



Innovationsnetzwerk Tourismus im Rheinischen Revier

Zusammenfassung der regionalen Workshops mit Tourismusverantwortlichen aus Kommunen, Kreisen und Institutionen

Kerpen, 18.08.2020

Stolberg, 10.09.2020

Mönchengladbach, 06.10.2020

Prozessbegleitung durch:

COMPASS | CONSULTING
MARKETING
TRAINING



Im Rheinischen Revier wird die Förderung des Projekts durch die Bezirksregierung Köln und die Zukunftsagentur Rheinisches Revier als Regionalpartner durchgeführt.



1. Das ist das Innovationsnetzwerk Tourismus im Rheinischen Revier

Teilnehmer, Ziele, Aufgaben, Organisation

2. Das haben wir bisher erreicht

Vision, Positionierung, Angebotscluster, Übersicht strategischer touristischer Planungen im Rheinischen Revier

3. Interaktiver Workshop

Sagen Sie uns, wie Sie die bisherigen Ergebnisse einordnen. Haben Sie Änderungsvorschläge oder Ideen?

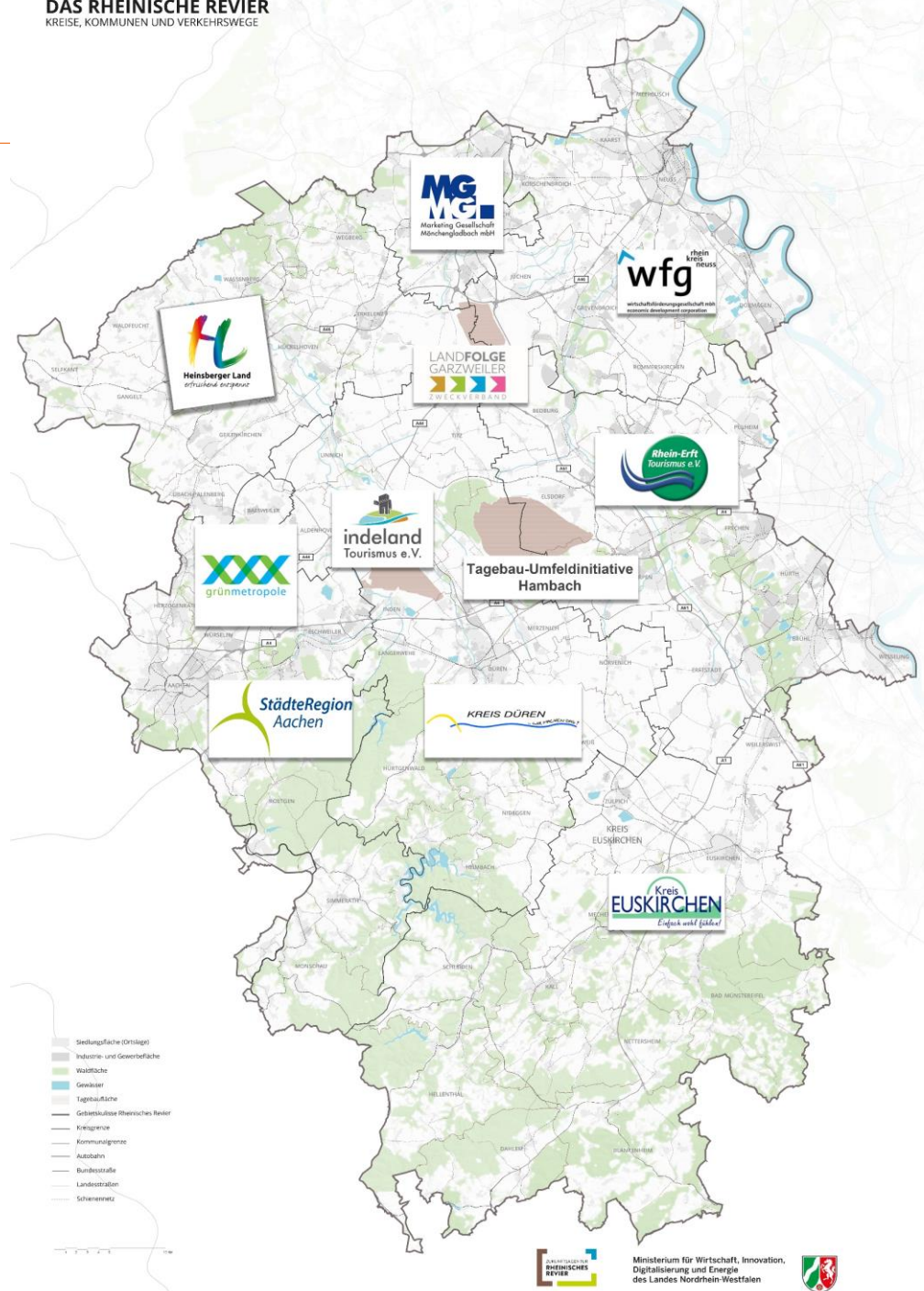
4. So geht es weiter

Ausblick und weitere Arbeitsschritte

Das ist das Innovationsnetzwerk Tourismus im Rheinischen Revier

Teilnehmer, Aufgaben, Ziele, Organisation

Die Region



Aufgaben des Innovationsnetzwerks

(Auszug aus dem Projektantrag)

1. Austausch und Zusammenführung der Teilräume/Masterpläne
2. Aufbau eines Netzwerks
3. Aufbau von Kompetenzen
4. Steigerung der Nachfrage

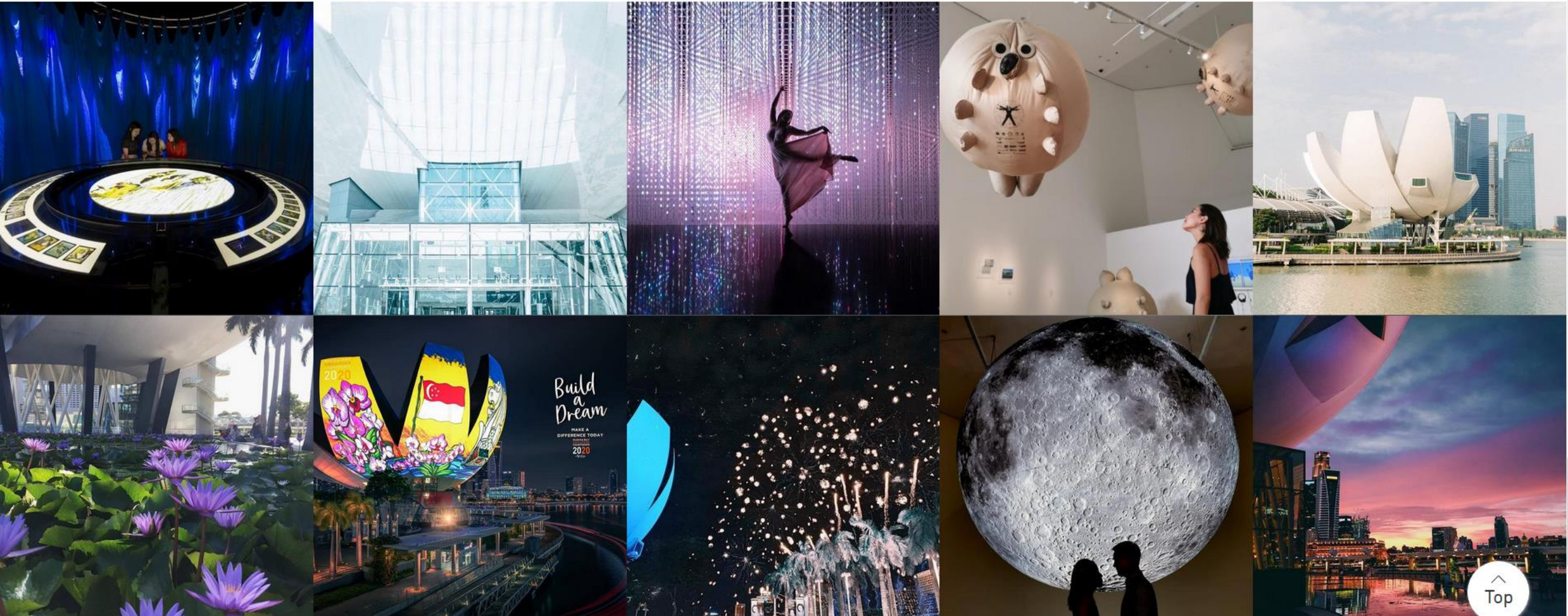


Das Rheinische Revier steht vor einem der größten Restrukturierungsvorhaben Europas.

Im Innovationsnetzwerk werden die Grundlagen für strategische Entscheidungen im Tourismus und der Freizeitwirtschaft gelegt.



Die Nachfrage im Freizeit- und Tourismussektor ändert sich laufend, es werden - neben touristischen Attraktionen - vermehrt **Bildungs- und Freizeitangebote** gesucht.





Das Rheinische Revier hat das Potenzial, eine **international bedeutsame** Freizeit- und Tourismusregion im Einzugsbereich von Rhein-Main, Köln-Bonn-Düsseldorf, Amsterdam, Brüssel, Maastricht zu werden.

Der Einwohnermarkt im Umkreis von 300km umfasst über 35 Mio. Menschen, dazu kommt der Touristenmarkt.



Dafür bedarf es allerdings eines überdurchschnittlich attraktiven, vernetzten Angebotes, einzigartiger „Leuchttürme“ und einer klaren Positionierung.



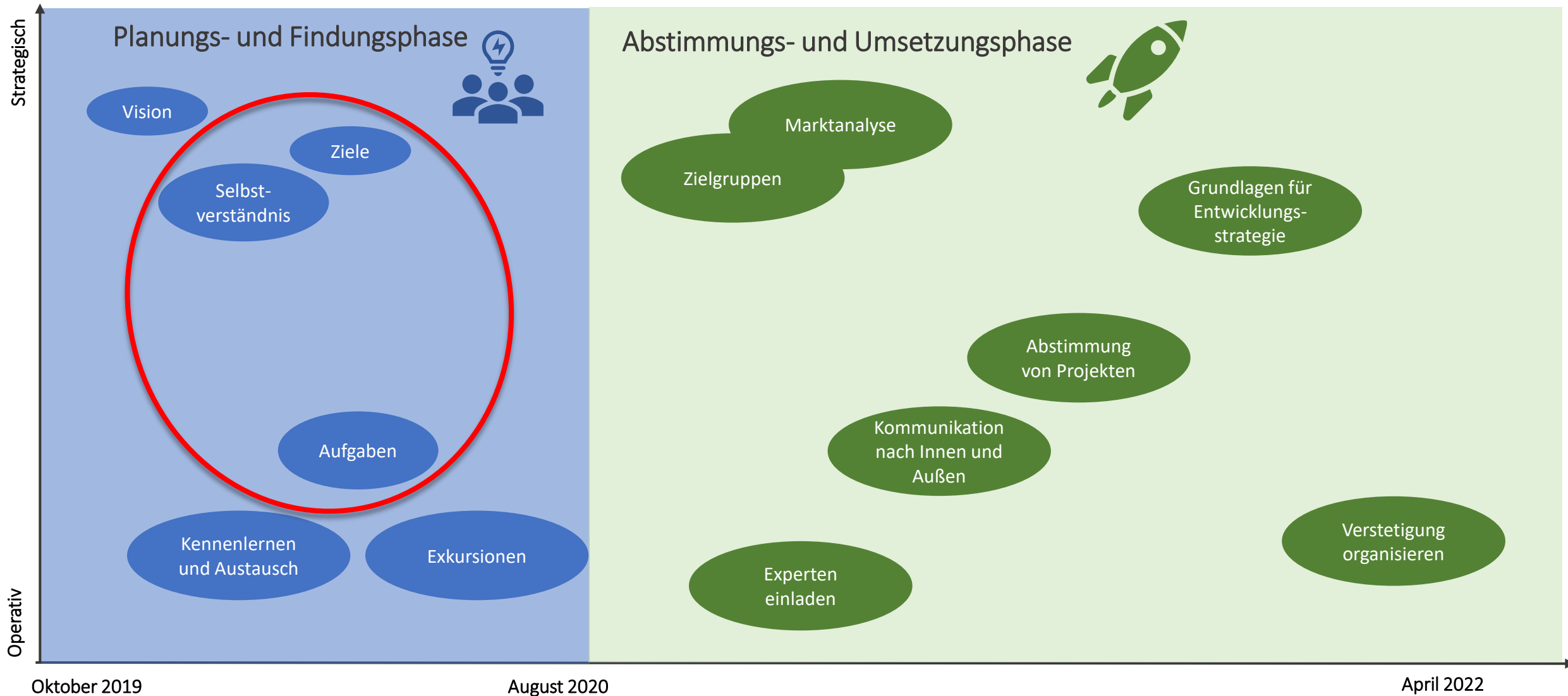
Think Big!



