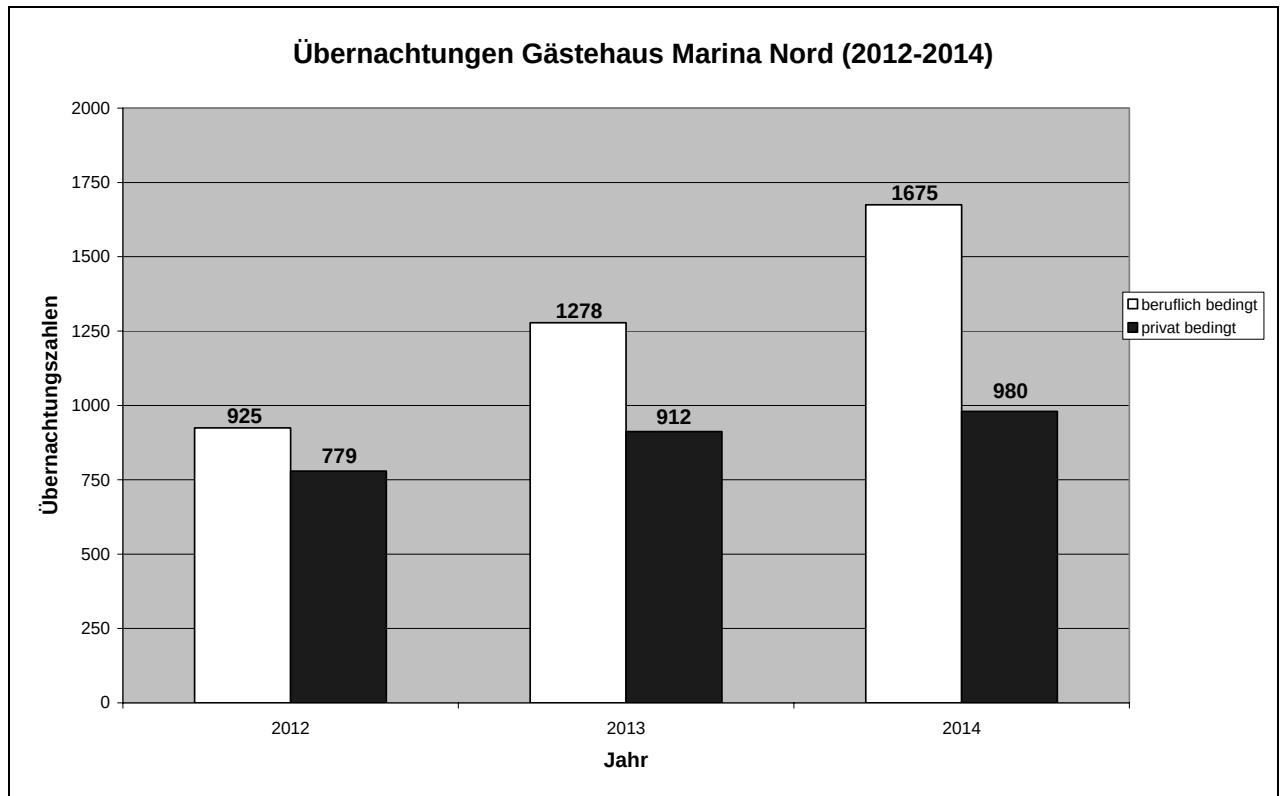
Dies ist unter anderem auf die verstärkte Wahrnehmung der Metropole Ruhr als Freizeit- und Tourismusregion im Rahmen der „Kulturhauptstadt.2010“ zurückzuführen. Zudem wurde das Gästehaus Marina Nord eröffnet und der Wohnmobilhafen erstmalig in der Statistik berücksichtigt. Seit 2011 (14.369 Übernachtungen) bewegen sich die Zahlen auf annähernd gleich hohem Niveau. Während die Zahlen in 2012 leicht rückläufig waren, wurde in 2013 wieder der Schwellenwert von über 14000 Übernachtungen überschritten.

