

PRESSEMITTEILUNG

Hubertus Winterberg im Interview:

Weichen für die Zukunft der Region gestellt

Südwestfalen Agentur blickt auf ereignisreiches Jahr 2016 zurück

Nach der strukturellen Neuausrichtung hat die Südwestfalen Agentur im Jahr 2016 gleich mehrere inhaltlich Schwerpunkte gesetzt: Das Regionalmarketing mit dem Verein „Wirtschaft für Südwestfalen“, die Regionale Entwicklung mit dem Fokus auf Dorfentwicklung und Integration und die Entwicklung der „Vision Südwestfalen 2030“ sowie die Bewerbung um eine weitere Regionale. Hubertus Winterberg, Geschäftsführer der Südwestfalen Agentur GmbH, blickt auf ein intensives, für die Region richtungsweisendes Jahr zurück.

Frage: Nach der Neuausrichtung in 2015 hatten Sie sich für das Jahr 2016 viel vorgenommen. Was waren die wichtigsten Projekte und Themen, die die Südwestfalen Agentur im abgelaufenen Jahr beschäftigt hat?

Hubertus Winterberg: Die vergangenen Monate haben bewiesen, dass Struktur und Aufgabenprofil der Südwestfalen Agentur in vielfacher Hinsicht tragen. Mehr als 70 Unternehmen wurden als Mitglieder des Vereins „Wirtschaft für Südwestfalen“ neu hinzugewonnen. Sie konnten mit unserer Kampagne „Attacke KMU“ für die Mehrwerte der Zusammenarbeit überzeugt werden. Mehr als 240 Unternehmen Institutionen und Einzelpersonen tragen nun das südwestfälische Regionalmarketing. Mit vielen Interessierten sind wir noch im Gespräch. Im Bereich Regionale Entwicklung bildete das Thema Integration im Ländlichen Raum einen Baustein. Wichtig war für uns die Fortsetzung der Jugendkonferenz UTOPIA und die Zusammenarbeit mit den südwestfälischen LEADER-Regionen. Mit der Praxisstudie „Dorf ist Energie(klug)“ haben wir ein sehr spannendes Projekt abschließen können. Diese Themen zeigen die Bandbreite des Geschäftsfeldes. Besonders prägend war allerdings der im Frühjahr

gestartete Prozess, eine "Vision Südwestfalen 2030" zu formulieren. Die Art und Weise, wie konstruktiv und engagiert hierzu beim Südwestfalen Forum in Meinerzhagen diskutiert wurde hatte besondere Qualität. Mit der Südwestfalen-Bewerbung um die REGIONALE 2022 bzw. 2025 haben wir noch eins drauf gesetzt.

Frage: Stichwort Regionalmarketing: Warum ist der Zugewinn neuer Vereinsmitglieder für Sie so wichtig?

Hubertus Winterberg: Der Verein „Wirtschaft für Südwestfalen“ ist neben den fünf Kreisen sechster Gesellschafter der Südwestfalen Agentur GmbH. Er trägt im Wesentlichen das Regionalmarketing und bringt hierfür die Gelder der Wirtschaft ein. Die Mitgliedsunternehmen haben erkannt, dass sich die Region Südwestfalen profilieren muss. Sie sorgen dafür, dass die Marke Südwestfalen weiter gestärkt wird. Allerdings erhalten Sie auch beachtliche Mehrwerte, die sie für sich und ihr Unternehmen nutzen können - angefangen von der Präsentation im Internet und auf Messen bis hin zum erstmals angebotenen Arbeitgeber-Marketing-Training.

Frage: Stichwort Regionale Entwicklung: Warum ist sie auch oder vor allem für den ländlichen Raum wichtig und welche Aufgaben ergeben sich für Sie als Agentur daraus?

Hubertus Winterberg: Der ländliche Raum unterliegt seit Jahren starken strukturellen Veränderungen: Der demografische Wandel und die Anziehungskraft der Ballungsräume für junge Menschen sind dabei nur zwei Aspekte. Wir müssen gemeinsam anpacken, damit neben der wirtschaftlichen Stärke nicht die Lebensqualität verloren geht. Wir sehen uns dabei als Impulsgeber, Initiator und Kooperationspartner verschiedenster Akteure. Der bundesweite Workshop „Integration als Chance für den ländlichen Raum“, den wir mit der Deutschen Vernetzungsstelle für Ländliche Entwicklung in Altena und Arnsberg durchgeführt haben, ist dafür ein Beispiel. Mit 100 Ehrenamtlichen, hauptamtlich Tätigen aus Südwestfalen und ganz Deutschland, aber auch gut einem Dutzend Flüchtlingen wurden Ideen, Beispiele und Lösungsansätze erarbeitet, wie Zugewanderte in ländlichen Gegenden integriert und im Ort gehalten werden können. Am Ende standen greifbare Projektideen, die zum Teil in den Kreisen weitergedacht und umgesetzt wurden.

Frage: Auch in der Öffentlichkeit haben die Entwicklung der Vision 2030 und die Bewerbung um eine erneute Regionale besondere Aufmerksamkeit erlangt. Die Bewerbung wurde inzwischen eingereicht - wie geht es jetzt weiter?