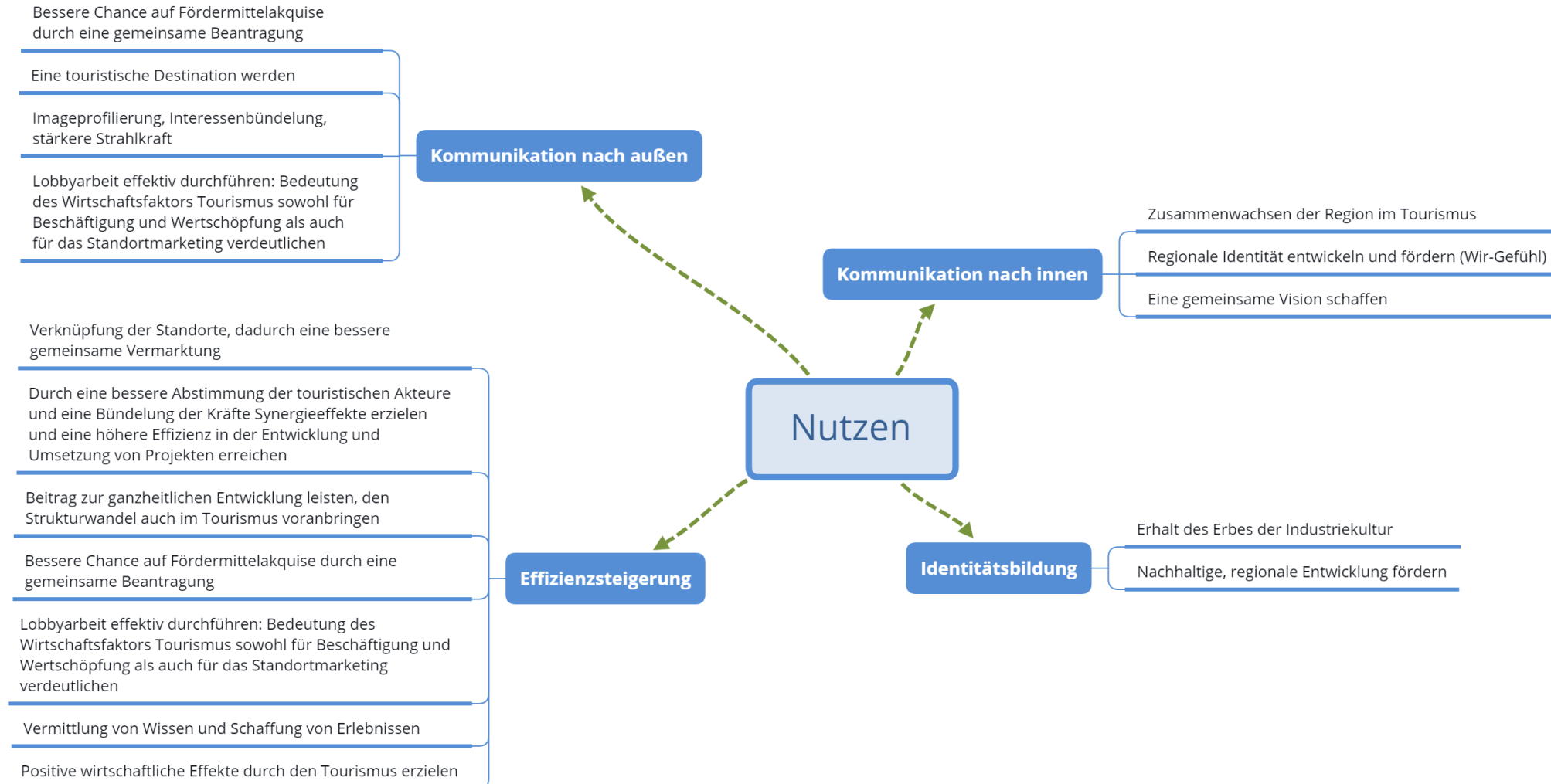
Das haben wir bisher erreicht

Vision, Positionierung, Angebotscluster,
Übersicht strategischer touristischer Planungen im Rheinischen Revier

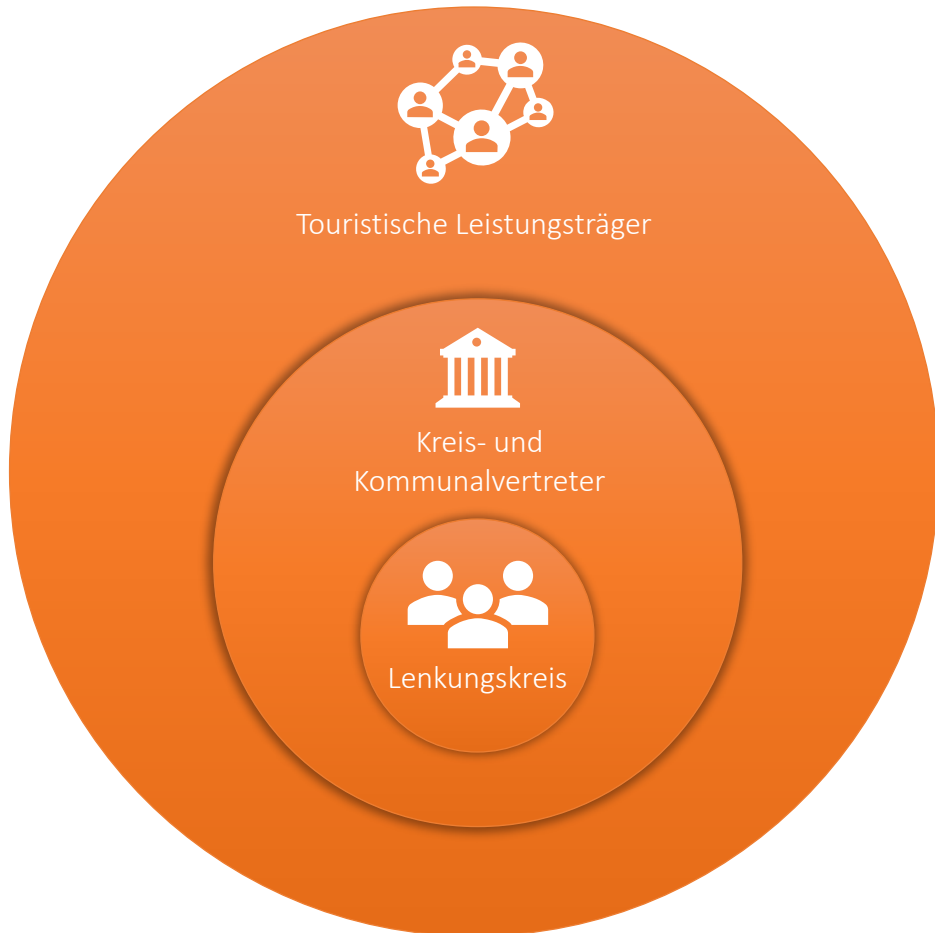
Aufgaben



Der Nutzen des Innovationsnetzwerkes Tourismus für das Rheinische Revier



Das Selbstverständnis des Innovationsnetzwerkes Tourismus im Rheinischen Revier



Teilnehmerstruktur des Innovationsnetzwerkes besteht aus 3 Schichten:

1. Koordinierender Lenkungskreis aus touristischen Vertretern der Teilregionen
2. Kreise und Kommunen, Institutionen und Verbände
3. Touristische Leistungsträger im Rheinischen Revier

Das Selbstverständnis des Innovationsnetzwerkes Tourismus im Rheinischen Revier

Arbeitsweise des Innovationsnetzwerkes

- Austauschforum
- Strategische Tourismusarbeit im Prozess des Strukturwandels
- Regelmäßige Lenkungskreis-Treffen & themenbezogene Workshops

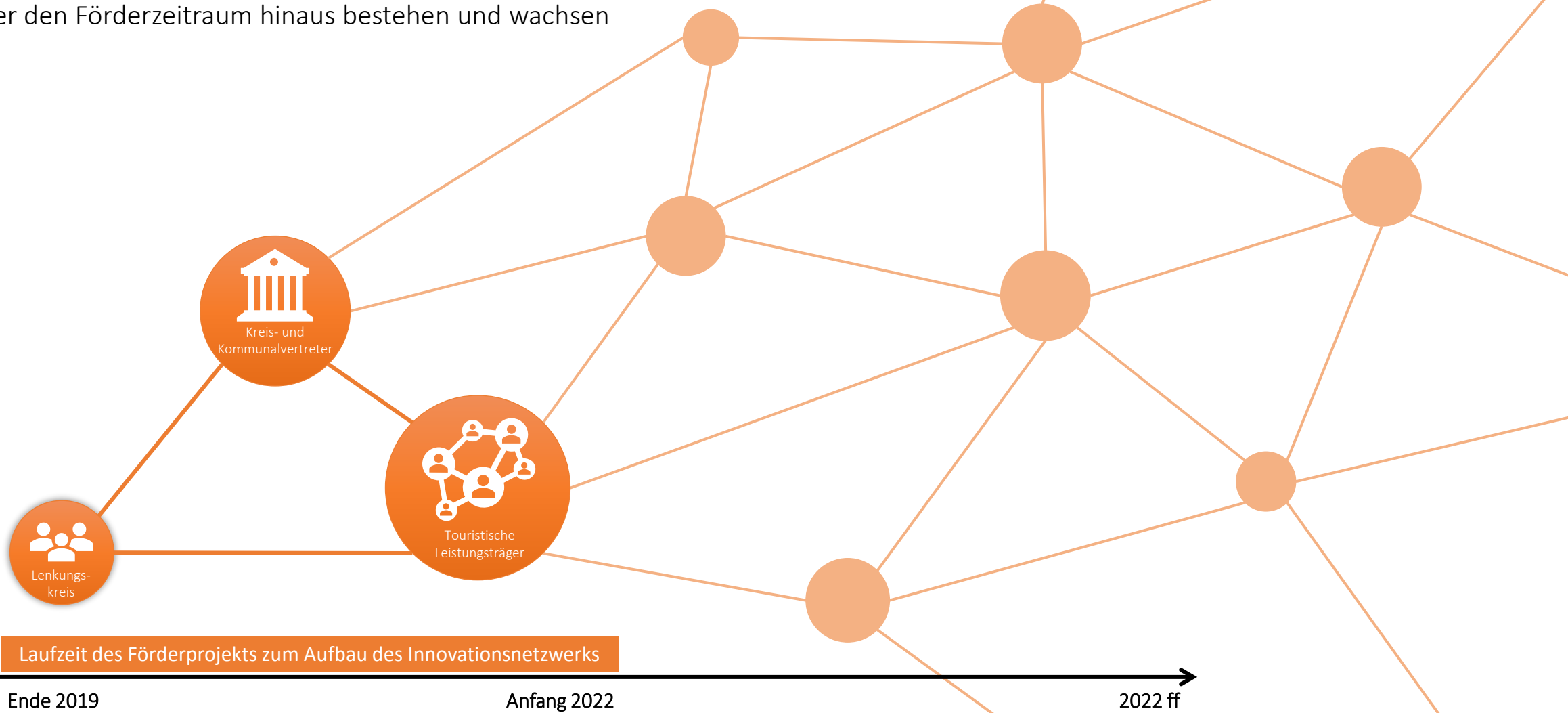
Abgrenzung des Innovationsnetzwerkes

- Geografische Definition des Rheinischen Reviers
- Einbezug von weiteren Akteuren im Rahmen von Themenworkshops
- Engere Abgrenzung des Innovationsnetzwerks für strategische Fragen



Das Selbstverständnis des Innovationsnetzwerkes Tourismus im Rheinischen Revier

Das Innovationsnetzwerk Tourismus im Rheinischen Revier soll weit über den Förderzeitraum hinaus bestehen und wachsen



Die Ziele des Innovationsnetzwerkes in den kommenden 2 Projektjahren (erste Sammlung)

Strategische Grundlagen

Schaffung einer strategischen Grundlage durch Abstimmung und Koordination zwischen den Projektpartnern zur Vorbereitung des touristischen Masterplans.

Austausch & Abstimmung

Sicherstellung eines fortbestehenden Austauschs in der Region; dieser Austausch dient dem Kennenlernen der Regionen und den Akteuren, die zum Rheinischen Revier gehören.

Abstimmung bestehender und zukünftiger touristischer Projekte im Sinne einer einheitlichen Destinationsentwicklung -> Katalysator für Projektplanung

Angebote und Marketing

Aufenthaltsdauer der Gäste erhöhen und die Sichtbarkeit der bestehenden Angebote steigern, z.B. durch gegenseitiges Bewerben der unterschiedlichen Regionen & Attraktionen.

Bildung von einheitlichen touristischen Themenclustern, innerhalb derer die vorhandenen und neuen Angebote vernetzt und kommuniziert werden.

Lobbyarbeit

Ein gemeinsames Verständnis der touristischen Ausrichtung entwickeln.

Der Tourismusbranche im RR ein politisches Gewicht geben. Hierfür gemeinsame Lobbyarbeit durchführen.

Akquise von Fördermitteln erleichtern.

Darauf hinwirken, dass die Förderrichtlinien auch einzelbetriebliche Förderungen ermöglichen.

Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus sowohl für Beschäftigung und Wertschöpfung, als auch für das Standort-Marketing verdeutlichen

Gemeinschaftsprojekt

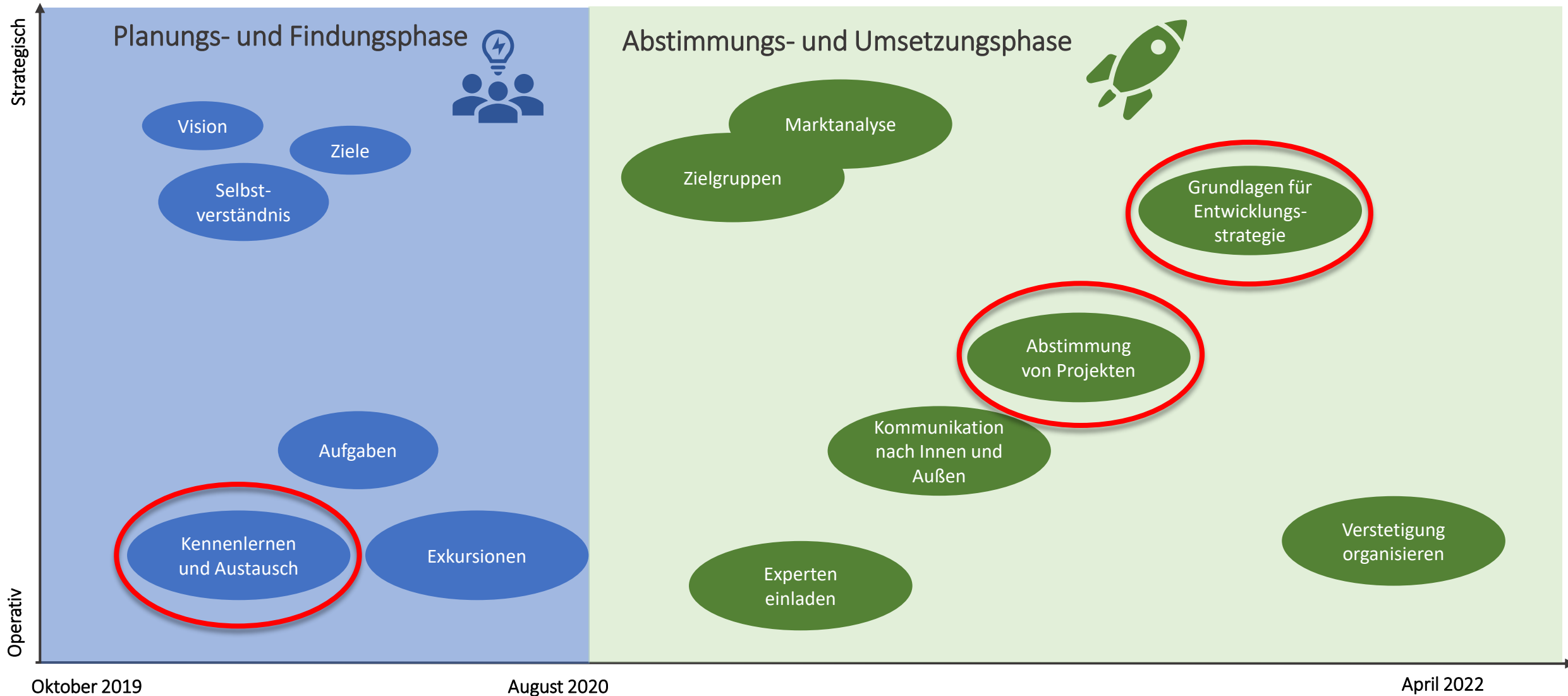
Grundlagen schaffen, um in den 2 Projektjahren ein konkretes Gemeinschaftsprojekt zu entwickeln. Das Projekt soll schwerpunktmäßig ressourcenschonendes Bauen und die Baukultur im Rheinischen Revier behandeln.

