

Vorlage		Vorlage-Nr: FB 02/0033/WP18
Federführende Dienststelle: Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa		Status: öffentlich
Beteiligte Dienststelle/n:		Datum: 09.04.2021
		Verfasser/in: FB 02
Aachen-Nord. Die zweite Gründung. Nutzungs- und Vermarktungskonzept		
Ziele:		
Beratungsfolge:		
Datum	Gremium	Zuständigkeit
28.04.2021	Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung	Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung nimmt die Ausführungen zum Nutzungs- und Vermarktungskonzept zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, die beauftragte Studie zu einem späteren Zeitpunkt durch die CIMA Beratung und Management GmbH im Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung vorstellen zu lassen sowie eine Projektgruppe zur Umsetzung von Maßnahmen einzurichten.

Finanzielle Auswirkungen

	JA	NEIN	
		x	

Investive Auswirkungen	Ansatz 20xx	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx	Ansatz 20xx ff.	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx ff.	Gesamt- bedarf (alt)	Gesamt- bedarf (neu)
Einzahlungen	0	0	0	0	0	0
Auszahlungen	0	0	0	0	0	0
Ergebnis	0	0	0	0	0	0
<i>+ Verbesserung / - Verschlechterung</i>	0		0			
	Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden		Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden			

konsumtive Auswirkungen	Ansatz 20xx	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx	Ansatz 20xx ff.	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx ff.	Folge- kosten (alt)	Folge- kosten (neu)
Ertrag	0	0	0	0	0	0
Personal-/ Sachaufwand	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0
Ergebnis	0	0	0	0	0	0
<i>+ Verbesserung / - Verschlechterung</i>	0		0			
	Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden		Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden			

Weitere Erläuterungen (bei Bedarf):

Klimarelevanz

Bedeutung der Maßnahme für den Klimaschutz/Bedeutung der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung (in den freien Feldern ankreuzen)

Zur Relevanz der Maßnahme für den Klimaschutz

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
			x

Der Effekt auf die CO₂-Emissionen ist:

<i>gering</i>	<i>mittel</i>	<i>groß</i>	<i>nicht ermittelbar</i>
			x

Zur Relevanz der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
			x

Größenordnung der Effekte

Wenn quantitative Auswirkungen ermittelbar sind, sind die Felder entsprechend anzukreuzen.

Die **CO₂-Einsparung** durch die Maßnahme ist (bei positiven Maßnahmen):

- gering unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
- mittel 80 t bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
- groß mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Die **Erhöhung der CO₂-Emissionen** durch die Maßnahme ist (bei negativen Maßnahmen):

- gering unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
- mittel 80 bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
- groß mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Eine Kompensation der zusätzlich entstehenden CO₂-Emissionen erfolgt:

- vollständig
- überwiegend (50% - 99%)
- teilweise (1% - 49 %)
- nicht
- nicht bekannt

Aachen-Nord. Die zweite Gründung. Nutzungs- und Vermarktungskonzept

Der Stadtteil Aachen-Nord erfährt im Rahmen des Förderprogramms Soziale Stadt seit über 10 Jahren schon eine besondere Aufmerksamkeit. Das alte Industrieviertel ist auch ausgelöst durch die Stadteilerneuerung bereits seit einiger Zeit Hotspot für zahlreiche spannende Entwicklungen. Die digitalCHURCH ist hier entstanden und in ihr eine Vielzahl an Aachener Startups. Aktuell wird die Jahrhunderthalle durch Kadans Science Partner zu einem neuen Standort für Unternehmen und Forschungseinrichtungen entwickelt. Noch in diesem Jahr soll mit dem Collective Incubator ein weiteres Startup-Zentrum der RWTH in der Jahrhunderthalle angesiedelt werden. Das DEPOT wurde nicht nur zur Heimstatt von sozialen und kulturellen Einrichtungen, sondern ist mittlerweile ein etablierter Ort für unterschiedliche offene wie geschlossene Veranstaltungen. Zukünftig bietet auch das Gelände der ehemaligen Diskothek Starfish als Veranstaltungszentrum (DAS LIEBIG) vorrangig für Wirtschaft und Wissenschaft neue Möglichkeiten der Nutzung. Auch das Technologiezentrum am Europaplatz wird zum „Urban Village“ entwickelt. An den verschiedenen Entwicklungen war und ist die Stadt Aachen in unterschiedlicher Form beteiligt. Grundsätzlich handelt es sich allerdings bislang eher um positive Parallelentwicklungen. Eine stärkere Kooperation, eine gemeinsame Zielrichtung und gemeinschaftliche, konzertierte Aktivitäten versprechen weitergehende Perspektiven und Chancen für Aachen-Nord, sowohl hinsichtlich der Aktivierung von Flächen, der Ansiedlung neuer Arbeitsplätze, der Inklusion der Bewohner*innen, der Belebung des Stadtteils und damit der Steigerung des Images von Aachen-Nord. Um das volle Potenzial, welches diese Entwicklungen mit sich bringen, für Aachen-Nord als Standort ausschöpfen zu können wurde im Jahr 2020 die CIMA Beratung + Management GmbH (CIMA) mit einem Nutzungs- und Vermarktungskonzept für Aachen-Nord beauftragt.

Ziel dieses Konzeptes war es, durch externe Unterstützung ein Nutzungs- und Vermarktungskonzept zur Revitalisierung von Gewerbeflächen in Aachen-Nord erarbeiten zu lassen, um einerseits auf die Gewerbeflächenknappheit innerhalb der Stadt Aachen reagieren zu können, sogenannte Reserveflächen zu aktivieren sowie dem Nachhaltigkeitsgedanken nachzukommen. In Aachen-Nord bietet sich derzeit ein Potenzial von über 390.000 m² nicht bzw. mindergenutzter Fläche, das ist so viel wie an keiner anderen Stelle im Aachener Stadtgebiet.

Im Sinne einer nachhaltigen Neuordnung Aachen-Nords wurden bei der Konzeptionierung die zukunftsweisenden und regionalen Erkenntnisse aus (Gewerbe-)Flächennutzung, Energie, Digitalisierung und Mobilität herangezogen, um zur Verbesserung der öffentlichen Räume, des Wohn- und Gewerbeumfeldes sowie der privaten Flächen beizutragen. Ziel soll sein, proaktiv die minder- und ungenutzten Flächen zu aktivieren und einer geeigneten Nachnutzung zu zuführen und somit die Beseitigung von gewerblichem Leerstand einzuleiten. Dabei ist die Revitalisierung von Flächen als Chance zu nutzen, einen weiteren hochschulnahen, integrierten Gewerbebestandort zu entwickeln, welcher für Unternehmensansiedlungen im und aus dem Hochschulumfeld sowie Startups besonders attraktiv ist. Aachen bietet hier besonderes Potenzial, da bspw. der Anteil der wissensintensiven Industrien bei 49 % an der Gesamtzahl der Betriebe des verarbeitenden Gewerbes liegt. Dies ist besonders hoch, da im Vergleich der Anteil in größeren Wirtschaftszentren, wie bspw. in Köln und Dortmund nur bei 38 % bzw. 41 % liegt. Ein ähnliches Bild zeichnet sich dabei auch bei den Betrieben aus dem Segment der Verarbeitenden Industrie mit dem Schwerpunkt Industrie 4.0 ab. Da zudem zunehmend Betriebe die Nähe zu Wissenschaft und Wissenswirtschaft suchen, erscheint die

Ansiedlung weiterer Arbeitsplätze und die Entstehung eines entsprechenden Wirtschaftsökosystems als möglich.

Der Standort Aachen-Nord ist bereits jetzt für seine Heterogenität bekannt und sollte laut des Nutzungs- und Vermarktungskonzepts in diesem Sinne unterstützt und fortgeführt werden. Aus dem einstigen reinen Gewerbe- und Arbeiterstandort kann sich durch die Gestaltung öffentlicher Wege, Plätze, Grün- und Freiräume, durch moderne Unternehmen sowie Smart City-, Mobilitäts- und Infrastrukturkonzepte ein lebendiges, nachhaltiges und vernetztes Quartier entwickeln, welches die Anforderungen an eine veränderte Arbeitswelt und die Prinzipien der Nachhaltigkeit berücksichtigt.

Die CIMA unterteilt das Untersuchungsgebiet Aachen-Nord dabei in verschiedene Bereiche. Der Kernbereich erstreckt sich entlang der Jülicher Straße und bietet alleine schon 16,2 ha Flächenpotenziale. Die von der CIMA benannten Aktivierungsflächen im Kernbereich Aachen-Nord werden dabei wie folgt in gewerbliche Bauflächen unterteilt: 60.200 m² laufende Planung, 45.700 m² derzeit ungenutzt, 35.400 m² mindergenutzt und 20.900 m² ungenutzt. Standortprägend im Kernbereich sind aktuell die großen Betriebsflächen von tradierten Unternehmen, neue Nutzungen durch Beratungsunternehmen, Ingenieurfirmen sowie hochschulnahe bzw. digitale und wissensbasierte Institutionen und Unternehmen, aber auch die Kombination aus Kultur- und Freizeit. Zukünftig könnte dieser Bereich zum Kreativquartier bzw. Herz für Aachen-Nord weiterentwickelt werden. Daneben entwickelt sich das Gebiet um die Krefelder Straße herum zum modernen Büro- und Dienstleistungsstandort. Neben den Neubauten der Aachener Landmarken AG wird auch die Weiterentwicklung des Sportpark Soers eine wichtige Rolle spielen. Die Achse entlang des Grünen Weg hingegen ist seit Jahren geprägt durch Mindernutzungen und einzelne Brachflächen. Eine Aufwertung gelang hier in den letzten Jahren bisher nicht – die CIMA sieht hier einen erhöhten Handlungsbedarf. Potenziale für das Gewerbeband bieten sich dort insbesondere durch die Nähe zum Kernbereich und die laufenden Entwicklungen im Umfeld. Neu definiert wurde durch die CIMA das Hybrid Quartier entlang der Wurm, südöstlich der Jülicher Straße. Hier empfiehlt die CIMA eine kleinteilige Mischung von Wohnen und Arbeiten.

Das von der CIMA entwickelte Zukunftsprofil für den Unternehmensstandort Aachen-Nord baut dabei auf den folgenden vier Faktoren auf: Veränderung der Arbeitswelten (Arbeiten 4.0), Prinzipien der Nachhaltigkeit, vernetztes Denken (Smart City - Gedanke) sowie Profil durch die Historie des Ortes. Die davon abgeleitete leitende Vision für den ZukunftsRaum Aachen-Nord wird wie folgt definiert:

- Aachen Nord wird zu einem zukunftssträchtigen und nachhaltigen Gewerbebestandort mit Aufenthaltsqualität, der den Herausforderungen der Digitalisierung und des Klimaschutzes unserer Zeit gerecht wird.
- In Aachen Nord finden Unternehmen Platz in jeder Phase. Von der Gründung, über das Wachstum, bis hin zur Etablierung.
- Smarte Lösungen im Bereich Ökonomie, Ökologie und Soziales sowohl für die Wirtschaft als auch für die Bewohner*innen werden hier entwickelt und / oder kommen hier zum Einsatz.
- Die Entwicklung des Gewerbebestands geschieht gemeinsam mit den vor Ort agierenden Akteuren.

Erste Schritte zur Umsetzung wurden dabei bereits durch die Einrichtung eines Standortmanagements im Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa gegangen. Das Gebiets- bzw. Standortmanagement wurde als zentrales Element für die weiteren Schritte durch die CIMA benannt. Es fungiert als „Spinne im Netz“ bzw. Kümmerer für Aachen-Nord, insbesondere in den Bereichen Unternehmensbetreuung, Informationsweitergabe zur Gebietsentwicklung sowie Prozessorganisation und Koordination.

Zusätzlich soll zeitnah zur Gesamtkoordination der Entwicklungen rund um Aachen-Nord eine Projektgruppe bestehend aus den zuständigen Verwaltungsbereichen sowie externen Akteuren unter Federführung von Dezernat VI bzw. FB 02 eingerichtet werden, um konkrete Maßnahmen in Aachen-Nord koordiniert umzusetzen. Vorgeschlagene Maßnahmen der CIMA-Studie sind u.a. Ansiedlungsgespräche und Unternehmensbesuche, die Ausrichtung der Flächenentwicklung auf Veränderungsprozesse der Arbeitswelt, die Einrichtung eines digitalen Reallabors als Ermöglichungsraum für smarte Lösungen und Anwendungen, die Schaffung eines Unternehmensnetzwerks, gemeinsame Veranstaltungen im Kernbereich Aachen-Nord sowie ein Kommunikationskonzept im Rahmen der gemeinsamen Vermarktung. Neben der Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses für die weiteren Entwicklungen des ZukunftsRaums Aachen-Nord, geht es auch darum, die jeweiligen Kompetenzen der Fachbereiche und Akteure zu nutzen und zu bündeln. Naturgemäß hat das beauftragte Nutzungs- und Vermarktungskonzept seinen Schwerpunkt im Bereich der Handlungsfelder Wirtschaft und Wissenschaft. Das Konzept löst aber weitere Handlungsbedarfe und Bereitschaften zur Weiterentwicklung von Aachen-Nord aus. Mit der Einrichtung der interdisziplinären Projektgruppe soll nun ein noch umfassenderes Handlungskonzept für den Stadtteil erarbeitet werden, das insbesondere die weiteren Schwerpunkte Klimaschutz, Mobilität, Soziales, städtebauliche Attraktivität, Zusammenleben und Quartiersentwicklung, Kultur und Bildung bewertet und konkrete sowie möglichst integrierte Handlungsperspektiven formuliert.

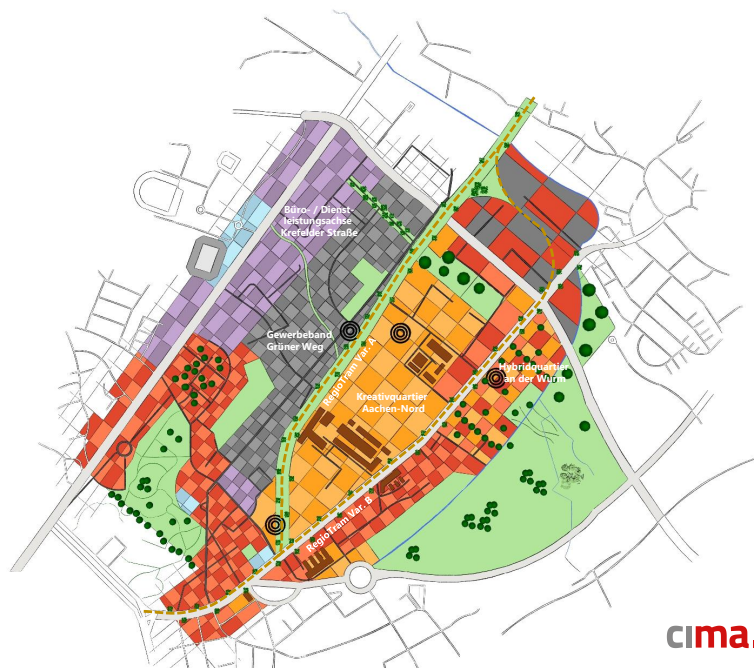
Mit der weiteren Entwicklung des ZukunftsRaums Aachen-Nord steht die Stadt Aachen vor großen Potenzialen und vielfältigen Perspektiven, die zwangsläufig aber auch die entsprechenden Ressourcen erforderlich machen. Bislang konnte der Prozess mit Bordmitteln und dank der Förderung aus dem Programm Soziale Stadt bewältigt werden. Dies muss ggf. in Zukunft durch die Bereitstellung weiterer Kapazitäten und die Einwerbung von Drittmitteln ergänzt werden.

Aufgrund der aktuellen Corona-Situation ist eine Präsentation des Nutzungs- und Vermarktungskonzepts im Rahmen des Ausschusses nicht möglich. Die Studie wird daher zunächst als Anlage beigefügt und zu einem späteren Zeitpunkt durch das Beratungsunternehmen nachträglich vorgestellt.

Aachen-Nord. Die zweite Gründung.

Nutzungs- und Vermarktungskonzept

Stadt+Regionalentwicklung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien



CIMA Beratung + Management GmbH
Goethestraße 2 50858 Köln
T 02234-92965-17
cima.koeln@cima.de

Bearbeitung:
Dr. Wolfgang Haensch
Tim Henry Köster
Nadine Voß

Köln, im Dezember 2020

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)
www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u. a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhalt

Einführung

1 Anlass und Aufgabenstellung	7
2 Methodisches Vorgehen	9

Bestandsaufnahme

3 Rahmenbedingungen	12
3.1 Wirtschaftsstandort Aachen	12
3.2 Gewerbeflächenangebot Stadt Aachen	16
4 Lage und Struktur von Aachen-Nord	18
4.1 Räumliche Abgrenzung	18
4.2 Gebietsstruktur Aachen-Nord	19
5 Vorliegende Konzepte und Planungen	23
5.1 Übergeordnete Konzepte und Beschlüsse	23
5.2 Gebietsbezogene Konzepte	26
6 Flächenpotenziale und laufende Projektentwicklungen	29
6.1 Flächenpotenziale	29
6.2 Laufende Projektentwicklungen	32
6.2.1 Campus Jahrhunderthalle Aachen	32
6.2.2 Liebighöfe	33
6.2.3 Technologiezentrum Aachen am Europaplatz	34
7 Meinungsbild der Unternehmer aus dem Gebiet und weiterer Entscheidungsträger	35
8 Fazit der SWOT-Analyse Aachen-Nord	38

Zukunftsprofil

9 Zukunftsprofil des Unternehmensstandortes Aachen-Nord	41
9.1 Vision und Ziele der Entwicklung Aachen-Nord	41
9.2 Räumliches Zukunftsprofil	45

Gebietsmanagement

10 Konzeption eines aktiven Gebietsmanagements	52
10.1 Verständnis des Gebietsmanagements	52
10.2 Grundlagen der Vermarktung	56
10.3 Maßnahmenübersicht zur Förderung des ZukunftsRaums Aachen-Nord	59

10.4 Steckbriefe zu den prioritären Maßnahmen	62
10.4.1 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 01 (Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität)	62
10.4.2 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 02 (Smarte Lösungen entwickeln und anwenden)	66
10.4.3 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 03 (Gemeinsame Entwicklung des Gewerbestandortes durch wertschöpfende Vernetzungen)	72
10.4.4 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 04 (Vermarktung „ZukunftsRaum Aachen-Nord“)	81
10.5 Organisatorische und sonstige Erfordernisse	88

Abbildungen

Abb. 1:	Konzeptansatz Gebietsmanagement Aachen-Nord	8
Abb. 2:	Projekttablauf Nutzungs- und Vermarktungskonzept von Gewerbeflächen in Aachen-Nord	9
Abb. 3:	Projektbegleitender Workshop vom 25.06.2020	10
Abb. 4:	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2010 - 2019	12
Abb. 5:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2019 nach Wirtschaftszweigen	13
Abb. 6:	Struktur des Verarbeitenden Gewerbes Stadt Aachen nach Wirtschaftsabteilungen	14
Abb. 7:	Anteil "wissensintensiver Industrien" am Verarbeitenden Gewerbe	15
Abb. 8:	Anteil der Betriebe "Industrie 4.0 Kernbereiche" am Verarbeitenden Gewerbe	16
Abb. 9:	Kernbereich und erweitertes Untersuchungsgebiet Aachen-Nord	18
Abb. 10:	Vergleich FNP 1980 mit Änderungen und FNP 2030 Beschlussplan	24
Abb. 11:	Planungen für die Regio-Tram (Linienverlauf und alternative Trassen im Bereich Aachen-Nord)	25
Abb. 12:	Auszüge Rahmenplanung Gewerbegebiet Grüner Weg, 1. Fortschreibung (1997)	27
Abb. 13:	Gewerbliche Flächenpotenziale Aachen-Nord	29
Abb. 14:	Aktivierungsflächen im Kernbereich Aachen-Nord (in m ²)	30
Abb. 15:	Leitende Vision für Aachen-Nord	43
Abb. 16:	Zielkatalog für die Entwicklung des ZukunftsRaums Aachen-Nord	44
Abb. 17:	Räumliches Zukunftsprofil Aachen-Nord	46
Abb. 18:	Standortbereich ehemaliges Kaiserbrunnenareal / Eckgrundstück Lombardenstraße / Jülicher Straße	47
Abb. 19:	Standortbereich Grüner Weg / Einmündung Liebigstraße	48
Abb. 20:	Standortbereich Liebighöfe mit der Location DAS LIEBIG (Visualisierung)	48
Abb. 21:	Standortbereich Hybridquartier südöstlich der Jülicher Straße und Freiraumpotenzial an der Wurm	49
Abb. 22:	Zieldefinition des Gebietsmanagements Aachen-Nord	53
Abb. 23:	Vermarktung von Aachen-Nord im Kontext der Stärken des Wirtschaftsstandortes Aachen	57
Abb. 24:	Maßnahmenkatalog für das Gebietsmanagement des ZukunftsRaums Aachen-Nord mit der Hervorhebung prioritärer Maßnahmen und Wechselwirkungen zu anderen Oberzielen	59
Abb. 25:	Aufgaben des Gebietsmanagements Aachen-Nord bei der Maßnahmenumsetzung mit Prioritätenfestlegung	61



Aachen-Nord. Die zweite Gründung.

Einführung

1 Anlass und Aufgabenstellung

Aachen-Nord: Ein Unternehmensstandort im Wandel

Wie kaum ein anderes Gewerbegebiet in Aachen ist das an der Jülicher Straße gelegene Gewerbegebiet Aachen-Nord ein Spiegelbild der wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts: Das über einen langen Zeitraum fast ausschließlich von traditionsreichen Aachener Großunternehmen, wie dem Textilmaschinenhersteller Krantz, der Waggonfabrik Talbot oder dem Elektrotechnik-Unternehmen Garbe, Lahmeyer & Co. geprägte Gebiet ist heute bereits Standort für eine Vielzahl von innovativen Klein- und Starterunternehmen.

Projekte wie die Umwandlung des früheren Krantz-Geländes in ein privates Gewerbe- und Dienstleistungszentrum, die Umnutzung des ehemaligen Schlachthofes in ein urbanes Gewerbequartier, die laufende Revitalisierung der Jahrhunderthalle von Garbe, Lahmeyer & Co. oder die Planungen zur Nachnutzung des Geländes der früheren Starfish-Discothek stehen für den laufenden Wandel in der Struktur, im Charakter und in den Funktionen des Bereiches Aachen-Nord. Er bildet das Synonym für Urbane Produktion, gleichzeitig aber auch ein Experimentierfeld für die zukunftsfähige Verknüpfung von Arbeiten und Wohnen.

Gleichzeitig stehen einzelne Betriebsflächen auch stellvertretend für viele vergleichbare altindustrialisierte Gewerbegrundstücke, deren Wandel noch nicht erfolgt ist. Ein Beispiel: Nach Aufgabe der Mineralwasserabfüllung wurde das ehemalige Betriebsgelände der Kaiserbrunnen AG mehrmals verkauft, seit rd. 10 Jahren findet keine vollwertige Nachnutzung statt.

Wenige Reserveflächen an anderer Stelle im Stadtgebiet und der Nachhaltigkeitsgedanke sind weitere Anlässe für die Stadt Aachen, mit externer Unterstützung ein Nutzungs- und Vermarktungskonzept zur Revitalisierung von Gewerbeflächen in Aachen-Nord vorzulegen.

Aachen-Nord: Kooperative Konzeptentwicklung und ganzheitlicher Ansatz

Die gezielte Weiterentwicklung eines bestehenden innerstädtischen Gewerbegebietes kann nur in Zusammenwirken von öffentlichen und privaten Akteuren erfolgen; neben der Stadt Aachen sind die ansässigen Unternehmen und Grundstückseigentümer von Beginn an in die Konzeptentwicklung einzubeziehen.

Hinzu kommen weitere Akteure aus Aachen und der Region, die für die gezielte Standortförderung und die konsequente Nutzung der vorhandenen Potenziale von Bedeutung sind: Neben den Hochschulen und Forschungseinrichtungen der Region sind vor allem die vorhandenen Institutionen zur Förderung von Existenzgründungen und Unternehmensansiedlungen sowie des Technologietransfers. Beispielhaft seien die AGIT Aachener Gesellschaft für Innovation und Technologietransfer mbH, die von der RWTH Aachen zur Förderung von Unternehmensgründungen und des Transfers von Innovationen gegründete RWTH Innovation GmbH oder die Netzwerkvereinigung digitalHUB Aachen e.V. genannt.

Ohne der Diskussion über die Merkmale von Urbanen Produktionsstandorten vorzugreifen, bestand von Beginn des Projektes an Konsens, dass in die Konzeptentwicklung frühzeitig auch die Entwicklung von Aachen-Nord als Wohn-, Freizeit- und Kulturstandort einzubeziehen ist. Daher müssen Projekte wie das neue Wohnquartier der Talbothöfe an der Jülicher Straße mitgedacht werden.

Schließlich sind eine Vielzahl von laufende Fachplanungen, wie die Einführung einer Regio-Tram, oder laufende Maßnahmen wie die verkehrliche Ertüchtigung des Grünen Weges, ebenso zu berücksichtigen wie themenübergeordnete Maßnahmen zur Zukunftsentwicklung der Stadt Aachen (z. B. Nachhaltigkeitsstrategie Stadt Aachen).

Aachen-Nord: Beispielgebendes Modell eines aktiven Gebietsmanagements

Das Konzept soll insbesondere eine Fachgrundlage und einen Handlungsleitfaden für das von der städtischen Wirtschaftsförderung betriebene Gebietsmanagement Aachen-Nord bilden. Eingebunden in die bestehende Arbeit der kommunalen Wirtschaftsförderung und der übrigen Fachbereiche der Stadtverwaltung soll das Gebietsmanagement vor allem einer **Stärkung der lokalen Ökonomie** und der **Revitalisierung minder- und ungenutzter Flächen** dienen. Das Gebietsmanagement wird und sollte nicht alle Maßnahmen der Standortentwicklung und des -marketings Aachen-Nord in Eigenregie durchführen, sondern neben der Umsetzung einzelner Maßnahmen vor allem einen koordinierenden und initiierenden Charakter haben. Abb. 1 fasst den Konzeptansatz zusammen.

