

# Zukunftsthesen der RAG-Stiftung – und unser Beitrag

## 01: DIE NÄCHSTEN 10 JAHRE ENTSCHEIDEN!

**Das Ruhrgebiet steht vor einem Schicksalsjahrzehnt: Globalisierung, Digitalisierung, demografischer Wandel, soziale Polarisierung und große Integrationsaufgaben setzen das Ruhrgebiet unter massiven Handlungsdruck, um als Region im internationalen Wettbewerb zu bestehen.**

Die Schere zwischen prosperierenden und wirtschaftsschwachen Ballungsräumen wird sich in den nächsten 10 Jahren weiter öffnen; gleichzeitig beschleunigt sich die Globalisierung. Dabei bestimmen mehrere Megatrends die Entwicklung von Ballungsräumen und wirken mit immer größerer Wucht auf die Regionen ein. Die nächste Dekade wird deswegen zum Schicksalsjahrzehnt des Ruhrgebiets.

Demografischer Wandel, Digitalisierung und nicht zuletzt wachsende soziale Gegensätze und große Integrationsaufgaben setzen das sich im anhaltenden Strukturwandel befindende Ruhrgebiet ebenso wie vergleichbare Ballungsräume unter massiven Handlungsdruck. Die Bewältigung dieser Herausforderungen entscheidet darüber, ob sich das "Revier" im nationalen und internationalen Wettbewerb der Ballungsräume behaupten und seinen Bürgern eine attraktive und lebenswerte Perspektive bieten kann.

### **Was leistet unser Zunft-Ansatz:**

Vor 20 Jahren entwickelten wir eine Vision, wie in Städten gute Orte entstehen können, an denen lebenswertes Wohnen und Arbeiten mit Kultur und gutem Konsum mit authentischen Produkten und Dienstleistungen kombiniert werden kann.

Mit der **Zunft[halle] Arminiusmarkthalle** in Berlin konnten wir 2010 einen ersten Prototypen unserer Vision eines guten **„Dritten Ortes“** auf den Weg bringen. Die Arminiusmarkthalle hat in Berlin-Mitte/Moabit eine Stahlkraft, von der auch die Immobilien (Gewerbe, Wohnungen) im Umfeld der Halle durch Wertsteigerungen und bessere Frequentierung profitieren. Die Arminiusmarkthalle stellt so einen erfolgreichen Prototyp eines Ortes dar, der Innenstädte wieder zu einem „place to be“ werden lässt. Bereichert um ein fortschrittliches digitales Vernetzungskonzept werden daraus **Zu[ku]nftsorte**.

Unser Ziel ist es, in den kommenden 20 Jahren mehr als 500 neue Zunft[orte] in attraktiven Regionen zu errichten. Diese Zunft[orte] zeichnen sich dadurch aus, dass hochwertige Produkte und Dienstleistungen an Orten, an denen Menschen gerne leben und arbeiten, mit fortschrittlichsten Digitalkonzepten kombiniert werden.

Alle Zunft[orte] sind dabei durch unseren Nachhaltigkeits-Anspruch geprägt.

Bereits bei der Entwicklung von Zunft[orten] sind wir bestrebt, eine ressourcenschonende Nachnutzung von Bestandsgebäuden zu erreichen. Darüber hinaus richten wir sowohl unsere Zunft[orte], wie auch unser Zunft[e-commerce]-Angebot als Plattform für regionale sowie ökologisch und verantwortungsvoll produzierte Produkte aus.

## **02: NUR KOOPERATION ENTFALDET VITALITÄT IM REVIER!**

**Die anhaltende Konkurrenz der Städte lähmt das Ruhrgebiet. Sie muss endlich überwunden werden. Nur bei arbeitsteiliger Kooperation der Städte und einem gleichzeitigen Auftreten als wahrnehmbare Einheit erlangt das "Revier" die Stärke und Vitalität, um im Wettbewerb der Regionen – national wie international – bestehen zu können.**

Moderne polyzentrische Ballungsräume sind attraktiv und wirtschaftsstarke, wenn ihre Städte kooperieren und nicht konkurrieren. Der Wettbewerb der Städte im Ruhrgebiet hat in der prosperierenden Vergangenheit zu Wachstum und Wohlstand des "Reviers" beigetragen. Mit wachsender globaler Verflechtung wird der Wettbewerb jedoch auf der Ebene von Ballungsräumen ausgetragen.