Leuchtturm, Ankerprojekt

Verstetigung

Verstetigung des Innovationsnetzwerkes über die Projektlaufzeit hinaus.

Aufgaben



Übersicht geplanter strategischer Projekte und Planungen in den Teilregionen (Auszug)

Entwicklungskonzepte

Regionale Ebene

- Innovationsnetzwerk Tourismus im Rheinischen Revier (Rhein-Erft Tourismus)
- Strukturwandel / Internationale Bau- und Technologieausstellung (Mönchengladbach)
- Drehbuch zur Entwicklung des Tagebaufolgelandschaft Garzweiler (Garzweiler)
- Regionales Projekt „Grünes Band“: Vernetzung von aufgewerteten Aussichtspunkten und anderen zukünftigen Angeboten durch Radrundweg im Gebiet Tagebau Garzweiler (Mönchengladbach und Garzweiler)
- Langfristig: Seenentwicklung (Garzweiler)

Kommunale Ebene

- MG+ Wachsende Stadt / Smart City Strategie (Mönchengladbach)
- Diverse Integrierte Planungskonzepte und Städtebauliche Entwicklungskonzepte in den Kommunen (Rhein-Erft Tourismus)
- Freiraum- und Tourismuskonzept Elsdorf (Rhein-Erft Tourismus)
- Maßnahmenplan künftiger Indesee/Gut Müllenark - Nutzungskonzepte
- LEADER-Antrag bei der LAG Rheinisches Revier (Umfeldinitiative Hambach)
 - Schaffung von Ruheinseln und Begegnungsräumen, Schaffung eines gastronomischen Angebots, Barrierefreier Zugang zur Sophienhöhe für alle Menschen als Freizeit- und Erholungsgebiet, Adäquater Erhalt der Flora und Fauna

Destinationsmanagement

- Markenfindung „Aachener.Land“ in der SRAC (Grünmetropole)

Übersicht geplanter strategischer Projekte und Planungen in den Teilregionen (Auszug)

Radtourismus: Infrastruktur und Angebote

- Radweg am Tagebau Hambach (Verlängerung Speedway–Tagebauforum) (Rhein-Erft Tourismus)
- Trailcenter, größtenteils im noch nicht rekultivierten Bereich (Umfeldinitiative Hambach)
- Radkonzept Eifel (Nordeifel)
- Rurufer Radweg (Grünmetropole)
- Entwicklung von Raderlebnis-Schleifen (Städteregion Aachen)
- Wasserburgen-Route: Zertifizierung, Marketing (Städteregion Aachen)
- Indeland Route Tagebaueinblicke (Indeland)

Wandertourismus: Infrastruktur und Angebote

- Einbindung der bereits durch die RWE Power AG angelegten Wander- und Reitwege in die lokalen, regionalen als auch überregionalen Wegesysteme, Lehrpfad „Sophie“ (Umfeldinitiative Hambach)
- Wanderwelt der Zukunft (Nordeifel)
- Barrierefreies Wanderknotenkonzept (Städteregion Aachen)
- Touristische Beschilderung von Sehenswürdigkeiten in den Stadtzentren Rheydt und Mönchengladbach (Mönchengladbach)
- Ausbau des Angebotes weiterer – virtueller – Stadttouren/Rundgänge auf eigene Faust, in Verbindung mit VR/AR Tools Darstellung von Zukunftsvisionen an Orten mit Entwicklungspotential (in Konzeptphase) (Mönchengladbach)

Übersicht geplanter strategischer Projekte und Planungen in den Teilregionen (Auszug)

Touristische Infrastruktur allgemein

- Erstellung von Themenrouten (Umfeldinitiative Hambach)
- „Tor zur Sophienhöhe“ (Umfeldinitiative Hambach)
- Dokumentationszentrum Tagebau Garzweiler (in Holzweiler) (Garzweiler)
- Einrichten einer zertifizierten Tourist Info im Foyer des ENERGETICON (Grünmetropole)
- Info-Pavillon Linnich (Indeland)
- Tiny Houses Blausteinsee (Indeland)
- Info-Center Langerwehe
- Tagebauaussichtspunkt Schophoven

Sonstige

- Hotelbedarfsanalyse (Rhein-Erft Tourismus)
- GästeCard (Nordeifel)
- Tourismuswerkstatt Eifel (Weiterbildung) (Nordeifel)

Erkenntnisse aus der Zusammenfassung

Eine laufende Koordination sämtlicher Projekte und Planungen ist dringend nötig

1. Barrierefreiheit
2. Premiumwanderwege – Qualitätsstandards erreichen
3. Wie kann eine einheitliche Beschilderung aussehen (Knotenpunktsystem?)
4. Mountainbike Angebote abgestimmt erstellen und einheitlich beschildern und bündeln
5. RR als Sportregion?
 - Kayak, Klettern, MTB, Kletterkirche, Triathlon, Sportevents (z.B. 4 Halden-Lauf)
6. Storytelling für RR (Ergebnisse aus Ruruferradweg als Beispiel)
7. Events sammeln und koordinieren (wiederkehrend und Bezug zu Braunkohlerevier)
8. Gastgewerbe setzt noch keinen Schwerpunkt auf Strukturwandel/ Braunkohle
9. Die Privatwirtschaft soll in den Prozess des Innovationsnetzwerkes einbezogen und langfristig aktiviert werden.



ZUKUNFT IST UNSER REVIER

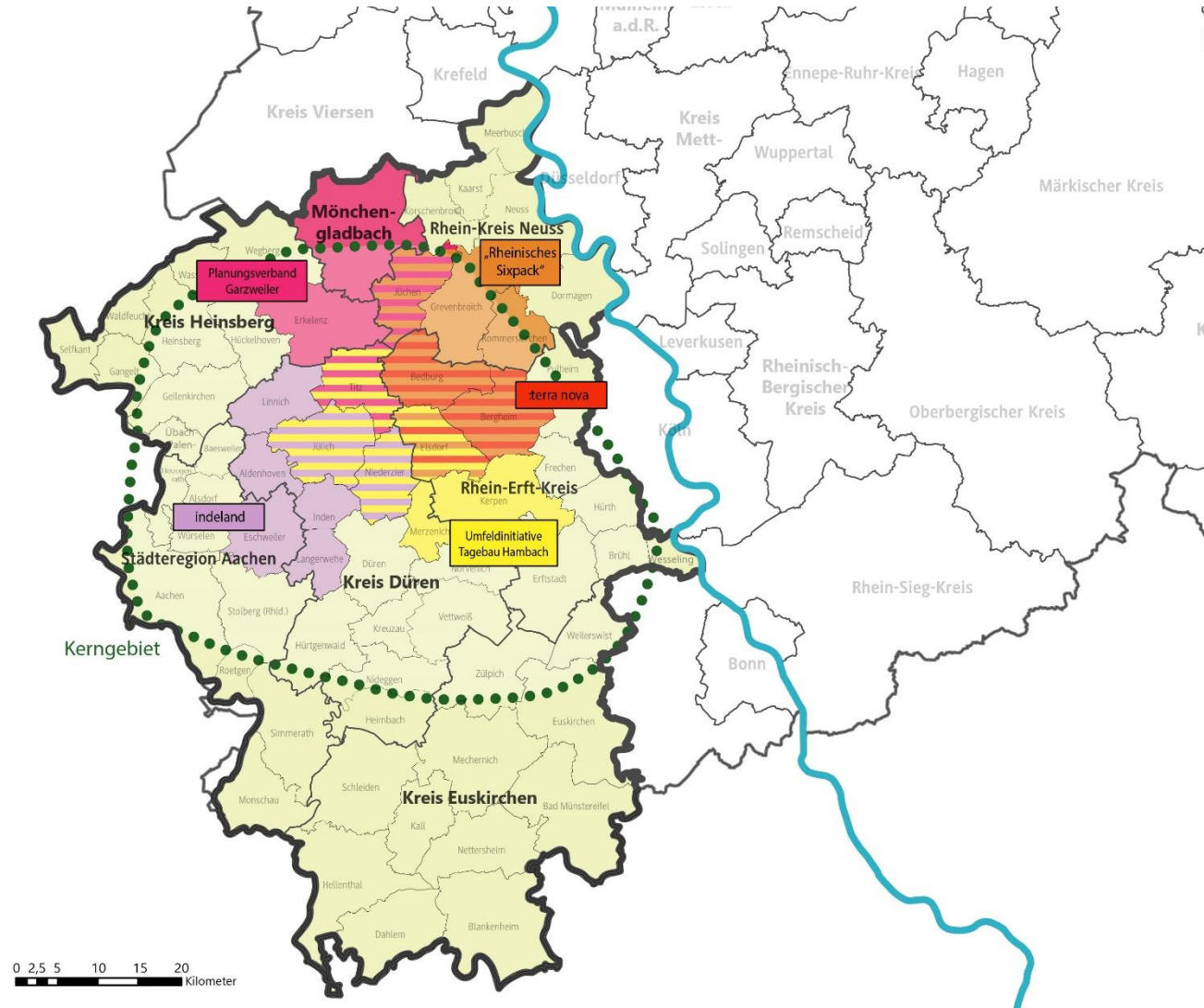


ZUKUNFTSAGENTUR
**RHEINISCHES
REVIER**

www.rheinisches-revier.de

NETZWERK DES RHEINISCHEN REVIERS

Tagebauumfeldinitiativen und kommunale Verbände



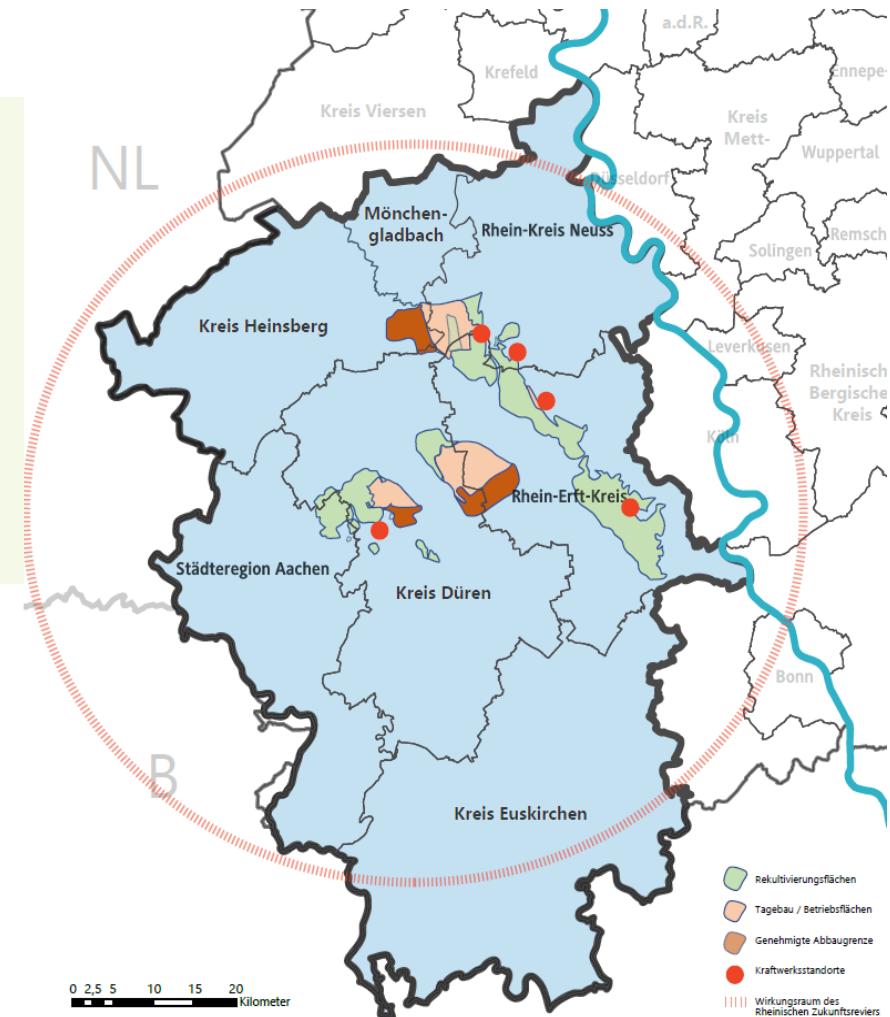
RHEINISCHES ZUKUNFTSREVIER ALS PROJEKTRAUM

Kernraum des Rheinischen Reviers:

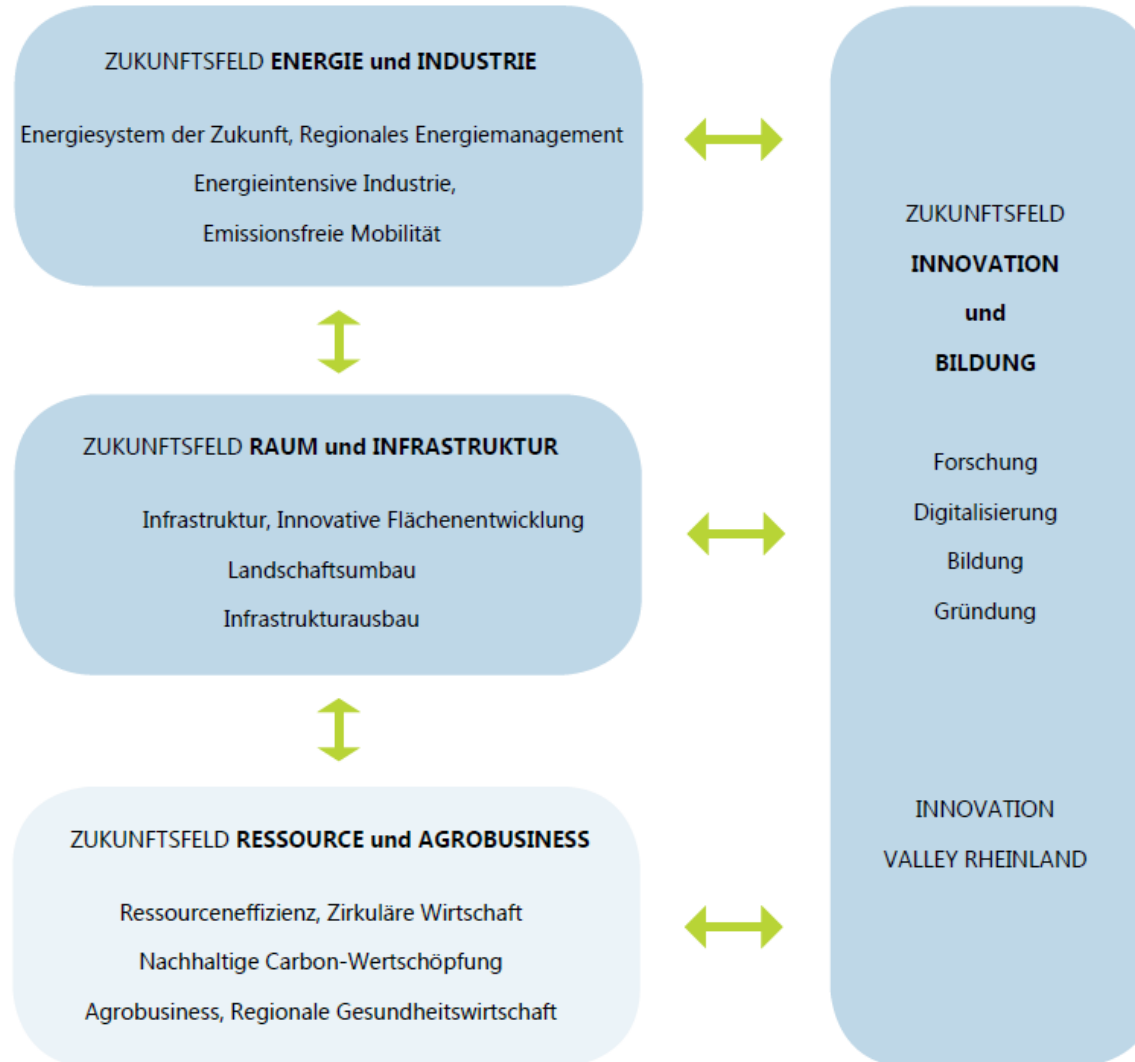
- Tagebaue (Garzweiler, Hambach, Inden)
- Kraftwerksstandorte (Niederaußem, Neurath, Frimmersdorf, Weisweiler, Knapsack)
- Veredelungsbetriebe

