

10 Jahre „Driving Business“: BILSTER BERG zieht Bilanz seiner strategischen Neuausrichtung

Der BILSTER BERG blickt auf zehn Jahre strategische Neuausrichtung zurück. Unter dem Leitmotiv „Driving Business“ hat sich der Standort seit 2016 von einem reinen „Drive Resort“ zu einer professionell aufgestellten Plattform für Business-, Marken- und Mobilitätsformate entwickelt. Die positiven Auswirkungen auf Beschäftigung, Organisationsstruktur und regionalen Wertschöpfung sind heute deutlich messbar.

Seit seiner Eröffnung im Jahr 2013 steht der BILSTER BERG für Fahrleidenschaft und automobiler Technik. Ohne Tribünen und Rennbetrieb war die Anlage von Anfang an nicht als Rennstrecke, sondern als Ort für intensive Fahrerlebnisse konzipiert. Mit wachsendem Betrieb wurde jedoch schnell klar, dass ein solcher Standort langfristig auch wirtschaftlich tragfähig aufgestellt sein muss.



Foto: Thomas Schorn / BILSTER BERG

Neue Ausrichtung – neue Formate

Mit der Fokussierung auf „Driving Business“ ab 2016 nahm die Zahl der Business- und Markenformate deutlich zu. Unternehmen nutzen den Standort seitdem verstärkt für Produktpräsentationen, Tests, Trainings sowie Kommunikations- und Eventformate. Der pandemiebedingte Einbruch in den Jahren

2020 und 2021 wurde in den Folgejahren schrittweise aufgeholt. Heute verzeichnet der BILSTER BERG wieder einen stabil wachsenden Trend bei Business- Markenveranstaltungen.

„Uns war früh klar, dass der BILSTER BERG langfristig nur dann funktionieren kann, wenn wir ihn auch wirtschaftlich denken“, sagt Hans-Jürgen von Glasenapp, Projektentwickler und Geschäftsführer am BILSTER BERG. „Driving Business steht für genau diesen Anspruch: Emotionen zu ermöglichen und gleichzeitig Verantwortung für einen nachhaltigen Betrieb zu übernehmen.“



Foto: Bodo Kräling & Patrick Meise / BILSTER BERG

Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Wertschöpfung

Parallel zur strategischen Neuausrichtung hat sich auch die interne Organisation kontinuierlich weiterentwickelt. Während zum Start 2013 rund 19 Mitarbeitende am BILSTER BERG beschäftigt waren, wuchs das Team bis 2016 auf etwa 26. 2026 werden rund 32 Mitarbeitende am BILSTER BERG beschäftigt sein, ein Plus von etwa 68 Prozent seit der Eröffnung. Ein Großteil der Angestellten ist zudem seit Anfang an dabei und hat die Entwicklung mitbegleitet.

Ein zentraler Bestandteil der DNA des BILSTER BERG ist seine enge regionale Verankerung. Das Unternehmen arbeitet mit zahlreichen Partnern aus der Region zusammen, von Dienstleistern über Handwerksbetriebe bis hin zu Firmen aus Technik, Event und Infrastruktur. Damit ist der Standort nicht nur wirtschaftlich gewachsen, sondern auch fest in der regionalen Wertschöpfung verankert.

„Der Wandel vom Drive Resort zum Driving Business hat den BILSTER BERG für weit mehr geöffnet als reines Autofahren“, erklärt Lena Lohr, stellvertretende Leitung Vertrieb und Veranstaltungsmanagement, die bereits seit 2013 am BILSTER BERG tätig ist. „Mit unserem Motto ‚Ihr Business. Ihre Marke. Ihr Erfolg.‘ schaffen wir eine emotionale Bühne für die Produkte unserer Kunden und begleiten sie professionell und serviceorientiert.“

Nach zehn Jahren steht „Driving Business“ heute für eine zukunftsorientierte, professionell organisierte Ausrichtung des BILSTER BERG. Nachhaltige Infrastruktur, moderne Mobilitätskonzepte und eine klare wirtschaftliche Perspektive bilden die Grundlage für die weitere Entwicklung des Standorts.

– endet –

Bildmaterial: [Pressemitteilung 10 Jahre Driving Business](#)

Nutzung für editoriale Zwecke frei, Copyright-Angabe BILSTER BERG / Thomas Schorn / Bodo Kräling / Patrick Meise

Über den BILSTER BERG

Gebaut auf einem Munitionsdepot der NATO Rheinarmee in Bad Driburg, ca. 200 km östlich von Köln gelegen, wurde der BILSTER BERG am 1. Juni 2013 eröffnet. Nach einer Planungszeit von 7 Jahren war dies das erste Mal nach 80 Jahren, dass eine neue Rundstrecke in West-Deutschland den Betrieb aufnahm. Der Formel 1-Architekt Hermann Tilke und die deutsche Rallye-Legende Walter Röhrl waren maßgeblich in die Planung und den Bau involviert. Dennoch wurde der BILSTER BERG nicht vorrangig als Rennstrecke konzipiert. Automobilhersteller mieten den BILSTER BERG oft als Test- und Präsentationsstrecke. Durch das White Label Prinzip der Strecke wird sie auch gerne für Produktpräsentationen und von Filmcrews genutzt. Zum BILSTER BERG gehören zudem ein Offroad-Parcours, ein Clubhaus, das Restaurant TURN ONE sowie eine Dynamikfläche. Das Projekt kostete 34 Millionen Euro und wurde ausnahmslos privat, von 180 Gesellschaftern, finanziert. Alle Gesellschafter haben die Möglichkeit an ausgewählten Terminen selber auf der Strecke zu fahren.

Ihre Ansprechpartnerin



Charlotte Henke

Marketing & Kommunikation

T +49 5253 973 90 20

F +49 5253 973 90 22

E charlotte.henke@bilster-berg.de

Bilster Berg Drive Resort GmbH & Co. KG, Bilster Berg 1, 33014 Bad Driburg www.bilster-berg.de