Nur wenn das Ruhrgebiet in Zukunft die kompetitive Polyzentrik zugunsten einer Kooperation der Städte überwindet, wird das "Revier" im Wettbewerb der Regionen eine Perspektive haben. Eine arbeitsteilige Organisation von Verwaltungsaufgaben, gesellschaftliches Teamplaying aller Akteure sowie das Teilen von Wissen innerhalb des Reviers über erfolgreiche Projekte sind konkrete Ansätze. Sie tragen dazu bei, die Region nicht nur im Inneren zu festigen, sondern ihr auch Strahlkraft nach außen zu verleihen.

### **Was leistet unser Zunft-Ansatz:**

Einerseits eröffnen **Zunft[orte]** Produkten und Diensten den direkten Marktzugang, indem sie ein breites Sortiment von Erzeugnissen unterschiedlicher Hersteller und werthaltige Dienstleistungen an einem besuchenswerten Ort mit hoher Verweildauer bündeln, andererseits treffen Konsumenten auf eine Vielzahl von Angeboten, die immer individuellere Kundenwünsche erfüllen.

Mit dieser auf Kooperation fußenden Bündelungsstrategie reaktiviert die Die Zunft AG die Marktform der Zünfte bezüglich Qualität und Verfahrenswissen. Die Geschäftsidee, in der identitätsstiftenden Architektur eines guten „**Dritten Ortes**“ (ob Industriedenkmal oder architektonisch interessanter Neubau auf vorhandener versiegelter Fläche) Güter und Dienste zusammen mit Ladenhandwerk zu präsentieren, ermöglicht diesem Konzept eine flächendeckende Implementierung in Deutschland und auch seinen Nachbarländern: Jede Region verfügt über spezifisches handwerkliches bzw. manufaktuelles Verfahrenswissen, das sich im Ambiente eines spannenden Ortes bündeln lässt.

Die Bündelungsstrategie wird auch digital konsequent weitergeführt. Eine flächendeckendes intelligentes Wi-Fi Netz sichert für alle Kunden die automatische Verbindung mit dem Internet. Die Gewerbetreibenden erhalten über das **Zunft[netz] Services**, wie die Nutzung von Kassensystemen etc. angeboten, so wie auch einen Zunft Online-Shop.

Unser kooperativer Ansatz beinhaltet zudem, dass wir unsere digitalen Services auch den benachbarten Gewerbetreibenden zur Nutzung anbieten werden.

## **03: PROSPERITÄT BRAUCHT EINWANDERUNG!**

**Einwanderung und Integration können der Überalterung und Entleerung entgegenwirken und die Region wirtschaftlich beleben.**

Insbesondere wenn Zuwanderer mit guten beruflichen Qualifikationen oder durch hochwertige Bildungs- und Ausbildungsangebote schnell in den Arbeitsmarkt integriert werden können, ist Einwanderung eine Bereicherung für alternde Gesellschaften. Bei der Ansiedelung der Neuimmigrierten können beispielsweise gezielt entwickelte Enklaven Orientierung geben und schaffen durch ihre Offenheit gegenüber anderen gesellschaftlichen Gruppen die Voraussetzung für eine erfolgreiche Integration. Einwanderung kann die Negativeffekte des demografischen Wandels maßgeblich ausgleichen.

Das Ruhrgebiet muss Einwanderung und Integration als Produktivfaktoren nutzen, um in Zukunft Prosperität zu ermöglichen. Die Verantwortlichen der Region sind dazu aufgerufen, ihre administrativen Spielräume konsequent und kreativ auszuschöpfen. Die Entscheidungsträger der Region müssen gleichzeitig darauf hinwirken, dass Integration ganz oben auf die Agenda von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gesetzt wird.

### **Was leistet unser Zunft-Ansatz:**

**Zunft[orte]** sind so auch Kreativquartiere und Kreativzentren, somit gesellschafts- und migrationsoffene soziokulturelle Orte der Begegnung, sowohl in der Großstadt als auch in den Städten des ländlichen Raums. Hier treffen Menschen mit innovativen, sinnstiftenden Ideen aus verschiedenen Lebenswelten und Branchen aufeinander, häufig generationenübergreifend und aus unterschiedlichen Kulturen. Akteure aus Kultur und Wirtschaft, Bildung und Soziales, Business und Ehrenamt, können hier Firmen und Start-Ups etablieren. Diese befruchtenden und inspirierenden ressort- und branchenübergreifenden Aspekte beflügeln soziale und technologische Innovationen in Stadt und Land. Strukturen, Menschen und Regionen kommen so in Bewegung.