Seit 2012 werden nur noch Betriebe in der Statistik von IT.NRW berücksichtigt, die über mindestens 10 Betten verfügen. Somit kann eine deutlich höhere Übernachtungszahl angenommen werden, als es die vorgelegten Zahlen suggerieren.

2014 wurden im Zeitraum Januar bis November insgesamt 16.410 **Übernachtungen** verzeichnet (Vergleich 2013 Januar bis November: 13.148 Übernachtungen). Im Dezember 2013 betrug die Zahl an Übernachtungen 934. Wenngleich die Zahlen für Dezember 2014 vom Statistischen Bundesamt noch nicht freigegeben wurden, ergibt sich allein beim Vergleich der oben genannten Zahlen eine Steigerung zum Vorjahreszeitraum (Januar bis November) in Höhe von 3.262 Übernachtungen (20 %). Insofern ist somit insgesamt ein Aufwärtstrend erkennbar.

Diese positive Entwicklung korrespondierte mit der weiteren Etablierung der Radroute „Römer-Lippe-Route“. So stellte u. a. das Gästehaus Marina Nord eine zunehmende Nachfrage an Radtouristen fest (s. u.).

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Übernachtungszahlen im Gästehaus Marina Nord beispielhaft in den Jahren 2012-2014. Übernachteten 2012 noch 1.704 Personen im Gästehaus, so steigerte sich die Anzahl an Übernachtungen kontinuierlich auf 2558 Übernachtungen in 2014.



Quelle: Eigene Angaben des Gästehauses Marina Nord, Christiane Göke (Pächterin).

Wenngleich nach wie vor die beruflich bedingten Reisen den zahlenmäßig größten Anteil stellen, ist eine Erhöhung der privat bedingten Übernachtungen festzustellen. Im Bereich der privat bedingten Übernachtungen waren Gruppenreisende im Gästehaus am Stärksten vertreten.

Seit 2013 ist der Anteil an Radreisenden merklich angewachsen (2012: 17 Radfahrer, 2013: 65 Radfahrer, 2014: 63 Radfahrer (+ zusätzliche Radfahrer unter den 147 Personen, welche den Zeltplatz an der Marina Nord wählten). Diese positive Entwicklung korrespondiert sicherlich in hohem Maße mit der Eröffnung der Radroute „Römer-Lippe-Route“ sowie mit der Einrichtungen eines kleinen Zeltplatzes (beides im Jahr 2013). Von Radfahrern entlang der Route wird eine vermehrte Nachfrage an Camping- und Zeltplätzen festgestellt.

