

Das Rheinland: Die wichtigsten Kennzahlen

- » **132,5 Mrd. € verfügbares Einkommen** besitzt das Rheinland. Diesen Wert erreicht keine der anderen Metropolregionen.
- » **107,9** lautet die **Kaufkraftkennziffer**. Sie zeigt, dass das Rheinland über eine deutlich höhere Kaufkraft als im Durchschnitt Nordrhein-Westfalens (101,5) verfügt.
- » **11,6 %** der Beschäftigten verfügen über einen **Fachhochschul- bzw. Hochschulabschluss**. Somit gibt es im Rheinland überproportional viele Hochqualifizierte.
- » **213 Mrd. €** beträgt das **Bruttoinlandsprodukt** und nimmt damit unter allen Vergleichsregionen die Spitzenposition ein.
- » **6,7 Mio. Einwohner** hat das Rheinland und ist somit die bevölkerungsreichste Region in Deutschland.
- » **2,25 Mio. sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** haben im Rheinland ihren Arbeitsplatz.

Wir sind Rheinland!

Köln. Düsseldorf. Aachen. Bonn. Krefeld: Städte, die viel auf ihre Eigenständigkeit geben. Alaa oder Helau, Kölsch oder Alt, Kö oder Belgisches Viertel – oft genug ein Glaubenskrieg. Dabei ist die Lösung ganz einfach: Als Rheinland hat die Region zwischen Aachen und Bonn eine starke Identität. Mit viel mehr als Karneval und rheinischer Lebensart: Mit einer Wirtschaftskraft, die in Europa einzigartig ist. Grund genug für die IHKs in der Region, mit der Initiative Rheinland die Perspektive auf die Chancen einer starken Rhein-Region zu lenken. Und zu zeigen: Rheinland lohnt sich!

Eine herausragende Wirtschafts-, Forschungs-, Bildungs-, Kultur- und Tourismusregion mitten in Europa: Das alles ist das Rheinland. Eigentlich die besten Voraussetzungen, um als starke Marke national und vor allem international als Metropolregion zu punkten. Doch während sich das Ruhrgebiet immer mehr als gemeinsamer Wirtschaftsraum positioniert, fehlt es im Rheinland noch am notwendigen Gemeinschaftssinn. Wer international die Vorzüge der Region vorstellt, hat dabei meist nur die eigene Kommune im Sinn. „Falscher Weg“ - dachten die Industrie- und Handelskammern Aachen, Bonn/Rhein-Sieg, Düsseldorf, Köln und Mittlerer Niederrhein und beschlossen, ihre Zusammenarbeit zu intensivieren, Kräfte zu bündeln und das Rheinland durch die Entwicklung konzentrierter Strategien, Maßnahmen und Produkte zu einem der attraktivsten Standorte im europäischen Wettbewerb auszubauen.

Eine Idee, die die im Rheinland ansässigen Unternehmen gut nachvollziehen und mittragen können. „Hinsichtlich der Einwohnerzahl und Wirtschaftsleistung ist das Rheinland größer als manch europäischer Nachbarstaat. Durch die Größe ist es bei entsprechendem Zusammenhalt möglich, dauerhaft stabiles wirtschaftliches Wachstum im Rheinland und über die Grenzen

hinaus zu generieren“, sagt beispielsweise Christian Diedrich, Vorstandsmitglied der ERGO Versicherungsgruppe AG und für den Düsseldorfer Standort zuständig.

Angesichts der ökonomischen Herausforderungen für die Kommunen wird es höchste Zeit, die Kräfte zu bündeln und gemeinsam aufzutreten: Mit entsprechendem Standortmarketing, einer intensiven politischen Zusammenarbeit, mit dem Ausbau der Standortstärken und einer gemeinsamen Regionalplanung. Im Gegensatz zur immer wieder heraufbeschworenen Konkurrenz der Metropolen im Rheinland hat die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen der Region eine lange und erfolgreiche Tradition. Prominentes Beispiel ist ein Unternehmen, dessen Firmennamen fast programmatisch wirkt: Die Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt AG. „Die KD ist die älteste börsennotierte Aktiengesellschaft Deutschlands. 1826 wurden wir in Köln gegründet, kurze Zeit später gründeten Düsseldorfer Kaufleute ebenfalls eine Schiffahrtsgesellschaft. Aus der Zusammenführung der Reedereien ist dann die heutige KD AG entstanden,“ erzählt KD-Vorstand Norbert Schmitz. Eine Entscheidung, die dem Unternehmen lang andauernden Erfolg beschieden hat: „Wir haben uns längst zu einem international operierenden Konzern entwickelt mit »

» hundertprozentigen Tochtergesellschaften in Zypern, Luxemburg und Bremen. Über 300 Menschen arbeiten heute direkt für die KD. Die gleiche Anzahl arbeitet nochmals über Subunternehmen für die KD AG.“ KD hat kein Problem, sich als Rheinland-Unternehmen zu sehen. „Das Rheinland bildete die Keimzelle zur Entwicklung unseres Unternehmens. Ohne starke Heimat oder verwurzelte Herkunft kann sich ein Wirtschaftsunternehmen nicht über einen so langen Zeitraum im Wettbewerb behaupten!“, sagt Schmitz. Die Verwurzelung im Rheinland ist für viele Unternehmen ein starkes Argument. Seit 110 Jahren ist beispielsweise auch die Knauber-Gruppe in Bonn ein fester Begriff in der rheinländischen Handelslandschaft und erobert von hier aus neue Märkte. Kay Harney, Marketingleiter des Unternehmens: „Die große Freude an Veränderungen und das erfrischende Unternehmertum prägen die Wirtschaft im Rheinland – insofern gibt es hier eine lange und positive Tradition des Unternehmergeists im besten Sinne.“ Alleine schon wegen dieser Freude an neuen Wegen gibt es im Rheinland sehr viel Innovations- und Synergiepotenzial. „Da die