Kultur- und Kreativakteure erzeugen dabei viele Mehrwerte für Wirtschaft, Lebensqualität, Identitätsstiftung, Freizeitgestaltung. Sie wirken als "soziales Bindeglied" und stärken den Zusammenhalt in der Gesellschaft. Städte stellen dabei immer häufiger die Förderung der Kultur- und Kreativbranche ins Zentrum ihrer stadtplanerischen Konzepte. Sie gehen heute davon aus, dass lebendige kreative Milieus wesentlich zur Attraktivität und zum Erfolg der Stadt beitragen. Künstler und Kulturschaffende prägen seit jeher nachhaltig urbane Lebensräume. Künstler, Kulturschaffende und Galeristen, wie auch Unternehmen aus den Bereichen Architektur, Film, Musik, Werbung und dem Verlagswesen bereichern die Qualität unserer **Zunft[quartiere]** .

Städte bemühen sich daher immer intensiver, neue Ideen und Strategien für Räume zur Entfaltung kreativer Milieus zu entwickeln. **Zunft[quartiere]** bieten dabei einen pragmatischen Lösungsansatz.

## **04: DAS RUHRGEBIET: DIE ADRESSE DER JUNGEN GENERATION!**

**Das Ruhrgebiet muss sich als junge Region präsentieren, dann wachsen Attraktivität und Anziehungskraft.**

Die Stimme der jungen Generation muss bei politischen Entscheidungen mehr Gehör finden. Das stärkt die Wahrnehmung als junge Region und sorgt für zusätzliche Anziehungskraft weit über die Region hinaus.

Nur wenn es gelingt, mit Angeboten speziell für junge Familien und Berufseinsteiger zu überzeugen, wird das Ruhrgebiet im internationalen Vergleich eine Zukunftsperspektive haben. Aktivposten sind ein attraktives städtisches Leben, eine lebendige Start-up-Landschaft sowie Unternehmen, die auf Partizipation und Mitgestaltung setzen.

### **Was leistet unser Zunft-Ansatz:**

**Zunft[orte]** mit neuen Formen des Konsums, des Lebens und des Arbeitens werden auch durch eine neue Form des Miteinanders geprägt sein: Ressourcen, die gemeinsam genutzt, Projekte, die zusammen initiiert werden, Geschäftsmodelle, an denen alle teilhaben können.

Möglich wird dies über unser digitales **Zunft[netz]**, das ein High-Performance WiFi-Netz mit einer Cloud-Plattform verbindet und alle Stakeholder von Nachbarn, Kunden/Besuchern über Erzeuger, Gastronomen sowie weiteren Nutzern miteinander vernetzt. Damit wird es möglich, den Beteiligten smarte Services anzubieten, um neue Umsätze zu generieren, Prozesse zu optimieren und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Nutzer, Kunden und Besucher werden an den **Zunft[orten]** automatisch mit dem Wi-Fi und dem Online-Shop verbunden, so dass auch hier ein neues Einkaufserlebnis entsteht.

Entsprechend unseres kooperativen Sharing-Ansatzes werden die Partner an den Orten auch an den über das **Zunft[netz]** zusätzlich erzielten Umsätzen beteiligt.

## 05: STRAHLKRAFT DURCH TRADITION UND MODERNE!

**Das Ruhrgebiet braucht für seine Strahlkraft ein zukunftsgerichtetes Leitbild und ein Erscheinungsbild, das die vergangenheitsbezogene Symbolik von Kohle und Stahl kontrastiert.**

Attraktive Ballungsräume zeigen ein Profil, das Tradition und Moderne ausbalanciert. Sie schöpfen Kraft aus identitätsstiftenden Zeichen, die an große Aufbauleistungen erinnern. Sie lassen aber auch genügend Raum für Leitbilder, die auch in ihrer Erscheinung selbstbewusst Modernität und Zukunft widerspiegeln.

Für die Wahrnehmung als Zukunftsregion muss das Ruhrgebiet deswegen neben den Symbolen seiner ehemals dominierenden Montanindustrien Kohle und Stahl neue, nach vorn gerichtete Zeichen setzen: Es braucht ein Leitbild für die Zukunft und es braucht neue "Ikonen", die stellvertretend Aufbruch, Erneuerung und Erfolg sichtbar machen.

