

# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

## TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Der Städtetourismus ist aktiver Teil einer integrierten Stadtentwicklung, in der Wirtschaftsinteressen, Lebensqualität für die Bevölkerung, Umweltaspekte und Attraktivität für Besucher der Stadt zusammen gedacht werden.

Wo die Städte die Bedeutung des Städtetourismus als Wirtschaftszweig erkennen und in Folge Investoren mit ins Boot holen, sind die Chancen eines Zukunftssicheren Stadthaushaltes gesichert.

Für Fachkräfte und Unternehmen sind die Städte attraktiv die ein gutes Umfeld und einen Kulturellen hohen Freizeitwert bieten.



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Es sind die Wahrzeichen der Städte, die jeder kennt und die den Stadttourismus wesentlich beeinflussen.

Die Reislust der Deutschen ist ungebrochen und konzentriert sich immer mehr auf Inlandsreisen mit Städtetouren. Flusskreuzfahrten sind für Senioren ein Renner.

So wird der Tourismus und Stadttourismus Motor für Wachstum und Beschäftigung. Zur Zeit hat der Tourismus eine Wertschöpfung von 4% und erwirtschaftet einen Ertrag von € 124 Milliarden. Die Beschäftigtenzahl liegt z. Z. bei 2,8 Mio. und wird im Jahr 2040 3,6 Mio. betragen. Die Wertschöpfung kann 10% erreichen und Leitökonomie werden. Erfolgreich im Stadttourismus sind immer die Städte, die ein markantes Wahrzeichen haben.

# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Unser Wohlstand, ist stark vom Export unserer Produkte, die weltweit für ihre Qualität, Zuverlässigkeit und Präzision geschätzt sind, abhängig.

Diese positiven Bewertungen der Produkte Made in Germany resultieren aus einem starken Fokus der Bildungs- und Ausbildung-Systeme, der Forschung und Entwicklung.

Mit der Living Bridge2 soll ein faszinierendes Brückengebäude entstehen das alle Standards der Energie- und Wassereffizienz, das mit Materialien aus der Kreislaufwirtschaft gebaut, dass die Innenräume zur Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden hergerichtet sind, dass letztlich ein Markenzeichen für unsere kreativen Ingenieure, Facharbeiter, Wissenschaftler, Erfinder und unserer Wirtschaft „Made in Germany,, darstellt.

# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Die Transformation, in dem wohl wirtschaftlich bedeutendsten Bundesland NRW, das geprägt durch seine traditionelle Industrie ist, wird es eine besondere Herausforderung für die Politik und Wirtschaft sein, diese zu bewerkstelligen.

Die Arbeitszeiten werden kürzer, ein ständiges Lernen ist angesagt, die Freizeiten und das Reisen wird ein anderes.

Mit der LivingBridge2 soll auch ein Wahrzeichen für eine gelungene Transformation stehen.

# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

Weiterbildung & Green Deal MADE IN GERMANY



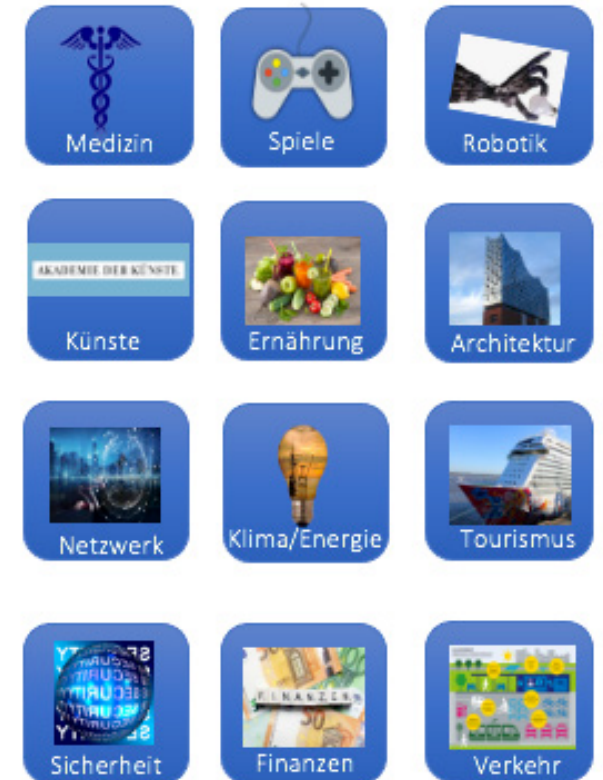
Die LivingBridge2 soll mit seinen Bildungsseminaren und Workshops eine Begegnungsstätte von Studenten, Wissenschaftlern und der Wirtschaft sein. In Workshops mit Studenten, Wissenschaft und Mitarbeiter der Wirtschaft, sollen Lösungen diskutiert und entwickelt werden.