Rheinländer sehr heimatorientiert sind, bewegen sie sich auch meist nur in diesen eingeschränkten ‚Heimat-Gebieten‘. Wenn diese Grenze in den Köpfen verschwinden würde, hätten wir hier große Zukunftschancen!“, so Harney. Für die Knauber-Gruppe selber ist es selbstverständlich, über den eigenen Kirchturm hinaus zu denken. So wurde das neue und bereits preisgekrönte Konzept eines innovativen Kochshops auf der Kölner Ehrenstraße verwirklicht. Estella – KochLust heißt der Laden, der in Köln als Pilotstore aufgebaut wurde und von dort aus deutschlandweit ausgebaut werden soll.

Das Rheinland ist eine historisch gewachsene Region, mit viel Lebensqualität, hoher Bildung, imposanten Kultur- und Naturdenkmälern. Hier lässt es sich gut arbeiten und leben. International sind Metropolregionen mit einer koordinierten Standortentwicklung schon Standard. Als einzelne Stadt kann weder Düsseldorf noch Köln gegen Metropolen wie „Greater London“ gewinnen. Ganz anders sieht es aus, wenn man kooperiert und sich als Metropolregion Rheinland positioniert: Die gemeinsamen Zahlen haben internationales Spitzen-Niveau. Mit einem Bruttoinlands-

produkt von 213 Milliarden Euro, einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Einkommen von 31.720 Euro und einer Kaufkraft, die weit über dem Bundesdurchschnitt und deutlich über dem NRW-Wert liegt, ist das Rheinland eine der attraktivsten Wachstumsregionen Europas. Als die Rheinland-IHKs 2009 ihre Mitgliedsunternehmen zur regionalen Standortqualität befragten, schrieben die Unternehmen dem Rheinland ein „Gut“ auf das Zeugnis. Infrastruktur, Fernstraßen, Luftverkehr, Kundennähe, Dienstleistungsangebote, Informations- und Kommunikationsstruktur, Bildung und Kultur trugen zu dieser guten Bewertung bei. Die Aussichten sind dabei auch für die Zukunft ausgezeichnet: Nach heutigen Prognosen wird das Rheinland durch den demografischen Wandel weniger stark betroffen als die meisten anderen deutschen Gebiete und kann sogar mit weiterem Bevölkerungswachstum rechnen. Die Herausforderung besteht darin, mehr Menschen in zukunftsfähige Beschäftigungen zu bringen. Grundlage für eine weitere positive Entwicklung sind starke Wirtschaftsunternehmen, die das Rheinland als Standort stützen. Unternehmen wie die Bayer AG.

„Ich bin Rheinländer, weil ich die unkomplizierte Umgangsart liebe, die touristische und kulturelle Vielfalt schätze und die ursprüngliche Lebensfreude genieße.“

Norbert Schmitz, Vorstand Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt AG



„Ich bin Rheinländer, weil ich die rastlose Neugierde, Kommunikationsfähigkeit und Toleranz der Menschen hier schätze und teile.“

Kay Harney, Knauber/Estella Kochlust

Wilfried Köplin, NRW-Repräsentant in der Unternehmenspolitik der Leverkusener, benennt Standortvorteile: „Das Rheinland ist die Heimat des Bayer-Konzerns, hier steht unsere Konzernzentrale. Direkt am Rhein liegen mit den Chemparks Dormagen, Leverkusen und Krefeld-Uerdingen drei unserer weltweit größten Standorte. Hier sind viele unserer Kunden und Geschäftspartner zu Hause.“ Bayer setzt auf die Zukunft der Region: Mit über einer Milliarde Euro Investitionen seit 2002 und weiteren Investitionen im dreistelligen Millionenbereich bis 2011. Wettbewerbsfähigkeit auf globalen Märkten ist laut Köplin dann gegeben, wenn gut ausgebildete Mitarbeiter und optimale Kostenstrukturen vorhanden sind. Ebenfalls wesentlich: „Wir müssen Energie und Rohstoffe zu wettbewerbsfähigen Preisen beschaffen können und wir benötigen die gesellschaftliche Akzeptanz für Investitionen.“ Sein Wunsch ist, dass ein stärker vernetztes Rheinland diese Voraussetzungen dauerhaft gewährleistet: „Nur eine starke Industrie kann Werte schaffen, aus denen sich Wohlstand ableiten lässt und Arbeitsplätze langfristig sichern lassen.“

Demografisches und wirtschaftliches Wachstum im Rheinland wird die Infrastruktur stark belasten. Der Verkehr wird bis zum Jahr 2025 eklatant zunehmen. Hier sind vorausschauende Maßnahmen gefragt, damit aus einer zentralen Lage mitten in Europa kein zentraler Stau wird. Dr. Rolf Bender, Vorstandssprecher der Häfen und Güterverkehr Köln AG, setzt deshalb auf gemeinsame Vorstöße: „Als Unternehmen, das die Wirtschaftsregion Rheinland mit dem Rest der Welt verbindet, wissen wir: Güterströme enden nicht an kommunalen Grenzen. Deshalb begrüßen wir diese gemeinsame Initiative ausdrücklich. Die Ko- »



IHK+ Information

Rheinland-Projekte

Die IHKs Aachen, Bonn/Rhein-Sieg, Düsseldorf, Köln und Mittlerer Niederrhein haben sich vor etwa zwei Jahren in der IHK-Initiative Rheinland zusammengeschlossen. Inzwischen verfolgt die Initiative verschiedene Projekte. Hier eine Auswahl:

Verkehrsleitbild Rheinland: Das gemeinsame Verkehrsleitbild wurde aufgrund einer Studie zur Verkehrsentwicklung bis 2025 entwickelt.