Wirkungsraum des Rheinischen Reviers:

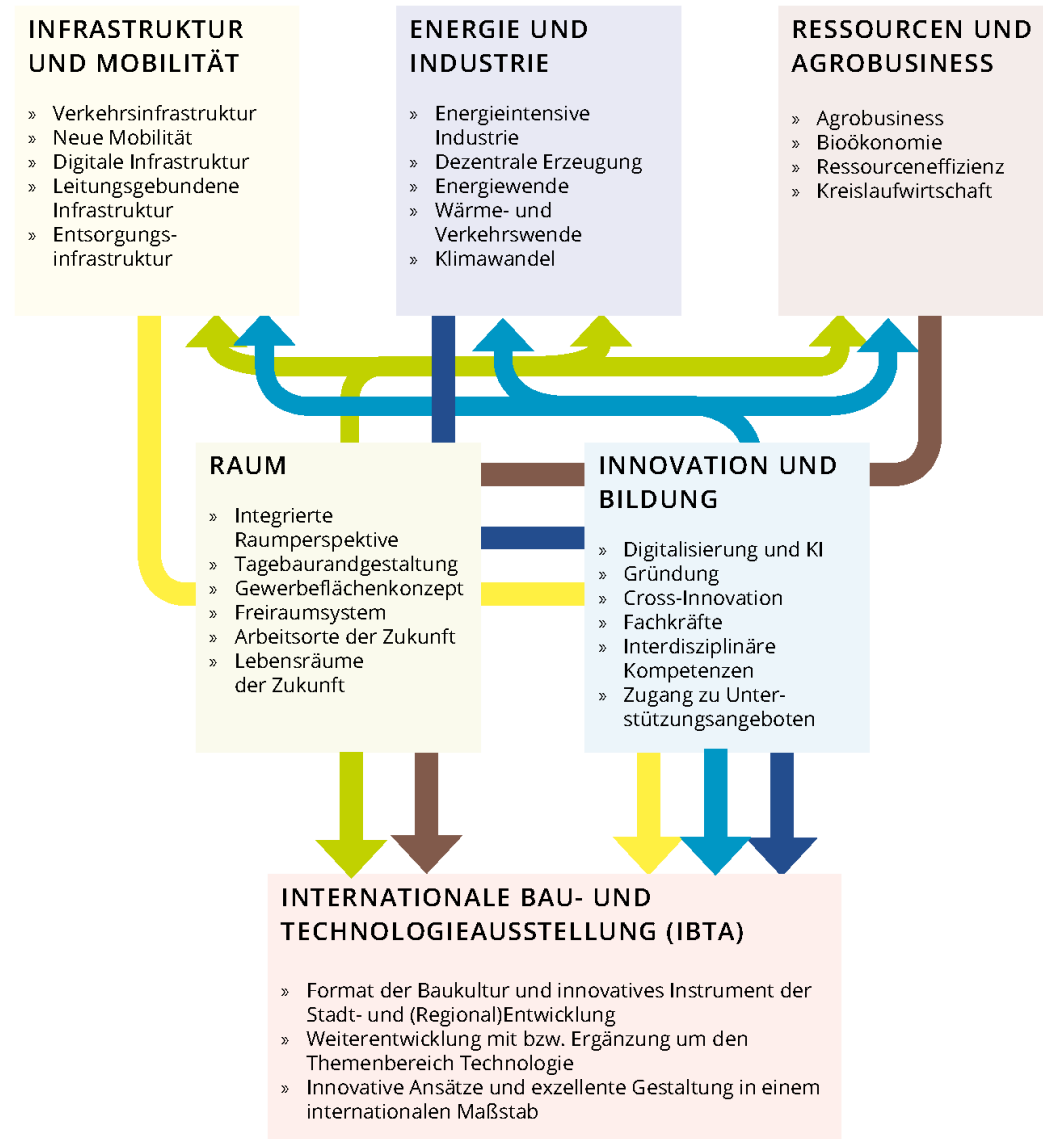
- Wissenschaftliche Einrichtungen und Hochschulen
- Unternehmens- und Industriestandorte



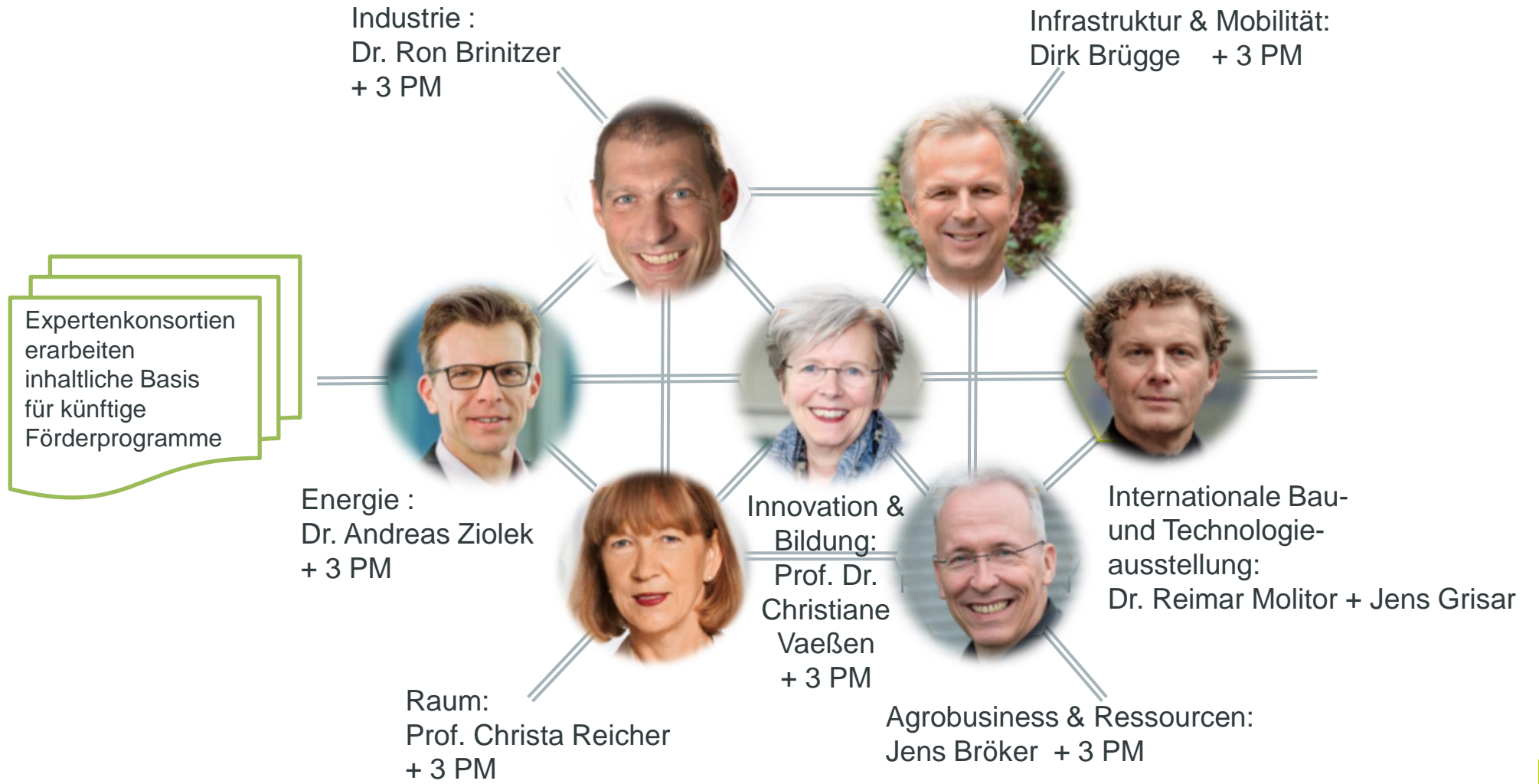
ZUKUNFTSFELDER IM RHEINISCHEN ZUKUNFTSREVIER



ZUKUNFTSFELDER UND REVIERKNOTEN



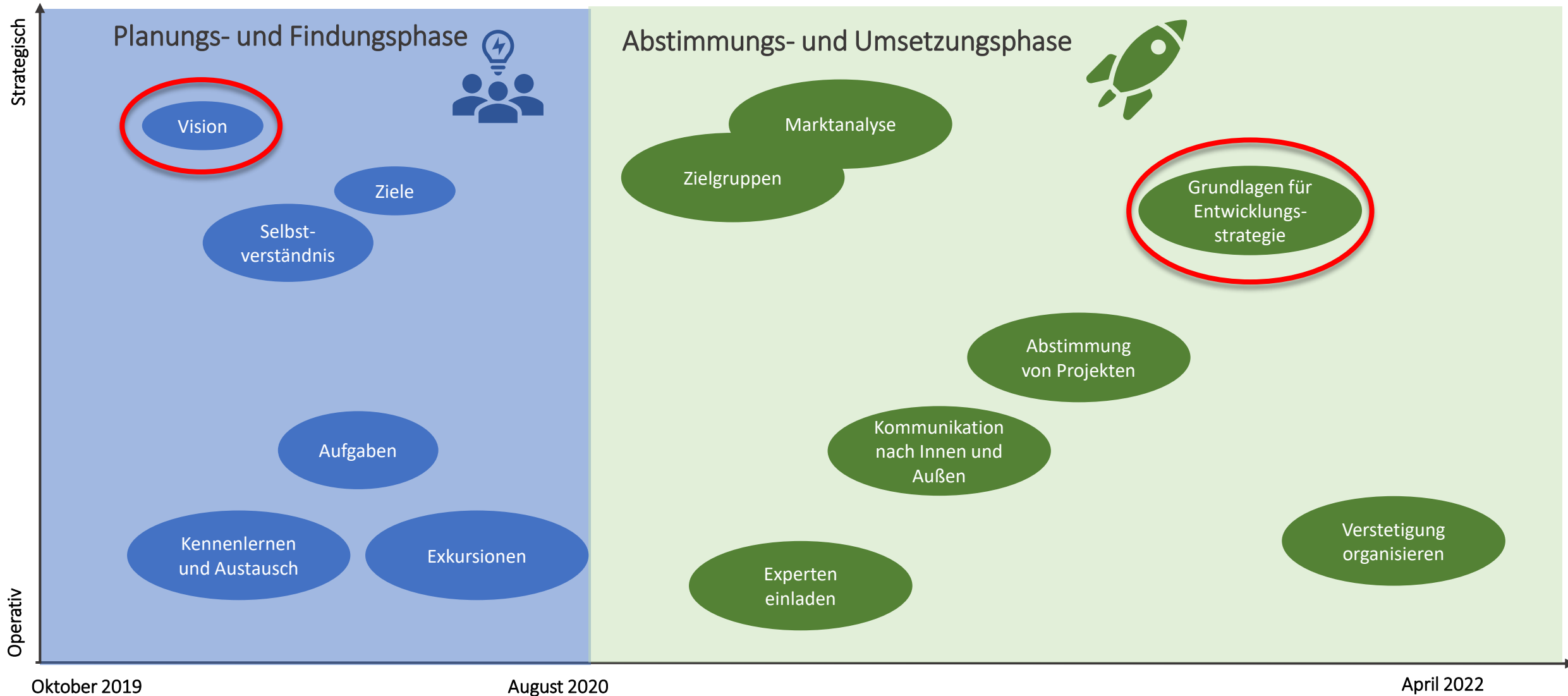
DIE REVIERNOTENVORSITZENDE



Vertreter des Innovationsnetzwerkes in den Revierknoten

- Revierknoten Raum: Mirca Litto
- Revierknoten Agrobusiness und Ressourcen: Sabine Spohrer
- Revierknoten Innovation und Bildung: Monika Agata-Linke
- Revierknoten Infrastruktur und Mobilität: Anne Schüssler
- Internationale Bau- und Technologieausstellung (IBTA): Volker Mielchen
- Revierknoten Energie & Revierknoten Industrie: bisher keine Vertretung durch das Innovationsnetzwerk

Aufgaben



Die Vision für den Tourismus im Rheinischen Revier

Vision 2050

Das Rheinische Revier steht für transformativen Wandel:

Vom Bergbaurevier zur innovativen Modellregion für Nachhaltigkeit und CO2-neutralen Tourismus.

Das Rheinische Revier ist eine zukunftsweisende, CO2-neutrale und barrierefreie Urlaubsdestination, die ihr industriekulturelles Erbe durch ein Netz aus innovativ inszenierten Bildungsangeboten erlebbar macht. Außerdem prägen das aktive Erlebnis des Landschaftswandels und der hohe Sport/Freizeit- und Erholungswert rund um die neu geschaffene Seenlandschaft den touristischen Charakter des Rheinischen Reviers, ebenso wie die Inszenierung von spannenden Innovationsprojekten im Zuge des Strukturwandels.