Talente zu finden, ist eine wichtige Aufgabe, die sowohl für Unternehmen als auch für Organisationen und Teams entscheidend ist.

Hier solle eine Talente Pool Datenbank, die KI gestütztes Applicant Tracking Systems Tools beinhaltet, effektive und wertfrei neue Talente finden.



## BILDUNGSEINRICHTUNGEN



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

## TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Der Inlands-Tourismus ist die Branche mit dem größten stetigen Wachstum und Motor einer Entwicklung.

Im Stadttourismus sind Berlin, München und Hamburg, die alle mit ihren Wahrzeichen Millionen von Besuchern anziehen, die Favoriten.

Düsseldorf als Landeshauptstadt von NRW kann mit dem Wahrzeichen der LivingBridge2, das neue „Green Deal Made in Germany“ präsentieren und sich im Ranking des Stadttourismus wesentlich verbessern. So werden die Besucher der „Kö“ die als eine der luxuriösesten Einkaufsmeilen Europas gilt, auch die Muisca-Hall2, die 3-D Visio Show und in dem Restaurant der LivingBridge2 speisen. Der Weg zum Hotel führt die Gäste über die Dachterrasse, die zu Verweilen einlädt. Hier kann in der Sky Bar die Skyline der Stadt bewundert werden.



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

## ZUKUNFT NORDRHEIN-WESTFALEN

Nordrhein-Westfalen ist mit rund 18 Millionen Einwohnern das bevölkerungsreichste Bundesland mit dem Größtes BIP Deutschlands. Wird der BIP aber pro Kopf bewertet, liegt NRW auf Platz 7.

NRW muss die Transformation bewerkstelligen und dazu braucht es Mut und weitsichtige Entscheidungen, von politischer Tragweite.

Nur wenn es gelingt Neue nationale und internationale Unternehmen und Dienstleister, Startups, Fachkräfte, Studierende, und Forschungseinrichtungen nach NRW zu holen, wird auch die Transformation Gelingen.

Die Attraktivität der Landeshauptstadt Düsseldorf soll mit dem Wahrzeichen „Living Bridge2“ verbessert werden.

Neuer bezahlbarer Wohnraum muss auch im Umfeld der Landeshauptstadt entstehen die optimalen Bedingungen erfüllt. ÖPNV-Anbindungen



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

ZUKUNFT NORDRHEIN-WESTFALEN



Bildung und Weiterbildung wird der Schlüssel zum Erfolg. Mit der Einzigartigkeit und architektonische Schönheit macht die Living Bridge mit seinen Bildungseinrichtungen Veranstaltungen, Seminare für Studierende, Wissenschaftlern und Wirtschaft besonders attraktiv. Die Emotionale persönlichen Erinnerungen der Besucher wird dazu beitragen, dem Wahrzeichen eine besondere Bedeutung zu verleihen.

Die Öffentliche Meinung und Medienpräsenz in den sozialen Netzwerken wird inspirieren für neue Besucher sein.

Die Rolle des Wahrzeichens LivingBridge2 im täglichen Leben der Region und des Landes NRW wird Motor für Wachstum und Wohlstand sein.





# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Der 3D-Tourismus, als virtueller Tourismus (Virtual Reality), kann der Besucher auf der Living Bridge hautnah erleben. Hier zeigen Reiseveranstalter den Besuchern Ihre Reiseziele in einer Virtual Reality Darbietung und in der 3-D Arena, in einer Virtual Reality-Show, die alle Sinne anspricht.

Sie ermöglicht Reisen für alle Menschen mit eingeschränkter Mobilität, ältere Menschen oder Personen mit gesundheitlichen Problemen können hier virtuelle Reisen erleben.

Reisen ohne Grenzen und Virtuelle Touren ermöglichen den Zugang zu entfernten oder schwer erreichbaren Orten ohne die Notwendigkeit langer und teurer Reisen.



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Virtuelle Museen und historische Stätten können besucht werden, die sonst nicht zugänglich sind.

Virtuelle Nachbildungen von gefährdeten Kulturstätten helfen, diese für zukünftige Generationen zu bewahren und zugänglich zu machen.

Virtuelle Reisen tragen zur Verringerung der Umweltauswirkungen des Tourismus bei, indem sie die physischen Reisen verringern.

Virtueller Tourismus kann bei zukünftigen globalen Krisen als alternatives Mittel zur Förderung von Kultur und Reisen dienen.