Konjunkturbarometer Rheinland: Seit 2009 gibt es von den IHKs im Rheinland gemeinsam halbjährliche Konjunkturberichte.

Forschungsdialog Rheinland: Die Rheinland-IHKs treffen sich regelmäßig mit den Hochschulrektoren der Universitäten des Rheinlandes, den Vorsitzenden des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) sowie des Forschungszentrums Jülich und Vertretern des Landes, um die Zusammenarbeit im Technologietransfer zu intensivieren. Das „Forschungshandbuch Rheinland“ wurde gemeinsam herausgegeben.

Energieeffizienz-Lotsen: Die Rheinland-IHKs beteiligen sich am Projekt des Wirtschaftsministeriums „Partnerschaft für Klimaschutz, Energieeffizienz und Innovation“.

Berufe live Rheinland: Die größte Beruforientierungsmesse im Rheinland, initiiert von den IHKs Köln und Düsseldorf, wird künftig von den IHKs Aachen, Bonn/Rhein-Sieg und Mittlerer Niederrhein mitgetragen.

Fachkräftequalifikation: Im wichtigen Bereich Ausbildung haben die Rheinland-IHKs ein Konzept zur besseren Integration von noch nicht ausbildungsfähigen Schulabgängern vorgelegt. Weiterhin sollen innerhalb des Projekts FOR+ Realschüler ermutigt werden, direkt nach ihrem Abschluss in eine duale Ausbildung einzusteigen. www.zukunft-sofort.de.



„Ich bin Rheinländer, weil ich hier meine Vorstellungen zu privater Lebensführung und beruflichem Engagement optimal verbinden und realisieren kann.“

Wilfried Köplin, NRW-Repräsentant der Unternehmenspolitik der Bayer AG

» operation der IHKS im Rheinland hat mit dem gemeinsamen Verkehrsleitbild und der gemeinsamen Verkehrsprognose 2025 bereits in kurzer Zeit wichtige Impulse gesetzt.“ Auch Rainer Schäfer, Geschäftsführer der Neuss Düsseldorfer Häfen, setzt auf regionale Kooperationen – durch die Einbindung der Häfen Düsseldorf, Krefeld und Neuss in eine Gesellschaft, durch eine stärkere Zusammenarbeit mit Köln und den weiteren Infrastruktur-Ausbau. „Wir wollen auch künftig bei steigenden Verkehrsströmen genügend Kapazitäten bereithalten. Dazu erweitern wir beispielsweise die Flächen um wichtige Knotenpunkte an unserer Eisenbahnlinie.“

Neben der Stärkung der eingesessenen Industriebetriebe und der Infrastruktur liegt das größte Wachstumspotenzial im Rheinland in der Positionierung als Bildungs- und Forschungsstandort. Im Rheinland verfügen schon heute 11,6 % der Bevölkerung über einen Fachhochschul- oder Hochschulabschluss; diese Zahl wird nur von Frankfurt und München übertroffen. Hier gilt es, auch in Zukunft für ein breites und hochqualitatives Angebot zu sorgen. Für Lothar Feuser, Vorstand der Toyota Deutschland GmbH in Köln, ist dieser Faktor sogar entscheidend

IHK+ Information

Typisch Rheinland: Vom Neandertal zum Rheinischen Kapitalismus

Die über 300.000 Jahre alte Geschichte des Rheinlands (von den ersten Siedlern in der Steinzeit an gerechnet) hat nicht nur viele Kunst- und Kulturschätze hervorgebracht, das Rheinland war auch immer eine lebendige Region mit vielfältigen Handelsplätzen und Verbindungen nach ganz Europa. Schon die Römer nutzten den Rhein als natürliche Grenze und siedelten an seinen Ufern. Die Kaiserstadt Aachen und das Wirtschaftszentrum Köln prägten das frühe Mittelalter. Überregionale Handelsbeziehungen bildeten sich. Truppendurchzüge und militärische Auseinandersetzungen fanden zunächst in der französischen Zeit ein Ende. Als nachfolgende preußische Rheinprovinz prägte das modernere und früh industrialisierte Rheinland die Staats- und Wirtschaftsreformen der Zeit und behielt viele Errungenschaften aus der französischen Zeit bei – unter anderem auch die Handelskammern. Die ersten Universitäten des Rheinlandes wurden gegründet und 1839 die erste rheinische Eisenbahnlinie eröffnet. Seit dieser Zeit begann die Industrialisierung – von Westen aus kommend, über Düsseldorf und den Niederrhein bis hinein ins Ruhrgebiet. Mit der Industrialisierung begann die Verstädterung – einhergehend mit sozialen Konflikten. Nach den beiden Weltkriegen und den verheerenden Folgen des Nationalsozialismus wurde das Land Nordrhein-Westfalen gegründet, das in der Wiederaufbau-

zeit zum wirtschaftlichen Zentrum der jungen Bundesrepublik wurde. 1949 verwendete die CDU in ihren Düsseldorfer Leitsätzen erstmalig den Begriff „Soziale Marktwirtschaft“. Wesentliche Elemente wurden 1959 im Godesberger Programm der SPD ausformuliert. Seitdem hat sich diese Bezeichnung für die Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik durchgesetzt. Mit dem Begriff des „Rheinischen Kapitalismus“, den Michael Albert 1991 mit seinem Buch „Kapitalismus contra Kapitalismus“ aufbrachte, wird die sozialstaatliche Variante der deutschen Wirtschaftsordnung dem angelsächsischen Modell der rein kapitalistischen Marktordnung gegenübergestellt. Diese positive Tradition des Begriffs wird in politischen Debatten teilweise als rheinischer „Klüngel“-Kapitalismus abgewertet.