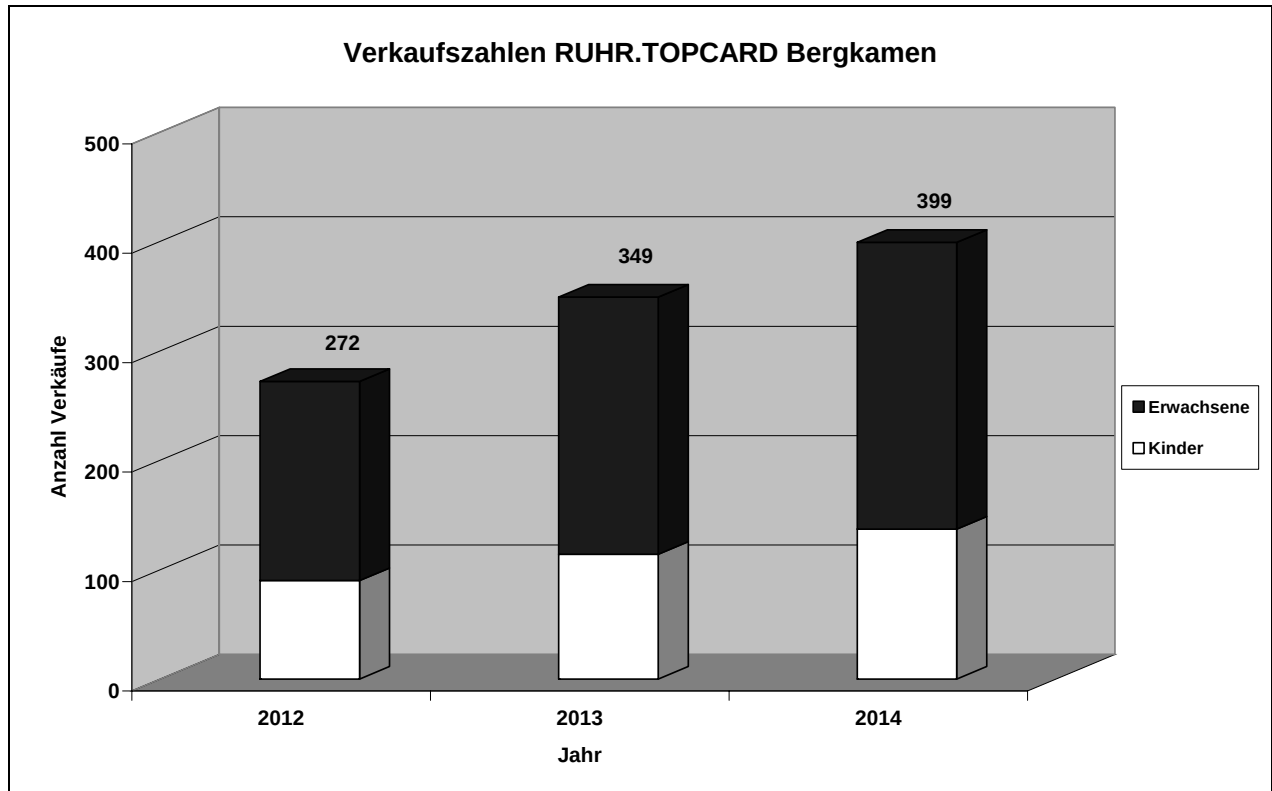
▪ Saisonalität

Die höchsten Übernachtungszahlen des Jahres 2014 verzeichneten die Bergkamener Gastgeber in den Monaten Mai bis einschließlich September.

Neben dem Ziel, die Gesamtübernachtungszahlen in den nächsten Jahren weiter zu erhöhen, wäre es demnach auch wünschenswert, eine schrittweise Verlängerung der Saison anzustreben. So bieten sich für Gruppen auch Angebote in den Wintermonaten an, z. B. für Chorproben im Gästehaus an der Ökologiestation. Betrachtet man die Studie „Tagesreisen der Deutschen“ (Hrsg. dwif Consult GmbH), wird einmal mehr deutlich, dass gerade die Tagesreisen, deren Umfang nur geschätzt werden kann, für die Zukunft in Bergkamen neben den Übernachtungsgästen ein enormes Potential darstellt und nicht statistisch erfasst wird.

▪ Verkäufe der RUHR.TOPCARD

Das Stadtmuseum Bergkamen ist als kostenfreie Attraktion seit dem 01.01.2012 Partner der RUHR.TOPCARD. Verkauft werden die Karten auch im Bürgerbüro der Stadt. Im gesamten Ruhrgebiet und dem Sauerland wurden die Karten 2014 sehr gut verkauft. Insgesamt konnte die RUHR.TOPCARD, die u. a. kostenfreien Eintritt in über 90 Freizeiteinrichtungen gewährt, eine höhere Akzeptanz als in den Vorjahren verzeichnen.



Quelle: Bürgerbüro der Stadt Bergkamen (2012-2014).

Betrachtet man die Entwicklung der Verkaufszahlen in Bergkamen, so ist ebenfalls ein Anstieg feststellbar. In nur drei Jahren konnte der Verkauf der Karten von 272 in 2012 auf insgesamt 399 in 2014 gesteigert werden (s. Abbildung).

Mit der Umstellung des Systems Ende 2014 werden die Verkäufe zukünftig auch für das Bürgerbüro der Stadt Bergkamen noch komfortabler direkt online abzuwickeln sein.

▪ Anzahl und Teilnehmer an Gästeführungen:

Seit 2011 bietet der „Gästeführerring Bergkamen“ Stadt- und Themenführungen unter der Leitung des städtischen Archivars an. Themenschwerpunkte sind u. a. das Römerlager Oberaden, der Strukturwandel in Bergkamen, das Westfälische Sportbootzentrum Marina Rünthe und die Bergehalde Großes Holz.