Abb. 1: Konzeptansatz Gebietsmanagement Aachen-Nord

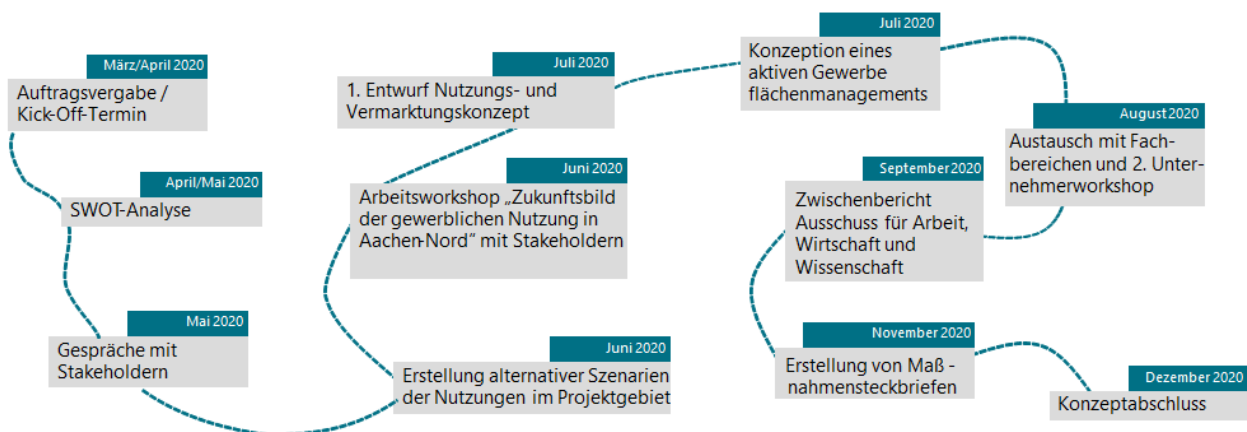


Quelle: cima (2020)

2 Methodisches Vorgehen

Die Konzeptentwicklung erfolgte im Zeitraum März – Dezember 2020 und umfasste die in Abb. 2 aufgeführten Projektschritte.

Abb. 2: Projektlauf Nutzungs- und Vermarktungskonzept von Gewerbeflächen in Aachen-Nord



Quelle: cima (2020)

Mit der Konzeptentwicklung wurde im März 2020 die CIMA Beratung + Management GmbH, Köln, von der Wirtschaftsförderung der Stadt Aachen beauftragt. Zu den einzelnen Arbeitsschritten sind folgende Erläuterungen zu beachten:

- Im Rahmen der **Stakeholdergespräche** wurden im Mai 2020 insgesamt sieben Einzel- oder Gruppengespräche mit im Gebiet tätigen Projektentwicklern und Grundstückseigentümern, Vertretern ausgewählter Institutionen des Technologietransfers und der Innovationsförderung, verschiedener Fachbereiche der Stadt Aachen und der städtischen Wohnungsbaugesellschaft geführt.
- An dem **Arbeitsworkshop „Zukunftsbild der gewerblichen Nutzung in Aachen-Nord“** am 25.06.2020 in der Halle 60 (Liebigstraße) wirken 24 Teilnehmer mit (Gerd Sauren (Aachener Immobilien Gesellschaft), Heinrich Töller (Bäckerei Töller), Jens Tegethoff, Sönke Morgenstern (beide CARPUS + PARTNER), Iris Wilhelmi (digitalHUB Aachen e.V.), Thomas Hübner (GEWOG), Michael Tobias, Thomas Prefi (beide umlaut SE), Julia Hesse (Stadtmarken AG), Katrin Auding (Talbot Services), Peter Hüntten (Krantz Center), Naomi Imai, Leonard Simons, Tobias Fischer (alle smart lab), Carolin Möllers (RWTH Aachen), Dieter Begaß, Michael Schmitz, Katrin Futterlieb, Christiane Schwarz, Tobias Larscheid, Angelika Hildesperger, Praktikantin (alle Stadt Aachen), Dr. Wolfgang Haensch, Tim Henry Köster (beide cima)).

Abb. 3: Projektbegleitender Workshop vom 25.06.2020



Quelle: Stadt Aachen

- Am 18.08.2020 fand ein weiterer **Austausch zwischen der Wirtschaftsförderung Aachen und im Gebiet Aachen-Nord engagierten Unternehmern** statt. Die Veranstaltung diente der vertiefenden Diskussion einzelner Aspekte aus dem Arbeitsworkshop vom 25.06.2020.
- Die relevanten Fachbereiche der Stadt Aachen wurden über eine Mitwirkung an dem Workshop vom 25.06.2020, eine **digitale Arbeitssitzung** mit Mitarbeitern aus dem Dezernat III - Planung, Bau und Mobilität und dem beauftragten Gutachterbüro cima am 04.06.2020 sowie einer **verwaltungsinternen Gesprächsrunde vom 24.08.2020** unter Teilnahme der cima eingebunden.
- Projektbegleitend fanden insgesamt **sechs Arbeitssitzungen** statt, an denen die CIMA Beratung + Management GmbH als beauftragtes Beratungsunternehmen und Vertreter des Fachbereichs Wirtschaftsförderung als Auftraggeber mitwirkten.
- Zwischenergebnisse wurden dem **Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft der Stadt Aachen** am 09. September 2020 ebenso vorgestellt wie eine Endpräsentation vor dem gleichen Ausschuss erfolgte.



Aachen-Nord. Die zweite Gründung.

Bestandsaufnahme

3 Rahmenbedingungen

3.1 Wirtschaftsstandort Aachen

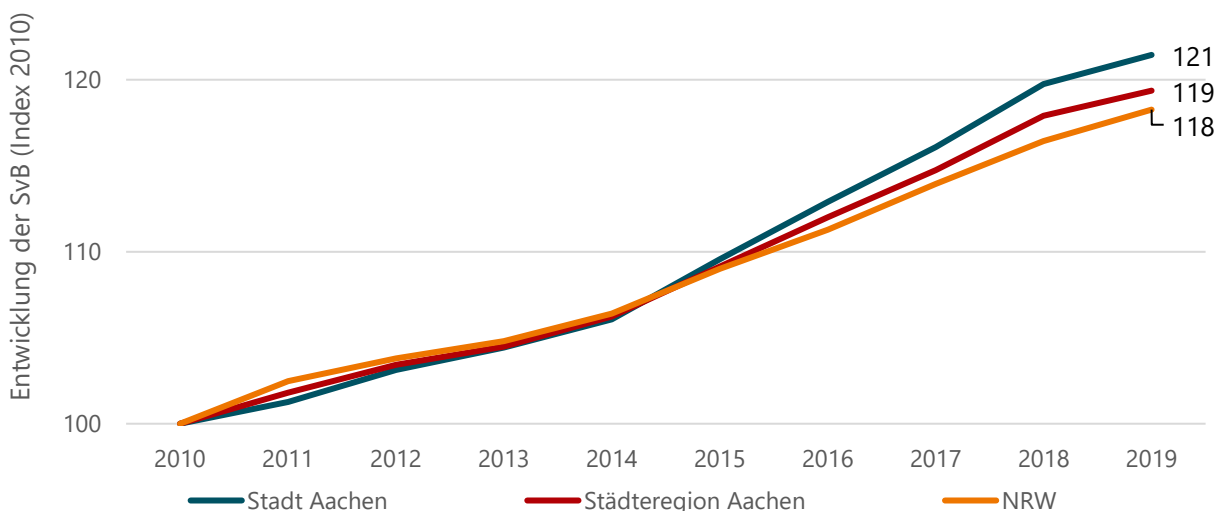
Als Zentrum der Städteregion Aachen (rd. 557.000 Einwohner) und eines von drei Zentren im Dreiländereck von Deutschland, Niederlande und Belgien gehört Aachen zu den 16 Oberzentren in Nordrhein-Westfalen. Die wirtschaftliche Bedeutung der Stadt wird regelmäßig durch gute Platzierungen in bundesweiten Benchmarkstudien und Wirtschaftsrankings bestätigt (z. B. Städteranking Wirtschaftswoche 2019: Platz 6 (Niveau) bzw. Platz 5 (Dynamik) der NRW Städte); Spitzenplätze im nationalen und zum Teil auch internationalen Vergleich belegt Aachen insbesondere regelmäßig bei Untersuchungen zum Technologie-, Forschungs- und Innovationspotenzial. Die RWTH Aachen sowie weitere Forschungs- und Hochschuleinrichtungen und die von ihnen induzierten regionalwirtschaftlichen Effekte sind dabei die maßgebliche Ursache.

Darüber hinaus platziert sich die Stadt Aachen vielfach auch erfolgreich bei Vergleichsstudien und Rankings, die über die Bewertung der wirtschaftlichen Potenziale hinausgehen und weitere Faktoren einbeziehen. So erreichte Aachen 2020 bei dem Digitalranking für Deutschlands Großstädte des Digitalverbandes Bitkom die Top 10-Städte in Deutschland; die Bewertung erfolgte in den fünf Kategorien Verwaltung, IT-Infrastruktur, Energie/Umwelt, Mobilität und Gesellschaft. 2018 erhielt Aachen den Deutschen Nachhaltigkeitspreis der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis.

Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

Die Stadt Aachen weist eine deutlich positive Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf. Während zum 31.12.2010 noch 113.904 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zu verzeichnen waren, belief sich die Zahl am 31.12.2019 auf 138.328.¹ Diese Entwicklung entspricht einem Anstieg um rd. 21 %. Im Vergleich zur Entwicklung in der Städteregion Aachen (+ rd. 19 %) und zum Land NRW (+ rd. 18 %) fällt die Entwicklung in Aachen überdurchschnittlich gut aus.

Abb. 4: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2010 - 2019



Quelle: cima (2020); Datengrundlage: IT.NRW (2020)

¹ Quelle: IT.NRW (2020)

Wissenschaftsstandort Aachen

Das Potenzial der Technologieregion Aachen als Hochschul- und Forschungsstandort verdeutlicht die nachfolgenden Ergebnisse aus zwei Grundlagenstudien der Industrie- und Handelskammer Aachen aus den Jahren 2015 und 2020:²

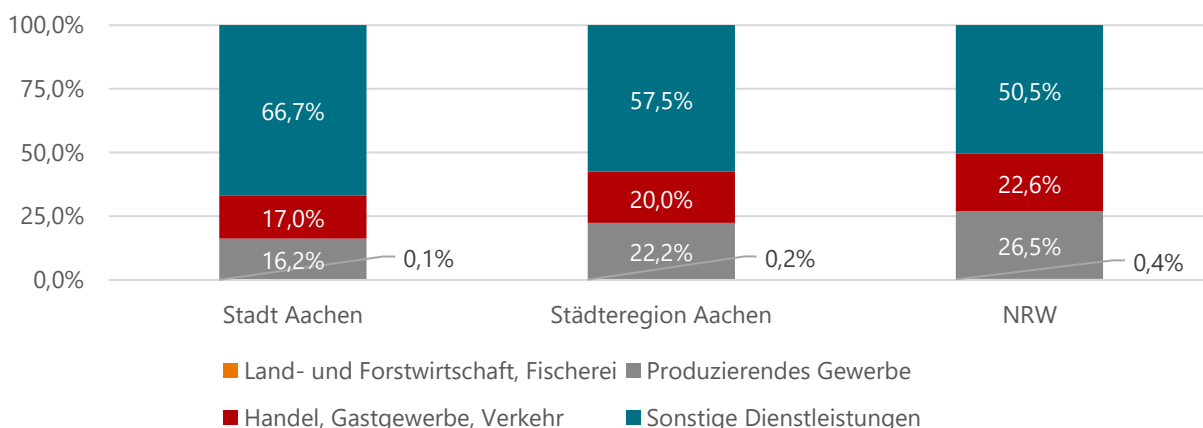
- An sieben Hochschulen in Aachen und Jülich finden sich insgesamt rd. 61.000 Studierende und rd. 18.000 Beschäftigte in den Hochschulen und Forschungseinrichtungen (u. a. RWTH Aachen 45.300 Studierende und 9.650 Beschäftigte, FH Aachen 14.000 Studierende und 1.510 Beschäftigte, Forschungszentrum Jülich 6.115 Beschäftigte).
- Im Jahr 2018 schlossen 9.200 Studierende an den Hochschulen der Region ihr Studium ab, im Wintersemester 2018 / 19 wurden rd. 900 Promotionen fertig gestellt.
- An 260 Instituten sind rd. 3.900 Doktoranden tätig.
- Zu den Forschungseinrichtungen außerhalb der der Hochschulen zählen u. a. die Fraunhofer Gesellschaft mit sechs Einrichtungen in der Region und das DWI Leibniz-Institut für Interaktive Materialien.

Der Studienort Aachen hat einen eindeutigen Schwerpunkt bei den Ingenieurwissenschaften. Mit rd. 34.500 Studierenden entfallen mehr als die Hälfte aller Studierenden auf diesen Bereich. Weitere 13.300 Studierende absolvieren ein naturwissenschaftliches Studium.

Wirtschaftliche Schwerpunkte der Stadt Aachen

Die Struktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftsbereichen zeigt, dass in der Stadt Aachen im Vergleich zum Land NRW und auch zur Städteregion Aachen ein höherer Anteil der Beschäftigten den sonstigen Dienstleistungen zuzuordnen ist, während der Anteil im Handel, Gastgewerbe und Verkehr sowie im Produzierenden Gewerbe geringer ist (vgl. Abb. 5).

Abb. 5: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2019 nach Wirtschaftszweigen



Quelle: cima (2020); Datengrundlage: IT.NRW (2020)

² Industrie- und Handelskammer Aachen (2015): Studie 2015: Technologieorientierte Unternehmensgründungen. Aachen sowie Industrie- und Handelskammer Aachen (2020): Wirtschaftsfaktor Wissenschaft. Die Bedeutung der wissenschaftlichen Einrichtungen und deren ökonomische Effekte auf die Region Aachen. Aachen.

Abb. 6: Struktur des Verarbeitenden Gewerbes Stadt Aachen nach Wirtschaftsabteilungen

WZ 2008 – Abteilungen Verarbeitendes Gewerbe	Stichtag 30.09.2019		2019				
	Be- triebe	Beschäf- tigte	Entgelt	Umsatz	Aus- lands- umsatz	Umsatz aus Eigener- zeugung	Aus- lands- umsatz aus Eigener- zeugung
	Anzahl	Anzahl	Mio. €	Mio. €	Mio. €	Mio. €	Mio. €
B Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	1	-	-	-	-	-	-
05 Kohlenbergbau	-	-	-	-	-	-	-
06 Gewinnung von Erdöl und Erdgas	-	-	-	-	-	-	-
07 Erzbergbau	-	-	-	-	-	-	-
08 Gewinnung von Steinen und Erden, sons- tiger Bergbau	1	-	-	-	-	-	-
09 Erbringung von Dienstleistung f Bergbau und. Gewinnung von Steinen	-	-	-	-	-	-	-
C Verarbeitendes Gewerbe	107	-	-	-	-	-	-
10 H. v. Nahrungs- und Futtermitteln	12	4.703	177,0	1.332,0	329,0	1.237,0	329,0
11 Getränkeherstellung	-	-	-	-	-	-	-
12 Tabakverarbeitung	-	-	-	-	-	-	-
13 Herstellung von Textilien	-	-	-	-	-	-	-
14 Herstellung von Bekleidung	-	-	-	-	-	-	-
15 Herstellung von Leder, Lederwaren und Schuhen	-	-	-	-	-	-	-
16 H. v. Holz-, Flecht-, Korb- u. Korkwaren (ohne Möbel)	1	-	-	-	-	-	-
17 Herstellung von Papier, Pappe und Wa- ren daraus	2	-	-	-	-	-	-
18 H. v. Druckerzgn. Vervielf. v. Ton-, Bild-, Datenträger	3	77	2,0	14,0	0,0	-	-
19 Kokerei und Mineralölverarbeitung	-	-	-	-	-	-	-
20 H. von chemischen Erzeugnissen	3	-	-	-	-	-	-
21 Herstellung von pharmazeutischen Er- zeugnissen	2	-	-	-	-	-	-
22 H. v. Gummi- und Kunststoffwaren	6	-	-	-	-	-	-
23 H. v. Glas-, -waren, Keramik, Verarb. v. Steinen u. Erden	7	468	22,0	68,0	-	-	-
24 Metallerzeugung und Metallbearbeitung	-	-	-	-	-	-	-
25 Herstellung von Metallerzeugnissen	10	429	15,0	40,0	10,0	37,0	8,0
26 H. v. DV-Geräten, elektronischen und op- tischen Erzeugnissen	11	615	33,0	134,0	81,0	128,0	80,0
27 Herstellung von elektrischer Ausrüstung	7	1.208	-	-	-	-	-
28 Maschinenbau	21	-	119,0	328,0	215,0	315,0	209,0
29 H. von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	7	-	-	454,0	-	-	-
30 Sonstiger Fahrzeugbau	2	-	-	-	-	-	-
31 H. v. Möbeln	1	-	-	-	-	-	-
32 H. v. sonstigen Waren	7	952	55,0	219,0	115,0	-	-
33 Rep. u. Installation v. Maschinen und Ausrüstung	5	574	32,0	114,0	28,0	-	-
Insgesamt	108	18.387	1.007,0	4.832,0	2.323,0	4.184,0	2.070,0

Quelle: cima (2020), Datengrundlage: IT.NRW (2020)

Einen differenzierteren Überblick des Verarbeitenden Gewerbes in der Stadt Aachen gibt Abb. 6; als strukturprägende Wirtschaftszweige sind u. a. zu beachten:

- Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln
- Herstellung von Metallerzeugnissen
- Herstellung von DV-Geräten., elektronischen und optischen Erzeugnissen
- Herstellung von elektrischer Ausrüstung
- Maschinenbau
- Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen

Bei der Analyse sticht hervor, dass es sich bei den aufgeführten Wirtschaftszweigen überwiegend um Wirtschaftszweige handelt, die nach übereinstimmender Einschätzung verschiedener Forschungseinrichtungen den wissensintensiven Industrien bzw. dem Unternehmen der „Industrie 4.0 Kernbereiche“ zuzuordnen sind.³ Zu den wissensintensiven Industrien zählen die Wirtschaftsbereiche Herstellung von chemischen bzw. pharmazeutischen Erzeugnissen, Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen, Herstellung von elektrischer Ausrüstung, Maschinenbau, Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, sonstiger Fahrzeugbau.

Abb. 7 zeigt, dass in der Stadt Aachen die Unternehmen der wissensintensiven Industrien einen höheren Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes haben als in den nach ihrer Einwohnerzahl deutlich größeren Wirtschaftszentren Köln und Dortmund, aber auch im Vergleich zu gleich großen Städten wie Krefeld oder Mönchengladbach eine ausgeprägtere Orientierung auf die wissensintensiven Industrien auszeichnet. Tendenziell das gleiche Ergebnis zeigt sich bei dem Anteil der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes, die dem „Industrie 4.0 Kernbereichen“ zuzuordnen sind (Herstellung von DV-Geräten, Herstellung von elektronischen und optischen Erzeugnissen, Herstellung von elektrischer Ausrüstung, Maschinenbau und Reparatur und Installation von Maschinen und Ausrüstung). Wie Abb. 8 zeigt, stellen Aachen und Dortmund die beiden Städte mit den höchsten Anteilen dar.

In beiden Auswertungen liegen die Werte der Städteregion Aachen aufgrund der Dominanz der Stadt Aachen innerhalb der Städteregion nahe beieinander.

Abb. 7: Anteil "wissensintensiver Industrien" am Verarbeitenden Gewerbe

	Betriebe der wissensintensiven Industrien	Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes insgesamt	Anteil der wissensintensiven Industrien an der Gesamtzahl der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes
Aachen	53	108	49 %
Städteregion Aachen	127	270	47 %
Köln	98	261	38 %
Dortmund	74	180	41 %
Mönchengladbach	34	109	31 %
Krefeld	44	117	38 %
NRW	3.147	10.491	30 %

Quelle: cima (2020), Datengrundlage: IT.NRW (2020)

³ Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung e.V. (NIW), Hannover Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), Karlsruhe Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim (2020): Listen wissens- und technologieintensiver Güter und Wirtschaftszweige Zwischenbericht zu den NIW/ISI/ZEW-Listen 2010/2011. Hannover sowie Statistisches Bundesamt (www.destatis.de).

Abb. 8: Anteil der Betriebe "Industrie 4.0 Kernbereiche" am Verarbeitenden Gewerbe

	Betriebe der "Industrie 4.0 Kernbereiche"	Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes insgesamt	Anteil der Betriebe der "Industrie 4.0 Kernbereiche" an der Gesamtzahl der Be- triebe des Verarbei- tenden Gewerbes
Aachen	44	108	41 %
Städteregion Aachen	112	270	41 %
Köln	80	261	31 %
Dortmund	78	180	43 %
Mönchengladbach	37	109	34 %
Krefeld	39	117	33 %
NRW	2.874	10.491	27 %

Quelle: cima (2020), Datengrundlage: IT.NRW (2020)

Die insgesamt sehr gute Ausgangssituation zur Etablierung von Aachen-Nord als Zukunftsstandort der Urbanen Produktion belegt auch eine von der Region Aachen vorgelegte Wirtschaftsstudie aus dem Jahr 2017. Sie identifiziert für die Region Aachen und damit auch für die Stadt Aachen sechs Leitmärkte: Informations- und Kommunikationswirtschaft, Bildung und Forschung, Produktionstechnik und Werkstoffe, Mobilität und Logistik, Energie-, Wasser- und Abfallwirtschaft sowie Gesundheitswirtschaft und Life Science.⁴

3.2 Gewerbeflächenangebot Stadt Aachen

Gewerbeflächenbedarf 2035

Im Rahmen der Neuaufstellung des Flächennutzungsplans der Stadt Aachen wurde der Gewerbeflächenbedarf der Stadt bis zum Jahr 2035 durch die AGIT ermittelt. Hierzu wurde auf die Bedarfsberechnung der Bezirksregierung Köln gemäß GIFPRO (Gewerbe- und Industrieflächenbedarfsprognose) und eine Trendfortschreibung gfm (Regionales Gewerbeflächenmonitoring) zurückgegriffen. Während die Bedarfsberechnung GIFPRO einen Gesamtbedarf an gewerblichen Bauflächen von 238,0 ha (brutto) ermittelt hat, beläuft sich der Bedarf an gewerblichen Bauflächen für die Stadt Aachen gemäß Trendfortschreibung gfm auf 207,4 ha (brutto). Der aus diesen beiden Varianten zur Bedarfsermittlung gemittelte Wert von 222,7 ha (brutto) wurde der Fortschreibung des Flächennutzungsplans zugrunde gelegt.⁵

Gewerbeflächenangebot

Dem von der AGIT ermittelten Gewerbeflächenbedarf stehen unbebaute Potenzialflächen im Bestand von rd. 84,6 ha gegenüber. Der hieraus resultierende Bedarf von Neuausweisungen in Höhe von rd. 138,1 ha gewerblicher Baufläche kann in der Neuaufstellung des Flächennutzungsplans nicht dargestellt werden. Durch die Neudarstellung gewerblicher Bauflächen sowie unter Berücksichtigung der Neudarstellung gemischter Bauflächen (diese werden zu 50 % gewichtet), können im Flächennutzungsplan Aachen*2030 weitere rd. 76,7 ha Gewerbefläche dargestellt werden. **Es verbleibt somit ein nicht gedeckter Bedarf von rd. 61,4 ha.**

⁴ Region Aachen-Zweckverband und Prognos AG (2017): Wirtschaftsstudie Region Aachen 2017. Aachen und Düsseldorf.

⁵ Quelle: PowerPoint Präsentation für den Planungsausschuss am 04.04.2019: Fachbereich Stadtentwicklung und Verkehrsanlagen, BKR Aachen: Ein neuer Flächennutzungsplan für Aachen. Beratung zur Offenlage.

Bezeichnend für das vorhandene Gewerbeflächenpotenzial ist zudem, dass lediglich an vier Gewerbestandorten mehr als 5 ha ungenutzte Bruttofläche zusammenhängend vorzuweisen ist. Hierzu zählen die im Flächennutzungsplan Aachen*2030 neu dargestellten Flächen Hitfeld und Aachener Kreuz sowie die bereits bestehenden Flächen Eisenbahnweg und Brand-Nord.

Fokus auf bestehende Gewerbestandorte

Durch die bestehende Differenz aus dem ermittelten Gewerbeflächenbedarf und dem zukünftigen Gewerbeflächenangebot in Höhe von rd. 61,4 ha wird deutlich, dass bestehende Gewerbestandorte in der Stadt Aachen von enormer Bedeutung für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung der Stadt sind. Um in Zukunft die Flächennachfrage von ansässigen und auswärtigen Unternehmen bedienen und somit auch Arbeitsplätze in der Stadt Aachen sichern zu können, ist eine effiziente Nutzung der bestehenden Standorte notwendig. Der Reaktivierung von gewerblichen Grundstücken kommt ebenso wie eine optimierte Nutzung von Flächen an Bestandsstandorten eine hohe Bedeutung zu.

Der Standort Aachen-Nord nimmt hierbei eine Vorreiterrolle innerhalb der Stadt Aachen ein. Bereits in der Vergangenheit wurden an verschiedenen Standorten innerhalb des Gebietes brachgefallene Standorte reaktiviert. So wurden z. B. die Gebäude des ehemaligen Schlachthofes an der Metzgerstraße saniert und werden mittlerweile als Gewerbeimmobilie und Eventlocation (Halle 60) genutzt. Die laufende Revitalisierung der Jahrhunderthalle Campus Aachen oder das Projekt Liebighöfe zeigen zusätzlich die Chancen einer Wiederinwertsetzung brachliegender Gewerbeobjekte auf.

Schließlich verdeutlichen die im Kap. 6.1 dieser Studie aufgezeigten weiteren Aktivierungspotenziale im Bereich Aachen-Nord die Bedeutung einer Revitalisierung vorhandener Standorte für die Flächenvorsorge in der Stadt Aachen.