Der 3D-Tourismus auf der Living Bridge wird den traditionellen Tourismus ergänzen und beflügeln.



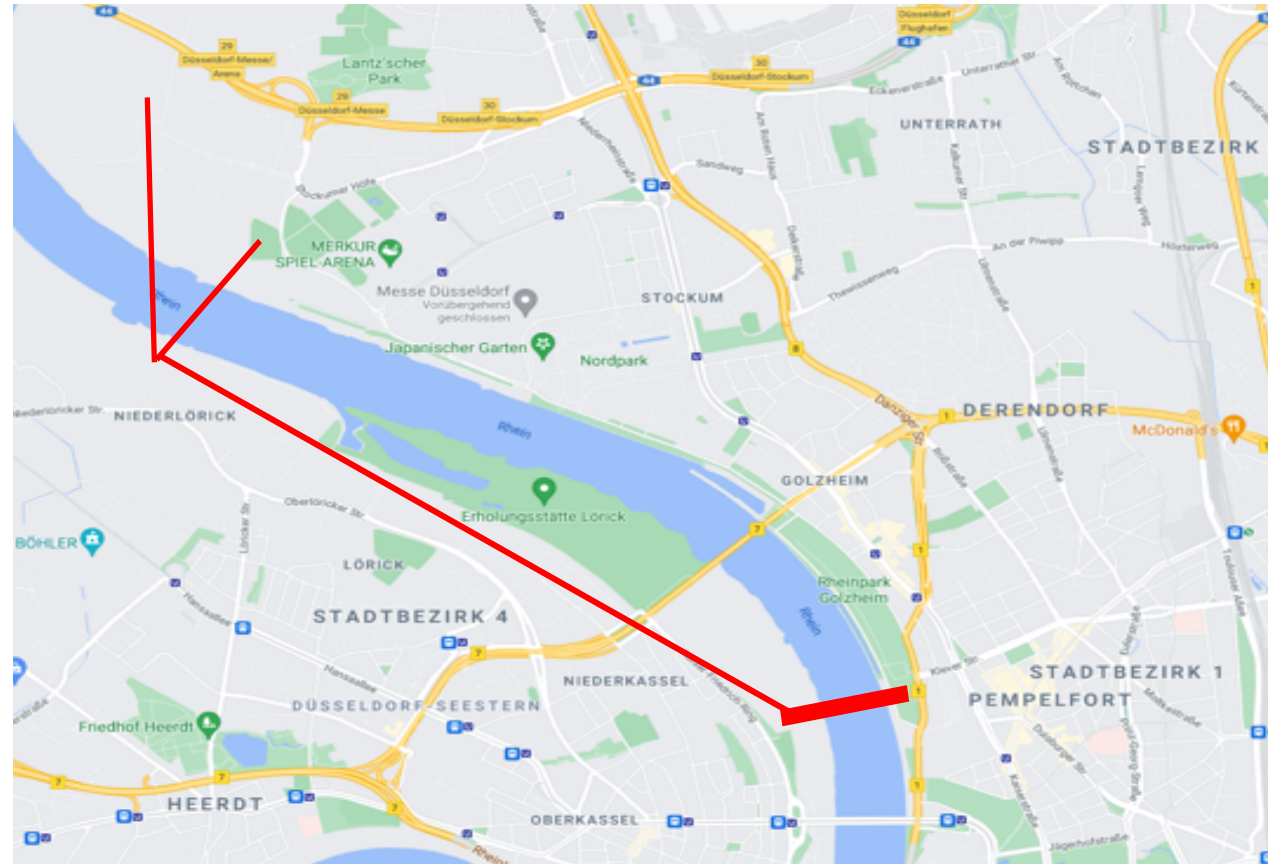
# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Die Verkehrswege für die Besucher sind einmalig. Ob per Flugzeug, Bahn, Schiff, Auto oder Fahrrad.

1500 Dauerparkplätze für E-Autos und E-Fahrräder stehen am Messegelände für die Besucher zu Verfügung. Per Seilbahn geht es zur LivingBridge2.



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY

Eine nachhaltige Architektur und Bauweise werden vorbildhaft sein.

100% der Energieversorgung werden durch Laufwasser, Aufwindkraft und Photovoltaik erreicht.



---

Durch ihre Attraktivität wird die LivingBridge2  
3,5 Mio. zusätzliche Besucher anziehen.

800.000 Besucher werden die ARENA-Hall2 Musi-  
calbesucher und die 3-D-Reise-ARENA besuchen.

730 Veranstaltungen finden statt.

680 Mio. zusätzliche Einnahmen für die  
Region sind pro Jahr zu erwarten.



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

TOURISMUS & Green Deal MADE IN GERMANY



Das Anforderungsprofil wird in einem Gremium aus Mitgliedern der Stadt, des Landes, und Fachleuten erstellt.