Als eigenständige Destination – eingebunden in den Tourismus des Landesverbands Tourismus NRW e.V. – ist das Rheinische Revier in Europa bekannt und beliebt unter Einheimischen, Naherholern und Touristen gleichermaßen. Die hohe Lebensqualität ist ein wichtiger Standortfaktor für die Ansiedlung von Unternehmen und Fachkräften und fördert die regionale Identitätsbildung im Rheinischen Revier.

Die touristischen Angebote des Rheinischen Reviers

Das Rheinische Revier ist mit seinem industriekulturellen Erbe, der neu geschaffenen Seen- und Naturlandschaft sowie innovativen Angeboten eine grenzüberschreitend bekannte und beliebte Destination unter Naherholern und Touristen.

Die folgenden Cluster sind Entwürfe, die alleine der inhaltlichen Sortierung dienen. Für Kommunikation und Marketing sollten diese überarbeitet werden.

Erholungsrevier

mit hohem Freizeitwert rund um die neu geschaffenen Seenlandschaften
– barrierefrei und nachhaltig

Sportrevier

insbesondere für Segler,
Radfahrer und Wanderer

Erlebnisrevier

mit hochwertigen und zeitgemäß
inszenierten Erlebnissen des
industriekulturellen Erbes

Energierevier

im aktiven Wandel weg von der
Braunkohle hin zu erneuerbaren
Energien

Zukunftsrevier

mit zukunftsweisenden
Innovationsprojekten im Rahmen
der Internationalen Bau- und
Technologieausstellung

Klimaschutzrevier

mit Modellcharakter,
z.B. durch nachhaltigen Tourismus
und CO2-neutrale Mobilität

Zukünftiges touristisches Profil des Rheinischen Reviers - Entwurf



Interaktiver Workshop

Sagen Sie uns, wie Sie die bisherigen Ergebnisse einordnen.

Haben Sie Änderungsvorschläge oder Ideen?

An den Pinnwänden sind Vision, Angebotscluster und Markenpyramide angebracht.

Bitte kommentieren Sie kurz mittels Post-Its. Anschließend werden die zentralen Kommentare/ Fragen in einer Podiumsdiskussion besprochen.



Ergebnisse aus dem 1. Regionalen Workshop in Kerpen am 18.08.20

Anmerkungen zur Vision

Vision

COMPASS | CONSULTING
MARKETING
TRAINING

Die Vision für den Tourismus im Rheinischen Revier

Vision 2050
Das Rheinische Revier steht für transformativen Wandel:
Vom Bergbaurevier zur innovativen Modellregion für Nachhaltigkeit und CO2-neutralen Tourismus.
Das Rheinische Revier ist eine zukunftsweisende, CO2-neutrale und barrierefreie Urlaubsdestination, die ihr industriekulturelles Erbe durch ein Netz aus innovativ inszenierten Bildungsangeboten erlebbar macht. Außerdem prägen das aktive Erlebnis des Landschaftswandels und der hohe Sport/Freizeit- und Erholungswert rund um die neu geschaffene Seenlandschaft den touristischen Charakter des Rheinischen Reviers, ebenso wie die Inszenierung von spannenden Innovationsprojekten im Zuge des Strukturwandels.
Als eigenständige Destination – eingebunden in den Tourismus des Landesverbands Tourismus NRW e.V. – ist das Rheinische Revier in Europa bekannt und beliebt unter Einheimischen, Naherholern und Touristen gleichermaßen. Die hohe Lebensqualität ist ein wichtiger Standortfaktor für die Ansiedlung von Unternehmen und Fachkräften und fördert die regionale Identitätsbildung im Rheinischen Revier.

Wie will sich das RR von der Lausitz abheben?
Insbesondere dann, wenn die Region bekannt & beliebt in ganz Europa sein soll?

Vision 2050?
CO2-neutraler Tourismus bereits heute schon Realität und Ziel anderer Gebiete...
→ Bsp. Insel Juist bis 2030

Sportliche Vision, aber nicht unmöglich.
Menschen bleiben hier, ziehen nicht weg durch evtl. neue Arbeitsplätze

Vision 2050:
Positiver Imagewandel muss digital/nach außen erlebbar gemacht werden. (Kür)
Im ersten Schritt muss aber die positive Selbstidentifikation der Bewohner gelingen. (Pflicht)

Wo ist Tourismus NRW heute?
Von Beginn an ins Boot holen?

→ Verfestigung des Netzwerkes
→ Fördermittelakquise

Wichtig! Imageänderung
Vom Protestort zum Transformationsort

→ Fördermittel für Tourismusprojekte beantragen

Gute Vision 2050

- Fokus auf Seenlandschaften
- Alternativen?

Als Standortfaktoren sehe ich mehr Energie und Steuern für die Ansiedlung von Unternehmen. Oder welche sind gemeint?

Es muss frühzeitig in allen Planungen die Vision verankert werden.
→ im Hinblick darauf, dass manche Planungsprozesse Jahrzehnte Vorlauf haben

→ Vorreiterstellung einnehmen als innovatives, ressourcenschonendes Tourismusgebiet.
→ Unterschiedliche Nutzungen ganzheitlich betrachten und Effizienzen steigern zwischen den Nutzungen.
→ Ganzheitliche Tourismuskonzepte
→ Verbindung von Lernen + Sport

Liegt der Schwerpunkt auf den Menschen im Revier oder außerhalb?

Vision:
- Hört sich gut an!
- Tolle Vorarbeit.

Wo ist mein „Pack-an“, wo fange ich an?

Anmerkungen zu den Angebotsclustern

Angebotscluster

COMPASS | CONSULTING
MARKETING
TRAINING

Die touristischen Angebote des Rheinischen Reviers

Das Rheinische Revier ist mit seinem industriekulturellen Erbe, der neu geschaffenen Seen- und Naturlandschaft sowie innovativen Angeboten eine grenzüberschreitend bekannte und beliebte Destination unter Naherholern und Touristen.

Die folgenden Cluster sind Entwürfe, die alleine der inhaltlichen Sortierung dienen. Für Kommunikation und Marketing sollten diese überarbeitet werden.

Erholungsrevier mit hohem Freizeitwert rund um die neu geschaffenen Seenlandschaften – barrierefrei und nachhaltig	Sportrevier insbesondere für Segler, Radfahrer und Wanderer	Erlebnisrevier mit hochwertigen und zeitgemäß inszenierten Erlebnissen des industriekulturellen Erbes
Energierevier im aktiven Wandel weg von der Braunkohle hin zu erneuerbaren Energien	Zukunftsrevier mit zukunftsweisenden Innovationsprojekten im Rahmen der Internationalen Bau- und Technologieausstellung	Klimaschutzrevier mit Modellcharakter, z.B. durch nachhaltigen Tourismus und CO2-neutrale Mobilität

Erhöhter Erholungsfaktor im RR

Menschen bleiben im RR für Ihre Freizeitaktivität

Wasser kommt ins RR

Ein mögliches, weiteres Cluster wäre „Naturrevier“ zum Erleben von Natur

Was sind die unverwechselbaren Leuchttürme im „Tourismusrevier“?

Kulturbereich berücksichtigen

Sportrevier mehr Angebote

Der Begriff „Revier“ hat sich im Ruhrgebiet (und bei RuhrTourismus) fest etabliert.
→ Konkurrenz/ irreführend?

→ Einheitliches CI
→ Einheitliche Beschilderung in der Region

Gewichtung und Mitbestimmung der Gäste/ Kunden und Leistungsträger noch etwas unklar

Es muss früh mit den Bergbauunternehmen gesprochen werden, um Planungen abzustimmen.

„Zukunftsrevier“
Einmalige Chance einer „kompletten“ Neugestaltung

Riesige Projekte für „kleine Kommunen“
→ Wie entwickle ich Ideen?
→ Wie setze ich sie um?
→ Wer unterstützt mich?
→ Planerische Hürden

Die Angebotscluster sollten so miteinander kombiniert werden, dass ein tatsächlich einmaliges Angebot entsteht.
→ Sportreviere bspw. kann es nahezu überall geben

→ Fördermittel für Tourismusprojekte beantragen

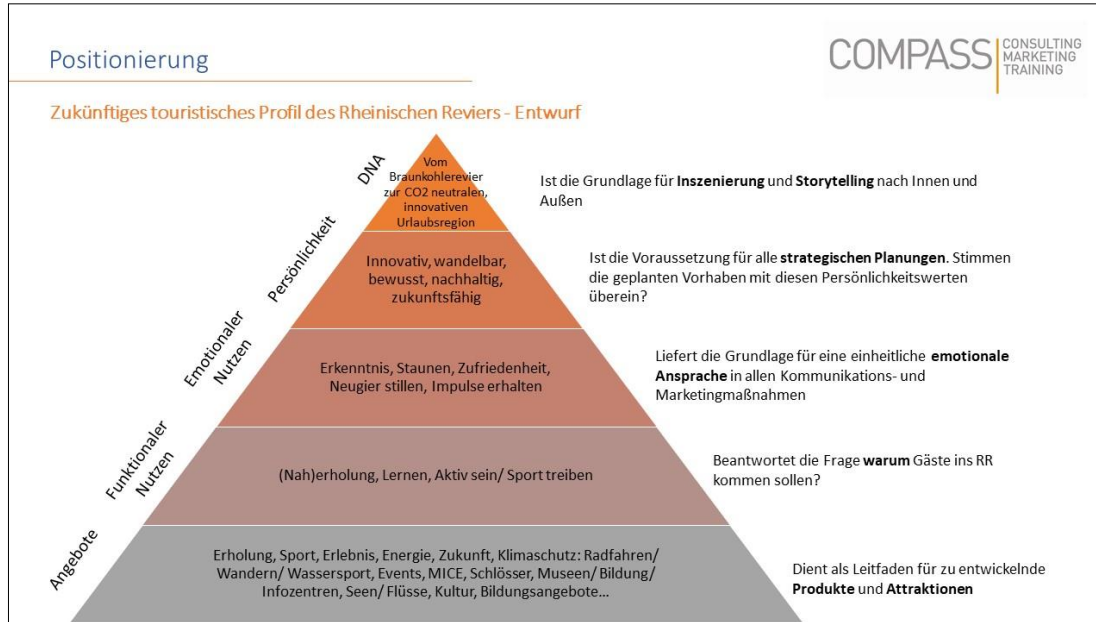
#Sportrevier
→ Schwimmen?
(Bäder fehlen, OpenWaterPools touristische Hotspots in anderen Ländern → Australien, Kroatien)

Angebotscluster:
Wie kann es so miteinander verknüpft werden, dass die Aufenthaltsdauer der Touristen im Revier verlängert wird?

Einzigartige Symbolik
Insbes. rd. um Tagebau Hambach „Erlebnisrevier“

#Erlebnis/ Erholungsrevier
→ Camping (großer Markt, Nachfrage steigt → Corona)

Anmerkungen zur Positionierung



Wo finden historische Themen vor der Braunkohle ihren Platz?

Multiple Persönlichkeit?!

Was bietet wirklich die Chance zu echter Innovation? Was sorgt für einen echten „USP“?

Markenpyramide schlüssig:
Bei der festgelegten DNA wird der Umgang mit Mobilität zu einem Kernthema (verkehrsinduzierende Wirkung Tourismus)

Weiteren Aspekt der Nachhaltigkeit kommunizieren:
Regionale Produkte
Marktfähige Angebote für umliegende Ballungsräume

Kontakt zum Ruhrgebiet?

Regionaler Konkurrent und/ oder Vorbild im transformativen Wandel?

#Emotionaler Nutzen
→ Reflektion des eigenen Handelns/ ökologischer Fußabdruck (historische Perspektive)

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion in Kerpen am 18.08.20

Frage/Anmerkung

Liegt der Schwerpunkt auf den Menschen im Revier oder außerhalb?

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Nicht „entweder ... oder“, sondern „sowohl ... als auch“
- Angebote, Marketing etc. müssen auf die unterschiedlichen Zielgruppen angepasst werden
 - Austausch mit dem Gastgewerbe, den Leistungsträgern etc. notwendig
- Die Themen Wissen und Bildung haben bspw. ein größeres Einzugsgebiet als andere Themen
- Die touristische Entwicklung befindet sich in einem dynamischen Prozess und die geplante Zielgruppen-Ansprache muss daher mit Bezug zur zeitlichen Perspektive betrachtet werden
 - Mit der Entstehung neuer POIs kann auch das Einzugsgebiet zukünftig vergrößert werden

Fragen/Anmerkungen

Kontakt zum Ruhrgebiet?

Regionaler Konkurrent und/ oder Vorbild im transformativen Wandel?

Wie will sich das RR von der Lausitz abheben?

Insbesondere dann, wenn die Region bekannt & beliebt in ganz Europa sein soll?

Der Begriff „Revier“ hat sich im Ruhrgebiet (und bei RuhrTourismus) fest etabliert.

→ Konkurrenz/ irreführend?

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Das Ruhrgebiet und die Lausitz werden als Partner angesehen
 - Austausch, Synergieeffekte nutzen, ...
 - International: gemeinsames Storytelling möglich
- In den nächsten Jahren soll der enge Austausch, insbesondere mit dem Ruhrgebiet und NRW, weiter intensiviert werden
 - Vertreter in den Workshops
 - Best Practice

Fragen/Anmerkungen

Was sind die unverwechselbaren Leuchttürme im „Tourismusrevier“?

Was bietet wirklich die Chance zu echter Innovation? Was sorgt für einen echten „USP“?

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Der erlebbare Wandel wird als USP des Rheinischen Reviers angesehen
 - Nicht nur statischer Blick in die Vergangenheit
- Pilotrevier mit Pole Position mit Bezug zum Thema Energiewandel

Fragen/Anmerkungen

Wo ist mein „Pack-an“, wo fange ich an?

Riesige Projekte für „kleine Kommunen“

- Wie entwickle ich Ideen?
- Wie setze ich sie um?
- Wer unterstützt mich?
- Planerische Hürden

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Die Einbindung der Politik und der Öffentlichkeit ist für die Umsetzung von Ideen essentiell
- Eine starke Lobbyarbeit durch das Innovationsnetzwerk ist notwendig, um die Bedeutung des Tourismus zu kommunizieren
- Bei konkreten Planungsfragen:
 - Laufende Abstimmungen bei touristischen Planungen zw. den Kommunen sind essenziell
 - Kommunen können sich an die jeweiligen Vertreter des Innovationsnetzwerkes bei Fragestellungen wenden
 - Langfristig: gesamträumliche touristische Planung notwendig

Fragen/Anmerkungen

Wo ist Tourismus NRW heute?

Von Beginn an ins Boot holen?