Gewerblicher Immobilienmarkt in Aachen

Die Betrachtung des gewerblichen Immobilienmarktes der vergangenen Jahre in der Stadt Aachen veranschaulicht ebenfalls, welche Bedeutung die nachhaltige Entwicklung von Objekten in Bestandsgebieten in der Stadt Aachen haben kann:

Die Vermietungsleistung im gewerblichen Immobilienmarkt der Stadt Aachen zeigte in den vergangenen zehn Jahren Schwankungen von rd. 20.000 – rd. 80.000 m² neu vermieteter Flächen in Gewerbeimmobilien pro Jahr.⁶ Hierzu zählen die Vermietung von Einzelhandelsflächen, Büroflächen und Lager- und Produktionsflächen. In den letzten zwei Jahren entfielen auf die Neuvermietung von Büroflächen rd. 25.000 m² (2018) bzw. rd. 34.000 m² (2019). Produktions- und Lagerflächen wurden im Umfang von rd. 25.600 m² (2018) bzw. rd. 32.700 m² (2019) vermittelt. Zum Vergleich: Durch das Projekt Campus Jahrhunderthalle können insgesamt rd. 34.200 m² Mietflächen geschaffen werden.

Es bleibt festzuhalten, dass die Fokussierung auf Bestandsgebieten von essenzieller Bedeutung für die nachhaltige Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Aachen ist und Aachen-Nord in diesem Zusammenhang eine zentrale Stellung einnimmt.

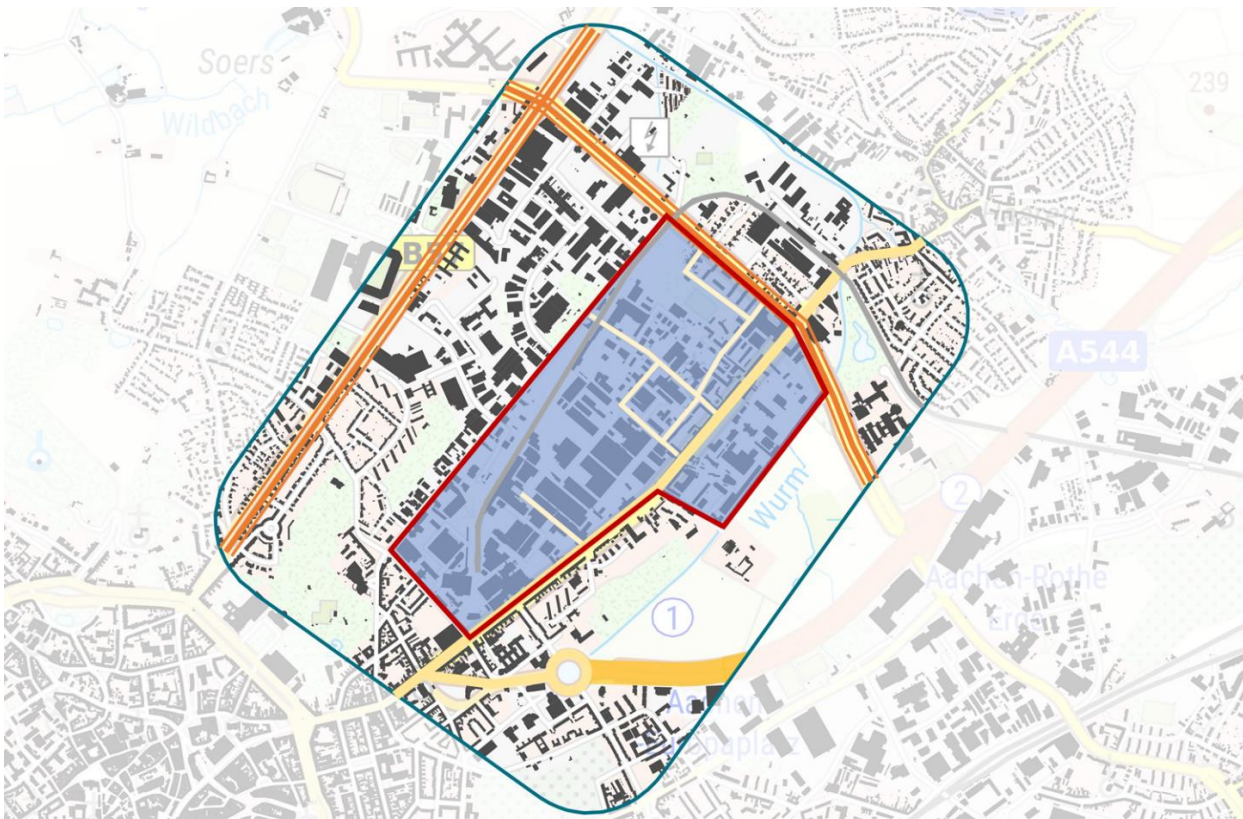
⁶ Quelle: Initiative Aachen: Der gewerbliche Immobilienmarkt mit gewerblichen Mietspiegeln und Standortanalyse. Ausgaben 2019 / 2020 bzw. 2020 / 2021. Aachen.

4 Lage und Struktur von Aachen-Nord

4.1 Räumliche Abgrenzung

Bei dem Gewerbegebiet Aachen-Nord handelt es sich um einen sukzessive gewachsenen Gewerbebereich nordöstlich der Aachener Innenstadt. Das ursprünglich Mitte / Ende des 19. Jahrhunderts entlang der Jülicher Straße entstandene Gebiet erstreckt sich über die Bahnlinie und den Grünen Weg bis zur Krefelder Straße. Im Mittelpunkt der vorliegenden Studie steht der in Abb. 9 als Kernbereich kartographisch dargestellte Abschnitt beidseits der Jülicher Straße. Es handelt sich um ein insgesamt ca. 106,3 ha großes Gebiet, in dem rd. 350 Unternehmen mit grob geschätzt ca. 6.000 – 7.700 Beschäftigten ansässig sind.

Abb. 9: Kernbereich und erweitertes Untersuchungsgebiet Aachen-Nord



Quelle: cima (2020); Kartengrundlage: Stadt Aachen (2020), © Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2020), Datenquellen: http://sgx.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Das erweiterte Untersuchungsgebiet erstreckt sich im Nordwesten bis zur Krefelder Straße, es schließt im Nordosten die gewerblichen Nutzungen entlang des Prager Rings ebenso ein wie im Süden den Freiraum an der Wurm, die Wohnquartiere südlich der Jülicher Straße und Teile des angrenzenden Rehmviertels.

Die Erweiterung des Betrachtungsraums über den Kernbereich hinaus geschieht zum einen mit dem Ziel, die vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen den unmittelbar an den Kernbereich heranreichenden Stadträumen in die Konzeptentwicklung einzubeziehen. Zum anderen wird eine Einordnung des Kernbereichs in den zusammenhängenden Bereich gewerblicher Bauflächen zwischen Krefelder Straße und Jülicher Straße vorgenommen. Innerhalb der Stadt Aachen bildet das Gebiet Aachen-Nord den größten zusammenhängenden Gewerbebereich.



Quelle: cima (2020)

4.2 Gebietsstruktur Aachen-Nord

Entsprechend seiner historischen Entwicklung gliedert sich das Gesamtgebiet in drei sehr unterschiedliche Bereiche, deren Bezeichnungen sich von ihren HAUPTerschließungen ableiten.

Kernbereich an der Jülicher Straße: Die 2. Gründung

Der Kernbereich umfasst das von der Jülicher Straße im Südosten, dem Grünen Weg im Nordwesten, der Lombardenstraße im Westen und dem Prager Ring im Osten begrenzte Gebiet (Abb. 9). Ebenfalls einbezogen wird der Bereich östlich der Jülicher Straße zwischen der Talbotstraße und dem Berliner Ring.

Standortprägend sind die großen Betriebsflächen traditionsreicher Aachener Firmen wie dem Lebensmittelhersteller Zentis, dem Textilmaschinenhersteller Krantz, der Waggonfabrik Talbot oder dem Elektrotechnik-Unternehmen Garbe, Lahmeyer & Co. In einigen Fällen wurden diese Betriebsflächen bereits umstrukturiert (Krantz-Center für Industrie und Service) oder befinden sich in der Revitalisierungsphase (Campus Jahrhunderthalle Aachen auf dem Gelände von Garbe, Lahmeyer & Co.). Zu den früher zusammenhängend genutzten Betriebsflächen gehört auch der ehemalige Schlachthof Aachen, der sich zwischenzeitlich zu einem nachgefragten Gewerbequartier in Kombination mit der Eventlocation Halle 60 gewandelt hat.

Die angeführten Großunternehmen sind zum Teil noch im Gebiet ansässig (z. B. Zentis, Fecken-Kirfel), vielfach prägen aber heute neue Nutzer das Profil des Standortes: Ingenieurfirmen, Beratungsfirmen, wirtschaftsnahe Dienstleister etc. profitieren von der Nähe zu den Aachener Hochschulen, der innenstadtnahen Lage, dem Industriecharme des Gebietes und den vielfältigen Angeboten im direkten Umfeld.

In Kombination mit ansässigen Kultur- und Freizeitangeboten (z. B. Das Da Theater, Halle 60, Starfish-Discothek (zwischenzeitlich geschlossen)) ist ein lebendiger Unternehmensstandort entstanden, der bereits durch laufende Projektentwicklungen (Campus Jahrhunderthalle Aachen, Liebighöfe) weiter ausgebaut wird. Nachdem der Kernbereich im Zuge der Industrialisierung Mitte des 19. Jahrhunderts entstanden ist, kann dieser Wandel als **2. Gründung von Aachen-Nord** zusammengefasst werden.

Potenziale	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nähe zur Innenstadt (fußläufige Entfernung) ▪ Industriecharme und Historie des Ortes ▪ vorhandener Unternehmensbesatz ▪ abgeschlossene und laufende Projektentwicklungen mit breitem Mix an Flächen ▪ Vielfalt der Angebote im Quartier und im Umfeld (Wohnen, Kultur, soziale Infrastruktur) ▪ Regio-Tram-Planung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktivierung bislang untergenutzter Flächen ▪ Zusammenführen der Einzelprojekte zu einer abgestimmten Gesamtentwicklung und -vermarktung ▪ Verbesserung der inneren Erschließung ▪ weitere Etablierung der Prinzipien eines smart-city-Standortes



Quelle: cima (2020)

Krefelder Straße: Auf dem Weg zum modernen Dienstleistungsstandort

In der Vergangenheit war die Krefelder Straße von den Sporteinrichtungen in der Aachener Soers (Tivoli-Stadion, Gelände des Aachen-Laurensberger Rennvereins, Eisstadion) und von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dominiert.

Innerhalb weniger Jahre hat sich die Struktur und das städtebauliche Bild beiderseits der Krefelder Straße sehr weitgehend gewandelt und ist heute maßgeblich von größeren Büroobjekten geprägt, wie sie ansonsten meist nur in Großstädten mit deutlich mehr Einwohnern als Aachen zu finden sind. Exemplarisch seien genannt:

- Neubau Finanzamt (2005)
- Neubau HIT-Sütterlin (2014)
- Neubau Trianel GmbH (2014)
- Neubau Saint-Gobain (2015)
- Neubau Hampton by Hilton (2017)
- Neubau Pick-Up (2019)

Diese Entwicklung zu einem **modernen Dienstleistungsstandort** findet aktuell ihre Fortsetzung durch das Quartier Nord der Aachener Landmarken AG, die mit einer 6-geschossigen Bebauung (Einzelhandel / Büro) weiter zur städtebaulichen Aufwertung des Standortbereichs beitragen wird. Das Vorhaben sticht insofern hervor, als es bereits die parallel zur Krefelder Straße verlaufende Gut-Dämme-Straße in die Neuordnung einbezieht und damit zusammen mit einem Büroneubau an der Einmündung des Grünen Weges in die Gut-Dämme-Straße den Wandel zum Dienstleistungsstandort auch für die rückwärtigen Bereiche der Krefelder Straße einleitet.

Diese Entwicklung geht einher mit der Modernisierung vorhandener Handelsobjekte. Gleichzeitig erfolgt eine Nutzungsverdichtung durch die meist 5 – 6 geschossigen Bürogebäude, die einfache Gewerbehallen oder ein- bzw. zweigeschossige Bürogebäude ersetzen. Eine höhere Dichte entsteht auch durch die Anlage von Tiefgaragen bzw. Quartiersgaragen anstelle von ebenerdigen Parkplätzen.

Potenziale	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ unmittelbarer BAB-Anschluss, zugleich direkte Anbindung an Innenstadt ▪ erfolgte Standortaufwertung durch diverse Büroneubauten ▪ hohe Visibilität durch die Erschließungsfunktion der Krefelder Straße ▪ mehrere unbebaute Gewerbegrundstücke 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbeziehung weiterer Gewerbeobjekte in den Prozess der Entwicklung zum modernen Dienstleistungsstandort



Quelle: cima (2020)

Grüner Weg: Entwicklung stagniert seit Jahren, Erneuerung steht an

Trotz seiner innenstadtnahen Lage und der guten Anbindung an die BAB 4 ist der Gewerbebereich Grüner Weg seit Jahren einseitig von Mindernutzungen in Form von Autoverwertungen, Lagerhaltungen und einzelnen Brachflächen geprägt.

Bereits im Jahr 1992 ergriff die Stadt mit dem Rahmenplan Grüner Weg die Initiative zur städtebaulichen Aufwertung dieses und der übrigen Abschnitte von Aachen-Nord.⁷ Die Handlungsschwerpunkte des Konzeptes waren eine Verbesserung der Erschließung und der Parzellierung sowie die Stärkung der Freiflächenstrukturen.

Trotz verschiedener Ansätze – darunter auch die laufenden Maßnahmen zur Verbesserung der verkehrlichen Situation - **gelang eine grundlegende Aufwertung des Gebietes nicht**. Zentrale Defizite wie die unzureichende Erschließung in Richtung Jülicher Straße konnten ebenso wie die Schwächen in den Nutzungsstrukturen und im städtebaulichen Erscheinungsbild nicht maßgeblich abgebaut werden.

Als Ursache sind in erster Linie die „Hinterhoflage“ an der Bahn und die ausgebliebenen Impulsprojekte anzusehen. Daher könnte der Grüne Weg durch eine Regio-Tram-Haltestelle an der Liebigstraße eine neue Attraktivität nicht nur für Dienstleister erhalten, die einen gut erreichbaren ÖPNV-Standort suchen. Damit verbunden wäre auch eine stärkere Verknüpfung mit dem Kernbereich Aachen-Nord.

Potenziale	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ laufende Aufwertung des Umfelds bzw. der Randbereiche (Entwicklung Krefelder Straße, Prager Ring, Starfish-Gelände) ▪ Lage: innenstadtnah und zugleich nah an der BAB 4 ▪ weiterzuentwickelnde Grünverbindungen im Gebiet ▪ keine Gemengelage durch kleinräumige unverträgliche Mischung von Wohnen und Gewerbe ▪ Standortaufwertung durch möglichen Regio-Tram-Haltepunkt an der Liebigstraße 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebauliche Aufwertung des öffentlichen Raums und der privaten Flächen ▪ Mobilisierung un- bzw. mindergenutzte Grundstücke ▪ verbesserte Erschließung in Richtung Krefelder Straße bzw. Jülicher Straße / Barrierewirkung der Bahnlinie

⁷ Im Jahr 1997 erfolgte eine Fortschreibung des Rahmenplans.



Quelle: cima (2020)

Umfeld: Talbothöfe

Im unmittelbaren Umfeld des Kernbereichs Aachen-Nord wurde in den vergangenen Jahren mit den Talbothöfen ein Wohnprojekt entwickelt, das sinnbildlich für den Standort Aachen-Nord steht. Bei diesem Projekt wurden zum einen die an der Jülicher Straße gelegenen ehemaligen Werkswohnungen der Firma TALBOT aus den 1920er Jahren grundlegend saniert. Heute werden diese Wohnungen allesamt sozial gefördert. Des Weiteren wurden auf einer der ehemaligen Werkswohnungen rückwärtig gelegenen Freifläche an der Burggrafenstraße Neubauten errichtet. Diese Neubauten zeichnen sich durch einen Mix aus Sozialwohnungen und nicht geförderten Wohnungen aus.

Das Projekt zeigt, welche hohe Bedeutung das Wohnen für den Stadtteil Aachen-Nord hat. Durch die unmittelbare Nachbarschaft zum Kernbereich tragen die Talbothöfe zudem zu einer Belebung des Quartiers bei. Darüber hinaus verdeutlicht das Projekt die Verbundenheit des Umfeldes mit dem wirtschaftlichen Kernbereich Aachen-Nord. Vorhandene, standortprägende Bausubstanz wird neu in Szene gesetzt und durch städtebaulich ansprechende Neubauten ergänzt.

Umfeld: digitalCHURCH

In der Stadt Aachen gibt es mit dem digitalHUB Aachen e. V. einen Verein, der sich die Digitalisierung der Wirtschaft und der öffentlichen Hand in der Region Aachen als Ziel gesetzt hat. Als Teil der Initiative „Digitale Wirtschaft NRW“ wird der Verein vom Land gefördert. Zu den Mitgliedern des Vereins zählen neben Unternehmen des Mittelstands und der Industrie auch Startups sowie verschiedene Institutionen.

Der Hauptsitz des digitalHUB ist die digitalCHURCH an der Jülicher Straße, in den Räumlichkeiten der im Jahr 2016 entwidmeten römisch-katholischen Kirche St. Elisabeth. Die digitalCHURCH ist mittlerweile weit über die Stadtgrenzen Aachens hinaus als Coworking Space und Treffpunkt für digitale Startups und Unternehmen des IT-Mittelstands mit Anwendern der digitalen Produkte bekannt.

Mit dem vom digitalHUB angebotenen Raum und weiteren Angeboten sollen in der Region Aachen ausgebildete Fachkräfte gehalten werden und zudem durch die Gewinnung von Startups aus Belgien und den Niederlanden ein „euregonaler DIGITAL-Hotspot“ und somit das „digitale Innovationsland Aachen Area“ entstehen.

Die digitalCHURCH als Hauptsitz des Vereins ist Ausgangspunkt für wichtige Impulse der Digitalisierung für die Stadt Aachen, die Städteregion Aachen und auch darüber hinaus. Auch das unmittelbare Umfeld der digitalCHURCH spürt die von ihr ausgehende Innovationskraft. Mit nur rd. 300 Meter Entfernung gehört der Kernbereich Aachen-Nord zum direkten Umfeld, sodass die Innovationen für den Wirtschaftsstandort durch die räumliche Nähe greifbar werden.

5 Vorliegende Konzepte und Planungen

5.1 Übergeordnete Konzepte und Beschlüsse

Die Konzeptentwicklung Aachen-Nord soll eingebunden werden in die Stadt- und Wirtschaftsentwicklung von Aachen. In diesem Zusammenhang sind folgende übergeordnete Konzepte und Beschlüsse der Stadt Aachen von besonderer Bedeutung:

Nachhaltigkeitsstrategie Stadt Aachen

Zeitgleich mit der wegweisenden UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro hat die Stadt Aachen bereits im Jahr 1992 den Diskussionsprozess einer nachhaltigen Stadtentwicklung begonnen. Das Modellprojekt Ökologische Stadt der Zukunft (1992 - 2002) und Projekte zur nachhaltigen Mobilität, zum Ausbau erneuerbarer Energien und der Energieeffizienz sowie zum nachhaltigen Bauen und Wohnen folgten. Die Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2018 der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis zeigt, dass Aachen auch im nationalen Vergleich Vorreiter einer nachhaltigen Stadtentwicklung ist.

Der Rat der Stadt Aachen hat im Juli 2018 eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie beschlossen; für die Entwicklung Aachen-Nord sind dabei insbesondere die nachfolgend ausgewählten Ziele von besonderer Bedeutung:

- Ziel 3 Gesundheit und Wohlergehen (➤ Maßnahmen u. a. zur Emissions- und Lärmreduzierung)
- Ziel 4 gerechte & hochwertige Bildung (➤ Stärkung der Kooperationen mit den Aachener Hochschulen)
- Ziel 7 nachhaltige Energie (➤ Verknüpfung von der Energie- und Mobilitätswende durch Nutzung Erneuerbarer Energien)
- Ziel 9 nachhaltige Industrialisierung, Innovation & Infrastruktur (➤ Förderung nachhaltiger Stadtstrukturen (z. B. E-Mobilität) und Ausbau der Digitalisierung)
- Ziel 11 Nachhaltige Städte (➤ Förderung der Vernetzungen durch Quartiersmanagement)
- Ziel 13 Klimaschutz & Bekämpfung des Klimawandels (➤ Information von Eigentümern über Klimafolgen, Nachhaltigkeitskriterien für Neubau und Sanierung kommunaler Gebäude)
- Ziel 15 Landökosystemschutz: (➤ Neuaufstellung und Umsetzung des Landschaftsplans)

Integriertes Klimaschutzkonzept Aachen (2020)

Am 19. Juni 2019 wurde vom Rat der Stadt Aachen der Klimanotstand beschlossen und gleichzeitig der Auftrag erteilt, ein Integriertes Klimaschutzkonzept (IKSK) zu erarbeiten.

Mit dem Beschluss zum Klimanotstand wurden die Prioritäten des kommunalen Handelns daher im Juni 2019 neu definiert. Ein neues Klimaschutzziel wurde im Januar 2020 verabschiedet: Als erste Stadt in Deutschland berücksichtigt die Stadt Aachen darin ausdrücklich das ihr anteilig verbleibende Restbudget an Treibhausgasen, um die Erderwärmung auf unter zwei Grad zu halten.

In diesem Konzept werden die strategischen Ziele und Schwerpunktbereiche zur forcierten Treibhausgasreduktion dargestellt und erste Handlungsschritte bis 2025 beschrieben.

Für die Entwicklung Aachen-Nord können dabei z. B. die folgenden Projektvorschläge (Auswahl) aus dem Klimaschutzkonzept von Bedeutung sein:

- Handlungsfeld Städtebauliche Planung: Aktivierung von Baulücken / Flächenmanagement, Entwicklung einer Strategie zum Umgang mit Bestandsgebäuden, Erstellung von Mobilitäts- bzw. Energieversorgungskonzepten im Rahmen von Bebauungsplänen und größeren Bauvorhaben

- Handlungsfeld Energieversorgung, Erneuerbare Energien: Ausbau privater Solarenergienutzung, Auflegen eines Förderprogramms
- Handlungsfeld Reduktion Pkw-Aufkommen im Regionalverkehr: Quartiersparkhäuser als Mobilstationen, Regio-Tram, Betriebliches Mobilitätsmanagement (BMM) für Arbeitgeber, P+R / Mobility-Hubs an Einfallstraßen
- Handlungsfeld Reduzierung der Fahrzeugemissionen: Elektromobilitätsprogramm, Emissionsreduktion im Lieferverkehr, Ausbau der Ladeinfrastruktur
- Handlungsfeld Gebäude: Wiedereinführung eines Förderprogramms zur Altbausanierung, Quartiersspezifische Sanierungsberatung, Beratung über die Nutzung erneuerbarer Energie zur Gebäudebeheizung, Mobilisierung von Eigentümern von Gewerbeimmobilien zu Maßnahmen der Energieeffizienz, Ressourcenschonende Bestandssanierung
- Handlungsfeld Kommunikation: Konzertierte Aktion & Kampagne "Öcher Solardach", Verknüpfung von Energie- und Mobilitätswende, Förderprogramm und Kampagne Grün in der Stadt
- Handlungsfeld Wirtschaft: Energie-Netzwerk-Aachen, Energieeffizienzberatung vor Ort, Integrierte Industrieparkentwicklung, Regenerative Energieerzeugung im urbanen Raum forcieren, Digitalisierung und Flexibilisierung der Energieverteilnetze, Wasserstoff als Energieträger, gezielte Fördermittelberatung zu Klimaschutzmaßnahmen,

Aachen*2030 Masterplan und Flächennutzungsplan Aachen*2030 (noch nicht fertig)

Der Rat der Stadt Aachen hat in seiner Sitzung am 26. August 2020 nach rd. 10 Jahren Erarbeitungszeit den Feststellungsbeschluss für den Flächennutzungsplan Aachen*2030 gefasst, der den bisher noch geltenden Flächennutzungsplan aus dem Jahr 1980 ablösen wird.

Im Vergleich zum in den 1970er Jahren stattgefundenen Aufstellungsprozess des noch geltenden Flächennutzungsplans, wurden u. a. die Themenbereiche Freiraum-, Klima- und Bodenschutz sowie der Demografische Wandel stärker berücksichtigt. Berücksichtigt wurden zudem u. a. aktuelle Bedarfsberechnungen für Wohnbauflächen und gewerbliche Bauflächen.

Für den Kernbereich Aachen-Nord zeigt sich, dass die Darstellung von gewerblichen Bauflächen weiterhin dominieren wird. In einigen Bereichen, u. a. entlang der Jülicher Straße sowie entlang des Prager Rings, wurde die Darstellung an die vorhandene starke Nutzungsdurchmischung angepasst.

Abb. 10: Vergleich FNP 1980 mit Änderungen und FNP 2030 Beschlussplan



Quelle: Geodatenportal Stadt Aachen (2020): links: FNP 1980 mit Änderungen, rechts: FNP 2030 Beschlussplan

Regio-Tram

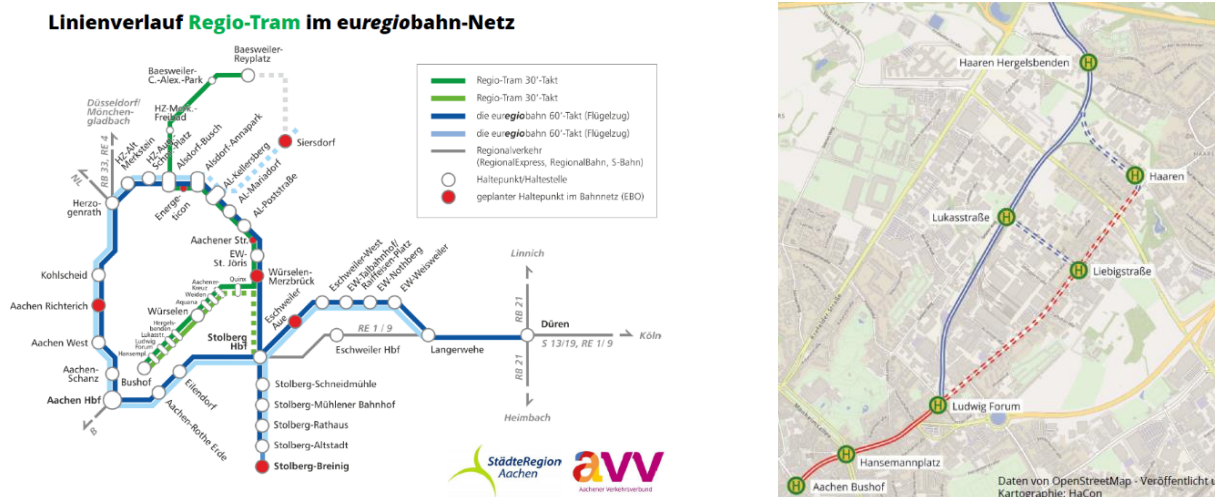
Mit dem Projekt Regio-Tram steht derzeit eine Erweiterung des bestehenden euregiobahn-Netzes in der politischen und öffentlichen Diskussion. Im Kern geht es um die Schaffung einer schienengebundenen ÖPNV-Verbindung von Baesweiler bis zum Bushof Aachen und somit von dem nördlichen Bereich der Städteregion bis in die Innenstadt Aachens. Diese z. T. innerstädtisch verlaufende Verbindung war bereits zur Jahrtausendwende bei der Planung des Streckennetzes der euregiobahn Bestandteil der Überlegungen, wurde jedoch u. a. aufgrund der fehlenden Vereinbarkeit des Betriebskonzeptes mit innerstädtischen Strukturen (u. a. hohe Bahnsteige, Luftbelastung durch Dieseltriebzüge) nicht umgesetzt.