Mehr Infos: Die Stiftung Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv zu Köln und die Wirtschaftsbibliothek der IHK Köln bieten Quellen und Literatur zur Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte des Rheinlands: Stiftung Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv zu Köln, Tel.: 0221 1640-800, Fax: 0221 1640-829, E-Mail: rwwa@koeln.ihk.de, Wirtschaftsbibliothek: Tel.: 0221 1640-821, Fax: 0221 1640-809, E-Mail: wirtschaftsbibliothek@koeln.ihk.de. Weitere Informationen unter www.ihk-koeln.de

für die Zukunft der Region: „Auch wenn wir momentan noch keine negativen Auswirkungen des wachsenden Fachkräftemangels spüren, halte ich es für sinnvoll, Studiengänge, Weiterbildungsmöglichkeiten und betriebliche Ausbildung besser zu vernetzen und zu fördern. Das geht nur branchenübergreifend und mit der Unterstützung der Städte und Gemeinden.“ Einige erfolgreiche Initiativen, wie der Forschungsdialog Rheinland, setzen diese Vision bereits um. Die strategische Aufteilung von Forschungsschwerpunkten und die Kooperation der Hochschulen, zu denen auch die Exzellenz-Universität RWTH Aachen gehört, ist ein wichtiger Faktor für die Bildungslandschaft Rheinland. Netzwerke wie die ABC-Initiative e.V., ein Zusammenschluss von Hochschulen, tragen dazu bei, dass Wirtschaft und Hochschulen strategisch an einem Strang ziehen. „Hier im Rheinland finden wir die Köpfe, die wir für die Entwicklung zukünftiger Innovationen und die Fortsetzung unserer Erfolgsgeschichte brauchen. Dafür sorgt ein dichtes Netzwerk aus Hochschulen, Forschungseinrichtungen und dezidierten Biotechnologie-Unternehmen“, sagt auch Dr. Joachim Schorr, Senior Vice President Global Research & Development bei QIAGEN.

Für die wirtschaftliche Nutzung der Forschungsergebnisse machen sich eine Reihe von Initiativen stark. Besonders in der forschungsintensiven Biotechnologie ist das Rheinland stark vernetzt. Dr. Thomas Heck vom Düsseldorfer Life Science Center (LSC), einem Technologie- und Gründerzentrum: „Durch die enge Vernetzung des LSC mit den Firmen und Instituten der Life-Science-Branche im Rheinland sollen gemeinsame Projekte und Kooperationen untereinander angestoßen und gefördert werden.“ Gleichzeitig sieht er noch großes Synergiepotenzial in der Zusammenarbeit von Hochschulinstituten und Unternehmen: „An den Universitäten werden wissenschaftliche Erkenntnisse ‚produziert‘, die intensiver in die Wirtschaft transferiert werden sollten. Hier betrachtet sich das LSC als Mittler.“ Neben dem LifeScienceNet Düsseldorf – einer Gemeinschaftsinitiative der IHK Düsseldorf, der Wirtschaftsförderung Düsseldorf und des LSC – und der

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, pflegt das LSC intensiven Kontakt mit Bio-River – Life Science im Rheinland e.V. Desse Geschäftsführerin Dr. Frauke Hangen spricht einen weiteren wichtigen Baustein für die Zukunft der Forschungslandschaft Rheinland an: „Die Aufstellung spezieller Biotech-Fonds für die Unternehmen im Rheinland und in Nordrhein-Westfalen befindet sich in der Vorbereitung. Wir sehen das Synergiepotenzial insbesondere in einer starken Lobby der Branche gegenüber den Kapitalgebern und der Politik durch eine gemeinsame Vertretung der Biotech-Firmen.“ Denn im deutschlandweiten Vergleich ist die Vielfalt der Branche im Rheinland herausragend: „Nahezu jedes Themenfeld der modernen Biotechnologie ist hier vertreten!“ Dr. Joachim Schorr von QIAGEN ergänzt: „Speziell für kleinere Unternehmen können Netzwerke zudem als Türöffner extrem wertvoll sein. Nicht zuletzt kann eine stärkere Vernetzung als »

„Ich bin Rheinländer, weil ich nicht nur hier geboren bin, sondern das rheinische Lebensgefühl auch genieße.“

Lothar Feuser, Vorstand Toyota Deutschland GmbH

IHK+ Information

Meetropolis: Marketing-Kooperation Köln–Düsseldorf

Unter dem Namen „Meetropolis“ werben Köln und Düsseldorf gemeinsam als Tagungs- und Kongress-Standorte um internationale Kunden. Initiatoren waren das Cologne Convention Bureau und das convention bureau Düsseldorf. Messeauftritte, Anzeigenkampagnen und Öffentlichkeitsarbeit sollen die neue Marke bewerben. Im aktuellen Ranking des ‚Meeting- und EventBarometer 2009‘ gehören Köln und Düsseldorf zu den Top 5 der beliebtesten deutschen Tagungsstädte mit rund 300 Veranstaltungshäusern, zwei großen Messe-Komplexen und mehr als 450 Hotels.

Kerstin Bosshammer, Tel: 0211 45608493,
E-Mail: Bosshammer@duesseldorfcongress.de.

Claudia Neumann, Tel: 0221 22126015,
E-Mail: claudia.neumann@koelntourismus.de.