Hubertus Winterberg: Der Entwurf für eine „Vision Südwestfalen 2030“, die mit vielen Partnern und engagierten Menschen aus der Region entwickelt wurde, ist ein Grundsatzpapier, das die Frage beantwortet, wo die Reise der Region überhaupt hingehen soll. Wir haben uns im breiten Konsens auf die wesentlichen Themen, Vorgehensweisen und Ziele verständigt und zugleich die Herausforderungen und Chancen beschrieben. Insofern liegt es auf der Hand, dass dieses Konzept wesentlicher Bestandteil der Regionale-Bewerbung war, bei der wir die Digitalisierung als den Kern einer zukunftsfähigen Region herauskristallisiert haben. Die Bewerbung um die Regionale ist im Übrigen nicht nur ein strategischer Rahmen, sondern auch ein Fahrplan für die weitere Umsetzung der in der Vision formulierten Ziele Südwestfalens für die kommenden Jahre. Anhand der Südwestfalen-DNA - digital, nachhaltig, authentisch - werden wir die für die Region relevanten Themen aufgreifen und uns den Herausforderungen stellen. Die Bewerbung, die im breiten Konsens und dank des großen Engagements vieler Akteure und Unterstützer in Südwestfalen als schlüssiges Zukunftskonzept entstanden ist, hat auch Modellcharakter für ganz Nordrhein-Westfalen.

Frage: Vor einem Jahr wurde intensiv über die politische Wahrnehmung Westfalens im Vergleich zu den Metropolen Rheinland und Ruhrgebiet diskutiert. Wie hat sich das Thema - auch mit Blick auf die Landtagswahl - aus Ihrer Sicht entwickelt?

Hubertus Winterberg: Der neue Landesentwicklungsplan spricht nun nicht mehr nur von den Metropolen sondern auch von den mittelstandsgeprägten Regionen OWL, Münsterland und Südwestfalen. Es ist gut, dass entsprechende Hinweise aufgenommen wurden. Die Diskussion zeigt aber auch, wie wichtig eine überregionale Vernetzung ist. Wir intensivieren deshalb nicht nur die Zusammenarbeit mit Münsterland und Ostwestfalen-Lippe. Im Schulterschluss mit allen acht Regionen in NRW treten wir geschlossen auf und suchen den Dialog mit den Akteuren auf Landesebene. Ende März findet hierzu der nächste Frühjahrsempfang der Regionen im Landtag statt. Wichtig

wird - gerade nach der Landtagswahl im Mai - der Dialog der Regionen in NRW mit der dann gewählten Landesregierung sein.

Frage: Ein Blick nach vorn: Welche Schwerpunkte werden Sie im Jahr 2017 setzen?

Hubertus Winterberg: Zunächst werden wir uns intensiv auf die Bereisung der Regionale-Jury im Februar vorbereiten, um authentisch zu zeigen, welchen Stellenwert eine erneute Regionale nicht nur für Südwestfalen hat. Wir wollen Modellraum für NRW sein und aufzeigen, wie die Chancen der Digitalisierung mit und für die Menschen genutzt werden können. Danach hängt natürlich sehr viel von der Entscheidung ab, die voraussichtlich im April gefällt wird. Mit der Jugendkonferenz „UTOPiA“ werden wir ab 2017 bundesweit Modellregion für den Zukunftsdialog mit der jungen Generation und mit Bundesförderung deren Ideen umsetzen. Im Geschäftsfeld Regionalmarketing wollen wir den positiven Trend fortsetzen und weitere Projekte auf den Weg bringen, mit der wir die Marke Südwestfalen stärken. Dazu gehört etwa die Entwicklung einer eigenen Bildsprache in Kooperation mit den Kollegen von Sauerland-Tourismus und Touristikverband Siegerland-Wittgenstein, aber auch das Projekt „PERSPEKTIVE“, bei dem wir an Schulen und Hochschulen für die Region werben werden. Zudem sind wir in Gesprächen, um im Ruhrgebiet auf den „starken Nachbarn Südwestfalen“ aufmerksam zu machen. Ich freue mich auf ein intensives und spannendes 2017.

Bildunterschrift: Blicken auf ein richtungsweisendes Jahr 2016 zurück: Geschäftsführer Hubertus Winterberg (m.), Marie Ting (l., Leiterin Regionalmarketing und Kommunikation) und Dr. Stephanie Arens (r. Projektmanagerin LandLeben). Foto: Südwestfalen Agentur

Hintergrund: Als regionale Entwicklungsgesellschaft bündelt die Südwestfalen Agentur die Kräfte von Wirtschaft und Politik zur wettbewerbsfähigen Positionierung der Region im Vergleich zu anderen Standorten. Seit 2012 setzt sie mit ihren Gesellschaftern Hochsauerlandkreis, Märkischer Kreis, Kreis Olpe, Kreis Siegen-Wittgenstein, Kreis Soest und „Wirtschaft für Südwestfalen e.V.“ das Regionalmarketing um. Im Bereich der regionalen Entwicklung arbeitet sie in enger Abstimmung mit den 59 Städten und Gemeinden an Zukunftskonzepten für Südwestfalen und setzt innovative Projekte um. Sie steuerte alle Aktivitäten im Rahmen der REGIONALE 2013 in Südwestfalen. Die Strategie zur „Vision Südwestfalen 2030“ und zur Bewerbung für die REGIONALE 2022 bzw. 2025 wurde durch die Südwestfalen Agentur gemeinsam mit den Akteuren und Partnern in der Region erarbeitet und von ihr gesteuert.

Pressekontakt:
Christian Janusch, Tel. 02761 - 83511 13, E-Mail: presse@suedwestfalen.com