Das nun diskutierte Betriebskonzept sieht eine Abkehr von Dieseltriebzügen hin zu emissionsfreien Tram-Zügen vor. Eine Realisierung des Projektes Regio-Tram kann zu einer erheblichen Reduktion des täglichen MIV-Pendelverkehrs innerhalb der Region zugunsten des ÖPNV beitragen.

Das Vorhaben wird von der Stadt Aachen und der Städteregion unterstützt. Derzeit wird eine Machbarkeitsstudie erarbeitet, die durch den Aachener Verkehrsverbund (AVV) in Auftrag gegeben wurde. Ein Bestandteil der Machbarkeitsstudie ist die Prüfung von zwei Streckenvarianten, die beide den Kernbereich Aachen-Nord durchqueren und jeweils auch einen Haltepunkt im Gebiet vorsehen. Die sog. Basisvariante verläuft parallel zum Grünen Weg entlang der vorhandenen Schieneninfrastruktur im Westen des Gebietes mit einem Haltepunkt am Grünen Weg in Höhe Liebigstraße. Die zweite Variante sieht einen Streckenverlauf entlang der Jülicher Straße vor mit einer Haltestelle Liebigstraße.

Die Erreichbarkeit des Standortes durch die regionale Schienenanbindung steigert die Attraktivität des Arbeitsstandortes Aachen-Nord für die Arbeitnehmer und kann zudem zu einer Reduzierung des Pkw-Aufkommens im Gebiet führen. Aus gutachterlicher Sicht können bei der Realisierung der Regio-Tram wichtige Impulse für die Gebietsentwicklung in Aachen-Nord ausgehen.

Abb. 11: Planungen für die Regio-Tram (Linienverlauf und alternative Trassen im Bereich Aachen-Nord)



Quelle: Sistenich, Hans-Joachim: Ergänzung des euregiobahn-Netzes durch eine städteverbindende Regio-Tram für die Städteregion Aachen (Vortrag vom 10.04.2019)

5.2 Gebietsbezogene Konzepte

Neben den übergeordneten und gesamtstädtischen Konzepten gibt es bereits verschiedene Konzepte, die sich konkret mit dem Stadtteil Aachen-Nord, bzw. einzelnen Teilräumen von Aachen-Nord auseinandersetzen. Auch die folgenden gebietsbezogenen Untersuchungen sollen in die vorliegende Konzeptentwicklung einbezogen werden:

Aachen-Nord 2015 – 2019. Soziale Stadt Aachen-Nord - Fortschreibung des integrierten Handlungskonzeptes. Aachen.

In dem Zeitraum 2009 - 2019 wurde der Stadtteil Aachen-Nord im Rahmen der Städtebauförderung durch das Programm Soziale Stadt gefördert. Aufgegliedert wurde das Programm in zwei Förderabschnitte. Dem ersten Förderabschnitt (2010 - 2014/2015) lag das in den Jahren 2008/2009 erarbeitete Integrierte Handlungskonzept Aachen-Nord zugrunde. Für den anschließenden zweiten Förderabschnitt (2014/2015 – 2019) wurde das Integrierte Handlungskonzept in den Jahren 2013/2014 fortgeschrieben.

Während der 10-jährigen Programmlaufzeit wurden verschiedene Maßnahmen in dem Stadtteil Aachen-Nord umgesetzt, die zu einer nachhaltigen Stärkung des Stadtteils beigetragen haben. Ein Beispiel für eine im Rahmen des Programms realisierte Maßnahme ist der Umbau des ehemaligen Straßenbahndepots an der Talstraße zum Stadtteilzentrum DEPOT. Hierdurch wurde ein sozialer und kultureller Treffpunkt in dem Stadtteil Aachen-Nord geschaffen. Das Programm Soziale Stadt konnte zudem Aufmerksamkeit für den Stadtteil Aachen-Nord erzeugen und sein Image nachhaltig aufwerten.

Rahmenplan Grüner Weg

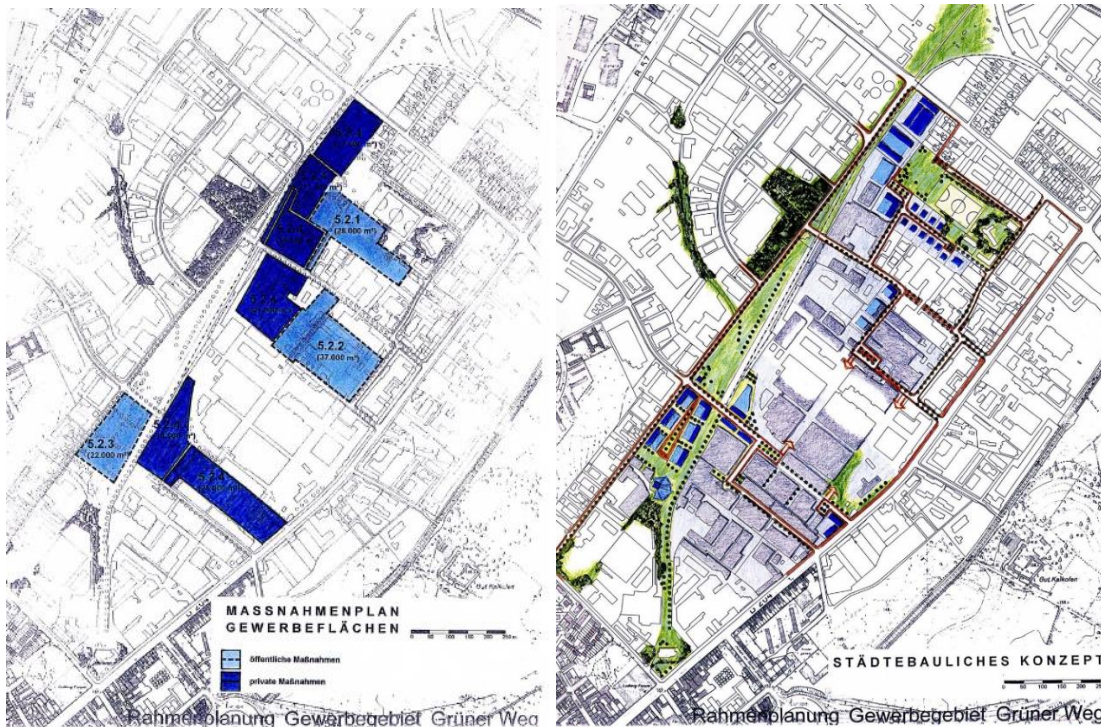
Die Stadt Aachen hat bereits in den 1990er Jahren die Notwendigkeit erkannt, eine konzeptionelle Grundlage für die zukünftige Entwicklung des Gewerbebestandes Aachen-Nord zu erarbeiten. Aus diesem Grund wurde von 1992 – 1996 ein Rahmenplan erstellt, dem im Jahr 1997 bereits die erste Fortschreibung folgte. Der Rahmenplanung lag das planerische Ziel zugrunde, „eine bestandsortierte Erneuerung, Verbesserung und Aktivierung des Gewerbegebietes Grüner Weg“⁸ zu verwirklichen. Der Schwerpunkt der Rahmenplanung Gewerbegebiet Grüner Weg liegt auf dem in dieser Studie als Kernbereich definierten Bereich Aachen-Nord zwischen Grünem Weg und Jülicher Straße.

Für die Handlungsschwerpunkte Verbesserung der Erschließungsstruktur, Optimierung der Parzellenstruktur und Stärkung der Freiflächenstruktur wurde jeweils eine Bestandsanalyse vorgenommen und eine Zielplanung formuliert. Zudem wurde ein städtebauliches Konzept erarbeitet. Auf dieser Grundlage wurde ein Maßnahmenkatalog erarbeitet, der Maßnahmen zur Erschließung, zur Gewerbeflächenentwicklung und zur Freiflächenentwicklung enthält. Anhand der Maßnahmen zur Gewerbeflächenentwicklung zeigt sich, dass einige Maßnahmen, wie z. B. die Entwicklung des ehemaligen Schlachthofes an der Metzgerstraße, in den vergangenen Jahren realisiert wurden. Es zeigt sich jedoch auch, dass zum Teil in der Rahmenplanung aus dem Jahr 1997 als Maßnahmenflächen eingestufte Flächen auch heute noch als Potenzialfläche gelten (vgl. Abb. 12 und Abb. 13)

Der Rahmenplan Grüner Weg verdeutlicht, dass sich der Wirtschaftsstandort Aachen-Nord seit mittlerweile fast drei Jahrzehnten im strukturellen Wandel befindet.

⁸ Quelle: Büro für Stadtplanung und Stadtforschung (1996): Rahmenplan Gewerbegebiet Grüner Weg Aachen. Dortmund und Stadt Aachen (1997): Gewerbegebiet Grüner Weg Aachen Rahmenplan 1. Fortschreibung. Aachen

Abb. 12: Auszüge Rahmenplanung Gewerbegebiet Grüner Weg, 1. Fortschreibung (1997)



Quelle: Büro für Stadtplanung und Stadtforschung (1996): Rahmenplan Gewerbegebiet Grüner Weg Aachen. Dortmund und Stadt Aachen (1997): Gewerbegebiet Grüner Weg Aachen Rahmenplan 1. Fortschreibung. Aachen

Neugestaltung Grüner Weg

Der Grüne Weg fungiert als Haupterschließung für die umliegenden Gewerbebereiche. Um diese Funktion auch zukünftig erfüllen zu können, hat die Stadt Aachen eine umfassende Neugestaltung des Verkehrsraumes in die Wege geleitet. Nachdem bereits seit 2014 Pläne zur Neugestaltung bestanden, wurde die Umsetzung des Vorhabens durch den Mobilitätsausschuss am 07. Juni 2018 beschlossen.

In der Beschlussvorlage für den Mobilitätsausschuss am 07. Juni 2018 der Stadt Aachen heißt es, „Eine Neuaufteilung des Verkehrsraumes im Grünen Weg ist zur Verbesserung der verkehrlichen, baulichen, gestalterischen und sicherheitstechnischen Bedingungen für alle Verkehrsteilnehmer, auch der Personen mit Mobilitätsbeeinträchtigungen, dringend notwendig.“⁹ Bestandteil der Neugestaltung sind u. a. der Ausbau der Kreuzung zur Lombarden- und Passstraße sowie eine stärkere Berücksichtigung von Radfahrern und Fußgängern.

Die Umgestaltungsmaßnahmen der Haupterschließungsstraße sollen voraussichtlich bis Ende 2022 bzw. Anfang 2023 abgeschlossen sein. Insgesamt kann die funktionale und gestalterische Aufwertung des Verkehrsraumes Grüner Weg als Impuls auf die Flächeneigentümer entlang der Straße wirken und somit die Entwicklung des Bereiches begünstigen.

⁹ Quelle: Stadt Aachen (2018): Vorlage-Nr. FB 61/0900/WP17: Grüner Weg – Erneuerung - Ausführungsbeschluss

Weitere gebietsbezogene Konzepte

- Die Studie **Standort- und Marktanalyse der Gewerbeflächen Aachen-Nord** von kadawittfeldarchitektur in Kooperation mit dem Werkzeugmaschinenlabor WZL der RWTH Aachen aus dem Jahr 2016 wurde im Rahmen des Programms Soziale Stadt Aachen-Nord erstellt. Eine der inhaltlichen Schwerpunkte der Studie bildete die Darstellung der Umnutzungsmöglichkeiten der Jahrhunderthalle.
- Aachen-Nord war in dem Zeitraum von August 2016 – Juli 2019 neben Aachen-West einer der Referenzräume für das Projekt **MIA – Made in Aachen**. Der Fokus des Projektes lag auf einer Untersuchung der Potentiale und Gestaltungsmöglichkeiten für Urbane Produktion. Made in Aachen war ein kooperatives Forschungsprojekt verschiedener Fachbereiche der RWTH Aachen und der Stadt Aachen, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des Förderprogramms „Nachhaltige Transformation urbaner Räume“ gefördert wurde. Während der Projektlaufzeit wurde mit sieben Ausgaben der „MIA Expertisen“ eine Leitfaden-Reihe veröffentlicht, die den Leser informieren und zum Handeln motivieren soll.
- Aachen-Nord war 2016/ 2017 das Wettbewerbsgebiet für den **6. Schlaun-Wettbewerb**, einem vom Schlaun-Forum e.V. ausgelobten Ideenwettbewerb für Studierende und Berufseinsteiger der Fachrichtungen Architektur, Landschaftsplanung, Bauingenieurwesen und Städtebau in NRW. Im Ergebnis wurden 105 Arbeiten eingereicht, die eine planerische Vorstellung für Aachen-Nord im Jahr 2030 darstellten. Die innovativen und nachhaltigen Planungsansätze können der Stadt Aachen als Impulsgeber für die Entwicklung Aachen-Nords dienen.

6 Flächenpotenziale und laufende Projektentwicklungen

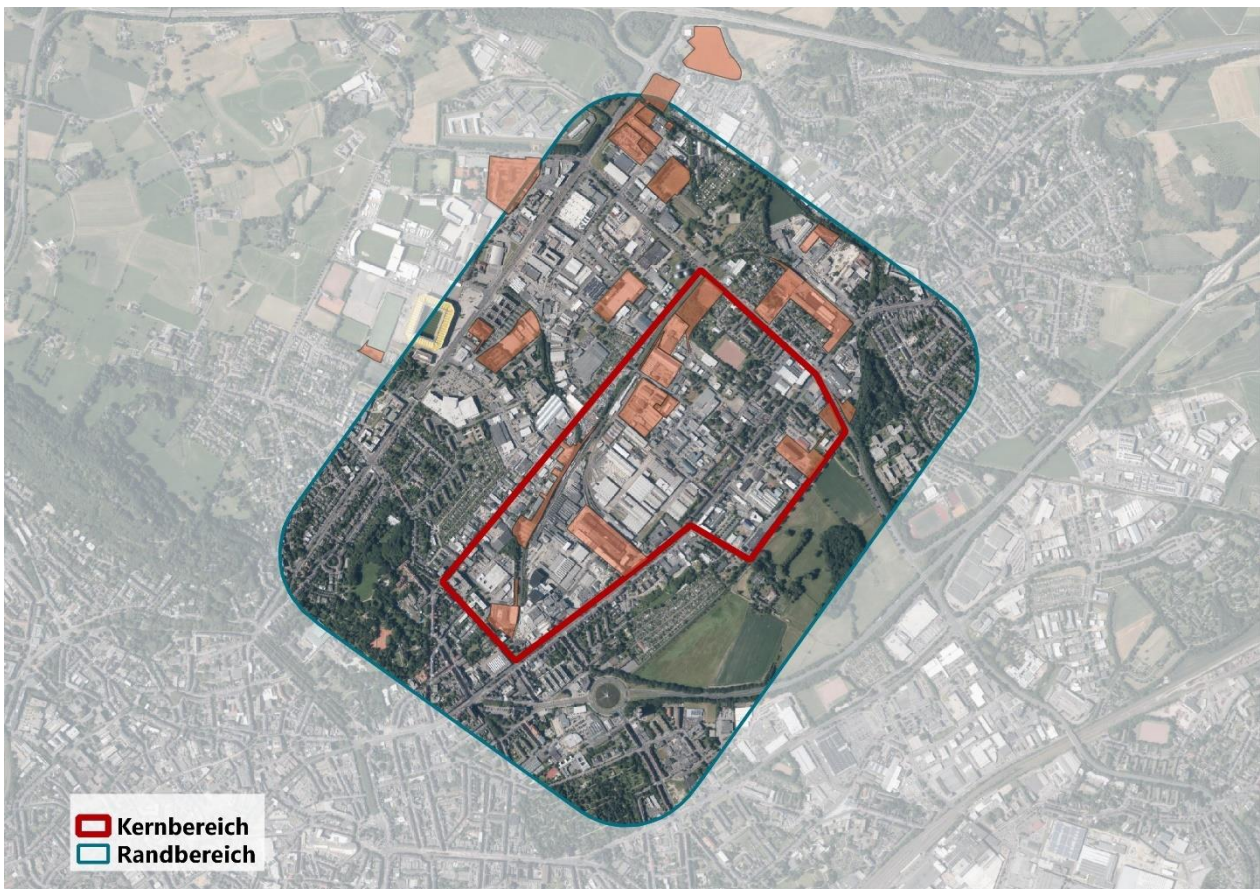
6.1 Flächenpotenziale

Der Kernbereich Aachen-Nord umfasst insgesamt ein Gebiet von 106,3 ha, darunter 89,3 ha nordwestlich der Jülicher Straße und 17,0 ha südöstlich der Jülicher Straße.

Innerhalb des Kernbereichs befinden sich nach dem Flächennutzungsplan Aachen*2030 Grundstücke mit einer Darstellung als gewerbliche Baufläche im Umfang von insgesamt rd. 471.300 m². Hierin enthalten sind nach Recherchen der Stadt Aachen gewerbliche Grundstücke im Umfang von rd. 141.300 m², die als mögliche Aktivierungsflächen einzustufen sind (30 % der gewerblichen Grundstücke). Rd. 333.000 m² sind als genutzte Flächen zu bewerten.

Hinzu kommen zwei auch gewerblich nutzbare größere Grundstücke im Bereich der gemischten Bauflächen östlich der Jülicher Straße mit einem Gesamtumfang von rd. 20.900 m².

Abb. 13: Gewerbliche Flächenpotenziale Aachen-Nord



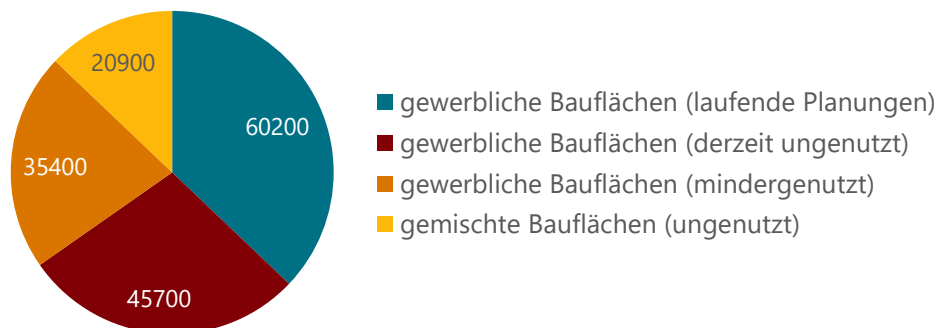
Quelle: cima (2020); Datengrundlage Flächenpotenziale: Stadt Aachen (2020), Kartengrundlage Luftbild: Geobasis NRW (2020)

Es handelt sich um Grundstücke, die entweder auf dem gewerblichen Immobilienmarkt direkt zum Erwerb angeboten werden oder nach vorliegenden Informationen in absehbarer Zeit vor einer Umstrukturierung stehen. In einzelnen Fällen liegen bereits konkrete Planungen zur zukünftigen Nutzung vor; auf einem Teil der Flächen finden sich aktuell noch gewerbliche Nutzungen.

Innerhalb des Kernbereichs Aachen-Nord wurden elf Aktivierungsflächen mit insgesamt ca. 162.000 m² (16,2 ha) identifiziert:

- In zwei Fällen mit insgesamt 60.200 m² Grundstücksfläche (ehemaliges Betriebsgelände Garbe, Lahmeyer & Co. (Jülicher Straße 191 / 209 bzw. Krantzstraße 2 - 18) und Starfish-Gelände (Liebigstraße 17 - 25) handelt es sich um Standorte, die aktuell bereits in der Umstrukturierung sind (Campus Jahrhunderthalle Aachen) bzw. für die derzeit konkrete Planungen laufen (Liebighöfe).
- Drei Liegenschaften mit einer FNP-Darstellung als gewerbliche Bauflächen und insgesamt rd. 45.700 m² sind derzeit ungenutzt (ehemaliges Kaiserbrunnen-Gelände (Jülicher Straße 121), Flächen zwischen Bahnlinie und Grüner Weg, Grundstück Prager Ring 63).
- Bei weiteren vier Liegenschaften, die als gewerbliche Bauflächen zu klassifizieren sind, mit insgesamt ca. 35.400 m² findet zwar derzeit noch eine gewerbliche Nutzung statt, eine mittel- oder langfristige Neuordnung ist jedoch nicht nur städtebaulich, sondern auch immobilienwirtschaftlich geboten.
- Zwei Liegenschaften, die im FNP als gemischte Bauflächen dargestellt werden und ein Aktivierungspotenzial von ca. 20.900 m² darstellen, sind derzeit ungenutzt (Grundstück Jülicher Straße 348 – 350, Grünfläche angrenzend an Jülicher Straße 376).

Abb. 14: Aktivierungsflächen im Kernbereich Aachen-Nord (in m²)



Quelle: cima (2020)

Wie Abb. 13 verdeutlicht, finden sich im Umfeld des Kernbereichs Aachen-Nord weitere Aktivierungsflächen in nicht unerheblichem Umfang (ca. 149.300 m² innerhalb des in Abb. 13 als Randbereich dargestellten Gebietes; u. a. Flächen der Fa. Saint Gobain zwischen dem Prager Ring und der Straße Wurmbenden sowie autobahnahe Flächen an der Krefelder Straße). Aktivierungsflächen im Umfang von zusätzlichen rd. 79.200 m² befinden sich außerhalb des Kern- und Randbereichs (u. a. eine ca. 28.300 m² große städtische Fläche unmittelbar an der BAB 4 und die ca. 33.400 m² große Fläche des ehemaligen Polizeipräsidiums).

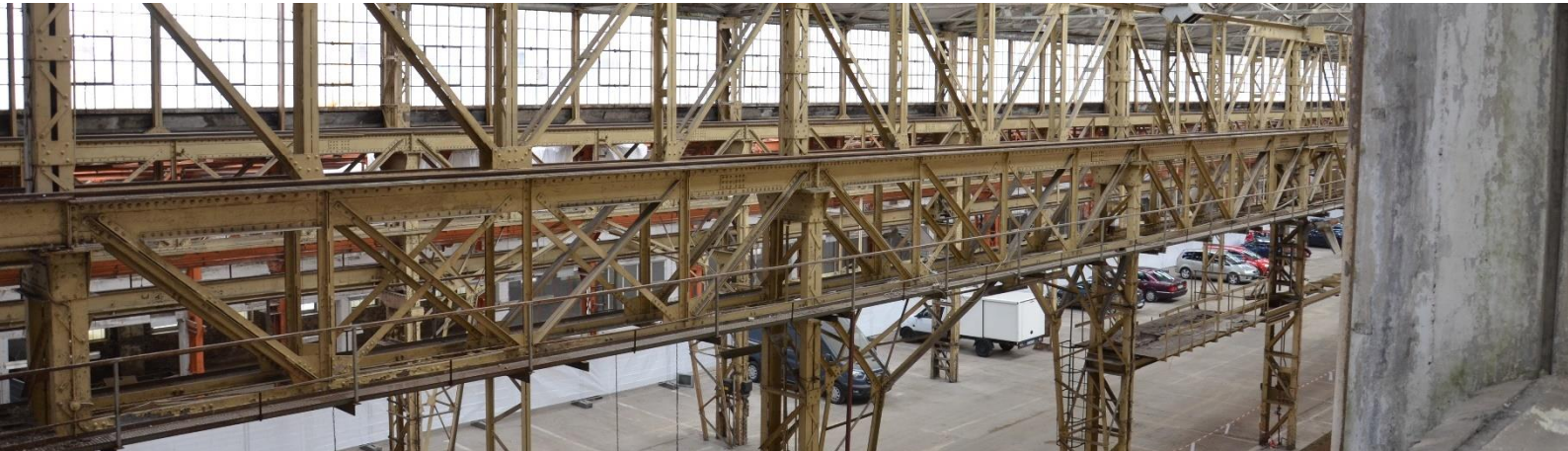
Bei einer qualitativen Wertung der aufgeführten Flächen wird deutlich, dass zwischen bislang unbebauten und im Rahmen der „einfachen“ Gewerbeflächenentwicklung zu mobilisierenden Grundstücken auf der einen Seite und gewerblichen Altstandorten mit zum Teil noch vorhandenen gewerblichen Nutzungen und bestehender Bausubstanz auf der anderen Seite zu unterscheiden ist.

Allgemein führen vorhandene und nicht in ein neues Konzept zu integrierende Altimmobilien regelmäßig zu zeitlichen Verzögerungen und Kostensteigerungen bei Flächenentwicklungen. Aachen-Nord steht jedoch exemplarisch für den kreativen und unterschiedlichen Umgang mit vorhandenen Gebäuden (Krantz-Center für Industrie und Service, Campus Jahrhunderthalle Aachen, Schlachthof Aachen), alle aufgeführten Beispiele profitieren davon, dass weite Teile der vorhandenen Industriearchitektur erhalten blieben.

Gleichzeitig sind die Besitzverhältnisse zu beachten; so befinden sich alle aufgeführten Aktivierungsflächen des Kernbereichs in Privatbesitz. Frühere und laufende Projektentwicklungen wie die privaten Investitionen im Bereich des Schlachthofes Aachen bzw. der Campus Jahrhunderthalle Aachen oder die Liebighöfe zeigen, dass private Investoren starkes Interesse an der Immobilienentwicklung Aachen-Nord haben.