Das Finanzierungsmodell: Stadt, Land NRW, Bund, EU, Wirtschaft, Crowdfunding und Investoren.

Realisierungszeitraum: 12 Jahre

Vorgehensweise: Politische Interessenvertreter überzeugen, Ämter einbeziehen, Vorstudie Machbarkeit, Medien, Gesellschaft, Wirtschaft/Verbände für das Konzept gewinnen, Finanzierung sichern und starten.



# SYMBOL UND WAHRZEICHEN „LIVING BRIDGE2“

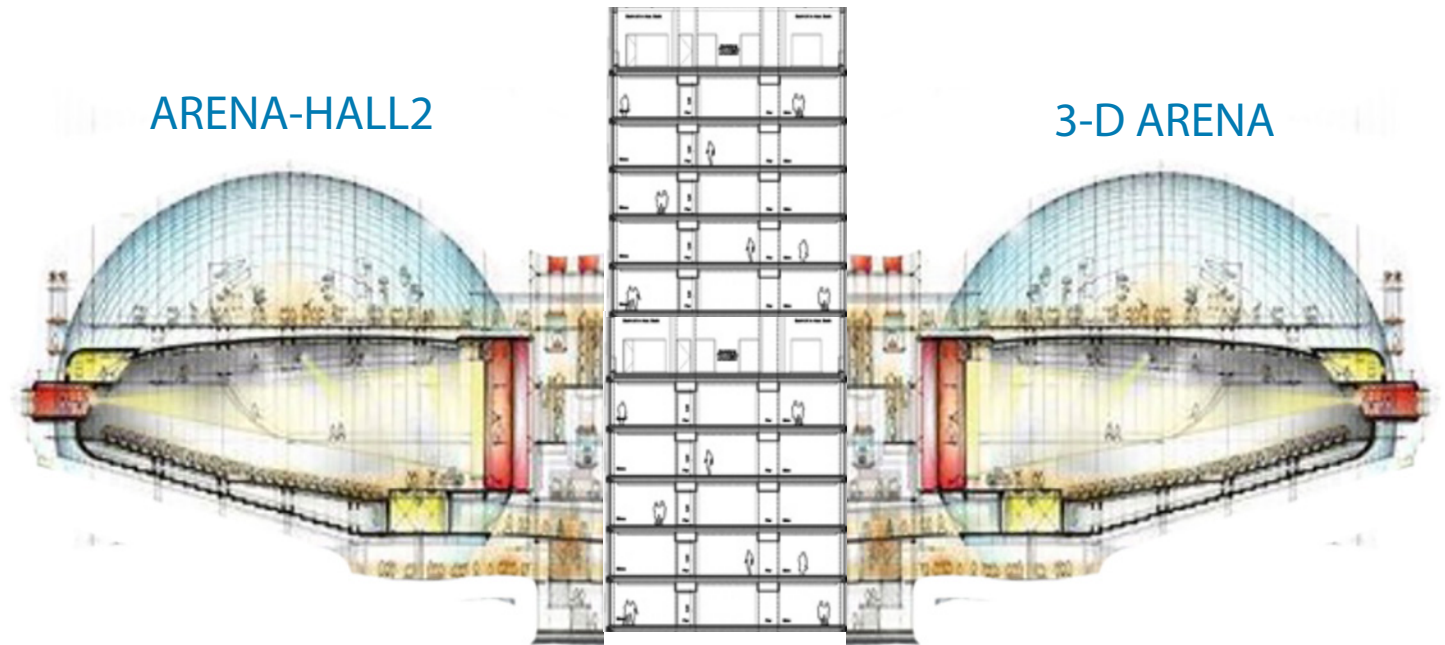
Green Deal MADE IN GERMANY



Wahrzeichen sind immer Erfolgsmodelle.

Nutzen wir die Chance, mit der LivingBridge2 der Welt ein Symbol einer gelungenen Kreislaufwirtschaft zu zeigen.

Es geht um ein gantisches Projekt, dass die Fähigkeit des „Green Deal Made in Germany“ beweist.



ZUKUNF BAUEN

TU ES HEUTE DO IT TODAY



---

PhönixConcept

Unter den Eichen 29, 40625 Düsseldorf

Mobil: 0172 27 27 938

Email: [gh@phoenixconcept.de](mailto:gh@phoenixconcept.de)

Web: [www.phoenixconcept.de](http://www.phoenixconcept.de)

Erstellt: Georg Hellwig, 2022