### **Was leistet unser Zunft-Ansatz:**

Letztendlich haben uns auch die neuesten Umweltkatastrophen vor Augen geführt, wohin ein ungezügelter Konsum hinsichtlich unseres Flächenverbrauchs führt. 50 Hektar Verkehrsfläche, entsprechend etwa 70 Fußballfeldern, werden in Deutschland jeden Tag versiegelt. Die mit dem Flächenverbrauch einhergehende Versiegelung macht Böden undurchlässig für Niederschläge und zerstört die natürlichen Bodenfunktionen.

Auf dem Weg zu einer treibhausneutralen Gesellschaft und Wirtschaft wird es deshalb notwendig sein, den Flächenverbrauch deutlich unter 30 Hektar pro Tag zu reduzieren. Daher wird ein **nachhaltiges Bauen**, das auf **Bestandsgebäude** und auf die Nachnutzung von bereits versiegelten Flächen setzt, in den Fokus rücken. Gleichzeitig gibt es in vielen Kommunen ungenutzte oder zu revitalisierende Orte, die durch einen professionellen Partner zu einem Magnet für Handel, Dienstleistung, Kultur, Begegnung, Leben, Wohnen und Arbeiten werden können, wodurch dann auch die Region neue Impulse erhält.

Der Vorrang von Landschaft vor der Bebauung, das sowohl regionale als auch lokale Vernetzen und die Ausbildung eigenständiger Quartiere sollen hierbei eine nachhaltige und den notwendigen Veränderungen angemessene Grundlage für neue „**Zunft[orte] - Dritte Orte**“ schaffen, die von der Bevölkerung und den öffentlichen Stakeholdern dann auch eine hohe Akzeptanz und Unterstützung erfahren werden.

Die stationären Gewerbetreibenden vor Ort, von Handel, Handwerk bis Manufaktur werden über unsere **Zunft[netz]** digital ertüchtigt und zukunftssicher gemacht.

## **06: VITALE BILDUNGSLANDSCHAFT FÜR SOZIALE STABILITÄT!**

**Bildung wirkt sozialer Desintegration nach innen entgegen und erhöht die Attraktivität nach außen. Dafür braucht das Ruhrgebiet in der Bildungslandschaft Spitze wie Breite.**

Das Ruhrgebiet muss seine vorhandene vitale Bildungslandschaft weiter ausbauen. Konzepte zur Teilhabe von einkommensschwachen Bevölkerungsgruppen und Migranten dominieren die bildungspolitische Agenda. Sie sorgen nicht nur für Chancengleichheit, sondern sind auch zwingende Voraussetzung für die wirtschaftliche Kräftigung der Region.

Auf der Ebene der Hochschulen ist Elite allein kein Ausweis einer vitalen Bildungslandschaft. Ballungsräume schöpfen ihre Kraft aus vielfältigem und vernetztem Wissen. Deshalb gehören Eliteuniversitäten genauso zu einem attraktiven Bildungsangebot wie ein dichtes Netz von eng kooperierenden Fachhochschulen und Universitäten.

### **Was leistet unser Zunft-Ansatz:**

Vernetzung zwischen Kreativität, handwerklichem Können und digitalisierter, individueller Fertigung in den Regionen.

Manufaktur erscheint als eine mögliche Antwort auf die Ermüdung der Konsumenten durch die Massenproduktion. Produkte aus Manufakturen implementieren oft einen hohen Grad an Vererbungswürdigkeit verbunden mit nicht entfremdeter oder ursprünglicher Arbeit.

...„Das ist für mich die intelligente Kopplung von Kreativität und fairer serieller Fertigung. Fertigung nach Wünschen, Umsetzung von guten Entwürfen und zwar in einem fairen Arbeitsteilungssystem. Die Manufaktur ist die, die nach Vorgaben vererbungswürdige Produkte herstellt, organisiert und die Transaktion dann auch sicherstellt. So dass der, der etwas Schönes herstellt, dann auch sein Geld bekommt und möglichst pünktlich. Die Prinzipien der Manufaktur sind die Nachprüfbarkeit.“...