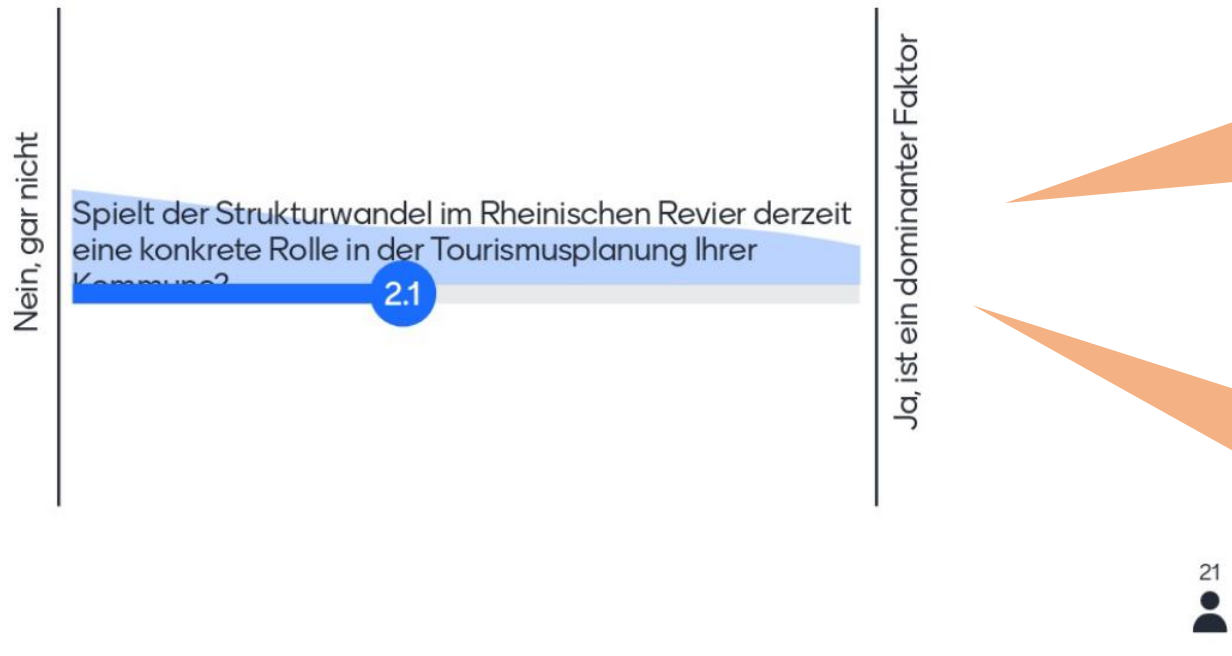
Gewichtung und Mitbestimmung
der Gäste/ Kunden und
Leistungsträger noch etwas unklar

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Wird mit einbezogen und ist beim übernächsten Workshop vertreten
- Im nächsten Jahr finden Workshops u.a. für die Leistungsträger statt

Bedeutung des Rheinischen Reviers für den Tourismus

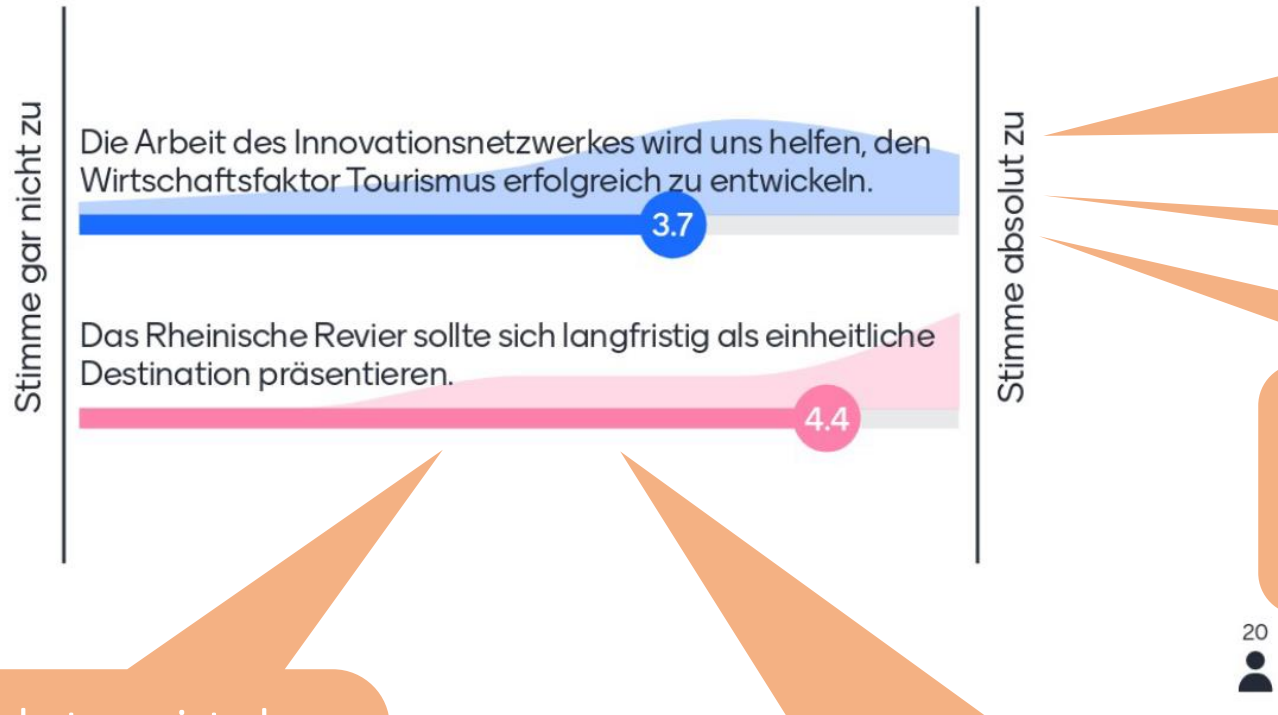
Mentimeter



Man sollte immer im Blick haben, was die Kommunen um einen herum machen und wie man zusammenarbeiten könnte.

Regelmäßiges Zusammensetzen ist notwendig, um den Strukturwandel in die Tourismusplanung einzubringen.

Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen?



Die Unterstützung des Innovationsnetzwerkes bei der Entwicklung von Strategien wäre hilfreich.

Ideengeber/ Wegweiser

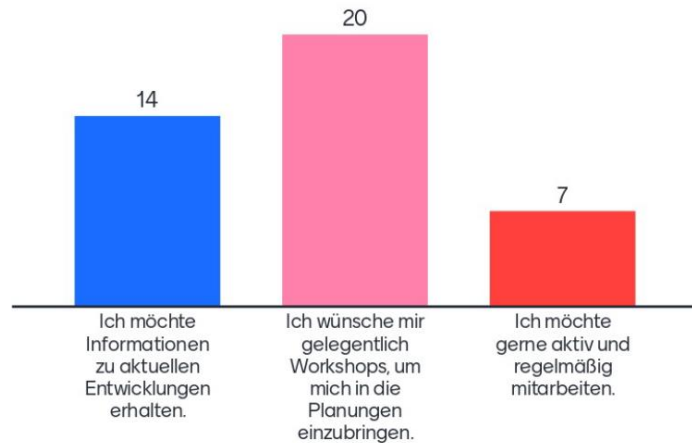
Zukünftig könnte die Entstehung einer touristischen Clearingstelle im Rahmen des Innovationsnetzwerkes zur Entwicklung beitragen.

Die Vision hat gezeigt, dass eine Entwicklung als einheitliche Destination möglich und vorteilhaft sein kann.

Kommunen ohne ein eigenes touristisches Standing können im Konstrukt der großen Destination profitieren und sich weiterentwickeln.

Wie stellen Sie sich Ihre Zusammenarbeit mit dem Innovationsnetzwerk vor? (Mehrfachantworten möglich)

Mentimeter

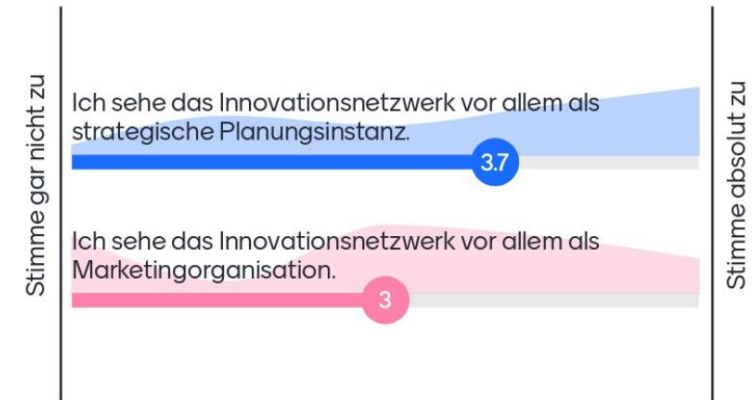


21



In welcher Rolle sehen Sie das Innovationsnetzwerk zukünftig?

Mentimeter



20



Ergebnisse aus dem 2. Regionalen Workshop in Stolberg am 10.09.20

Anmerkungen zur Vision

Vision

Die Vision für den Tourismus im Rheinischen Revier

Vision 2050

Das Rheinische Revier steht für transformativen Wandel:

Vom Bergbaurevier zur innovativen Modellregion für Nachhaltigkeit und CO2-neutralen Tourismus.

Das Rheinische Revier ist eine zukunftsweisende, CO2-neutrale und barrierefreie Urlaubsdestination, die ihr industriekulturelles Erbe durch ein Netz aus innovativ inszenierten Bildungsangeboten erlebbar macht. Außerdem prägen das aktive Erlebnis des Landschaftswandels und der hohe Sport/Freizeit- und Erholungswert rund um die neu geschaffene Seenlandschaft den touristischen Charakter des Rheinischen Reviers, ebenso wie die Inszenierung von spannenden Innovationsprojekten im Zuge des Strukturwandels.

Als eigenständige Destination – eingebunden in den Tourismus des Landesverbands Tourismus NRW e.V. – ist das Rheinische Revier in Europa bekannt und beliebt unter Einheimischen, Naherholern und Touristen gleichermaßen. Die hohe Lebensqualität ist ein wichtiger Standortfaktor für die Ansiedlung von Unternehmen und Fachkräften und fördert die regionale Identitätsbildung im Rheinischen Revier.

Entwicklung einer Destination: ein (eventuell) langer Weg mit einigen Hindernissen, kann aber zum Erfolg führen, wenn die „Marke“/Destination etabliert ist

Vision 2030?

Idee:
Bergbau als verbindendes Element (jegliche Form von Bergbau)

CO2-neutraler Tourismus als Gegensatz zum ehemaligen Braunkohlerevier
→ Innovativ & einzigartig

Tourismus im USP stärker verankern.

Mobilitätshubs fürs Sportrevier?

Ausbau Radwegenetz

Das Netzwerk sollte sich sichtbare Ziele setzen, die alle Partnerregionen nutzen

Vision gut!

Was fehlt:
RR = nicht nur Industriekultur, sondern „Modellregion“ für Menschheitsgeschichte + kulturelle Entwicklung

Der Tourismus hat mit dem Netzwerk derzeit einen Vorsprung

„WIR-Gefühl“ als größte Herausforderung

Silhouette – Innen – Identität

Anmerkungen zu den Angebotsclustern

COMPASS | CONSULTING
MARKETING
TRAINING

Angebotscluster

Die touristischen Angebote des Rheinischen Reviers

Das Rheinische Revier ist mit seinem industriekulturellen Erbe, der neu geschaffenen Seen- und Naturlandschaft sowie innovativen Angeboten eine grenzüberschreitend bekannte und beliebte Destination unter Naherholern und Touristen.

Die folgenden Cluster sind Entwürfe, die alleine der inhaltlichen Sortierung dienen. Für Kommunikation und Marketing sollten diese überarbeitet werden.

Erholungsrevier mit hohem Freizeitwert rund um die neu geschaffenen Seenlandschaften – barrierefrei und nachhaltig	Sportrevier insbesondere für Segler, Radfahrer und Wanderer	Erlebnisrevier mit hochwertigen und zeitgemäß inszenierten Erlebnissen des industriekulturellen Erbes
Energierévier im aktiven Wandel weg von der Braunkohle hin zu erneuerbaren Energien	Zukunftsrevier mit zukunftsweisenden Innovationsprojekten im Rahmen der Internationalen Bau- und Technologieausstellung	Klimaschutzrevier mit Modellcharakter, z.B. durch nachhaltigen Tourismus und CO2-neutrale Mobilität

Inszenierung in den
Zwischenlandschaften

Korridore schaffen!
Stadt → hin zum Point of Interest

Entwicklungskorridor Eschweiler
(Innenstadt) zum Blausteinsee
(Erreichbarkeit, Mobilität, Freizeitnutzen,
neue Angebote schaffen, See entlasten)

Kulturelle
Inszenierungen in/
vor der
Industriekulisse

Olympia 2032
mitdenken

Leuchtturmprojekte
sind wichtig

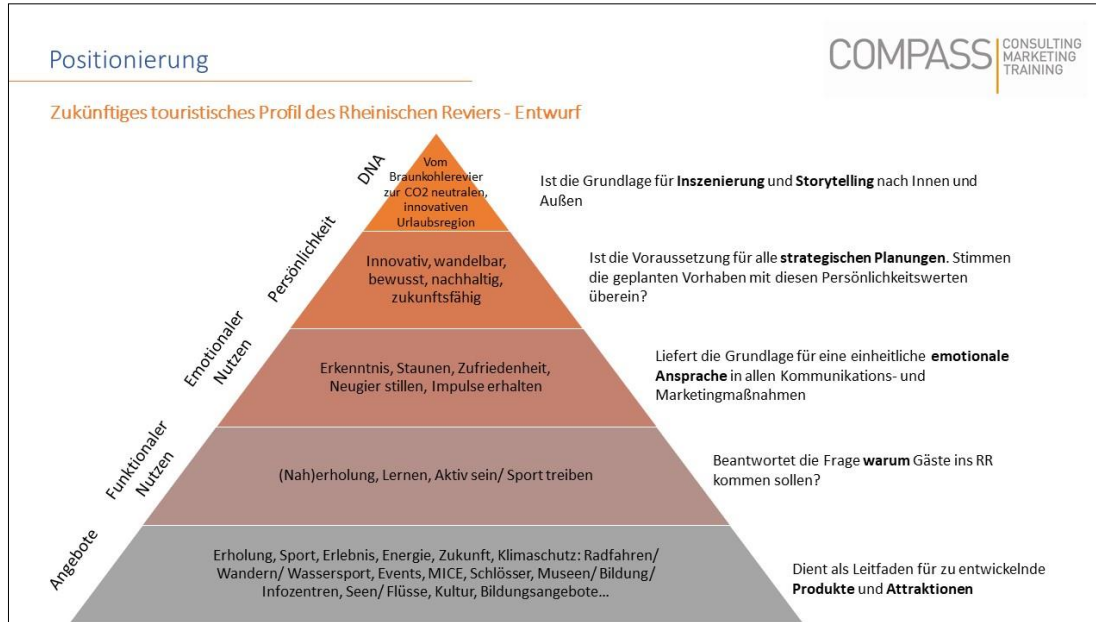
Nachhaltigkeit und
Barrierefreiheit als
Querschnittsgebiet