» Katalysator für Innovationen wirken, indem der Austausch von Wissen und Erfahrungen erleichtert wird.“

Ähnlich vernetzt und in allen Facetten im Rheinland vertreten ist die chemische Industrie. Friedrich Überacker, Geschäftsführer des Arbeitgeberverbandes der Chemischen Industrie, Chemie Rheinland, beschreibt die Situation: „Die Chemieindustrie im Rheinland ist bereits im wahrsten Wortsinn vernetzt: Mehr als 50 Prozent aller Rohstoffe und Zwischenprodukte der chemischen Industrie werden in der Region kostensparend und umweltfreundlich durch

ein enges Pipeline-Netz transportiert.“ Neben dem AGV Chemie Rheinland ist die Initiative ChemCologne ein starkes Branchennetzwerk. „Die Unternehmen nutzen die Netzwerke für gemeinsame Projekte wie die Verbundausbildung oder gemeinsames Standortmarketing und erzielen so zahlreiche Synergieeffekte“, so Überacker.

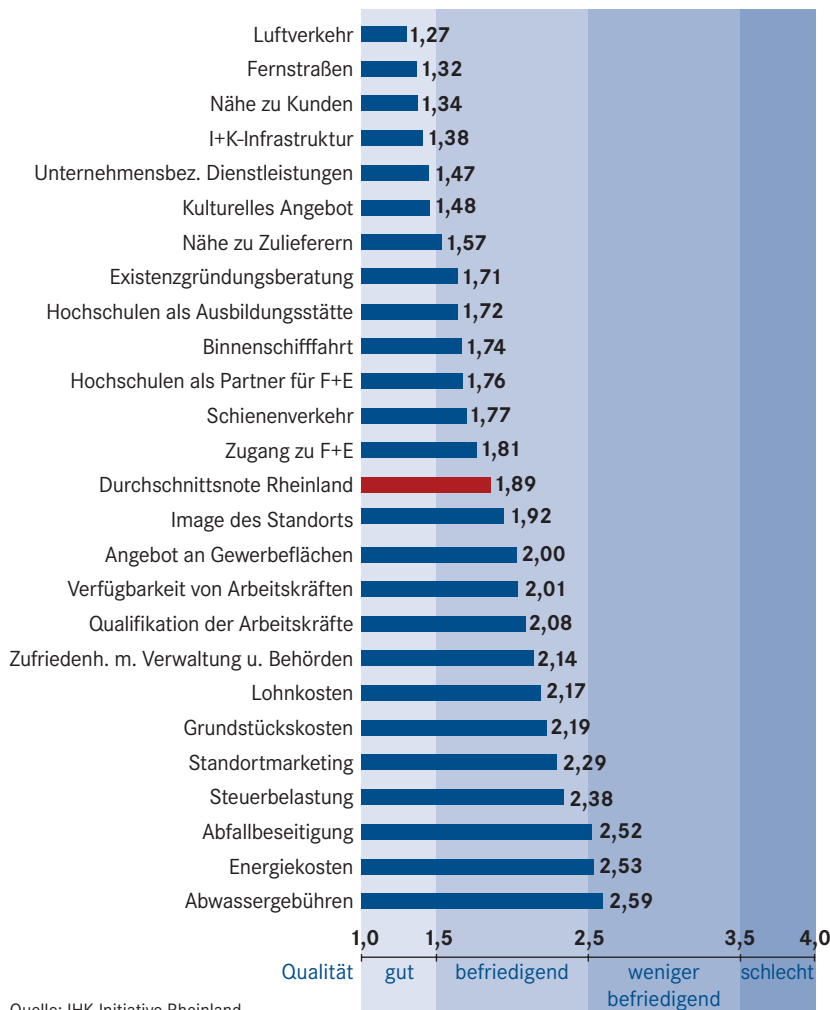
Auch die Standortmarketing Region Köln/Bonn GmbH, 2003 von der Wirtschaft, Finanzinstitutionen und den Gebietskörperschaften ins Leben gerufen, hat die regionale Zusammenarbeit zur Standortstärkung auf ihren Fahnen stehen.

Aber selbst Köln/Bonn sind im Chor der europäischen Regionen auch gemeinsam noch nicht laut genug. Singt jedoch die Metropolregion Rheinland zusammen, so wird sie deutlich gehört werden. Erste Anfänge sind gemacht. Beispiel Ausbildung: mit gemeinsamen Abschlussprüfungen in einer Schwerpunktkammer und der Berufs- und Ausbildungsmesse „Berufe live“, die von den IHKs im Rheinland gemeinsam getragen wird, können Berufsstarter auf ein riesiges regionales Angebot zurückgreifen. Rein ökonomisch gesehen, spielt das Rheinland schon jetzt in der Liga der Metropolregionen. Was fehlt, ist der innere Zusammenhalt in der Region – außerhalb der Branchen Biotechnologie und Chemie, die sehr gut vernetzt sind, von einer starken Außendarstellung für das Rheinland aber ebenfalls profitieren könnten. Aber auch für Unternehmen, deren Netzwerke eher in nationalen, europäischen und globalen Märkten gewachsen sind, kann das Rheinland zukünftig eine wichtige Rolle spielen.