**Christoph Hinderfeld, Gründer der Die Zunft AG** in „Manufaktur im Gespräch“ - Uni Halle Burg Giebichenstein 2010

([www.burg-halle.de/media/documents/Design/Mode-Design/Textildesign/Broschueren/Manufaktur\\_im\\_Gesprach.pdf](http://www.burg-halle.de/media/documents/Design/Mode-Design/Textildesign/Broschueren/Manufaktur_im_Gesprach.pdf) )

## **07: REINDUSTRIALISIERUNG NUR MIT DIGITALISIERUNG!**

**Die Digitalisierung revolutioniert die gesamte Wirtschaft und eröffnet gleichzeitig neue Marktchancen für ganze Regionen. Mit seiner gewaltigen industriellen Erfahrung und seiner großen Kompetenz im Strukturwandel kann das Ruhrgebiet diese Revolution für eine neue wirtschaftliche Blüte nutzen und wieder eine führende Wirtschaftsregion werden.**

Die Digitalisierung stellt schon in den nächsten Jahren das gesamte Branchengefüge auf den Kopf. Sie entscheidet damit auch über das Schicksal ganzer Regionen und Ballungsräume. Dabei geht es vor allem darum, technologische Innovationen im großen industriellen Maßstab für die eigene Zukunftsgestaltung als Wirtschaftsregion zu nutzen.

Das Ruhrgebiet ist dafür wie kaum eine andere Region prädestiniert: Es verfügt über die notwendige industrielle Erfahrung, Kompetenz im Strukturwandel und eine wachsende Forschungslandschaft. Mithilfe einer digitalen Agenda, die alle Institutionen und Entscheider der Region hinter sich versammelt, kann das ehemalige Kohle- und Stahlrevier diese epochalen Gestaltungsauftrag selbstbewusst annehmen und eine neue Wirtschaftskraft entfalten. Die Menschen im Ruhrgebiet müssen die Chancen der Digitalisierung für sich entdecken und begreifen. Erst dann kann sich die Region wirklich transformieren und wieder attraktiv und zukunftsfähig werden.

### **Was leistet unser Zunft-Ansatz:**

Die **Die Zunft AG** setzt auf Werte, die Rückbesinnung auf faire Handelsansätze und auf Qualität. Lokales Handwerk, Manufakturen, Dienstleistungen, Genuss, Arbeit und Wohnen werden an authentischen Plätzen und Orten zusammengeführt.

**Zunft[orte]** sind Plätze mit einem ganzheitlichen Ansatz. Es entstehen neue Formen von Leben und Wohnen, Gemeinwohlorientierung, Konsum und kleinteiligem Arbeiten sowie Angebote aus den Bereichen Slow-Food-Gastronomie, Nachhaltigkeit, Manufakturen, Design, Healthness, Edutainment, Kunst & Kultur und Events. Jeder Nutzer ist dabei den anderen Nutzern gleichzeitig Frequenzbringer und die digitale Vernetzung führt zu Reichweiten und Angeboten, die jeder Einzelne für sich alleine nicht realisieren könnte.

Ein technologisch-digitales Gesamtkonzept wird integraler Bestandteil eines jeden **Zunft[ortes]** sein. So werden über ein Wi-Fi Netz und eine Software Cloud-Plattform alle Lebensbereiche intelligent und sicher miteinander vernetzt. Die einzelnen Nutzer können individualisiert Services genau für ihre Bedürfnisse nutzen. Über digitale Werbung am Point of Sale, eine regionale E-Commerce Plattform und weitere Angebote erschließt die **Die Zunft AG** weitere attraktive Einnahmequellen, von denen auch die Mieter und weitere Stakeholder profitieren werden.

In Coworking-Spaces der **Zunft[orte]** können sich gezielt junge Start-ups niederlassen und von unserem Netzwerk profitieren.

Mit dieser neo-traditionellen Prägung **aller Zunft[orte]** verfügt die **Die Zunft AG** über europaweite Alleinstellungsmerkmale.



## **Kontakt**

Die Zunft AG / Zunft[orte] AG / Zunft[werk] GmbH  
Villa Wolf . Weinstraße 1  
D-67157 Wachenheim/Weinstraße

Ansprechpartner:  
Dipl.-Kfm. Christoph Hinderfeld  
Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender

Mobil: +49 (0)151.15307908  
Mail: c.hinderfeld@die-zunft.com

[www.die-zunft.com](http://www.die-zunft.com)  
[www.arminiusmarkthalle.com](http://www.arminiusmarkthalle.com)  
[www.facebook.com/zunftorte](https://www.facebook.com/zunftorte)