Jahr	Gästeführungen	Teilnehmer	Veränderung Teilnehmerzahlen gg. Vorjahr
2010	23	414	-----
2011	29	512	24%
2012	36	651	27%
2013	32	682	5%
2014	32	707	4%

2013 fanden insgesamt 32 Gästeführungen statt, an denen 707 Personen teilnahmen. Gegenüber 2013 blieb somit die Anzahl an Gästeführungen gleich, wobei die Anzahl der Teilnehmer um 4% zunahm. Von einem nachlassenden Interesse an Gästeführungen in Bergkamen kann also keinesfalls gesprochen werden. Die Zahlen unterstreichen einmal mehr das thematisch abwechslungsreiche Angebot und die kompetenten Gästeführer. Im Hinblick auf zu behalten. Zukünftig wird es verstärkt darum gehen, eine zielgruppenorientierte Optimierung der Gästeführungen im Blick zu behalten, z. B. Führungen für Kinder in historischen römischen Gewandungen. Zudem sollte das Angebot durch QR-Code-Rundgänge bereichert werden, die unabhängig und zeitlich flexibel von den Gästen durchgeführt werden können.

10.5 Ausblick

Ein besonderes Augenmerk wird im Jahr 2015 auf die im Marketingkonzept für den Römerpark vorgeschlagenen Marketing- und Vertriebsmaßnahmen gelegt. Ein Meilenstein wird dabei in der ersten Jahreshälfte insbesondere die Fertigstellung der Internetpräsenz für den Römerpark sein. Daneben wird sich der Bereich Tourismus auf die Sehenswürdigkeiten Marina Rünthe und Bergehalde Großes Holz (sowie deren touristische Inwertsetzung) fokussieren.

Im Bereich Radtourismus werden die Schwerpunkte auf die „Römer-Lippe-Route“ gelegt. In diesem Bereich werden in Kooperation mit Bergkamener Akteuren und der Ruhr Tourismus GmbH weitere Aktivitäten und Maßnahmen rund um die Akquisition neuer Partnerbetriebe und die Betreuung bereits bestehender Partner in Bergkamen vorgenommen. Ebenso wird es um eine Qualitätsoptimierung der Betriebe im Hinblick auf radtouristische Belange gehen. Da Radtouristen zu den wichtigsten Zielgruppen zählen, liegt auch die touristische Aufwertung eines örtlichen Radweges nahe, u. a. in Kooperation mit der Gastronomie und Beherbergung sowie durch entsprechende on- und offline-Kommunikationskanäle). Zusätzliche Service-Stationen und Lademöglichkeiten für E-Bikes entlang der Radwege in Bergkamen erhöhen die Angebotsqualität für Radfahrer zusätzlich.

Mit der touristischen Seminarreihe „Auf zu neuen Ufern“ rund um die Themen Angebotsprofilierung und Nutzung neuer Kommunikationsmedien werden Anfang 2015 die touristischen Akteure in Bergkamen im Hinblick auf das eigene Angebot weiter sensibilisiert und bei der weiteren Produktentwicklung unterstützt. Diese und weitere wichtige Aspekte im Marketing und Vertrieb werden auch in 2015 wieder im Rahmen regelmäßiger Sitzungen des Kleinen Arbeitskreises Tourismus weiter thematisiert werden.

Bei der Aktion „Werde Entdecker“ wird gemeinsam mit dem Arbeitskreis Tourismus das abwechslungsreiche Bergkamener Freizeitangebot einem breiten Personenkreis vorgestellt und somit das Innenmarketing positiv verstärkt werden. Daneben ist die Aufwertung der touristischen Informationsmedien (print und online) der Stadt Bergkamen im Hinblick auf Gästewünsche und -erwartungen zu überdenken und die Informationsvermittlung an potentielle Gäste quantitativ und qualitativ zu verbessern. Zudem steht die weitere touristische Begleitung von Maßnahmen, u. a. im Bereich „Marina Nord“ und „Bergehalde Großes Holz, an.