Die Aufstellung unterstreicht nicht nur die Notwendigkeit eines aktiven Flächenmanagements aus Sicht der Eigentümer auf. Sie zeigen auch die Chancen für die Stadt Aachen auf, durch eine Aktivierung der aufgeführten Flächen dem im Stadtgebiet vorhandenen Flächenengpass gewerblicher Grundstücke entgegenzuwirken.

6.2 Laufende Projektentwicklungen



Quelle: cima (2020)

6.2.1 Campus Jahrhunderthalle Aachen

Der Campus Jahrhunderthalle Aachen wird seit Mitte 2019 auf dem ehemaligen Garbe-Lahmeyer-Gelände von dem niederländischen Projektentwickler Kadans Science Partner entwickelt und vermarktet.

Bei dem rd. 37.000 m² großen Gebiet handelt es sich um die Produktionsstätte der früheren Maschinenfabrik Garbe-Lahmeyer & Co., die hier 1899 einen heute denkmalgeschützten Industriekomplex errichtete. Dominiertes und für die Projektentwicklung namensgebendes Gebäude ist die zentral gelegene Großhalle mit einer Größe von rd. 25.000 m². Weitere Objekte (u. a. das Verwaltungsgebäude, das ehemalige Schmiedehaus, das Pfortnergebäude) gruppieren sich um die Jahrhunderthalle.

Nach Aufgabe der Produktion im Jahr 1993 fanden verschiedene Teilvermietungen statt, so ist z. B. die benachbarte Firma Zentis ebenso Mieterin in dem Objekt wie auch die Produktion des StreetScooters zeitweise auf dem Gelände stattfand.

Das Konzept des Campus Jahrhunderthalle Aachen sieht einen Erhalt der denkmalgeschützten Industriebauwerke vor mit dem Ziel, Flächen für Labore, Werkstätten, F&E-Einrichtungen und Büros sowie Coworking Space-Lösungen zu schaffen. Im Endausbau können auf dem Gelände bis zu 34.200 m² Mietflächen geschaffen werden.

Über die Gewerbeeinheiten und eine gastronomische Einrichtung (500 m²) in dem ehemaligen Schmiedehaus hinaus wird an der Krantzstraße im rückwärtigen Bereich ein zentrales Parkhaus mit rd. 750 Stellplätzen geschaffen. Das gesamte Gelände soll autofrei gestaltet werden.

Unmittelbar nach dem Erwerb der Liegenschaften begannen Mitte 2019 die Sanierungsmaßnahmen; Ende 2020 / Anfang 2021 ist mit der Fertigstellung erster Räumlichkeiten zu rechnen.

Zu den besonderen Kennzeichen dieser Projektentwicklung zählen

- die verfolgte ganzheitliche Entwicklung und Vermarktung des Areals,
- der verfolgte höherwertige Ausbauzustand der Mietobjekte,
- der durch unterschiedliche Flächenangebote verfolgte Mix unterschiedlicher Nutzer, der zusammen mit der Gestaltung des Gesamtareals mit einer gastronomischen Einrichtung den Campus-Charakter aufgreift und
- die bereits im ersten Schritt erfolgenden Sanierungsmaßnahmen für nahezu alle Gebäude.



Quelle: Carpus+Partner (2020)

6.2.2 Liebighöfe

In unmittelbarer Verbindung zu dem bereits sanierten ehemaligen Schlachthof Aachen an der Liebigstraße realisiert die Investorengemeinschaft Prof. Dr. Thomas Prefi und Dr. Michael Tobias unter dem Titel Liebighöfe eine Flächenentwicklung mit einer neuen Veranstaltungslocation („DAS LIEBIG“) in Kombination mit überwiegend neu zu errichtenden Gewerbeeinheiten.

Die Veranstaltungslocation entsteht in der denkmalgeschützten Kälbermarkthalle, die nach der Einstellung des Schlachtbetriebes im Jahr 2002 bis zum März 2020 als Großraumdiscothek („Starfish“) genutzt wurde.

Die sechs auf einer Ebene geplanten Räume mit insgesamt 1.800 m² sollen flexibel zu kombinieren sein und damit die Möglichkeiten für Veranstaltungen unterschiedlichster Art bieten (Kongress, Konferenz, Firmenfeier, Ausstellung, Messe oder private Feier). Zusätzlich soll ein rd. 1.000 m² großer Außenbereich für die Veranstaltungen genutzt werden.

Zusammen mit der benachbarten Halle 60 entsteht damit im Kernbereich Aachen-Nord ein über die Stadt Aachen hinaus ausstrahlender Veranstaltungs- und Eventbereich, der sich in beiden Fällen von Tagungsräumen in Hotels, Stadt- oder Kongresshallen u. a. durch den Industriecharme der Gebäude und damit einem besonderen Raumprofil unterscheidet.

In Kombination mit der Eventlocation sehen die Planungen für die Liebighöfe Gewerbeeinheiten mit Büros (rd. 5.700 m²), Produktion (3.300 m²) bzw. Gewerbe & Lager (2.000 m²) vor.

Mit dem Beginn der Umbaumaßnahmen ist 2020 / 2021 zu rechnen.



Quelle: Stadtmarken Business GmbH (2020)

6.2.3 Technologiezentrum Aachen am Europaplatz

Außerhalb des Kernbereichs, aber räumlich und funktional mit dem Standort Aachen-Nord verbunden, befindet sich am Europaplatz seit 1993 das Technologiezentrum Aachen mit einer Nutzfläche von rd. 14.600 m². In der Vergangenheit war die AGIT Aachener Gesellschaft für Innovation und Technologietransfer mbH Eigentümerin und Betreiberin des Objektes, das als typisches Technologie- und Gründerzentrum konzipiert wurde. Neben den anzumietenden Büroeinheiten stehen sechs Tagungsräume für bis zu 60 Personen und ein Großraum für bis zu 300 Personen für Meetings zur Verfügung.

Zum 01.12.2019 hat die Unternehmensgruppe der Landmarken AG, Aachen, das Technologiezentrum von der AGIT erworben. Die neue Eigentümerin verfolgt neben einer Grundsanierung des Objektes eine konzeptionelle Neuausrichtung unter der Leitidee „The Urban Village“: Das Objekt soll stärker als bislang für Nutzer des Zentrums, aber auch für andere Unternehmen geöffnet werden und sich damit zu einem Treffpunkt und Ort des Austausches entwickeln (Leitidee „Urban Village“). Gleichzeitig werden die digitalen Angebote und Serviceleistungen des Technologiezentrum weiter ausgebaut (z. B. Mieter-Events für ein stärkeres Gemeinschaftsgefühl, TZA App, digitaler Portier, Brief- und Paketdienst, Mobilitätsangebote).

Diese Angebote ergänzen die flexibel nutzbaren Räumlichkeiten des Technologiezentrums mit der Möglichkeit zur Anmietung von Büroeinheiten, coworking-Lösungen etc.

7 Meinungsbild der Unternehmer aus dem Gebiet und weiterer Entscheidungsträger

In projektbegleitenden Einzelgesprächen und zwei Workshops mit Grundstückseigentümern und Investoren wurde das Meinungsbild und die Zielvorstellungen lokaler Akteure sowie laufende Planungen aufgenommen und in die Konzeptentwicklung einbezogen (s. auch Kap. 2).

Als übergeordnetes Ergebnis dieses Beteiligungsprozesses wurde deutlich, dass alle Beteiligten den **Kernbereich Aachen-Nord** durchgängig als sich dynamisch weiterentwickelnden **Standort der Urbanen Produktion bzw. des Arbeiten 4.0** einordnen und eine **hohe Bereitschaft bzw. ein großes Interesse besteht, den Standort in Kooperation von privaten und öffentlichen Akteuren gemeinsam zu entwickeln**.

Zu den verschiedenen Themenfeldern wurden zum Teil sehr detaillierte Einschätzungen, Hinweise und Anregungen gegeben:

Zielgruppen Aachen-Nord

Mehrere Entwickler und Experten der Technologie- und Innovationsförderung stellen die herausragende Bedeutung der RWTH Aachen und der Fachhochschule Aachen als Herkunftsort von Existenzgründern, Startup-Unternehmen und Ausgründungen heraus.

RWTH und FH Aachen als Impulsgeber

Gleichzeitig wird betont, dass die Entwicklung von Aachen-Nord nicht schwerpunktmäßig auf eine spezielle Cluster- oder Kompetenzfeldförderung ausgerichtet werden sollte. Die geplanten Immobilienangebote richten sich an alle Nutzer, die einen urbanen Standort in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt Aachen suchen. Darunter fallen insbesondere unternehmensnahe Dienstleister, Forschungs- und Entwicklungsabteilungen größerer Unternehmen sowie mittlere und kleinere Unternehmen aus dem Bereich der Urbanen Produktion.

keine Clusterbildung

Mit dem Flächenangebot soll auch einer mehrfach beobachtenden Abwanderung von innovativen Unternehmen nach Köln, Hamburg oder Berlin entgegenwirkt werden.

Abwanderungen verhindern

Insbesondere in Verbindung mit Key-Accounts zu Großunternehmen mit einer Verbindung zu Aachen, werden auch Chancen gesehen, auswärtige Unternehmen durch ein attraktives Angebot für Aachen zu gewinnen.

Key-Accounts für Ansiedlungswerbung nutzen

Gesamtentwicklung Aachen-Nord

Zur Steigerung der Gesamtattraktivität von Aachen-Nord besteht Übereinstimmung, dass es städtebaulich erkennbarer Orte der Begegnung bedarf, die auch einen zentralen Beitrag zur Adressbildung von Aachen-Nord leisten. Gastronomie, Kultur- und Freizeitangebote und Veranstaltungslocations werden als wichtige Elemente zur Etablierung eines urbanen Quartiers angesehen. Der besonderen städtebaulichen Gestaltung dieser Orte kommt eine Schlüsselfunktion zu.

Orte der Begegnung, die adressbildend für Aachen-Nord sind

Aufgrund der räumlichen Strukturen wird ein polyzentrisches Quartierskonzept gefordert, das z. B. neben den Teilräumen des Kernbereichs auch für das Gewerbeband Grüner Weg einen entsprechenden Mittelpunkt („Herz“) enthält.

polyzentrisches Quartierskonzept



Quelle: Stadt Aachen (2020)

Nachfrage und Anforderungen an die Immobilien

Offen wurde in den Gesprächen die Frage möglicher Überschneidungen in dem zukünftigen Flächenangebot und eine damit verbundene interne Flächenkonkurrenz diskutiert. Experten des Technologietransfers stellten klar, dass sich gerade bei Existenzgründern und Jungunternehmen die Erwartungen und Anforderungen an die Immobilien in Hinblick auf die Ausstattung stark unterschieden. Während ein Teil Wert auf Repräsentativität und höherwertige Gestaltung legen, bevorzugen andere eine Einfachausstattung und fragen preisgünstige Angebote nach. Neben Büroeinheiten wird auch ein Bedarf nach Labor- und Werkstattflächen gesehen.

Übereinstimmend sehen alle Gesprächspartner ein in Hinblick auf Zuschnitt und Mietdauer flexibel gestaltbares Angebot als Erfolgsfaktor an, ferner sehen alle Konzepte die Möglichkeit des Austausches zwischen den Mietern vor (Gastronomie, attraktive Aufenthaltsflächen, Veranstaltungen für Mieter).

Ein immobilienwirtschaftlich problematischer Flächenüberhang wird von den Eigentümern und Entwickler nicht gesehen; mehrfach wird vielmehr die steigende Aufmerksamkeit hervorgehoben, die Aachen-Nord durch die verschiedenen Projektentwicklungen genießt.

Verkehr

Sehr interessiert zeigen sich nahezu alle Gesprächsteilnehmer an innovativen Mobilitätslösungen; dies geht vielfach über punktuelle Maßnahmen wie die Einrichtung von E-Mobilitätsladestationen oder Carsharing-Angebote hinaus und bezieht sich auch auf gemeinsame Mobilitätslösungen wie Quartiersparkhäuser oder die Bündelung von Lieferverkehren. Generell geht es nach Meinung verschiedener Teilnehmer darum, den Wandel im Mobilitätsverhalten der Bevölkerung aktiv zu begleiten, ohne allein durch restriktive Regelungen (z. B. Parkraumreduzierung) steuernd einzugreifen. Die Bahntrasse könnte in diesem Zusammenhang als Trasse für die Regio-Tram oder einen Radschnellweg eine Schlüsselfunktion übernehmen.

Nutzer unterscheiden sich in ihren Flächenanforderungen

flexibel zu variierende Mieteinheiten als Erfolgsfaktor

Flächenüberhang wird nicht erwartet

Wandel im Mobilitätsverhalten aufgreifen; restriktive Lösungen werden abgelehnt

Wie bereits in früheren Diskussionsrunden wird eine verbesserte innere Erschließung des Kernbereichs mit einem Ausbau in Richtung Grüner Weg / Anschluss BAB 4 gewünscht.

*Verbindung
Grüner Weg –
Jülicher Straße
als Dauerthema*

Gemeinsame Vermarktung und Entwicklung

Die mit einem Gebietsmanagement Aachen-Nord verfolgte Intensivierung des Austausches zwischen den lokalen Akteuren wird für dringend erforderlich angesehen; die Gespräche zeigen u. a. einen zum Teil sehr geringen Kenntnisstand über Veränderungen im Gebiet bei gleichzeitig hohem Interesse an der Quartiersentwicklung auf.

*Vielfach geringer
Kenntnisstand
über die Ent-
wicklungen in
Aachen-Nord*

Die Workshops zeigen auch, dass ein nachhaltiges Interesse an gemeinsam erarbeiteten Lösungen besteht. In einzelnen Beiträgen wurde auch ein Quartiersmanagement nach dem Vorbild von Centermanagements in Shopping-Centern vorgeschlagen.

*Gebietsmanage-
ment nach dem
Vorbild von Cen-
termanagements*

Von einer gemeinsamen Vermarktung des Standortes Aachen-Nord erwarten die Eigentümer und Entwickler in erster Linie eine Schärfung der Außenwahrnehmung des Kernbereichs Aachen-Nord im Sinne eines urbanen, innovativen Gewerbequartiers mit einer über die Städteregion hinausgehenden Ausstrahlungskraft.

*Außenprofil
Aachen-Nord
schärfen*

Die Social Media-Bedeutung der Immobilienvermarktung wird von den Projektentwicklern unterstrichen; konkret geplant ist u. a., für das Technologiezentrum am Europaplatz hier einen besonderen Schwerpunkt zu setzen.

*Digitalisierung
der Vermarktung*

8 Fazit der SWOT-Analyse Aachen-Nord

Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme lassen sich in den folgenden Punkten zusammenfassen:

1. Das **Gebiet Aachen-Nord** lässt sich aufgrund der vorhandenen Strukturen und Rahmenbedingungen in die Teilbereiche Büro- / Dienstleistungsachse Krefelder Straße, Gewerbeband Grüner Weg und Kernbereich Aachen-Nord beiderseits der Jülicher Straße gliedern.
2. Innerhalb des Kernbereichs befinden sich nach dem Flächennutzungsplan Aachen*2030 Grundstücke mit einer Darstellung als gewerbliche Baufläche im Umfang von insgesamt rd. 471.300 m². Bereits innerhalb des Kernbereichs Aachen-Nord (106,3 ha) befinden sich **Aktivierungsflächen** im Umfang von ca. 141.300 m², die nach der aktuellen FNP-Darstellung für gewerbliche Nutzungen in Frage kommen. Bezogen auf die im gesamten Kernbereich dargestellten gewerblichen Bauflächen entspricht dies einem Anteil von 30 %. Zwei weitere, größere zusammenhängende Aktivierungsflächen des Kernbereichs mit insgesamt ca. 20.900 m² kommen für eine gemischte Nutzung in Betracht.
3. Im Bereich der **Büro- / Dienstleistungsachse Krefelder Straße** hat sich in den letzten zehn Jahren eine städtebauliche Erneuerung und ein Wechsel in der Nutzerstruktur vollzogen, der eine Abkehr von dem einseitigen Profil eines Standortes des großflächigen Einzelhandels und ergänzender gewerblicher Nutzungen zur Folge hatte. Heute wird dieser Bereich maßgeblich von 5 – 6 geschossigen Büroneubauten geprägt, die von größeren privaten und öffentlichen Dienstleistern nachgefragt werden. Die Entwicklung wird sich in den nächsten Jahren fortsetzen und auch den Bereich Gut-Dämme-Straße verändern. Die Stadt Aachen kann als Eigentümerin einzelner Gewerbegrundstücke im Umfeld der Autobahnanschlussstelle Zentrum eine aktive Rolle übernehmen.
4. Das **Gewerbeband Grüner Weg** stellt sich als innenstadtnahes Gewerbegebiet mit einem erhöhten Handlungsbedarf dar. Insbesondere entlang des Grünen Weges dominieren offene Lagerbetriebe und weitere Nutzungen, die der innenstadtnahen Lage nicht entsprechen. Hier ist eine umfassende, dem Gedanken der nachhaltigen Gestaltung von Gewerbegebieten entsprechende Aufwertung erforderlich, die sowohl die Gestaltung des öffentlichen Raums und der privaten Grundstücke als auch die Ansiedlung zusätzlicher Unternehmen einschließt. Als größtes Impulsprojekt wird die Realisierung einer Regio-Tram-Haltestelle an der Einmündung der Liebigstraße in den Grünen Weg angesehen.
5. Der **Kernbereich Aachen-Nord** beiderseits der Jülicher Straße stellt aktuell den Abschnitt mit einer großen Dynamik dar. Das ursprünglich im Zuge der Industrialisierung entstandene Gebiet hat sich zwar in den Grundstückszuschnitten wenig verändert, mit Ausnahme einiger größerer Betriebe (z. B. Zentis und Talbot) prägt heute der im Rahmen der Revitalisierung von Altstandorten entstandene Unternehmensbesatz den Kernbereich. Das Spektrum ist dabei sehr vielseitig und schließt Ingenieurbüros, andere produktionsnahe Dienstleister, Start-Ups, Handwerksbetriebe und kleinere produzierende Betriebe ein. Wie auch in den anderen Bereichen besteht ein erhebliches Aktivierungspotenzial in Form von freien oder nur temporär bzw. mindergenutzten Grundstücken. Unter den elf identifizierten Aktivierungsflächen mit insgesamt ca. 162.000 m² befinden sich zwei Standorte, für die bereits umfassende Revitalisierungskonzepte vorliegen bzw. in der Umsetzung sind (Campus Jahrhunderthalle Aachen, Liebighöfe).
6. Das **Umfeld des Gewerbebereiches Aachen-Nord** bietet eine Vielzahl von ergänzenden Nutzungen, die zum individuellen Profil und damit zur Attraktivität von Aachen-Nord für Unternehmen und Mitarbeiter einen wichtigen Beitrag leisten können. Beispielhaft seien genannt: Talbothöfe (Wohnen), Ludwig Forum für Internationale Kunst (Kultur), DEPOT in der Talstraße (Kultur / Begegnung), digitalCHURCH, Technologiezentrum am Europaplatz (Innovationsförderung). Auch im fußläufigen Umfeld ist das

gastronomische Angebot vergleichsweise schwach ausgeprägt, so dass hierzu innerhalb des Kernbereichs weitere Ergänzungen angeraten sind.

7. Die projektbegleitenden Workshops und Einzelgespräche haben ein **großes Interesse** der Grundstückseigentümer und beteiligten Entwickler **an einer Kooperation zur abgestimmten Entwicklung und Vermarktung von Aachen-Nord** deutlich gemacht.
8. Für das Gesamtgebiet bzw. speziell für den Kernbereich Aachen-Nord lassen sich bereits aus der SWOT-Analyse folgende **Handlungsansätze** ableiten:
 - Mobilisierung von Schlüsselgrundstücken (z. B. Kaiserbrunnen-Areal)
 - Förderung des urbanen Charakters des Kernbereichs (Gastronomie, Etablierung von Treffpunkten und Plätzen der Kommunikation)
 - Attraktivierung des öffentlichen Raums und der privaten Grundstücke mit einer erhöhten Aufenthaltsqualität
 - Verbesserung der inneren Erschließung zwischen dem Kernbereich und dem Bereich Grüner Weg
 - Etablierung eines zukunftsfähigen Mobilitätskonzeptes (Regio-Tram, Förderung Carsharing, quartiersbezogene Lösungen der Stellplatznachfrage)
 - Stärkere Vernetzung und Ausbau der Grünverbindungen



Aachen-Nord. Die zweite Gründung.

Zukunftsprofil

9 Zukunftsprofil des Unternehmensstandortes Aachen-Nord

9.1 Vision und Ziele der Entwicklung Aachen-Nord

Das Nutzungs- und Vermarktungskonzept Aachen-Nord baut auf der nachfolgenden Vision für den Standort und einem daraus abgeleiteten Zielkatalog auf. Dabei werden die Ergebnisse der neutralen Bestandsaufnahme und des durchgeführten Diskussionsprozesses mit den örtlichen Akteuren sowie den eingebundenen Experten und Fachleuten aufgegriffen. Die Vision berücksichtigt auch vier allgemeine, aber zentrale Faktoren, die für zukunftsfähige Unternehmensstandorte von maßgeblicher Bedeutung sind:

Veränderungen der Arbeitswelten (Arbeiten 4.0)

Unter dem Begriff Arbeiten 4.0 werden die tiefgreifenden, zum Teil disruptiven Veränderungen der Arbeitswelt durch die Entwicklung hin zur Wissensgesellschaft zusammengefasst. Die Veränderungen resultieren sowohl aus technologischen Innovationen, Prozessveränderungen und neuen Geschäftsmodellen als auch aus veränderten Lebensstilen und neuen Konzepten der Mitarbeiterführung.

Es ist offensichtlich, dass mit diesen Veränderungen auch die Anforderungen an den Arbeitsort und damit an die Konzeption von Gewerbegebieten neu zu formulieren sind. Es beginnt mit der Gestaltung des eigentlichen Arbeitsplatzes, bezieht aber auch die Frage der Raumkonzeption, der Architektur und der Ausstattung der Gebäude ein. Ebenso verändern sich die Anforderungen an das Umfeld: Aus der nicht mehr strikten Trennung von Freizeit und Arbeit resultiert die verstärkte Nachfrage nach gastronomischen Angeboten, qualitätsvollen Aufenthaltsräumen im Freien, aber auch der Bedarf von Kindertagesstätten, Fitness-einrichtungen oder Serviceangeboten für die Beschäftigten im Quartier.

Prinzipien der Nachhaltigkeit

Unter dem Begriff „Green Building“ begann vor rund zehn Jahren auch in Deutschland eine Diskussion um neue Anforderungen an den Gewerbebau der Zukunft. Im Mittelpunkt stand dabei zunächst die Frage der Energieeffizienz; sie hat zwischenzeitlich Eingang gefunden in entsprechende gesetzliche Vorgaben und gehört mittlerweile zum Grundverständnis jeder Immobilie. Anforderungen an einen nachhaltigen Gewerbebau sind jedoch weiter zu fassen und basieren nach dem gängigen Nachhaltigkeitsverständnis auf einem Dreisäulenmodell bestehend aus Ökonomie, Ökologie und Sozialem. Die Ökonomie bezieht sich darauf, dass Gebäude wirtschaftlich sinnvoll und über den gesamten Lebenszyklus des Objektes betrachtet werden. So ist die Zweit- und Drittverwertung von Gebäuden bereits in den ersten Planungen zu berücksichtigen. Die Ökologie steht für den ressourcen- und umweltschonenden Bau von Gebäuden und schließt die Themen Energieeffizienz, umweltschonende Baustoffe und ihre Herkunft, Mobilität, Klimaneutralität etc. ein. Mit dem Faktor Soziales gehen die Nutzer der Gebäude – die Mitarbeiter und Besucher eines Unternehmens – in die Betrachtung ein. Nachhaltigkeit bedeutet in diesem Sinne, durch Design und Architektur, Beleuchtung, Schalldämmung, Raumklima, digitale Informations- und Serviceleistungen etc. im Inneren der Immobilien und durch eine ansprechende Freiraumgestaltung, neue Mobilitätslösungen und von den Nutzern nachgefragte Angebote im Umfeld des Arbeitsplatzes besondere Arbeitsplatzqualitäten zu bieten.

Vernetztes Denken ersetzt sektorale Fachplanung („smart city“)

Der Begriff „smart city“ wird vielfach mit der Digitalisierung unserer Gesellschaft gleichgesetzt. Dabei geht der smart city-Ansatz deutlich über den Einsatz von digitalen Medien hinaus und formuliert einen Handlungsansatz, bei dem systemisch (ökologisch, sozial und ökonomisch) nachhaltige Produkte, Dienstleistung-

gen, Technologien, Prozesse und Infrastrukturen eingesetzt und durch hochintegrierte und vernetzte Informations- und Kommunikationstechnologien unterstützt werden. Damit decken sich in Teilen smart city-Ansätze mit den angeführten Nachhaltigkeitsprinzipien. Ein Gewerbegebiet kann damit als „smart“ (= clever (engl.)) bezeichnet werden, wenn folgende Aspekte u. a. Berücksichtigung finden:

- Gebrauch von modernen und effizienten Infrastrukturen, wie z. B. intelligenten Stromnetzen oder neuen Mobilitätslösungen (Carsharing, E-Mobilität etc.)
- Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), die das Alltagsleben unterstützen und verbessern
- eine Architektur und ein Städtebau, die den Menschen ins Zentrum der Betrachtung rückt und die wichtige Rolle der öffentlichen Partizipation mitberücksichtigt
- eine anpassungsfähige Stadtplanung und -gestaltung bzw. Immobilienentwicklung, die sowohl existierende als auch zukünftige Nutzer berücksichtigt bzw. Spielraum für Anpassungen lässt

In diesem Sinne stellt der smart city-Ansatz hohe Anforderungen an die privaten und öffentlichen Akteure und fordert ein stark vernetztes Denken.