Für das Potenzial eines starken Rheinlands spricht auch der Vergleich der beiden Metropolen Düsseldorf und Köln mit den anderen deutschen Ballungsräumen: Als Einzelstädte erreichen sie zwar – in unterschiedlichen Bereichen – gute Plätze, aber längst keine Spitzenpositionen. Auch die Zusammenschlüsse Köln/Bonn oder Düsseldorf/Mettmann sind zu klein, um gegen Regionen wie Frankfurt/Rhein-Main, Rhein-Neckar oder die Ruhr-Metropole anzutreten. Als komplettes Rheinland sieht die Lage schon wieder ganz anders aus: Hier gibt es keine weitere Region, die so viel Vielfalt vereint und gleichzeitig so viele Entwicklungschancen birgt. „Das Rheinland muss sich in diesem Wettbewerb nach außen mit seinen zahlreichen wirtschaftlichen Stärken als eine Einheit präsentieren. Innerhalb der Region müssen die für die Neuansiedlungen notwendigen Infrastrukturmaßnahmen besser aufeinander abgestimmt werden“, sagt Chemie Rheinland-Geschäftsführer Friedrich Überacker. Verkehr, Tourismus, Kultur, Wissenschaft und Technologietransfer machen nicht an kommunalen Grenzen halt – und

Qualitätseinschätzung der Standortfaktoren im Rheinland

Um einen Eindruck von der Qualität des Standortes Rheinland zu erhalten, wurden die Vollversammlungsmitglieder der Industrie- und Handelskammern im Rheinland nach einer Einschätzung einzelner Standortfaktoren befragt. Hierbei wurde eine Skala von 1 (sehr gut) bis 4 (schlecht) zugrunde gelegt. Bei der Qualitätsbewertung ergab sich dabei eine Durchschnittsnote von 1,89.



„Ich bin Rheinländer, weil es schön ist, im Karneval Scherze über Düsseldorf und Köln zu machen. Im internationalen Standortwettbewerb muss sich die Region aber mit ihren zahlreichen wirtschaftlichen Stärken als eine Einheit positionieren.“

Friedrich Überacker, Chemie Rheinland



aus diesem Grund ist eine übergeordnete Wirtschaftsförderung und Ansiedlungspolitik sinnvoll. „Synergien sind immer gegeben“, sagt K-D-Vorstand Norbert Schmitz. „In der touristischen Vermarktung arbeiten die Städte Köln und Düsseldorf seit Jahren eng zusammen. Dennoch sehen wir Potenziale, das Veranstaltungsgeschäft, Messen und Kongresse verstärkt in unsere Region zu bringen und mit unseren Dienstleistungen zu betreuen.“ Eine stärkere Vermarktung der Region käme also den Unternehmen zugute – die Marke Rheinland weckt

ganz andere Assoziationen und kann mit weitaus höheren und attraktiveren Zahlen aufwarten als die Städte im Einzelkampf auf den relevanten Märkten.

Auch mit Blick auf die Mitarbeitergewinnung im Zuge des erwarteten Fachkräftemangels wird die Attraktivität des Standortes eine immer größere Rolle spie-

len – darauf setzen Unternehmen, die sich für den Standort Rheinland entscheiden. QIAGEN-Forschungsvorstand Dr. Joachim Schorr: „Die Region liegt im Herzen Europas und bietet eine hervorragende Infrastruktur sowie einen hohen Freizeitwert. Für ein global operierendes Unternehmen wie QIAGEN sind das ebenfalls wichtige »

IHK+ Meinung

In der Region liegt die Zukunft

Paul Bauwens-Adenauer, Präsident der IHK Köln

Im Zuge der Globalisierung wird der Wettbewerb um Menschen und Ideen, Investitionen und Institutionen zwischen großen Ballungsräumen entschieden. Eine Stadt von der Größenordnung Kölns ist für sich genommen in der internationalen Wahrnehmung und als nationales politisches Gewicht nicht groß genug. Aus diesem Grund arbeitet man im Gebiet Köln-Bonn regional zusammen und hat gemeinsam mit der Wirtschaft eine Standortmarketinggesellschaft gegründet, die unter dem Namen „Cologne Bonn Business“ aktiv ist. Aber auch Köln/Bonn ist nicht groß genug, um gegenüber Regionen wie Greater London, der Ile de France oder Grand Lyon wettbewerbsfähig zu sein. Das Rheinland als Ganzes hingegen hat das Potenzial, in dieser Konkurrenz zu bestehen. Das haben die IHKs Aachen, Bonn-Rhein/Sieg, Düsseldorf, Köln und Mittlerer Niederrhein erkannt und dies zum Anlass genommen, die IHK-Initiative Rheinland zu formieren. Sie bilden damit einen der stärksten Wirtschaftsräume Europas ab. In gemeinsamen Projekten und starken Partnerschaften will die IHK-Initiative Rheinland den Belangen der rheinischen Wirtschaft überregional Gehör verschaffen und für neue und erfolgreiche Vernetzungen sorgen. Das „Rheinland“ ist ein Begriff mit gutem Image – national ebenso wie international. Eine „Metropolregion Rheinland“ ist kein Kunstgebilde, wie viele andere Metropolregionen, sondern hat im

Gegenteil eine große innere Identität und starke Verflechtungen – eine wesentliche Voraussetzung für eine echte Metropolregion. Die Metropolregion Rheinland braucht den Wettbewerb mit anderen Regionen Europas nicht zu scheuen. Unabhängig von der großen wirtschaftlichen Potenz bietet allein die Bildungs- und Wissenschaftslandschaft ein gewaltiges Zukunftspotential. Das Rheinland ist eine Größe, die wahrgenommen wird – auf Landes- und Bundesebene ebenso wie europa- und sogar weltweit. „Das Zusammenfinden im Rheinland“ wird aber nur funktionieren, wenn Köln und Düsseldorf sich gemeinsam mit einer Stimme an die Spitze der Bewegung stellen. Es geht nicht darum, kommunale Strukturen und Hoheiten aufzulösen. Sondern es geht darum, auf Rheinlandebene solche Aufgaben zu verorten, die regional relevant sind. Wir brauchen eine gemeinsame Zielformulierung und Aufgabenteilung. Eine wichtige Aufgabe ist unter anderem das internationale Standortmarketing für das gesamte Rheinland. Die größte Herausforderung dabei ist, alle Beteiligten von dieser Idee so zu begeistern, dass zugunsten von langfristigem Erfolg für das gesamte Rheinland auf kurzfristigen Eigennutzen und der Durchsetzung von Partikularinteressen verzichtet wird.