Klimaneutralität über
alle Themenfelder
ziehen

Langfristigkeit der
Transformationsprozesse

Erholung unter
„Kraftwerkswolken“

Anmerkungen zur Positionierung



Kooperation mit bestehenden Destinationen

Gegenseitige Information und Austausch

Blick auf Storytelling:
gemeinsame, übergeordnete Erzählung:
Energie – Mensch – Kulturerbe – Zukunft
(Hier kann LVR-Projekt wichtiger Partner sein)

Alleinstellungsmerkmal herausarbeiten

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion in Stolberg am 10.09.20

Fragen/Anmerkungen

„WIR-Gefühl“ als größte Herausforderung

Silhouette – Innen – Identität

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Menschen in den Teilgebieten identifizieren sich eher als Eifler, Rheinländer etc.
- Um den Prozess der Identitätsentwicklung zu fördern, kann zu Beginn eine Unterscheidung zwischen der Förderkulisse und dem Kernraum sinnvoll sein, da sich Anrainerregionen der Tagebaue eher als Rheinisches Revier identifizieren werden als weiter entfernt liegende Regionen
 - Eine DNA lässt sich für den Kernraum schaffen
 - Verbindende Elemente in den umliegenden Regionen tragen diese DNA weiter
- Die Schaffung einer regionalen Identität ist ein notwendiger Prozess, jedoch auch ergebnisoffen
- Das Rheinische Revier hat das Potenzial als Bindeglied zwischen den umliegenden Destinationen zu fungieren
- Die Entwicklung der Destinationsmarke und der regionalen Identität bedingen sich gegenseitig
- Eventuell sollten erst sichtbare Projekte im Rheinischen Revier umgesetzt werden, bevor die regionale Identität geschaffen werden kann

Fragen/Anmerkungen

Kooperation mit bestehenden Destinationen

Gegenseitige Information und Austausch

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Eine ständige Kooperation und gemeinsame bzw. abgestimmte Entwicklungsprojekte sind wichtig, z.B. für die Akquise von Fördermitteln
- Das Innovationsnetzwerk schafft die Vision und die Grundlagen, um zukünftig gemeinsam mit den Teilregionen Projekte etc. zu entwickeln
- Lobbyarbeit spielt bereits jetzt eine wichtige Rolle
- Der Austausch mit der Bevölkerung ist wichtig, um gemeinsam in die industriekulturelle Vergangenheit, aber auch in die Zukunft blicken zu können
- Der Austausch mit der Parkstadt Limburg sollte gesucht werden
 - Großes Gästepotenzial
 - IBA mit guten Beispielen
- Es muss ein übergeordnetes Thema gefunden werden, welches den Tourismus im Rheinischen Revier verbindet
 - Raumwahrnehmung der Gäste orientiert sich nicht an Regionen, Kreisen etc.
 - Aufgabe des Innovationsnetzwerkes: die Region entsprechend der Sicht der Gäste und der Themen zu entwickeln

Fragen/Anmerkungen

Inszenierung in den
Zwischenlandschaften

Korridore schaffen!
Stadt → hin zum Point of Interest

Entwicklungskorridor Eschweiler
(Innenstadt) zum Blausteinsee

(Erreichbarkeit, Mobilität,
Freizeitnutzen, neue Angebote
schaffen, See entlasten)

Kulturelle Inszenierungen in/vor der
Industriekulisse

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Die Entstehung der Seen und der Erholungsgebiete ist ein langwieriger und langfristiger Prozess, der erst in vielen Jahrzehnten abgeschlossen sein wird
- Die Entwicklung der Zwischenlandschaften und Zugangsbereiche zu den (zukünftigen) Seen muss in den zeitlichen Schritten und Entwicklungsstufen gedacht werden
 - Müssen erfolgreich inszeniert werden, um ein ansprechendes Erlebnis zu gestalten
 - Auch in Bezug auf das Marketing

Fragen/Anmerkungen

Vision 2030?

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Neben der langfristigen Vision 2050 muss der Entwicklungsprozess auch kurzfristiger gedacht werden
- Meilensteine können genutzt werden, um den Entwicklungsprozess kontinuierlich zu hinterfragen und zu reflektieren
 - Das ist wichtig, sowohl für das Innovationsnetzwerk allgemein als auch für das Binnenmarketing und die Schaffung der regionalen Identität
- Vorschlag: ein Visionsplan mit Meilensteinen und ggf. „Zwischenvisionen“
 - Die bisherige Vision kann in Meilensteine/„Zwischenvisionen“ heruntergebrochen werden, die bereits in einem kürzeren Zeitraum erreichbar sind

Fragen/Anmerkungen

Vision gut!

Was fehlt:

RR = nicht nur Industriekultur,
sondern „Modellregion“ für
Menschheitsgeschichte + kulturelle
Entwicklung

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Das Rheinische Braunkohlerevier ist einer der archäologisch am besten erforschten Regionen Europas
- Besonderes Wissen über die Menschheitsgeschichte
 - Bisher fehlt es an Einrichtungen, die dieses Wissen vermitteln
 - Menschheitsgeschichte und die Fundstücke müssen erlebbar gemacht werden
- Der Wandel im Rheinischen Revier sollte nicht erst ab der Braunkohle betrachtet werden, sondern bereits viel früher
- Der LVR ist wichtiger Partner in diesem Bereich

Fragen/Anmerkungen

Olympia 2032 mitdenken

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Eine potenzielle Ausrichtung der Olympischen Spiele 2032 im Rheinischen Revier könnte eine große Chance sein
 - Durch Olympia wäre eine starke Positionierung und internationale Bekanntheit des Rheinischen Reviers möglich
 - Bis dahin müssen Projekte (frühzeitig!) auf den Weg gebracht werden, damit man sich stark positionieren kann und die Gäste auch unabhängig von Olympia (wieder-)kommen

Fragen/Anmerkungen

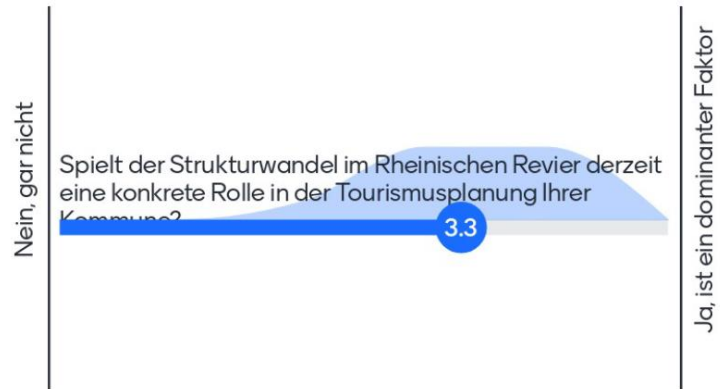
Der Tourismus hat mit dem Netzwerk derzeit einen Vorsprung

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Das Innovationsnetzwerk zeigt und fördert das nötige *Commitment* für die (Tourismus-)Entwicklung in der Region
 - In der Wirtschaftsförderung ist dieses noch nicht vorhanden
- Tolle Initiative, deren früher Start genutzt werden sollte
 - Platzierung von Projekten in der Förderlandschaft, um das Netzwerk sichtbar zu machen
- Lobbyarbeit und Austausch sind wichtige Ziele des Netzwerkes
- Wirtschaftsförderung ist ein natürlicher und wichtiger Partner für den Tourismus
 - Der Austausch zwischen Tourismus und Wirtschaftsförderung muss im Netzwerk verstärkt werden
 - Langfristig eventuell mit Hilfe einer Clearingstelle o.Ä.

Bedeutung des Rheinischen Reviers für den Tourismus

Mentimeter

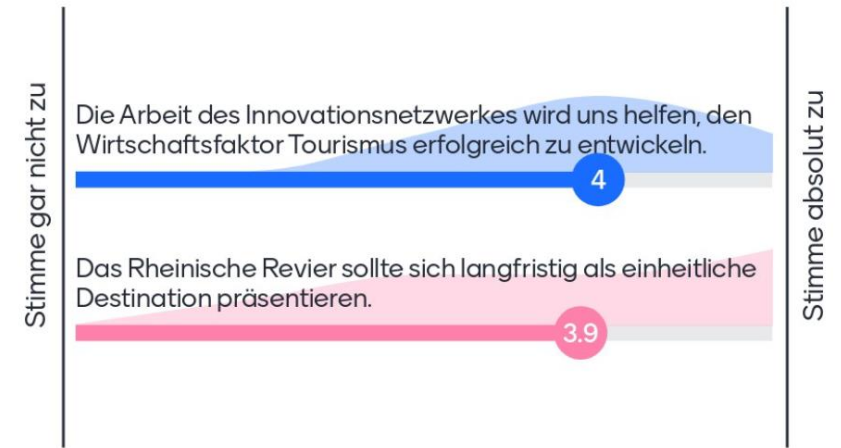


12



Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen?

Mentimeter

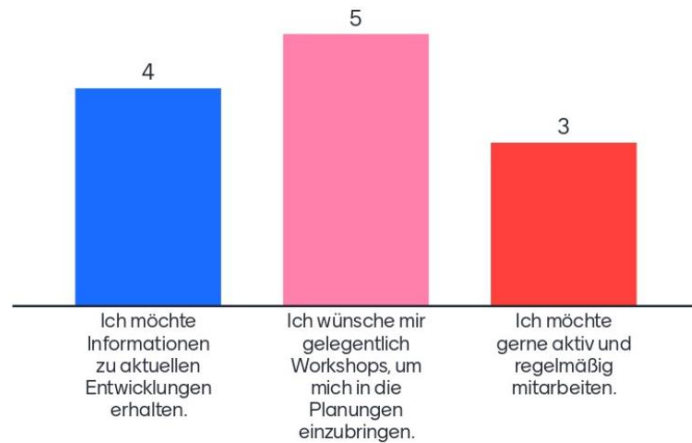


8



Wie stellen Sie sich Ihre Zusammenarbeit mit dem Innovationsnetzwerk vor? (Mehrfachantworten möglich)

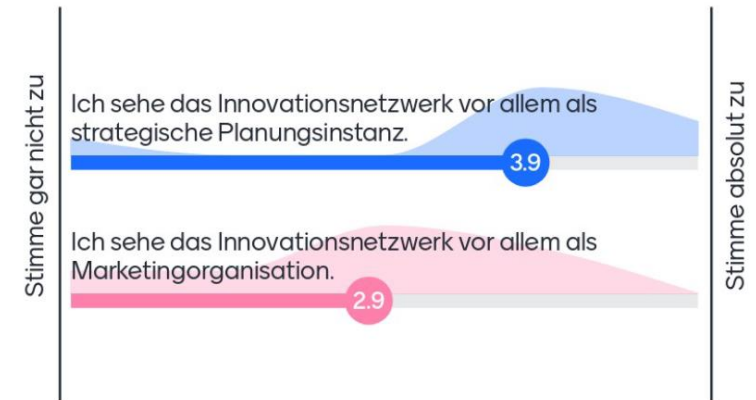
Mentimeter



7

In welcher Rolle sehen Sie das Innovationsnetzwerk zukünftig?

Mentimeter



7

Ergebnisse aus dem 3. Regionalen Workshop in Mönchengladbach am 06.10.20

Anmerkungen zur Vision

Vision

Die Vision für den Tourismus im Rheinischen Revier

Vision 2050

Das Rheinische Revier steht für transformativen Wandel:

Vom Bergbaurevier zur innovativen Modellregion für Nachhaltigkeit und CO2-neutralen Tourismus.

Das Rheinische Revier ist eine zukunftsweisende, CO2-neutrale und barrierefreie Urlaubsdestination, die ihr industriekulturelles Erbe durch ein Netz aus innovativ inszenierten Bildungsangeboten erlebbar macht. Außerdem prägen das aktive Erlebnis des Landschaftswandels und der hohe Sport/Freizeit- und Erholungswert rund um die neu geschaffene Seenlandschaft den touristischen Charakter des Rheinischen Reviers, ebenso wie die Inszenierung von spannenden Innovationsprojekten im Zuge des Strukturwandels.

Als eigenständige Destination – eingebunden in den Tourismus des Landesverbands Tourismus NRW e.V. – ist das Rheinische Revier in Europa bekannt und beliebt unter Einheimischen, Naherholern und Touristen gleichermaßen. Die hohe Lebensqualität ist ein wichtiger Standortfaktor für die Ansiedlung von Unternehmen und Fachkräften und fördert die regionale Identitätsbildung im Rheinischen Revier.

Mix von vielen Angeboten wichtig, aber EINE klare Positionierung (z. B. Sportregion)

Charakteristika der Teilregionen herausarbeiten, um einen interessanten, breiten Strang an Destinationen mit kurzen Distanzen anbieten zu können.

„Tourismus vor der eigenen Haustüre“
→ Wird vor allem kurz- und mittelfristig (ggf. sogar langfristig) erheblich an Bedeutung gewinnen.

Problem:
Größe des zu bearbeitenden Bereichs. Ich stelle mir das schwierig vor.

Touristische Schwerpunkte im / vor Tagebauen (Hambach, Garzweiler, Inden)

Viele Angebote / Ideen
→ Schwerpunkte setzen bei den Angebotsclustern?

RR als heterogener geogr. Raum → heterogene Zielgruppen (Touristen)
→ Schaffung von unterschiedlichen Angeboten / Themen / touristischen Schwerpunkten unabdingbar
„Fokus auf unterschiedliche Zielgruppen“

Vermarktung der Ville-Seen als „kurzfristiges“ Ziel

Wie kann sich das Revier CO2-neutral darstellen?

Anmerkungen zu den Angebotsclustern

Angebotscluster

COMPASS | CONSULTING
MARKETING
TRAINING

Die touristischen Angebote des Rheinischen Reviers

Das Rheinische Revier ist mit seinem industriekulturellen Erbe, der neu geschaffenen Seen- und Naturlandschaft sowie innovativen Angeboten eine grenzüberschreitend bekannte und beliebte Destination unter Naherholern und Touristen.

Die folgenden Cluster sind Entwürfe, die alleine der inhaltlichen Sortierung dienen. Für Kommunikation und Marketing sollten diese überarbeitet werden.