Profil durch die Historie des Ortes

Repräsentative Firmengebäude von Großunternehmen bestätigen ebenso wie die individuell gestaltete Büroeinrichtung eines Startups die Bedeutung der Immobilie bzw. der Räumlichkeiten für das Selbstverständnis eines Unternehmens und gehen maßgeblich in die Außen- und Innendarstellung der Betriebe ein. In einer Zeit, in der die „harten“ Standortfaktoren immer häufiger zur Ubiquität werden, gewinnen „weiche“ Faktoren an Bedeutung. Die Historie des Ortes – verkörpert durch den Namen eines Traditionsunternehmens, die historische Bausubstanz oder das gewachsene Image eines Stadtteils – bestimmt die Standortentscheidung und geht daher auch in die Vermarktung einer Immobilie bzw. eines Gebietes ein. Auf der Suche nach Individualität und Profil eines Unternehmens kann die Historie des Unternehmenssitzes eine maßgebliche Bedeutung bekommen.

Standorteignung von Aachen-Nord für eine besondere, zukunftsorientierte Gebietsentwicklung

Wenn Aachen-Nord besondere Potenziale und Vorzüge für eine modellhafte gewerbliche Quartiersentwicklung hat, sind hierfür folgende Besonderheiten zu nennen:

- Beschlüsse der Stadt Aachen zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit (s. Kap. 5.2)
- vorhandene lokale und regionale Einrichtungen und Netzwerke zur Förderung von Startups bzw. Innovationsförderung
- erwartetes Nachfragepotenzial durch Startups, Ausgründungen aus den Hochschulen und Ansiedlungen von außerhalb (s. Kap. 3.1)
- nicht vorhandenes Flächenangebot mit vergleichbarem Entwicklungspotenzial an anderer Stelle in der Stadt Aachen bzw. der Städtereion, u. a. Innenstadtnähe und gute Erreichbarkeit der Aachener Hochschul- und Forschungseinrichtungen (s. Kap. 3.2)
- vorhandene und geplante Immobilienangebote mit flexibel nutzbaren Raumangeboten und einem Mix für Unternehmen aller Art (Startups, Jungunternehmen, Freiberufler)
- bereits vorhandenes Engagement verschiedener Grundstückseigentümer und Interesse an einer Standortkooperation
- urbaner Charakter des Umfeldes und Industriecharme vorhandener Objekte



Quelle: Stadt Aachen (2020)

Der laufende **Wandel des Kernbereichs vom traditionsreichen Aachener Industriestandort zum urbanen Unternehmensquartier** wurde bereits als die **2. Gründung** bezeichnet. Das vorliegende Nutzungs- und Vermarktungskonzept liefert die Grundlage für eine systematische und koordinierte Förderung der weiteren Standortentwicklung unter Einbeziehung der angeführten allgemeinen Prinzipien zukunftsorientierter Unternehmensstandorte und einer Nutzung der aufgeführten Potenziale des Gebietes.

Der **Kernbereich Aachen-Nord** wird als modellhafter **ZukunftsRaum** der Aachener Immobilienstandorte definiert, in dem private und öffentliche Akteure in enger Zusammenarbeit eine an den Vorgaben der Nachhaltigkeit und den smart city-Prinzipien orientierte Standortentwicklung betreiben.

In Aachen-Nord trifft Tradition auf Moderne. Der Wandel der Arbeitsweise sowie der gesellschaftliche Wandel sollen hier sichtbar werden. Vom ehemals industriell geprägten Standort lässt sich durch Revitalisierung und weitere Maßnahmen ein neuer zukunftsträchtiger und vorzeigbarer Standort mit Strahleffekt schaffen. Etablierte und neue Unternehmen sollen gleichermaßen den Standort prägen und zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.

Abb. 15: Leitende Vision für Aachen-Nord

Vision Aachen-Nord: Der ZukunftsRaum

- Aachen Nord wird zu einem zukunftsträchtigen und nachhaltigen Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität, der den Herausforderungen der Digitalisierung und des Klimaschutzes unserer Zeit gerecht wird.
- In Aachen Nord finden Unternehmen Platz in jeder Phase. Von der Gründung, über das Wachstum, bis hin zur Etablierung.
- Smarte Lösungen im Bereich Ökonomie, Ökologie und Soziales sowohl für die Wirtschaft als auch für die BewohnerInnen werden hier entwickelt und / oder kommen hier zum Einsatz.
- Die Entwicklung des Gewerbestandorts geschieht gemeinsam mit den vor Ort agierenden Akteuren.

Abb. 16 enthält zur Operationalisierung der Vision **ZukunftsRaum Aachen-Nord** einen hierarchischen Zielkatalog mit vier Oberzielen. Sie unterstreichen den integrierten Ansatz des Konzeptes mit Maßnahmen der städtebaulichen Qualifizierung, der Unternehmens- und Innovationsförderung, der Netzwerkbildung und der Vermarktung.

Abb. 16: Zielkatalog für die Entwicklung des ZukunftsRaums Aachen-Nord

	Oberziel 01	Oberziel 02	Oberziel 03	Oberziel 04
	Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbebestandort mit Aufenthaltsqualität	Smarte Lösungen entwickeln und anwenden	Gemeinsame Entwicklung des Gewerbebestandes durch eine wertschöpfende Vernetzung	Vermarktung des „ZukunftsRaum Aachen-Nord“
Ziel 01	Fokussierte Beratung und Begleitung von (Bestands-)Unternehmen zu Maßnahmen des Klimaschutzes und Geschäftsmodellentwicklung.	Innovationen und Technologien aus der Wissenschaft und Startup-Szene erhalten in Aachen-Nord die Möglichkeit eines Reallabors, um die Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und BürgerInnen mit einzubeziehen.	Die lokalen Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und die BürgerInnen arbeiten vernetzt und fördern die Entwicklung des Standortes gemeinsam.	Weiterentwicklung des Vermarktungskonzeptes hin zu einem Kommunikationskonzept, um die Gesamtentwicklung des Standortes in alle Richtungen (Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, BürgerInnen) zu kommunizieren.
Ziel 02	Vorhandene Flächen werden zukunftssträftig entwickelt und gliedern sich in die Gesamtentwicklung des Standortes ein.	In Aachen-Nord wird eine zukunftssträftige digitale und räumliche Infrastruktur aufgebaut, welche den Unternehmen und Startups an diesem Standort ermöglicht, zukunftssträftige Entwicklungen voranzutreiben.	Ansässige und anzusiedelnde Unternehmen bilden Wertschöpfungsketten und entwickeln gemeinsam Produkte, um Synergieeffekte vor Ort effizient zu nutzen.	Marken- und Imagebildung zur Identifikation ansässiger Unternehmen, BürgerInnen und Akteure vor Ort sowie zur Steigerung der Standortattraktivität für die Akquise ansiedlungsinteressierter Unternehmen.
Ziel 03	Zukunftsträftige, technologieorientierte Unternehmen werden angesiedelt und Arbeitsplätze geschaffen.	In Aachen-Nord wird die Schaffung smarterer Lösungen im Sinne von Klimaschutz und Nachhaltigkeit, insbesondere in den Bereichen Mobilität, Architektur und Städtebau fokussiert.	In Vernetzung mit den Akteuren vor Ort und sozialen und kulturellen Einrichtungen werden die soziale Infrastruktur und Corporate Social Responsibility gestärkt und weiterentwickelt.	Bildung eines gemeinsamen Selbstverständnisses für den (Gewerbe-)Standort Aachen-Nord.
Ziel 04	Erhalt und Schaffung der städtebaulichen Attraktivität und Qualität.			

9.2 Räumliches Zukunftsprofil

Die Vision, den Kernbereich Aachen-Nord als Zukunftsraum zu verstehen, in dem ein Gewerbequartier mit Modellcharakter entwickelt wird, muss sich in die Gesamtentwicklung der gewerblichen Flächen zwischen Krefelder Straße und Jülicher Straße einfügen. Gleichzeitig sind die kleinräumigen Besonderheiten und Entwicklungspotenziale ebenso aufzugreifen wie die Vernetzungen mit dem Umfeld zu berücksichtigen sind.

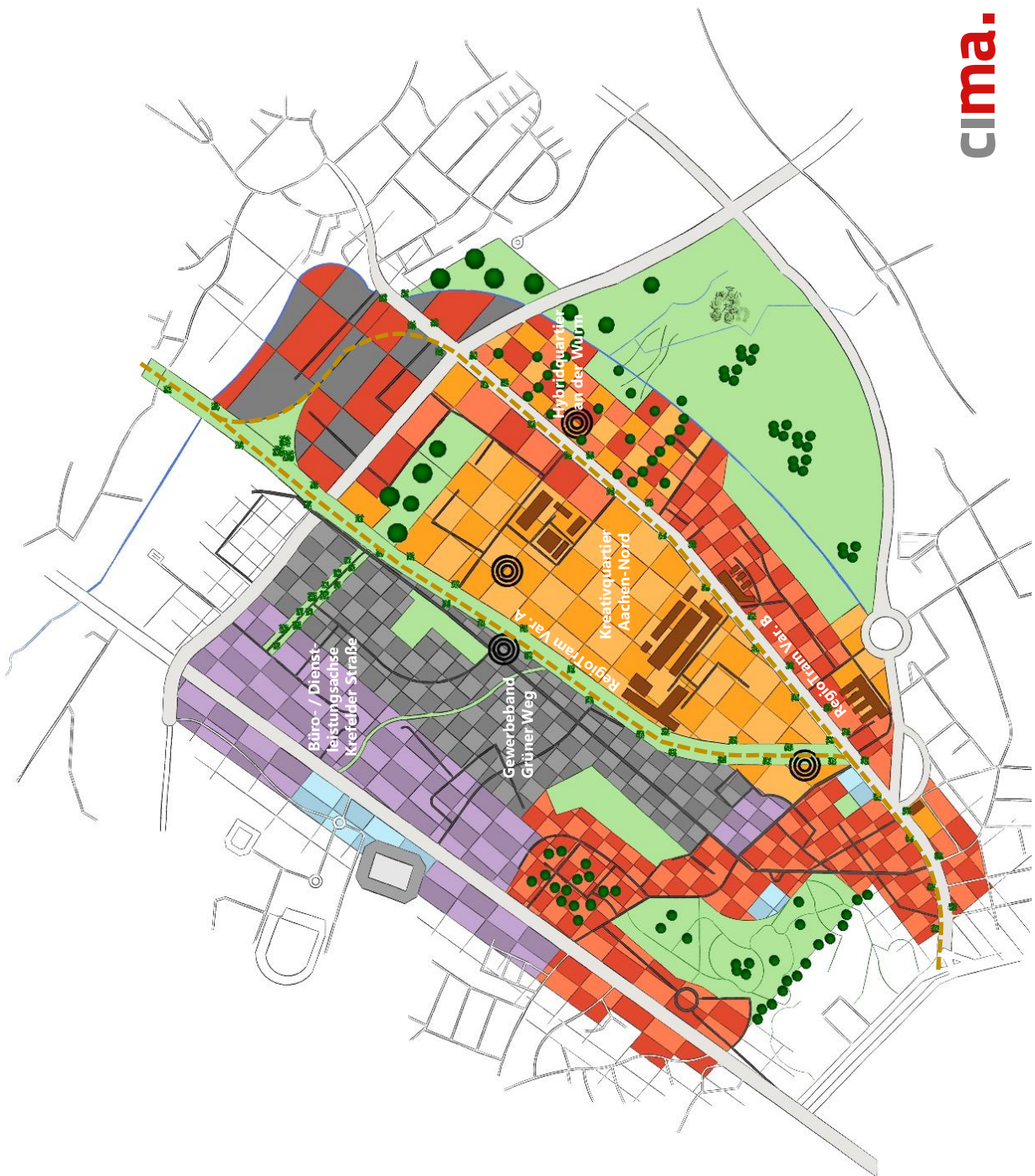
Die räumlichen Entwicklungsvorstellungen fasst Abb. 17 zusammen, hervorzuheben sind folgende Elemente:

- Die bestehende Gliederung des Gesamtgebietes in die **Büro- / Dienstleistungsachse Krefelder Straße, das Gewerbeband Grüner Weg und den Kernbereich Aachen-Nord** wird bestätigt.
- Die Aufteilung in drei unterschiedlich strukturierte Teilbereiche wird ergänzt durch das neu definierte **Hybridquartier an der Wurm**. Das heute in weiten Teilen von ungenutzten Grundstücken, Lagerplätzen etc. dominierte Gebiet südöstlich der Jülicher Straße wird langfristig zu einem gemischten Quartier mit Wohnen und Gewerbeeinheiten umgestaltet. Hinsichtlich der Nutzerstrukturen ergänzt es den Kernbereich. Das Hybridquartier bietet die im Kernbereich nicht zu realisierende kleinteilige Mischung von Wohnen und Arbeiten. Damit greift das Quartier zentrale Anforderungen an Standorte des Arbeiten 4.0 auf.
- Das Zukunftsprofil sieht **keinen flächenhaften, disruptiven Veränderungsprozess für den Kernbereich** mit der Verlagerung von Betrieben etc. vor. So werden die vorhandenen größeren Betriebsflächen der Firmen Zentis, Talbot oder Fecken-Kirfel in das Gesamtkonzept integriert. Auch der kleinstrukturierte Bestand an Gewerbe und Wohnen zwischen Jülicher Straße und Feldstraße wird aufgegriffen und als Element eines abwechslungsreichen urbanen Quartiers verstanden.

Davon ausgenommen ist die mittel- und langfristig vorgeschlagene Entwicklung eines Hybridquartiers südöstlich der Jülicher Straße. Hier entsteht ein neues Stadtquartier, das von einer kleinräumigen Mischung von Wohnen und Arbeiten geprägt wird.

- Planerisch gefordert wird jedoch eine städtebauliche und freiraumplanerische Aufwertung des Gebietes im Sinne eines zukunftsorientierten Gewerbebestandes, der sich an den Kriterien der Nachhaltigkeit orientiert. Hierzu gehören ein **durchgängiges Grünflächenkonzept**, das sowohl den Anforderungen der Umwelt- und Landschaftsplanung entspricht als auch den steigenden Erwartungen der Beschäftigten an das Umfeld ihres Arbeitsplatzes gerecht wird. Die notwendige **städtebauliche Aufwertung** sollte öffentliche und private Flächen gleichermaßen einschließen.
- **Vier neu zu entwickelnde zentrale Stadträume** werden als **Treffpunkte und Orte der Kommunikation** definiert. Es handelt sich dabei um hinsichtlich ihrer Funktion und ihren Hauptnutzern unterschiedliche Standorte, die aber in allen Fällen zur Lebendigkeit und Urbanität des Gebietes einen zentralen Beitrag leisten können.
 - **Stadteinwärts gelegenes neues Eingangstor zum Kernbereich**
 Von der Innenstadt kommend wird mit einem neu zu schaffenden Platz auf dem Eckgrundstück Jülicher Straße / Lombardenstraße gegenüber dem Ludwig Forum ein **attraktiver Auftakt in den Kernbereich** geschaffen. In die Planung einzubeziehen ist das **ehemalige Kaiserbrunnenareal** und die Planungen für die Regio-Tram. Erste Studien sehen – unabhängig von der Trassenwahl – in diesem Bereich eine Haltestelle vor.

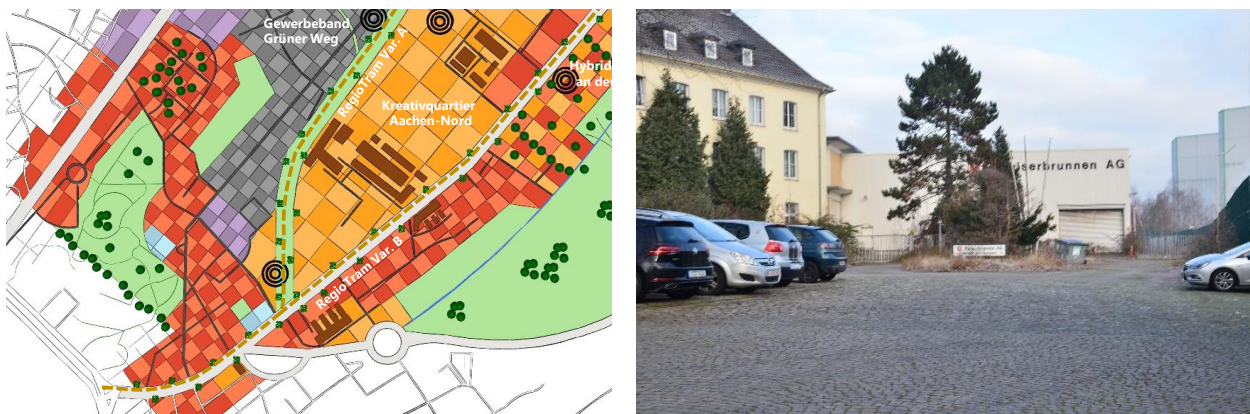
Abb. 17: Räumliches Zukunftsprofil Aachen-Nord



Quelle: cima (2020)

Durch eine geeignete Randbebauung sind die erforderlichen Flächen für eine Gastronomie mit Außenbewirtschaftung und weiteren ergänzenden Angeboten zur Versorgung der Beschäftigten im Kernbereich geschaffen. Der Platz bildet auch eine Schnittstelle zu stadteinwärts gelegenen Nutzungen (u. a. digitalCHURCH, Ludwig Forum für Internationale Kunst) und bietet z. B. auch für die dort Beschäftigten die Möglichkeit der Mittagsverpflegung. Die rückwärtigen Bereiche des ehemaligen Kaiserbrunnenareals sind für kleinere Gewerbeeinheiten (Büros, Werkstätten, Labore) zu entwickeln.

Abb. 18: Standortbereich ehemaliges Kaiserbrunnenareal / Eckgrundstück Lombardenstraße / Jülicher Straße



Quelle: cima (2020)

- Neuer Dienstleistungsstandort und Quartiersplatz Grüner Weg an der Einmündung Liebigstraße

Als Impulsprojekt zur Aufwertung des Grünen Weges kann der in einer Trassenvariante geplante Regio-Tram-Haltepunkt an der Einmündung Liebigstraße in den Grünen Weg dienen. Als Standort mit einer hervorragenden ÖPNV-Anbindung sowohl in Richtung Innenstadt als auch in das Umland von Aachen wird der Standort für größere Verwaltungseinheiten oder Dienstleister eine hohe Attraktivität erhalten. Durch eine Neuordnung der Grundstücke im Umfeld kann eine städtebauliche Aufwertung und Nutzungsverdichtung mit entsprechenden Arbeitsplatzeffekten erreicht werden.

Gleichzeitig bietet sich dieser Standort auch für die Etablierung von Versorgungsangeboten der Beschäftigten im fußläufigen Einzugsbereich und zum Verweilen während der Mittagspause an. Eine entsprechende Platzsituation ist zu schaffen.

Langfristig werden von dem Projekt eine Aufwertung und Nutzungsverdichtung des gesamten Grünen Weges erwartet. Die vorhandenen Lagerflächen etc. können durch eine mehrgeschossige gewerbliche Bebauung ersetzt werden. Die in Kap. 4.2 aufgezeigte Entwicklung der Gut-Dämme-Straße kann somit langfristig seine Fortsetzung finden.

Parallel zu der skizzierten Entwicklung ist zu prüfen, ob in diesem Zusammenhang auch eine verbesserte verkehrliche Verknüpfung zwischen der Jülicher Straße und dem Grünen Weg über die Liebigstraße erreicht werden kann. Nachdem die in früheren Studien (u. a. Rahmenplan Grüner Weg (1993)) verfolgte Querverbindung über die Krantzstraße durch die zwischenzeitlich vollzogene Flächenentwicklung kaum noch zu realisieren ist, bildet die Liebigstraße die einzige Lösungsvariante. Im Zusammenhang mit dem Besucherverkehr der Discothek Starfish wurde die Durchfahrt über die Liebigstraße unterbunden. Hier ist in enger Abstimmung mit dem zuständigen Fachbereich und unter Einbeziehung der Anwohner nach der zwischenzeitlichen Schließung der Discothek eine Überprüfung geboten.

Abb. 19: Standortbereich Grüner Weg / Einmündung Liebigstraße

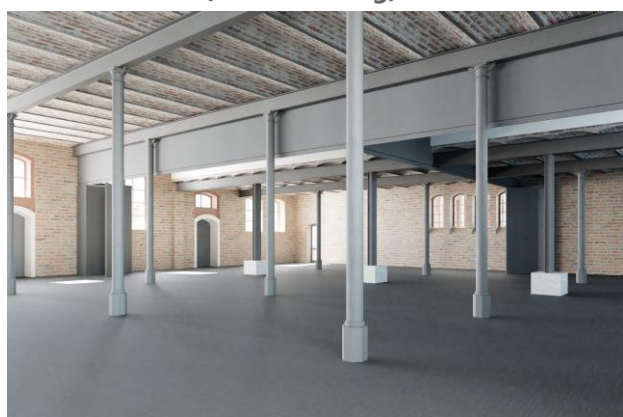
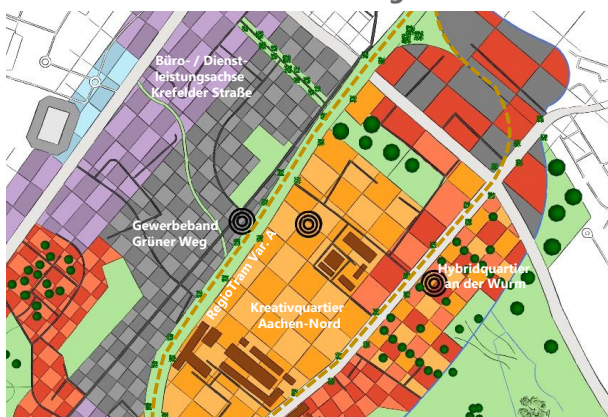


Quelle: cima (2020)

- **DAS LIEBIG als neuer, multifunktional nutzbarer Veranstaltungsort und angrenzende HALLE 60**

Die von der Investorengemeinschaft Prof. Dr. Thomas Prefi und Dr. Michael Tobias geplante Veranstaltungsstätte DAS LIEBIG bietet in Kombination mit dem vorgesehenen Außenbereich über das Raumangebot für private Feiern, Firmenveranstaltungen etc. hinaus auch den für ein urbanes Gewerbequartier erforderlichen Ort des Austausches und der Kommunikation zwischen ansässigen Unternehmen und Auswärtigen in Form von B2B-Veranstaltungen aller Art. Neben Messen und Tagungen sind auch für niedrigschwellige Formen des Austausches (Unternehmertreff, etc.) Raumangebote vorhanden. Zusammen mit der benachbarten HALLE 60 (einschließlich der LOFT HALLE 60) entsteht ein vielfältig nutzbarer Ort der Kommunikation.

Abb. 20: Standortbereich Liebighöfe mit der Location DAS LIEBIG (Visualisierung)



Quelle: cima (2020), www.dasliebig.de

- **Neuer Quartiersplatz im Hybridquartier südöstlich der Jülicher Straße**

Ein urbanes Stadtquartier mit einer vielfältigen Mischung aus Wohnen und Arbeiten benötigt einen zentralen Platz als Treffpunkt und Ort der Kommunikation. Der derzeit mehrheitlich gewerblich geprägte Bereich mit umfangreichen Brachflächen, Mindernutzungen und einer häufig unzureichenden Erschließung der rückwärtig zur Jülicher Straße gelegenen Grundstücke bedarf einer vollständigen Neuordnung auf der Grundlage eines qualifizierten städtebaulichen Verfahrens. Neben einer geeigneten Vernetzung sowohl in Richtung des Kernbereichs Aachen-Nord als auch zum Freiraum entlang der Wurm ist die Schaffung eines zentralen Quartiersplatzes als Vorgabe für die Planung vorzusehen.

Vorhandene Versorgungseinrichtungen können ggfs. in ein neues Konzept integriert oder durch eine kleinräumige Verlagerung im Gebiet gehalten werden.

Abb. 21: Standortbereich Hybridquartier südöstlich der Jülicher Straße und Freiraumpotenzial an der Wurm



Quelle: cima (2020)

- Eine **Integration des Kernbereichs Aachen-Nord in das direkte Umfeld** und die **Nutzung aller vorhandenen Synergieeffekte** sind zentrale Ziele der Flächenentwicklung. In diesem Zusammenhang sei exemplarisch auf folgende Projekte verwiesen:

- Die unmittelbar benachbart zum Kernbereich Aachen-Nord gelegene **digitalCHURCH** stellt neben den Technologie- und Gründerzentren in der Städteregion Aachen einen der wichtigsten Standorte für Unternehmer in der Gründerphase oder StartUps dar. Der Schwerpunkt des Raumangebotes liegt in dem Angebot von Coworking-Arbeitsplätzen; sie werden ergänzt durch ein begrenztes Angebot an Mieträumlichkeiten.
- Die mit dem Verkauf des **Technologiezentrums am Europaplatz** verbundene Neupositionierung des Objektes wird nicht als Flächenkonkurrenz, sondern als Ergänzung des Raumangebotes im Kernbereich Aachen-Nord verstanden. In Hinblick auf die Ausstattung und die Serviceangebote vergleichbare Mietangebote stehen derzeit in Aachen-Nord nur in begrenztem Umfang zur Verfügung.

Unter der Leitidee „Platz für jede Phase“ des ZukunftsRaums Aachen-Nord wird ein Immobilienangebot verstanden, dass von der Vorphase einer Unternehmensgründung über die Gründungs- und Wachstumsphase bis zur Etablierungsphase reicht. Übertragen auf den Standort bedeutet dies, dass sich die Arbeitsmöglichkeiten in der digitalCHURCH (Vorphase), im Technologiezentrum am Europaplatz (Gründung), auf dem Campus Jahrhunderthalle oder im Krantz-Center für Service und Industrie

(Gründung, Wachstum, Etablierung) bzw. in den Liebighöfen (Wachstum, Etablierung) weitaus mehr ergänzen als überschneiden.

- Die an der Jülicher Straße gelegenen **Talbothöfe** stellen ein gutes Referenzprojekt für die Schaffung von nachgefragten Wohnungen im direkten Umfeld des Kernbereichs Aachen-Nord dar. Da eine Wohnbauentwicklung auf dem östlich der Jülicher Straße gelegenen Abschnitt des Kernbereichs nur sehr eingeschränkt möglich ist, kommt der Sanierung vorhandener Wohnobjekte im Umfeld eine besondere Bedeutung zu.



Aachen-Nord. Die zweite Gründung.