„Einzel stark, zusammen stärker“



Interview mit Dr. Udo Siepmann (r.), Hauptgeschäftsführer der IHK Düsseldorf, und Dr. Herbert Ferger, Hauptgeschäftsführer der IHK Köln

IHKplus: Was hat Sie dazu bewogen, gemeinsam mit den IHKs Aachen, Bonn und Mittlerer Niederrhein die IHK-Initiative Rheinland zu gründen und welche Ziele verfolgen Sie damit?

Dr. Siepmann: Zum einen wollen wir bei verschiedenen Themen unsere Zusammenarbeit intensivieren. Dies geschieht zum Beispiel bei der Berufe live Rheinland, bei unserer jüngsten Kampagne, Schüler mit Fachoberschulreife für die duale Berufsausbildung zu gewinnen, aber auch bei unseren Angeboten zum Wissenstransfer von den Hochschulen zur Wirtschaft und in der politischen Interessenvertretung wie in unserem verkehrspolitischen Leitbild. Zum anderen geht es uns darum, den Anschluss an andere Metropolregionen in Deutschland und in Europa nicht zu verlieren. Das bedingt nicht nur eine Zusammenarbeit unter den IHKs, sondern auch unter den Kommunen. Hier liegt ein gemeinsames Stück Arbeit vor uns.

Wenn man Köln und Düsseldorf dabei als Metropolen im Rheinland betrachtet – sehen Sie mehr Gemeinsamkeiten oder Unterschiede?

Dr. Ferger: Unterschiede zwischen den beiden Städten sind natürlich vorhanden – auf der anderen Seite ist aber die gemeinsame

Klammer „Rheinland“ nichts Künstliches, sondern bezeichnet eine lange gemeinsame Geschichte, viele vorhandene Verbindungen und letztlich auch eine gemeinsame rheinische Identität. Das wichtigste Argument ist jedoch: Wenn wir als Wirtschaftsstandort national und europäisch in der 1. Liga mitspielen wollen, müssen die Rheinland-Metropolen einen Weg finden, ihre Stärken gemeinsam zu vermarkten. Denn wenn man die Unterschiede als Ergänzungen begreift und nicht als Trennmarke, hat das Rheinland ausgesprochen viel zu bieten: Köln als Versicherungsmetropole, Düsseldorf als Bankenstadt, Köln mit Medien- und IT-Kompetenz, Düsseldorf mit den privaten Telefongesellschaften und internationalen Werbeagenturen, Köln als immer noch starker Industriestandort, Düsseldorf mit einem Dienstleistungsschwerpunkt – und diese Liste ließe sich noch fortführen.

Würde eine engere Kooperation nicht zu Lasten der Individualität der beiden Städte gehen – über die sie sich ja auch sehr stark definieren?

Dr. Siepmann: Die Individualität sehe ich überhaupt nicht gefährdet. So wie Unternehmen zum wechselseitigen Nutzen die Zusammenarbeit suchen, ist dies auch unter den Kommunen und Kreisen möglich.

Entscheidend ist, dass man auf die richtigen Themen setzt, die Win-win-Situationen erwarten lassen, zum Beispiel beim gemeinsamen Standortmarketing im Ausland, bei der Vermarktung als gemeinsame Tourismus-Destination, als gemeinsamer „Kulturraum“ mit einer hohen Dichte an Galerien und Museen. Solche Pakete lassen neue Zielgruppenansprachen zu, die im Alleingang schwerer zu bewältigen sind.

Welche Erfahrungen haben Sie bei den bisherigen gemeinsamen Projekten gemacht? Gibt es strukturelle Hürden?

Dr. Ferger: Die projektbezogene Zusammenarbeit hat sich über unsere eigenen Erwartungen hinaus sehr rasch und sehr positiv entwickelt. Wir haben von Anfang an transparente „Spielregeln“ festgelegt, an die sich alle halten – und wir haben bei dem Verkehrsleitbild gesehen, dass dieser gemeinsame Auftritt sehr viel mehr Öffentlichkeit gefunden hat, als es einzelne, regionale Projekte jemals erreicht hätten. Unter den Industrie- und Handelskammern funktioniert die Zusammenarbeit sehr gut, und wir hoffen, dass unsere Vision eines starken Rheinlands auch die Kommunen in der Region begeistern wird.

Wie würden Sie die Stärken Ihrer eigenen und der Nachbarstadt beschreiben?

Dr. Ferger: Köln hat eine faszinierende Geschichte und eine lebendige Gegenwart, ist die größte Metropole in Nordrhein-Westfalen und übt damit eine große Anziehungskraft aus. Viele traditionelle Familienunternehmen haben hier und in der Region um Köln ihre Wurzeln, sie bilden das Rückgrat der Kölner Wirtschaft und des hohen bürgerlichen Engagements in Köln. Düsseldorf hat in meinen Augen den Strukturwandel bewundernswert rasch und umfassend bewältigt. Außerdem ist Düsseldorf gleichzeitig Landeshauptstadt. Die Attraktivität für ausländische Unternehmen ist ein weiterer großer Pluspunkt Düsseldorfs, der zu einem beachtlichen Bekanntheitsgrad als internationale Wirtschaftsmetropole geführt hat.