Erholungsrevier mit hohem Freizeitwert rund um die neu geschaffenen Seenlandschaften – barrierefrei und nachhaltig	Sportrevier insbesondere für Segler, Radfahrer und Wanderer	Erlebnisrevier mit hochwertigen und zeitgemäß inszenierten Erlebnissen des industriekulturellen Erbes
Energierevier im aktiven Wandel weg von der Braunkohle hin zu erneuerbaren Energien	Zukunftsrevier mit zukunftsweisenden Innovationsprojekten im Rahmen der Internationalen Bau- und Technologieausstellung	Klimaschutzrevier mit Modellcharakter, z.B. durch nachhaltigen Tourismus und CO2-neutrale Mobilität

Kultur & Industriekultur verbinden z. B. Konzerte / Illuminationen am industrie-historischen Erbe

Wald / Holz / Klima
Mittelgebirgslandschaft Eifel

Geschichte / Hier & Jetzt / Zukunft
→ Bei allen tourist. Highlights die Geschichte (das histor. Erbe) nicht aus den Augen verlieren

Wasser- / Seentourismus als Vermarktungsstrategie

Thema Gesundheit & Tourismus

E-Mobilität (Infrastruktur)

Gebaute Leuchttürme in nachhaltiger, innovativer Bauweise

Super Arbeit. Danke, dass das angegangen wird.

Einen „Bilbao-Effekt“ braucht die Region. Unbedingt eine architektonische-kulturelle Attraktion.

Viel bessere ÖPNV-Verbindungen

Vernetztes digitales T-Revier (Leuchtturm)

Erholung / Sport / Gesundheit
Gesund sein – Gesund bleiben – Gesund werden

Sport als Bildungsangebot (Schule u. ä.)

Bundes-Leistungszentrum (Leistungssport)

Geschichte über Gebäude u. Menschen erzählen.

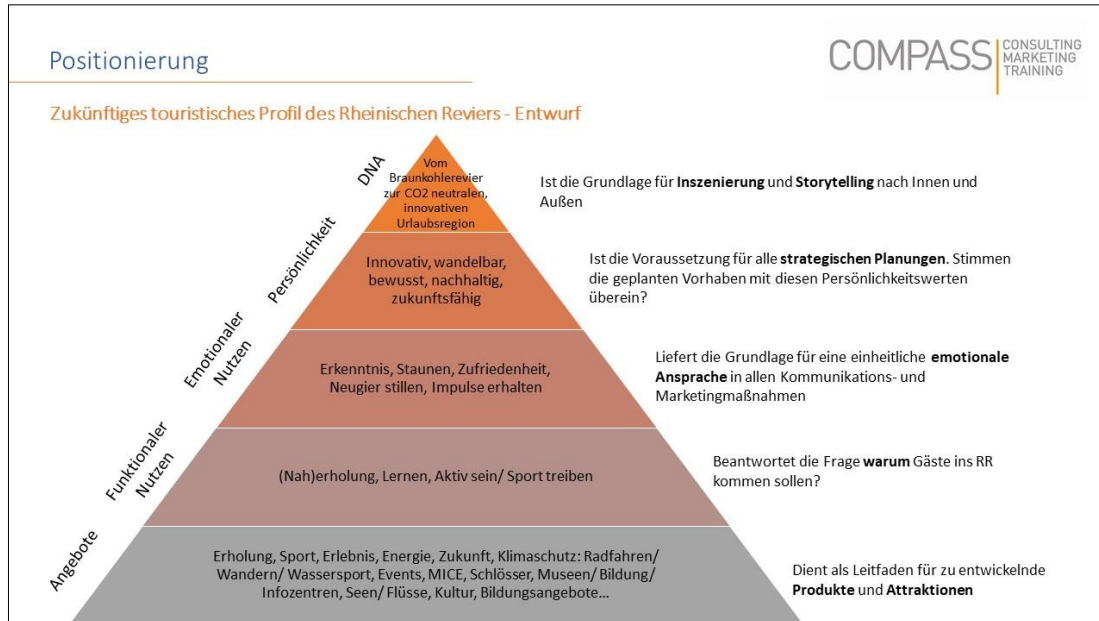
Z. B. die Rur:
In der Eifel kann ich auf ihr paddeln, dann Stolberg, Düren, Jülich das Industriegewässer u. später Renaturierung (auch Jude) zum Thema Charakteristika der Teilräume

CO2-Neutralität nur (?) über Mobilität gedacht lässt evtl. Chancen liegen?!

Industriekultur muss sichtbar bleiben! Z. B. Braunkohlebagger als Erlebnisort!

Einbindung techn. + baul. Zeitzeugen
→ Schienenverkehr
→ Bagger
→ Gebäude etc.

Werden die historischen Stadt- und Ortskerne mit eingebunden? Sie spielen touristisch eine große Rolle



Lage Lage Lage

Rhein-Kreis Neuss:

- strategischer Bahndamm
- Nasser Limes → Weltkulturerbe

Gesundheit

Moderner Holzbau
z. B. Touristische
Infrastruktur / Hotels

Gastronomie entlang
touristischer Routen:
Rad, Wandern, MTB, ..
und später Wassersport

Hotels / Gastronomie

Nachfolge + Qualifizierung

Übernachtungstourismus

- Besondere Unterkünfte
 - Schwimmende Häuser
 - Tiny Houses
 - Waggons als Zimmer

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion in Mönchengladbach am 06.10.20

Fragen/Anmerkungen

RR als heterogener geogr. Raum

→ heterogene Zielgruppen (Touristen)

→ Schaffung von unterschiedlichen Angeboten / Themen / touristischen Schwerpunkten unabdingbar
„Fokus auf unterschiedliche Zielgruppen“

Mix von vielen Angeboten wichtig, aber EINE klare Positionierung (z. B. Sportregion)

Charakteristika der Teilregionen herausarbeiten, um einen interessanten, breiten Strang an Destinationen mit kurzen Distanzen anbieten zu können.

Touristische Schwerpunkte im / vor Tagebauen (Hambach, Garzweiler, Inden)

Z. B. die Rur:

In der Eifel kann ich auf ihr paddeln, dann Stolberg, Düren, Jülich das Industriegewässer u. später Renaturierung (auch Jude) zum Thema Charakteristika der Teilräume

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Die Charakteristika der verschiedenen Teilregionen werden integriert
- Zum jetzigen Zeitpunkt ist die Struktur der Destination und die Frage ob es eine Marke wird noch nicht abschließend geklärt
- Das touristische Rheinische Revier ist ggf. vom politischen/geografischen Rheinischen Revier abzugrenzen
- Es ist v.a. aber wichtig, sich zu vernetzen und die Bezüge zu den unterschiedlichen Angeboten/Themen herzustellen
- Rein thematisch können sich einzelne Teilregionen bisher nicht mit dem Rheinischen Revier identifizieren, aber das Interesse ist da. Bisherige Kooperationen (z.B. Erft-Radweg) zeigen, dass es funktionieren kann.
- Die Vielseitigkeit macht das Angebot aus!
- Es muss aus Sicht des Gastes und der Angebote geschaut werden – Gäste wollen i.d.R. verschiedene Angebote kombinieren; daher ist der starre Blick auf den Raum bzw. ein Thema wenig sinnvoll
- Bsp. Ruhrgebiet: Hier wurden auch Bereiche in der Produktentwicklung mitgedacht, die nicht unbedingt so eng mit dem Kernthema verknüpft sind -> Gartenstadtsiedlungen entlang der Route der Industriekultur

Fragen/Anmerkungen

CO2-Neutralität nur (?) über Mobilität gedacht lässt evtl. Chancen liegen?!

Wie kann sich das Revier CO2 neutral darstellen?

E-Mobilität (Infrastruktur)

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Im Tourismus ist die angestrebte CO2-Neutralität stets der übergeordnete, strategische Wegweiser und wird über die Mobilität hinaus gedacht
- Bsp. aus anderem Bereich: Faktor X Bauweise (ressourcenschonendes Bauen) wird bereits angewendet
→ Leitentscheidungen für Kommunen zum Thema Bauen
- Ressourcenschonendes Bauen ist bei allen neuen (Tourismus-) Projekten zu berücksichtigen und auch bereits entscheidend für die Förderfähigkeit von Projekten

Fragen/Anmerkungen

- Ein touristischer Masterplan ist essenziell.
- Eine langfristige Vision ist wichtig, aber wir müssen auch im Jetzt denken.

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Mit einem Masterplan können wir Querverbindungen über alle Revierknoten schaffen, damit sich touristische Themen nicht zerstreuen
- Vorhandene Angebote im Rheinischen Revier und bereits verabredete Zwischenschritte müssen genutzt/vermarktet und Förderungen daran angeknüpft werden, um die langfristige Vision **jetzt** schon in Gang zu bringen
- Die sich in der Qualifizierung befindenden Projekte der ZRR sollten auf Verknüpfungen zum Tourismus geprüft werden um hieran anzuknüpfen
- Auf Gästeführungen aufbauen
- Darstellen des Lebenszyklus des Rheinischen Reviers (über Reallabor IBTA)
- Für die Erlebbarkeit: Einbringen von Zeitzeugen in touristische Produktentwicklung

Fragen/Anmerkungen

Rhein-Kreis Neuss:

- strategischer Bahndamm
- Nasser Limes → Weltkulturerbe

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Folgende Projekte sollten zur Projektliste zugefügt werden:
 - Projekt „Nasser Limes“: Beantragung der Aufnahme in Weltkulturerbe Neuss/Dormagen Teil der Grenze des niedergermanischen Reiches (Rhein-Kreis Neuss)
 - Projekt „strategischer Bahndamm“ zwischen Neuss und Rommerskirchen (Rhein-Kreis Neuss)
- Details werden von Frau Lorbeer nachgeliefert

Fragen/Anmerkungen

Sport als Bildungs-angebot (Schule u. ä.)

Bundes-Leistungstützpunkt (Leistungssport)

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Zum Stichwort Sportrevier können die sportlichen Leistungstützpunkte zu Leuchttürmen ausgestaltet/sichtbar gemacht werden
 - Dormagen ist bereits Bundesstützpunkt im Ringen und Fechten
 - Ausweiten auf andere Sportarten?

Fragen/Anmerkungen

„Tourismus vor der eigenen Haustüre“

→ Wird vor allem kurz- und mittelfristig (ggf. sogar langfristig) erheblich an Bedeutung gewinnen.

Übernachtungstourismus

- Besondere Unterkünfte
 - Schwimmende Häuser
 - Tiny Houses
 - Waggon als Zimmer

Hotels / Gastronomie

Nachfolge + Qualifizierung

Ergebnisse aus der Podiumsdiskussion

- Übernachtungstourismus spielt wegen seiner wichtigen Wertschöpfungskraft neben Naherholung natürlich auch eine wichtige Rolle
- Im Naherholungsbereich könnte mit kleineren Projekten schneller „losgelegt“ werden um Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit zu schaffen
- Neue Entwicklungen werden berücksichtigt (Tiny Houses, schwimmende Häuser, etc.)
- Auch die Thematik der Nachfolge & Qualifizierung in Hotellerie und Gastronomie wird mitgedacht

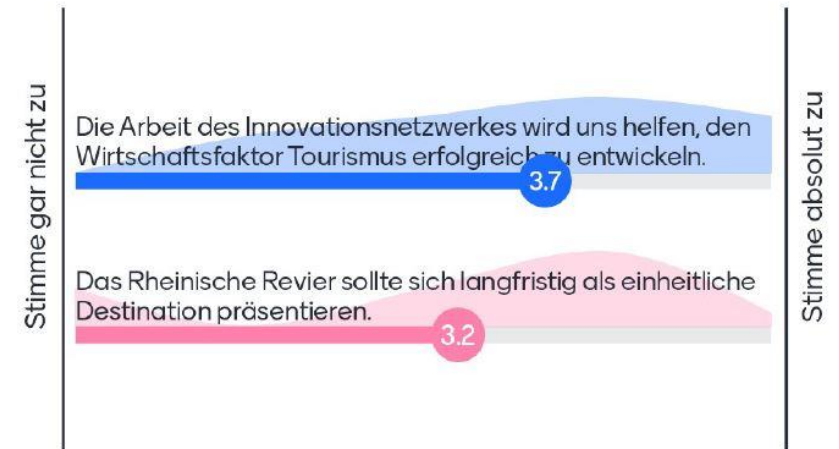
Bedeutung des Rheinischen Reviers für den Tourismus



Mentimeter

15

Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen?



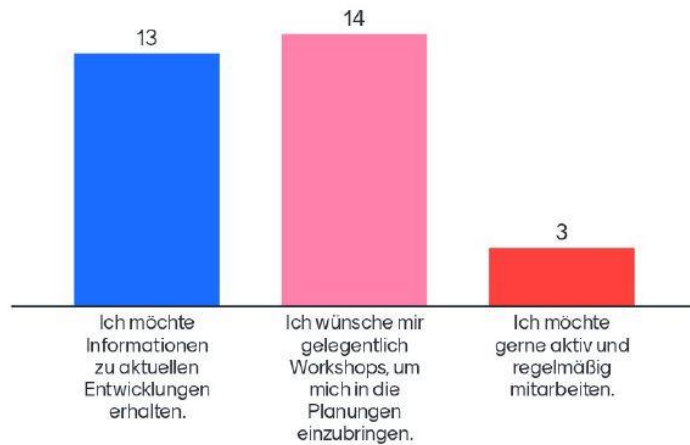
Mentimeter

14

Mentimeter Umfrage

Wie stellen Sie sich Ihre Zusammenarbeit mit dem Innovationsnetzwerk vor? (Mehrfachantworten möglich)

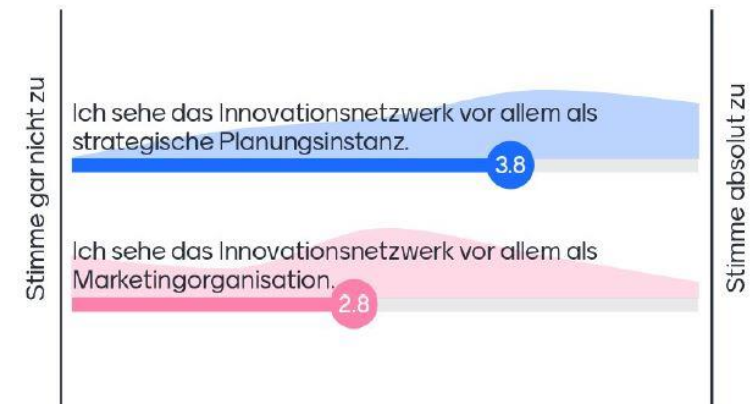
Mentimeter



14

In welcher Rolle sehen Sie das Innovationsnetzwerk zukünftig?

Mentimeter



14

So geht es weiter

Ausblick und weitere Arbeitsschritte

- Exkursion an den Tagebau Hambach & ins Ruhrgebiet
- Infoveranstaltung für Politik
- Homepage des Innovationsnetzwerks
- Workshops mit der Tourismuswirtschaft