Dr. Siepman: Die besondere Stärke Düsseldorfs liegt tatsächlich in der Internationalität der Stadt, in ihrem guten Branchenmix und einem qualitativ hochwertigen Angebot an Arbeitskräften. An Köln bewundere ich, dass diese Stadt die meisten Industriearbeitsplätze unter allen Großstädten in Nordrhein-Westfalen hat. Außerdem hat sie deutliche Stärken bei den Medien, bei Rundfunk und Fernsehen und allen damit verknüpften Dienstleistungen. Aber auch, dass sie eine enorme Integrationskraft gegenüber ausländischen Mitbü-

seine speziellen Beziehungsgeflechte das Standortimage nicht gefährden. Hier wäre ein radikaler Schnitt mit der Vergangenheit ein wichtiges Signal.

Welche sind aus Ihrer Sicht die dringenden Projekte, die gemeinsam bearbeitet werden sollten?

Dr. Siepman: Köln und Düsseldorf sind die geborenen Motoren einer engeren Zusammenarbeit im Rheinland. Beide Städte sollten mit ihren Nachbarkreisen und -städten einen Prozess in Gang setzen,

„Wir sind Rheinländer, weil diese Region auf engstem Raum all das bietet, was eine Metropolregion auszeichnet: Wirtschaftskraft, Internationalität, hervorragende Infrastruktur, intakte Stadtzentren, kurze Wege, Kunst und Kultur, Landschaft und Freizeitmöglichkeiten. Hier lässt sich arbeiten und leben!“

gern aufweist und dass sich die Bürger mit ihrer Stadt gerne identifizieren, spricht für die Domstadt.

Und wo liegen die Schwächen?

Dr. Ferger: Die Stärken Kölns sind gleichzeitig auch die Schwächen: Mehr Internationalität wäre aus wirtschaftlicher Sicht gut – Köln ist als attraktiver Wirtschaftsstandort international nicht so bekannt, wie es sein sollte. Diese Tugenden gilt es neben den touristischen Attraktionen mehr in den Vordergrund zu stellen.

Düsseldorf ist es bisher leider nicht gelungen, mit seinem Umland dauerhafte regionale Partnerschaften einzugehen. Hier liegt noch viel Potenzial.

Dr. Siepman: In Düsseldorf wäre ein dauerhaft attraktives Angebot, das Touristen zusätzlich auch außerhalb unserer Messen anzieht, wünschenswert. Zuweilen mangelt es in der sehr stark auf Dienstleistungen ausgerichteten Stadt an Unterstützung für industrielle Projekte, obgleich sie der Motor auch für viele Dienstleistungen sind. Köln sollte Acht darauf geben, dass

an dessen Ende arbeitsfähige Strukturen einer „Metropolregion Rheinland“ stehen. Ein erster wichtiger Schritt, der ja geplant ist, wäre der sogenannte Regiogipfel, der die Felder künftiger Zusammenarbeit abstecken sollte. Dabei bietet es sich an, nicht gleich mit den schwierigsten Themen in der Umsetzung zu beginnen. Ein gemeinsames Standortmarketing könnte ein guter Anfang sein.

Wen wünschen Sie sich zur Unterstützung der IHK-Initiative Rheinland als Partner an Ihrer Seite?

Dr. Ferger: Auch wenn die Industrie- und Handelskammern die regionale Zusammenarbeit zunächst in die Hand genommen haben – ohne die Kommunen als Partner ist auf Dauer kein starkes Rheinland denkbar. Deshalb ist es wichtig, dass das Projekt „Rheinland“ möglichst breit aufgestellt wird. Dazu ist selbstverständlich auch die aktive Mitarbeit vieler Unternehmen wichtig. In einem zweiten Schritt werden wir dazu die nötigen Strukturen schaffen.

» Faktoren.“ Diese Einschätzung teilt Lothar Feuser, Vorstand Toyota Deutschland GmbH: „Zu den wichtigen Standortfaktoren für uns gehört zum Beispiel eine gute Infrastruktur, ein ausreichendes Angebot an Fachkräften und nicht zuletzt eine gute Lebensqualität für die beschäftigten Mitarbeiter. All das kann das Rheinland – neben seiner zentralen Lage in Deutschland und Europa – mehr als ausreichend bieten, und speziell unsere internationalen Mitarbeiter fühlen sich hier sehr wohl und gut aufgenommen.“

Es spricht also nichts gegen ein starkes und vernetztes Rheinland – außer Kirchturmdenken und Planungen, deren Perspektive an der Stadtgrenze endet. Da den Rheinländer aber Offenheit, Neugierde und ein positiver Unternehmerteil auszeichnet, werden solche Denkweisen wohl bald der Vergangenheit angehören. Die IHKs im Rheinland arbeiten jedenfalls daran, dass dieser Wunsch keine Vision bleibt, sondern die größte, stärkste und modernste Metropolregion Europas künftig nur noch einen Namen hat: Das Rheinland!

Text: Susanne Hartmann

Fotos: Peter Obenaus

IHK+ Internet

Ob die aktuelle Standortanalyse des Rheinlands, das Forschungshandbuch Rheinland, das Konjunkturbarometer Rheinland oder die Studie zur Verkehrsentwicklung des Rheinlands bis zum Jahr 2025: All das und noch viel mehr finden Sie mit einem Klick auf www.rheinland.ihk.de.

IHK+ Kontakt



Christi Degen
Geschäftsführerin Industrie, Volkswirtschaft, Innovation und Umwelt
Tel. 0221 1640-500
christi.degen@koeln.ihk.de



Claudia Betzing
Tel. 0221 1640-502
claudia.betzing@koeln.ihk.de