Gebietsmanagement

10 Konzeption eines aktiven Gebietsmanagements

10.1 Verständnis des Gebietsmanagements

Die Vision des ZukunftsRaums Aachen-Nord erfordert für ihre Umsetzung einen neuen Ansatz des Managements und der Kooperationsformen. Traditionelle Fachplanungen der Stadtplanung, der Verkehrsplanung, des Umweltbereiches etc. oder reine Marketingaktivitäten können allein dem geforderten ganzheitlichen Ansatz der Standortentwicklung und -vermarktung nicht gerecht werden.

In einem der projektbegleitenden Workshops mit Teilnehmern aus dem Quartier Aachen-Nord wurde ein Gebietsmanagement nach dem Vorbild eines Centermanagements von Shoppingcentern vorgeschlagen. Wie bei einem Einkaufszentrum sollte z. B. die Flächenbelegung gezielt in Hinblick auf die Gesamtentwicklung des Gebietes optimiert werden. Dazu gehören auch wenig rentable, aber für das gesamte Quartier bedeutsame Nutzungen und Angebote, die in Kooperation gemeinsam zu realisieren sind. Ein Vergleich zwischen einem Shoppingcenter und dem Gebiet Aachen-Nord ist zwar aufgrund der Eigentumsverhältnisse – das Center hat einen Eigentümer, in Aachen-Nord gibt es eine Vielzahl von verschiedenen Eigentümern – nur bedingt möglich, hinsichtlich des grundsätzlichen Ansatzes und den Erfordernissen gibt es aber unverkennbare Parallelen:

- Centermanagement und Gebietsmanagement verfolgen die gezielte Gesamtentwicklung des Centers bzw. des Gebietes durch die Betreuung der ansässigen Unternehmen und Neuansiedlungen sowie eine Verbesserung der Rahmenbedingungen
- Centermanagement und Gebietsmanagement arbeiten gleichermaßen mit ihren Mietern bzw. den ansässigen Unternehmen eng zusammen, übernehmen die Rolle des Initiators und Motors für neue Initiativen und Maßnahmen
- nicht die Vermarktung einzelner Flächen steht im Vordergrund, sondern die Gesamtentwicklung und die Gesamtattraktivität des Gebietes bzw. des Centers

Auch die Erfahrungen von Werbegemeinschaften in Innenstädten und Stadtteilzentren haben es gezeigt: Es bedarf eines zentralen Ansprechpartners, der als „Kümmerer“ im Gebiet wirkt. In einem Gebietsmanagement sind die einzelnen Aktivitäten zu bündeln und zu koordinieren. Die Aufgaben sind vielfältig und vor allem organisatorischer Natur:

- Verknüpfung vorhandener Initiativen und Koordinierung von laufenden Maßnahmen
- Initiierung von neuen Projekten und Gewinnung von aktiven Unternehmern
- zentraler Ansprechpartner für die Unternehmen und Kontaktvermittler

In diesem Sinne wird das Gebietsmanagement Aachen-Nord, wie in Abb. 22 dargestellt, definiert:

Abb. 22: Zieldefinition des Gebietsmanagements Aachen-Nord

Gebietsmanagement Aachen-Nord: Kümmerer und Motor für Aachen-Nord. <i>Vernetzt, verbindet, hält die Fäden in der Hand.</i>	
Kernaufgaben:	Handlungsfelder:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ individuelle Unternehmensbetreuung ▪ Information über die Gebietsentwicklung ▪ Koordination / Prozessorganisation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortentwicklung ▪ Standortmarketing ▪ Kooperation

Quelle: cima (2020)

Für die Konzeption des Gebietsmanagements Aachen-Nord kann nicht nur auf die Grundprinzipien eines erfolgreichen Center- bzw. Citymanagements zurückgegriffen werden. In verschiedenen Städten wurden bereits für Gewerbegebiete vergleichbare Projekte realisiert. Die nachfolgenden drei Beispiele zeigen das Spektrum der Aufgaben, die möglichen Rollen der Stadt, der Eigentümer und der ansässigen Unternehmen sowie die unterschiedlichen Rahmenbedingungen auf.

Standortinitiative Gewerbegebiet Fechenheim-Nord / Seckbach (Hessen; rd. 760.000 Einwohner) – Beispiel für ein von der Stadt initiiertes, professionelles Gebietsmanagement mit einem Zusammenschluss der örtlichen Unternehmer in Vereinsform

- **Standort / Rahmenbedingungen:**
 - Die Industrie- und Gewerbegebiete Fechenheim-Nord und Seckbach gehören zu den ältesten und größten zusammenhängende Gewerbe- und Industriearealen in Frankfurt am Main.
 - Das im Osten von Frankfurt gelegene Gebiet umfasst ca. 186 ha und wird geprägt von historischen Industriearealen, kleinteiligen Grundstücksstrukturen, heterogenen Raumnutzungen und rd. 550 Unternehmen.
 - Der aktuelle Zustand weist allerdings einen hohen Investitionsbedarf auf: Eine unzureichende Infrastruktur, Mindernutzungen sowie Büroleerstände prägen das Bild maßgeblich.
- **Ansatz:**
 - Bei dem Gewerbegebiet Fechenheim-Nord / Seckbach handelt es sich um ein Pilotprojekt der Stadt Frankfurt am Main für eine nachhaltige Gewerbegebietsentwicklung. Das Gebiet wurde zudem als eines der neun Modellvorhaben des ExWoSt – Forschungsfeldes „Nachhaltige Weiterentwicklung von Gewerbegebieten“ ausgewählt.
 - Ein von der Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH eingesetzter Standortmanager und ein vom Energiereferat der Stadt Frankfurt am Main gestellter Klimaschutzmanager betreuen gemeinsam das Gebietsmanagement, das in der konzeptionellen Phase mit externer Unterstützung erfolgte.
 - Zur Verstetigung der Zusammenarbeit lokaler Unternehmer wurde die Standortinitiative FFN: „Frankfurter Osten Nachhaltig“ von ca. 50 Unternehmern gegründet.
 - Das zunächst auf fünf Jahre angelegte Pilotprojekt wurde im Sommer 2020 verstetigt und die personellen Voraussetzungen für die weitere Besetzung des Standortbüros geschaffen.

- **Beiträge zur Standortförderung:**

- Das Handlungskonzept umfasst insgesamt 34 Maßnahmen aus den Bereichen Ökologie, Ökonomie, Soziales und Vernetzung.
- Zu den ersten verfolgten Projekten zählen der Aufbau eines reinen Glasfasernetzes im Gebiet, die Realisierung eines klimafreundlichen Blockheizkraftwerkes und die Aufnahme des Gewerbegebietes in das Frankfurter Sanierungsprogramm der Industriestraßen. Zudem wurden ämterübergreifende Beratungsangebote geschaffen, wie z. B. kostenlose Energieeffizienz- oder Photovoltaik-Beratungen.

Standortinitiative Seestern, Stadt Düsseldorf (NRW; rd. 620.000 Einwohner) – Beispiel für ein privat initiiertes Gebietsmanagement mit dem Schwerpunkt Standortmarketing

- **Standort / Rahmenbedingungen:**

- In den 1970er Jahren entstand auf der westlichen Rheinseite als City-Entlastungsstandort der Bürostandort Seestern. Mit rd. 520.000 m² Geschossfläche und rd. 10.000 Beschäftigten ist der Seestern heute einer der größten Bürostandorte von Düsseldorf.
- Trotz vorhandener Standortvorteile, wie der sehr guten ÖPNV-Anbindung und der Autobahnnähe, hatte der Standort Anfang der 2010er Jahre deutliche Funktionsschwächen; der Auszug von verschiedenen Großmietern führte zum Leerstand mehrerer Büroobjekte. Der Standort entsprach nur noch eingeschränkt den Mieternachfragen, es drohte ein Imageverlust.

- **Ansatz:**

- Die Anfang 2010 gestartete Initiative zur Standortaufwertung und -vermarktung wurde von Anfang an vollständig durch eine Gruppe von ansässigen Unternehmern getragen.
- Unter dem Motto „more than business“ will die Initiative nachhaltig zur Stärkung und positiven Wahrnehmung des Areals beitragen und die Marke „Seestern Düsseldorf“ über die Stadtgrenzen hinaus, national und international, etablieren.
- Die Initiative baut auf einem von ihr finanzierten „Handlungskonzept zur städtebaulichen Neupositionierung des Seesterns“ von FSW Düsseldorf (2010) auf.
- Die Initiative hat einen eingetragenen Verein gegründet, in dem wesentliche Immobilieneigentümer aus dem Gebiet vertreten sind. Der Vorstand ist ehrenamtlich tätig; die Maßnahmen werden über einen externen Dienstleister umgesetzt.

- **Beiträge zur Standortförderung:**

- Zur Netzwerkförderung werden regelmäßige Veranstaltungen und Events für die Eigentümer und die Beschäftigten im Gebiet durchgeführt (u. a. Afterwork-Treffen, Golfturnier, Grill-Event, Hotrod-Tour (Rallye der besonderen Art)).
- Mit einem regelmäßig erscheinendem Seestern-Guide werden die Einkaufs- und Gastronomieangebote etc. innerhalb des Quartiers und in den Randbereichen vorgestellt. Weitere Informationen enthält eine kostenlose App für mobile Endgeräte.
- Die Initiative führte erfolgreiche Gespräche zum Ausbau des ÖPNV-Angebotes durch (erhöhte Taktung der U-Bahn), sie setzt sich aktiv für die Schaffung einer Kindertagesstätte, einer Verbesserung der Nahversorgung und die städtebauliche Aufwertung des Gebietes ein.

Gebietsmanagement Augsburg Ost, Stadt Augsburg (Bayern; rd. 294.000 Einwohner) – Beispiel für ein von der Stadt mit externer Unterstützung betriebenes Gebietsmanagement unter Einbindung der lokalen Unternehmen

▪ **Standort / Rahmenbedingungen:**

- Der Gewerbebereich Augsburg Ost befindet sich in der Nähe des Flughafens Augsburg und setzt sich aus dem Gewerbegebiet Lechhausen Nord und dem Umweltpark Augsburg mit seiner geplanten Erweiterung für umweltorientierte Unternehmen und Forschungseinrichtungen mit den Schwerpunkten Umwelttechnologie, Energie und Ressourcenschonung zusammen.
- In dem insgesamt ca. 334 ha großen Gebiet sind ca. 530 Unternehmen mit insgesamt ca. 11.000 Beschäftigten ansässig.

▪ **Ansatz:**

- Die Einrichtung des Gebietsmanagements folgt einer Empfehlung aus dem „Entwicklungskonzept Gewerbequartier Lechhausen Nord“, das von dem Berliner Planungs- und Architekturbüro Herwarth + Holz erarbeitet wurde und insbesondere Handlungsvorschläge zu den Themen Verkehr, Nutzungen und Bebauung, Grün und Umwelt sowie Klimaverträglichkeit umfasst.
- Das Gebiet wurde als Modellvorhaben im Forschungsprogramm „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau: Nachhaltige Weiterentwicklung von Gewerbegebieten (Gewerbe-ExWoSt)“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit gefördert.
- Das Gebietsmanagement wird von der Stadt Augsburg getragen, die Arbeit vor Ort erfolgt durch ein beauftragtes Beratungsunternehmen. Eine Arbeitsgruppe mit ca. 10 - 15 Personen (Aktiv- und Arbeitskreis Augsburg Ost) und einem Sprecher der lokalen Unternehmen unterstützen das externe Gebietsmanagement und die Stadt Augsburg.

▪ **Beiträge zur Standortförderung:**

- Das Gebietsmanagement Augsburg Ost dient insbesondere dem Austausch und der Vernetzung lokaler Akteure. In einem etwa zweimonatigen Turnus werden Veranstaltungen mit 40 - 60 Personen durchgeführt.
- Ergänzend dazu hat die Stadt verschiedene Beratungsangebote für die Unternehmen geschaffen, über eine eigene Website werden für die Beschäftigten im Quartier Gebietsinformationen (Mitfahrgelegenheiten, Angebote zum Mittagstisch etc.) bereitgestellt.

Die Erfahrungen aus diesen und weiteren Projekten zur nachhaltigen Sicherung und Aufwertung von bestehenden Gewerbegebieten sind wie folgt zusammenzufassen:

- Das Gebietsmanagement schafft die unverzichtbare Verbindung und die Verstetigung des Austausches zwischen Kommune, Unternehmern und Grundstückseigentümern im Gebiet.
- Das Gebietsmanagement kann und sollte sektorale Fachplanungen nicht ersetzen.
- Die Initiative für ein Gebietsmanagement kann sowohl von der Stadt als auch von den privaten Akteuren ausgehen.
- Ein dauerhaft erfolgreiches Gebietsmanagement bedarf der erforderlichen personellen, konzeptionellen und finanziellen Grundlagen.
- Mittel- und langfristig sind die informellen Standortinitiativen bzw. die projekt- / anlassbezogenen Zusammenarbeiten zur Verstetigung der Arbeit in eine feste Organisationsform zu überführen.

10.2 Grundlagen der Vermarktung

Neben dem Ausbau der Standortqualitäten von Aachen-Nord und einer Förderung der vielfältigen Kooperationen innerhalb des Gebietes und mit außerhalb ansässigen Einrichtungen und Unternehmen bildet das Standortmarketing das dritte Handlungsfeld des Gebietsmanagements (Abb. 22).

Vermarktung von Aachen-Nord als integrierter Teil des Standortmarketings für den Wirtschaftsstandort Aachen

Nachfolgend wird eine Einordnung der in den folgenden Kapiteln 10.3 und 10.4 aufgeführten Maßnahmen in das übergeordnete Marketing für den Wirtschaftsstandort Aachen vorgenommen. In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass Gewerbegebiete und andere Immobilienstandorte auf überregionaler, nationaler oder internationaler Ebene immer im Kontext des jeweiligen Wirtschaftsstandortes bzw. -raumes zu kommunizieren sind.

Bei jeder Standortwahl fällt zunächst die Entscheidung für eine Stadt oder Region, dann für das konkrete Objekt. Innovative Immobilienangebote können aber maßgeblich zum Image einer Stadt als dynamischer Wirtschaftsstandort beitragen und sich gerade in Zeiten der Digitalisierung als Landmarken in das Bewusstsein von Entscheidern nachhaltig einprägen. Die HafenCity prägt so z. B. Hamburgs Außenwahrnehmung als zukunftsorientierter Unternehmensstandort; vergleichbares gilt für den Medienhafen in Düsseldorf. Reduziert auf ein einzelnes Objekt kann der digitalCHURCH eine besondere Symbolkraft für Aachen als Startup-Standort bescheinigt werden: Auf der Website der NRW-Wirtschaftsförderung findet sich eine Aufnahme der Aachener digitalCHURCH als Sinnbild für die lebendige Startup-Szene von NRW (Abb. 23).

Im Masterplan Aachen*2030 findet sich die folgende Positionsbestimmung des Wirtschaftsstandortes Aachen: *„In Aachen ist der wirtschaftliche Strukturwandel noch nicht abgeschlossen. Insofern wird erwartet, dass der De-Industrialisierungsprozess in der Stadt anhalten wird (auch wenn es darin stabile, prosperierende Kerne gibt), der Dienstleistungssektor weiter wachsen wird und die mit den Hochschulen verbundene, wissensbasierte Forschung und Entwicklung ein Motor der künftigen wirtschaftliche Entwicklung Aachens und der Region sein wird.“* (Stadt Aachen (2013, S. 18): Stadt Aachen*2030 Masterplan. Aachen).

Unter der Überschrift *„Moderne Wirtschaft auf erprobten Standorten“* enthält der Masterplan Zielformulierungen zum Handlungsfeld Wirtschaft, darunter auch die Vorgabe, *„bestehende Gewerbebestandorte veränderten Anforderungen an[zurück]passen, neue profilierte Standortangebote [zurück] entwickeln und so einen differenzierten und attraktiven Standort-Mix an[zurück]bieten.“*

Die formulierte Vision des ZukunftsRaums Aachen-Nord passt sich in diesem Sinne vollumfänglich in die Zielvorstellungen zum Wirtschaftsstandort Aachen ein. Aachen-Nord ist als Reallabor der Entwicklung gewerblicher Flächen in der Stadt Aachen einzustufen.

Für das Standortmarketing und die Außenkommunikation des ZukunftsRaums Aachen-Nord sind neben der Darstellung des Kernbereiches Aachen-Nord mit seinen verschiedenen Leuchtturmprojekten die folgenden Besonderheiten von Aachen herauszustellen:

- **Forschungsstandort Aachen:** Mit den vorhandenen Hochschulen und wissenschaftlichen Einrichtungen (s. Kap. 3.1) gehört Aachen zu den führenden Forschungsstandorten in Deutschland; die RWTH Aachen ist eine von zehn deutschen Exzellenzuniversitäten, die im Jahr 2019 vom Wissenschaftsrat zur Stärkung der Spitzenforschung in Deutschland ausgewählt wurden. In einzelnen Technologiefelder genießen die Einrichtungen weltweite Anerkennung.
- **Startup-Standort Aachen:** An sieben Hochschulen in Aachen und Jülich finden sich insgesamt rd. 61.000 Studierende; nach dem Deutschen Startup Monitor 2020 liegt die RWTH Aachen nach der TU München und dem Karlsruher Institut für Technologie auf Platz drei der deutschen Hochschulen nach ihrem Gründungsgeschehen. Ein ausgeprägtes Netzwerk von Beratungsstellen fördert die Existenzgründungen.
- **Industrie 4.0-Kompetenzfelder der Region Aachen:** In wichtigen Kompetenzfeldern der Industrie 4.0 verfügt die Region Aachen über einen ausgeprägten Unternehmensbesatz; die Region Aachen ist in einer Vielzahl von Landesinitiativen zur Förderung regionaler Kompetenzfelder vertreten.
- **Aachen, die europäische Stadt:** Nicht zuletzt als Stadt von Karl dem Großen und Stadt im Dreiländereck verkörpert die Stadt Aachen glaubhaft den Gedanken eines vereinten Europas und der internationalen Offenheit. Aachen als europäische Stadt steht aber auch für eine hohe Lebensqualität und Urbanität und damit für die Qualitäten als Wohnstandort für Existenzgründer, Beschäftigte und Unternehmer.

Abb. 23: Vermarktung von Aachen-Nord im Kontext der Stärken des Wirtschaftsstandortes Aachen



Quelle: www.nrwinvest.com (links u. rechts oben), [cima \(2020\)](http://cima.com) (Mitte), www.kadans.com (Mitte), [Carplus+Partner \(Mitte\)](http://Carplus+Partner.com), [Stadt Aachen](http://StadtAachen.com) (rechts unten)

Vermarktungskanäle für den Immobilienstandort Aachen-Nord

Das vorliegende Nutzungs- und Vermarktungskonzept liefert mit der Formulierung einer Standortvision die inhaltlichen Vorgaben für die Vermarktung von Aachen-Nord. Neben der Entwicklung eines geeigneten Corporate Designs für alle Veröffentlichungen des Gebietsmanagements (online + offline) sind die Instrumente für die relevanten Vertriebskanäle zu entwickeln. Als Basisinstrumente der Vermarktung sind anzusehen:

- **B2B-Kontakte:** Persönliche Kontakte und Netzwerke bilden weiterhin die wichtigsten Grundlagen für kooperative Projekte und Innovationen. Daher kommen Unternehmengesprächen und weiteren individuellen Kontakten der für das Gebietsmanagement Verantwortlichen ein besonderer Stellenwert zu.
- **Online-Instrumente (Website, Newsletter, Social Media-Kanäle):** Eine Konzentration auf die von den Zielgruppen vermehrt benutzten Social Media-Kanäle ist angeraten (z. B. linked-In). Die Betreuung der Social Media-Kanäle bedarf entsprechenden Fachwissens, ggfs. ist hierzu eine spezielle externe Unterstützung angeraten. Eine Projekthomepage Aachen-Nord dient als Landingpage. Sie bündelt die verschiedenen projektspezifischen Angebote und informiert ganzheitlich über die Gebietsangebote und -entwicklungen.
- **Standortpräsenz auf relevanten Messen und Tagungen:** Neben der jährlich in München stattfindenden ExpoReal als Leitmesse der deutschen Immobilienwirtschaft ist die ebenfalls jährlich stattfindende POLIS Convention in Düsseldorf hervorzuheben.
- **Eigenveranstaltungen:** Veranstaltungen des Gebietsmanagements dienen überwiegend dem Innenmarketing und führen die lokalen Akteure zusammen. Ferner bieten sie eine vielfältige Möglichkeit der Bürgerinformation.
- **Newsletter:** Ein regelmäßig erscheinender Newsletter stellt ein wirkungsvolles Kommunikationsinstrument für die Unternehmer im Quartier sowie die Anwohner dar; er bietet eine gute Möglichkeit der regelmäßigen Information abseits von regelmäßigen Veranstaltungen.
- **Professionelle Pressearbeit:** Journalisten – sowohl Vertreter der Lokalpresse als auch der überregionalen Fachpresse - gehören zu den wichtigsten Multiplikatoren für ein erfolgreiches Standortmarketing. Professionelle Pressearbeit geht über die Herausgabe von Pressemitteilungen hinaus und schließt z. B. auch die Bereitstellung eines Fotoarchivs mit qualitativ hochwertigem Fotomaterial und die gezielte Einladung von Journalisten ein.

Ergänzend wird auf weitere Formen des Standortmarketings eingegangen:

- **Teilnahme an Wettbewerben:** Sowohl relevante Institutionen der Immobilienwirtschaft als auch der Stadtentwicklung und Stadtplanung führen regelmäßig Wettbewerbe durch und zeichnen Projekte und Standortentwicklungen mit Vorbildcharakter aus. Die Preisträger erfahren vielfach hohe Aufmerksamkeit und Beachtung in den jeweiligen Fachkreisen. Beispielhaft seien genannt:
 - "Best Practice-Innovationen in der Immobilienwirtschaft" des Zentralen Immobilien Ausschusses e.V. (ZIA)
 - „polis Award“ des polis Magazins für Urban Development, Vergabe im Rahmen der polis Convention
 - „Auszeichnung vorbildlicher Bauten in Nordrhein-Westfalen“ der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen und des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes NRW
 - Architekturpreis Nordrhein-Westfalen des Bundes Deutscher Architekten BDA, Landesverband NRW
 - „nrw.landschaftsarchitektur.preis“ des Bundes Deutscher Landschaftsarchitekten NRW
- **Anzeigenschaltungen:** Die Schaltung von Anzeigen (Print / online) kann in Einzelfällen angeraten sein; generell sollte dies aber unter Beachtung der Kosten- / Nutzenrelation keinen Schwerpunkt der Vermarktung bilden.

10.3 Maßnahmenübersicht zur Förderung des ZukunftsRaums Aachen-Nord

Auf Grundlage der in Kap. 9.1 formulierten vier Oberziele mit den zugeordneten Unterzielen wurde der in Abb. 24 enthaltene Maßnahmenkatalog zur Förderung des ZukunftsRaums Aachen-Nord entwickelt.

Abb. 24: Maßnahmenkatalog für das Gebietsmanagement des ZukunftsRaums Aachen-Nord mit der Hervorhebung prioritärer Maßnahmen und Wechselwirkungen zu anderen Oberzielen

		OZ 02	OZ 03	OZ 04
Oberziel 01: Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität	Maßnahme 01	Ansielungsgespräche und Unternehmensbesuche bei Bestandsunternehmen mit Schwerpunkt der Beratung zu Fördermitteln und Unterstützungsangeboten, speziell zu den Themen Energieeffizienz, Mobilität und nachhaltige Wertschöpfungsketten		x
	Maßnahme 02	Verstärkte Ausrichtung der Flächenentwicklung, Ansiedlung und Bestandsentwicklung hinsichtlich Veränderungsprozessen der Arbeitswelten im digitalen Zeitalter , z. B. Co-Working, urbane Produktion, Arbeiten + Wohnen durch gezielte Nutzung von Fördermitteln in Verbindung mit Innovationstreibern		x
	Maßnahme 03	Städtebauliche Maßnahmen zur Stärkung / Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch Schaffung von Orten zum Verweilen, mehr Grün und zukunftsträchtiger Durchwegung		x
	Maßnahme 04	Stärkung der Ansiedlung von kulturellen und gastronomischen Angeboten		x
Oberziel 02: Smarte Lösungen entwickeln und anwenden	Maßnahme 01	Gemeinsame Entwicklung einer innovativen, digitalen (Infra-)Struktur (Forcierung 5G-Ausbau, digitale Kollaborations- und Partizipationsstools für die Stadtgesellschaft)		x
	Maßnahme 02	Schaffung und Entwicklung eines digitalen Playgrounds sowohl für den öffentlichen Raum, als auch für Gewerbe- und Wohnflächen als Reallabor für neue Geschäftsmodelle und Technologien		x
	Maßnahme 03	Entwicklung und Anwendung von innovativen Lösungen zur klimaeffizienten und nachhaltigen (Weiter-) Entwicklung sowohl der Gewerbe- u. Wohnflächen als auch im öffentlichen Raum (neue Energielösungen, smarten Services, u. a. in den Bereichen Shared Economy u. Mobilität, innovative architektonische u. städtebauliche Lösungen)		x
	Maßnahme 04	Entwicklung von Projekten und Anwendung von innovativen und digitalen Methoden mit dem Fokus Bürgerpartizipation in den Bereichen Klimaschutz, Nachhaltigkeit und Städtebau		x

		OZ	OZ	OZ
		01	02	04
Oberziel 03: Gemeinsame Entwicklung des Gewerbe-standorts durch eine wertschöpfenden Vernetzung	Maßnahme 01	Schaffung einer dauerhaften Initiative zur Förderung von Aachen-Nord („ Netzwerk Aachen Nord “) zur gemeinsamen Entwicklung und Umsetzung weiterer Maßnahmen zu den Oberzielen 01, 02 und 04 (Themengebunde Information, Kennenlernen etc.)		x
	Maßnahme 02	Schaffung, Etablierung und Weiterentwicklung des gemeinsamen Verständnisses Aachen-Nord		x
	Maßnahme 03	Veranstaltungen im Kernbereich Aachen-Nord zur Förderung des Images als lebendiger Unternehmensstandort und als Information für die Öffentlichkeit über den Standort Aachen-Nord und dort laufende Projekte		x
	Maßnahme 04	Durchführung von Maßnahmen zur Stärkung und Etablierung von Corporate Social Responsibility und Forcierung der Einbindung sozialer Einrichtungen		x

		OZ	OZ	OZ
		01	02	03
Oberziel 04: Vermarktung des „ZukunftsRaum Aachen-Nord“	Maßnahme 01	Entwicklung und Umsetzung des Kommunikationskonzeptes Aachen-Nord , inklusive der Entwicklung der Wort- und Bildmarke „ZukunftsRaum Aachen-Nord“		x
	Maßnahme 02	Beteiligung von Aachen-Nord an der Internationalen Technologie- und Bauausstellung Rheinisches Revier		x
	Maßnahme 03	Erstellung und Anwendung von (digitalen) Medien zur Umsetzung des Kommunikationskonzeptes		x

Prioritäre Maßnahmen des Gebietsmanagements

Quelle: cima (2020)

Die in Abb. 24 hervorgehobenen Maßnahmen sind dabei nach übereinstimmender Meinung des beauftragten Gutachterbüros und des Fachbereiches Wirtschaft, Wissenschaft und Europa als prioritäre Maßnahmen des Gebietsmanagements einzustufen.

Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass das Gebietsmanagement bei den verschiedenen Maßnahmen unterschiedliche Aufgaben übernimmt; in fast allen Maßnahmen ist ein Zusammenwirken mit anderen Fachbereichen der Stadt Aachen, den Akteuren aus Aachen-Nord sowie weiteren Partnern aus Forschung und Wissenschaft (z. B. Hochschulen, DigitalHUB Aachen e.V.) und Wirtschaft (z. B. IHK Aachen, AGIT), aber auch fallweise aus den Bereichen Kultur, Soziales oder Wohnen erforderlich.

Die nachfolgende Abb. 25 illustriert die maßgebliche Rolle des Gebietsmanagements Aachen-Nord entsprechend des in Abb. 22 enthaltenen Aufgabenkataloges.

Abb. 25: Aufgaben des Gebietsmanagements Aachen-Nord bei der Maßnahmenumsetzung mit Prioritätenfestlegung

OZ 01: Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität				OZ 02: Smarte Lösungen entwickeln und anwenden				OZ 03: Gemeinsame Entwicklung des Gewerbestandortes durch wertschöpfende Vernetzungen				OZ 04: Vermarktung „ZukunftsRaum Aachen-Nord“			
Maßnahme	Betreuung	Information	Koordination	Maßnahme	Betreuung	Information	Koordination	Maßnahme	Betreuung	Information	Koordination	Maßnahme	Betreuung	Information	Koordination
	Ansiedlungsgespräche und Unternehmensbesuche	★	★			Gemeinsame Entwicklung digitaler Strukturen	★		★	★	Netzwerk Aachen-Nord		★	★	★
Ausrichtung der Flächenentwicklung ... auf Veränderungsprozesse der Arbeitswelten ...	★	★	★	Digital Playground als Reallabor für neue Geschäftsmodelle und Technologien	★	★	★	Förderung des gemeinsamen Verständnisses Aachen-Nord		★	★	Beteiligung an der Intern. Technologie- und Bauausstellung Rheinisches Revier		★	★
Städtebauliche Maßnahmen zur Stärkung der Aufenthaltsqualität ...			★	Innovative Lösungen zur klimaeffizienten & nachhaltigen Entwicklung ...	★	★	★	Veranstaltungen im Kernbereich Aachen-Nord		★	★	Erstellung und Anwendung von Medien zur Kommunikation		★	★
Ansiedlung von kulturellen und gastronomischen Angeboten	★	★	★	Bürgerpartizipation zum Klimaschutz, zur Nachhaltigkeit, Städtebau (innovativ & digital)		★	★	Corporate Social Responsibility und Einbindung sozialer Einrichtungen		★	★				

Prioritäre Maßnahmen des Gebietsmanagements
 ★ Hauptaufgabe
 ★ Aufgabe

Quelle: cima (2020)

10.4 Steckbriefe zu den prioritären Maßnahmen

10.4.1 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 01 (Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität)

Maßnahme 01: Ansiedlungsgespräche und Unternehmensbesuche

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität (Oberziel 01)
Federführung	Fachbereich 02 Wirtschaft, Wissenschaft und Europa der Stadt Aachen / Gebietsmanagement
Beteiligte	Unternehmen des Gebietes, interessierte Aachener Unternehmen aus dem Stadtgebiet, interessierte auswärtige Unternehmen, weitere Fachbereiche der Stadt Aachen
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung neuer Unternehmen in Aachen-Nord ▪ Beratung der Unternehmen des Gebietes zu Fördermitteln und Unterstützungsangeboten ▪ Kontaktpflege zu bestehenden Unternehmen des Gebietes

Einen wesentlichen Faktor zur Erreichung des Oberziels 01: „Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität“ stellen die Unternehmen des Gebietes dar. Sie prägen den Gewerbestandort Aachen-Nord durch die jeweilige Firmenphilosophie, die Außendarstellung, die Gewebebauten, die Tätigkeit des Unternehmens und durch ihre Mitarbeiter. Ein zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort ist somit nur unter Mitwirkung der ansässigen Unternehmen realisierbar.

Die Stadt Aachen kann den Unternehmen durch Serviceleistungen in Form von gezielten Beratungen zu Fördermitteln und Unterstützungsangeboten bei der Umsetzung von Maßnahmen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen, zur Seite stehen. Um nicht nur Unternehmen zu erreichen, die aus eigener Initiative Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung des Betriebes fokussieren, empfiehlt es sich von Seiten der Stadt Aachen, aktiv mit den Unternehmen im Gebiet in Kontakt zu treten und mit ihnen über Möglichkeiten und Unterstützungsangebote in ein Gespräch zu kommen.

Auch die Durchführung von Ansiedlungsgesprächen mit interessierten Unternehmen, die ihren Unternehmenssitz außerhalb Aachens haben oder eine Verlagerung von einer anderen Standortlage innerhalb Aachens nach Aachen-Nord anstreben, ist von essenzieller Bedeutung für die zukünftige Entwicklung des Standortes Aachen-Nord.

Umsetzungsschritte

Sowohl bei der Durchführung von Ansiedlungsgesprächen als auch bei Beratungsleistungen für ansässige Unternehmen bedarf es einer strukturierten Vorgehensweise.

Die fokussierten Unternehmensbesuche sollten zwei Schwerpunkte besitzen. Zum einen sollten die Mitarbeiter der Stadt Aachen die Möglichkeit nutzen, über die aktuellen Entwicklungen am Wirtschaftsstandort Aachen-Nord zu informieren und den Unternehmensvertretern die Visionen und Ziele der Entwicklung von Aachen-Nord aufzuzeigen. Fallweise kann es sich anbieten, in den Gesprächen auch den im Rahmen des Digitalen Reallabors Aachen-Nord zu entwickelnden digitalen Playground einzusetzen. Sowohl die Vision Aachen-Nord als auch Einzelprojekte und -maßnahmen können anschaulich vorgestellt und diskutiert werden.

Zum anderen sollte ein Fokus auf der fachlichen Beratung zur nachhaltigen Entwicklung des Unternehmenssitzes liegen. Als Schwerpunkt sind die Themenbereiche Energieeffizienz, Mobilität und nachhaltige Wertschöpfungsketten zu empfehlen. Die Erstgespräche sind ggfs. im Nachgang durch die Kontaktvermittlung mit den zuständigen Fachstellen fortzusetzen. Die Durchführung der Maßnahme ist somit nicht ausschließlich bei dem Gebietsmanagement anzusiedeln. Die Federführung und die Koordination übernimmt der gesamte Fachbereich 02 Wirtschaft, Wissenschaft und Europa der Stadt Aachen.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	<ul style="list-style-type: none"> 1. Quartal ▪ Durchführung von fokussierten Unternehmensbesuchen durch das Gebietsmanagement, weitere Besuche durch andere Mitarbeiter des Fachbereiches 02 oder andere Fachbereiche (wiederkehrende Daueraufgabe) 2. Quartal ▪ gezielte Unternehmergegespräche auf der Polis Convention 3. Quartal ▪ gezielte Unternehmergegespräche auf der ExpoReal 4. Quartal
-----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Als Einstieg für die Ansiedlungsgespräche und Unternehmensbesuche kann eine vorbereitete Präsentation dienen, die den Standort charakterisiert und Visionen sowie Projektentwicklungen aufzeigt.
(Quelle: cima (2020))

Maßnahme 02: Ausrichtung der Flächenentwicklung auf Veränderungsprozesse der Arbeitswelten

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Zukunftsträchtiger und nachhaltiger Gewerbestandort mit Aufenthaltsqualität (Oberziel 01)
Federführung	Gebietsmanagement Aachen-Nord
Beteiligte	Unternehmen, Eigentümer, Projektentwickler und Investoren am Standort Aachen-Nord
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anpassen der Gesamtentwicklung in Aachen-Nord an die Erfordernisse des Arbeiten 4.0 ▪ Sicherung und Weiterentwicklung der Standorte bestehender Betriebe ▪ Schaffung eines nachfragerechten Flächenangebotes im Sinne „Platz für jede Phase“

Eine zukunftsträchtige Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Aachen-Nord setzt voraus, dass der Standort sowohl auf aktuelle, als auch zukünftige Bedürfnisse der Arbeitswelt eingeht. Die Bedürfnisse der Arbeitswelt unterstehen vor allem durch gesellschaftliche und technologische Entwicklungen einem ständigen Wandel. Vor allem die Digitalisierung und der Leitgedanke der Nachhaltigkeit haben in den vergangenen Jahren zu einer Veränderung der Prozesse der Arbeitswelt geführt und werden auch in Zukunft ein wesentlicher Faktor sein.

Durch diesen Wandel ergeben sich neue Ansprüche der Wirtschaft an die Wirtschaftsstandorte. Veränderte Arbeitsabläufe, Produktionsweisen, Technologien oder Veränderungen in der Arbeitsorganisation führen dazu, dass sich die Standortanforderungen der Unternehmen wandeln. Auch die Anforderungen der Arbeitnehmer an ihrem Arbeitsstandort und ihren Arbeitgeber unterstehen einem Wandel. Nicht zuletzt wird auch die Stadtplanung durch den gesellschaftlichen und technologischen Wandel geprägt, sodass auch von Seiten der Planung neue Vorstellungen zu Wirtschaftsstandorten entstehen.

Eine verstärkte Ausrichtung der Flächenentwicklung, Ansiedlung und Bestandsentwicklung auf die Veränderungsprozesse der Arbeitswelten im digitalen Zeitalter ist nur möglich, wenn die veränderten Prozesse und Anforderungen von den handelnden Akteuren vor Ort erkannt werden. Wichtig ist in diesem Zusammenhang vor allem eine Diskussion mit entscheidenden Investoren und Projektentwicklern vor Ort. Gleichzeitig lässt sich aber auch bei den ansässigen Unternehmen anknüpfen, die mit den Veränderungsprozessen der Arbeitswelten im digitalen Zeitalter konfrontiert werden und sich diesen für einen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg anpassen müssen.

Umsetzungsschritte

Die Umsetzung der fokussierten Maßnahme „Verstärkte Ausrichtung der Flächenentwicklung, Ansiedlung und Bestandsentwicklung hinsichtlich Veränderungsprozessen der Arbeitswelten im digitalen Zeitalter, z. B. Co-Working, Urbane Produktion, Arbeiten + Wohnen durch gezielte Nutzung von Fördermitteln in Verbindung mit Innovationstreibern“ hängt maßgeblich von den Eigentümern und Projektentwicklern in Aachen-Nord ab.

Aus diesem Grund ist es Aufgabe des Gebietsmanagements, ein regelmäßiges Zusammentreffen entscheidender Akteure des Wirtschaftsstandortes zu initiieren und zu organisieren, bei der sich mit zukunftsweisenden Veränderungsprozessen der Arbeitswelt und sich daraus ableitbaren Effekten auf zukünftige Standortanforderungen auseinandergesetzt wird. Ziel der Gespräche ist es, die Ausrichtung Aachen-Nords stetig weiterzuentwickeln und hinsichtlich zukünftiger Anforderungen zu schärfen, um weiterhin eine moderne und nachhaltige Flächenentwicklung zu ermöglichen.

Folgende Rahmenbedingungen sind aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen:

- Das Treffen sollte halbjährlich stattfinden, da so gleichzeitig ein kontinuierlicher Austausch gewährleistet wird und keine Gefahr besteht, dass die Teilnehmer „satt“ an dem Austausch sind.
- Es ist anzuraten, den Treffen einen thematischen Schwerpunkt zuzuordnen, der von Seiten der Wirtschaftsförderung vorgeschlagen wird.
- Vorträge durch externe Experten können einen wichtigen Impuls für die Treffen darstellen.

Neben der Initiierung und Organisation der Treffen von Investoren und Projektentwicklern nimmt das Gebietsmanagement wie auch zu anderen Themengebieten eine beratende Funktion für die ansässigen Unternehmen ein, die bestimmte Bereiche ihres Betriebes hinsichtlich der sich stattfindenden Veränderungsprozesse der Arbeitswelt durch Digitalisierung und der nachhaltigen Entwicklung anpassen wollen. Ein besonderer Schwerpunkt sollte auf der Fördermittelberatung liegen.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	<p>1. Quartal ▪ Beratung der ansässigen Unternehmen (wiederkehrende Daueraufgabe)</p> <p>2. Quartal ▪ 1. Gesprächsrunde mit Investoren und Projektentwicklern</p> <p>3. Quartal ▪ -</p> <p>4. Quartal ▪ 2. Gesprächsrunde mit Investoren und Projektentwicklern</p>
-----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



links: CoWorking Platz in Aachen (Quelle: HOTEL TOTAL); rechts: Projektbegleitender Workshop vom Juni 2020 (Quelle: Stadt Aachen)

10.4.2 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 02 (Smarte Lösungen entwickeln und anwenden)

Maßnahme 01: Digitale Infrastruktur

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Smarte Lösungen entwickeln und anwenden (Oberziel 02)
Federführung	Büro des Oberbürgermeisters als Koordinator der Digitalisierungsstrategie Aachen / zuständige Fachstellen der Stadt Aachen / Infrastruktur-Anbieter
Beteiligte	Unternehmer aus Aachen-Nord; Gebietsmanagement übernimmt unterstützende / koordinierende Aufgaben
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Optimierung und Ausbau der digitalen (Grund-)Infrastruktur (5G-Netz) ▪ Initiierung von weitergehenden digitalen Unternehmensprozessen

Infrastrukturelle Rahmenbedingungen waren schon immer ein entscheidender Faktor für den Erfolg von Gewerbestandorten. Während früher nahezu ausschließlich die Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr diskutiert wurde, sind heute vielfach ein breites Spektrum der technischen und sozialen Infrastruktur für Standortentscheidungen von Bedeutung. Aufgrund des Nachholbedarfes vieler Gewerbegebiete rückt dabei die digitale Infrastruktur in den Mittelpunkt.

Die Stadt Aachen hat hierzu bereits 2018 eine umfassende Digitale Strategie erarbeitet und vom Rat der Stadt beschlossen. 2019 erfolgte eine Fortschreibung, auf deren Grundlage die Städteregion Aachen mit der Stadt Aachen als „Leitkommune“ als eine von fünf digitalen Modellregionen in NRW ausgewählt wurde.

In diesem Zusammenhang kann der ZukunftsRaum Aachen-Nord einen räumlichen Schwerpunkt der Digitalisierung darstellen. Hier lassen sich die gesamtstädtischen Zielsetzungen in idealer Weise mit den Digitalisierungsprozessen ansässiger Unternehmen und Einrichtungen verbinden. Während die Maßnahme 01 „Digitale Infrastruktur“ die erforderlichen technischen Voraussetzungen schafft, bezieht sich die Maßnahme 02 „Digitales Reallabor Aachen-Nord“ auf die Initiierung und Organisation von neuen Arbeitsprozessen und Kooperationen von Unternehmen, Wissenschaft und Stadt.

Im Mittelpunkt des Ausbaus der digitalen Infrastruktur steht eine Forcierung des 5G-Netzwerkes als elementare Voraussetzung für nahezu alle Formen vom Arbeiten 4.0. Neben einem im Mai 2020 auf dem Campus Melaten in Aachen geschaffenen 5 G-Forschungsnetz verfügt z. B. auch die automobilen Teststrecke der RWTH Aachen in der Gemeinde Aldenhoven über ein entsprechendes Netz, das die Voraussetzung für digitale Zukunftslösungen und damit auch für Unternehmensansiedlungen bildet.

Weitergehende Elemente können u. a. die Förderung von Blockchain-Lösungen sein, d. h. dezentrale Datenbanklösungen, die von vielen Teilnehmern genutzt werden, oder der Aufbau eines Low Power Wide Area Networks (LoRaWAN) für drahtlose batteriebetriebene Systeme in einem regionalen, nationalen oder auch globalen Netzwerk. Ein vernetztes Internet of Things (IoT) soll es ermöglichen, dass Daten über Sensoren vermittelt und somit innovative, digitale Lösungen gefunden werden (z. B. Energieversorgung).

Es ist offensichtlich, dass derartige Investitionen nur gemeinsam mit den Nutzern geplant und eingeführt werden können. Das Gebietsmanagement Aachen-Nord kann hierzu ergänzende, koordinierende

Aufgaben übernehmen, indem es Unternehmer aus dem Gebiet, Fachexperten vorhandener Transferstellen, wie Vertreter des digitalHUB e.V. oder der RWTH Innovation GmbH, und Systemanbieter zusammenführt.



5 G-Technologie auf dem campus aldenhoven (Future Mobility Park) als Voraussetzung für Fahrversuche zum autonomen Fahren (Quelle: cima (2020))

Umsetzungsschritte

In der ersten Phase gilt es zunächst die Erwartungen der ansässigen Unternehmen und Forschungseinrichtungen an die zukünftige digitale Infrastruktur von Aachen-Nord zu identifizieren. Neben Workshops und Fachgesprächen bildet eine Befragung aller Unternehmen durch das Gebietsmanagement eine wichtige Grundlage für zukünftige Maßnahmen.

Mit Unterstützung der Projektkoordinatoren der verschiedenen Digitalisierung-Initiativen (Digitalisierungsstrategie der fünf Modellregionen in NRW, Digitale Stadt Aachen) und der genannten Transfereinrichtungen sind entsprechende Ansätze weiterzuentwickeln und in Form von Kooperationsprojekten auszuführen.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	<p>1. Quartal ▪ Konzeption einer Quartiersbefragung zur Digitalen Infrastruktur</p> <p>2. Quartal ▪ Durchführung und Auswertung der Befragung ▪ Hackathon mit ausgewählten Unternehmen aus Aachen-Nord, digitalHUB & RWTH Innovation GmbH, Koordinatoren der verschiedenen Digitalisierungs-Initiativen</p> <p>3. Quartal ▪ Festlegung der Handlungserfordernisse für die digitale Zukunft Aachen-Nord</p> <p>4. Quartal ▪ ggfs. Initiierung / Begleitung von Projektanträgen</p>
---------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Maßnahme 02: Digitales Reallabor Aachen-Nord

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Smarte Lösungen entwickeln und anwenden (Oberziel 02)
Federführung	Gebietsmanagement Aachen-Nord
Beteiligte	relevante Fachbereiche der Stadt Aachen
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einrichtung eines digitalen Playgrounds Aachen-Nord als zentrales Arbeitsinstrument für das Reallabor Aachen-Nord ▪ Implementierung des Playgrounds in die Veranstaltungen, Workshops und Unternehmengespräche des Gebietsmanagements und Dritter; Nutzung für die Kreativphasen beim Aufbau einer smart city Aachen-Nord

Im Jahr 2018 wurde der Think Tank „Smartes, nachhaltiges Quartier Aachen-Nord“ gegründet. Zusammen mit dem digitalHUB Aachen, StartUps und Unternehmen aus dem Aachener Norden soll der Zukunftsraum Aachen-Nord langfristig zu einem Reallabor der Digitalisierung entwickelt werden. Mögliche Partner sind u. a. STAWAG, regio iT und NetAachen.

Die Initiative ist als neuer Ansatz der Stadtentwicklung zu verstehen, in dem Aachen-Nord als smart city-Standort gefördert wird. Prinzipien der Nachhaltigkeit werden gekoppelt mit den Ideen der smart city, die maßgeblich auf der Nutzung von zukunftsfähigen IT- und Kommunikationstechnologien aufbauen.

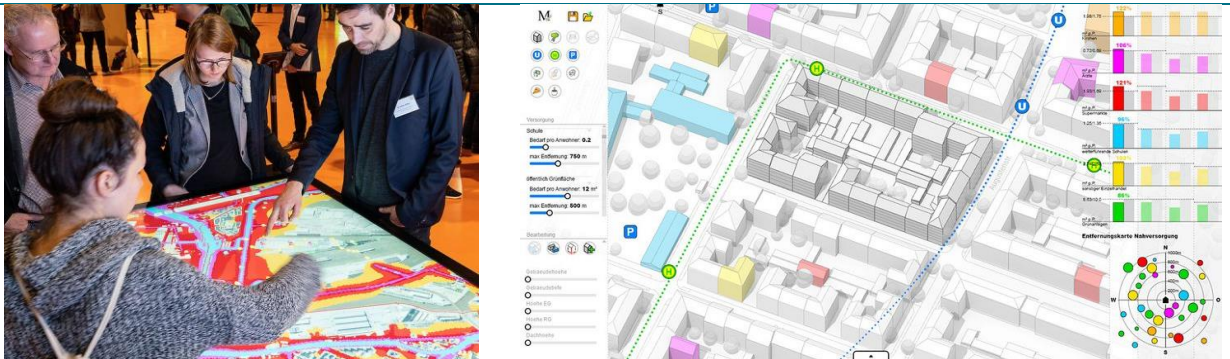
Für dieses Reallabor ist eine geeignete digitale Plattform als zentrales Informations-, Planungs-, Diskussions- und Experimentierinstrument erforderlich, die nicht nur für vertiefende Fachplanungen, sondern auch für Unternehmengespräche, Bürgerworkshops und Zukunftswerkstätten genutzt werden kann. Ziel sollte es sein, Ideen und Projekte des Städte- und Landschaftsbaus, der Mobilitätsforschung, des Arbeitens 4.0, des Wohnens, der Kultur etc. für Aachen-Nord auf einfache und schnelle Form darstellen, verändern und hinsichtlich ihrer Wirkungen für den Zukunftsraum Aachen-Nord bewerten zu können.

Vorbilder hierzu wurden bereits entwickelt und werden in verschiedenen Städten erprobt. Ein Beispiel hierfür ist das von den Lehrstühlen für Architekturinformatik und für Städtische Architektur an der Technischen Universität München entwickelt Entwurfstool „Urban Strategy Playground“ (USP). Eingesetzt wurde es bereits für Fragen der Nachverdichtung, der Nahmobilität oder der Stadtgestaltung.

In Hamburg wurde von der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen gemeinsam mit dem Landesbetrieb Geoinformation und Vermessung und dem City Science Lab der HCU das Online-Beteiligungstool DIPAS entwickelt, das auch digitale Planungstische zur Bürgerbeteiligung einschließt. Mit DIPAS können Bürgerinnen und Bürger von zu Hause aus, mobil oder in Veranstaltungen digitale Karten, Luftbilder, Pläne, 3D Modelle und Geodaten abrufen und ein lokalisiertes Feedback zu Planungsvorhaben geben.

Im Rahmen der Digitalstadt Darmstadt wird eine zentrale städtische Datenplattform im Jahr 2021 in Betrieb gehen. Sie ermöglicht es, neue Anwendungen für die lokale Ökologie, die städtische Ökonomie und das Sozialwesen digital in Hinblick auf ihre Effekte und Integration in den Stadtkörper zu untersuchen.

Die angeführten Systeme gehen in ihrer Leistungsfähigkeit weit über vorhandene Informationssysteme und Datenbanken für Innenstädte oder Quartiere mit Angaben zum Unternehmensbesatz, Eigentumsverhältnisse, Immobiliensituation oder Baurecht hinaus. Durch entsprechende Datenverknüpfungen lassen sich diese für die tägliche Arbeit des Gebietsmanagements wichtigen Informationen aber auch aus dem digitalen Reallabor gewinnen.



Digitaler Planungstisch zur Bürgerbeteiligung online und vor Ort (DIPAS, Hamburg) und Urban Strategy Playground (USP) der TU München

Quelle: www.hamburg.de/dipas/ und www.ar.tum.de/ai/forschung/collaborative-design/usp-urban-strategy-playground-2016-2019/

Umsetzungsschritte

Die Einführung eines digitalen Playgrounds erfordert eine intensive Abstimmung und Zusammenarbeit relevanter Stellen innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung. Verschiedene Digitalisierungsprojekte und -initiativen können dabei die Projektsteuerung übernehmen. So wurde im Jahr 2018 der Think Tank „Smartes, nachhaltiges Quartier Aachen-Nord“ gegründet, in dem digitalHUB Aachen, StartUps und Unternehmen aus dem Aachener Norden mitarbeiten. In dem Projekt N-Power haben sich elf Partner aus der Euregio Rhein Maas – darunter die Städte Aachen und Lüttich und die Universität Hasselt – zusammengeschlossen, um mit einer Partizipationsplattform Bürger und Bürgerinnen in die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungen ihres Stadtteils einzubeziehen.

Dem Gebietsmanagement kommt in diesem Fall vor allem die Funktion des Mitinitiators eines solchen Projektes in der Startphase und des Informationsvermittlers innerhalb von Aachen-Nord zu.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021

- | | |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Quartal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ bilaterale Gespräche mit relevanten Initiativen, ggfs. Durchführung verschiedener Konzeptworkshops mit relevanten Initiativen ▪ Einholen der Interessenslagen und der Mitwirkungsbereitschaft innerhalb von Aachen-Nord |
| 2. Quartal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begleitung einer Konzeptstudie „Digitaler Playground für das Reallabor Aachen-Nord“ |
| 3. Quartal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterstützung bei der Vorstellung der Konzeptstudie innerhalb des ZukunftsRaums Aachen-Nord und Gewinnung von Projektpartnern |
| 4. Quartal | |

Maßnahme 03: Innovative Lösungen zur klimaeffizienten & nachhaltigen Entwicklung

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Smarte Lösungen entwickeln und anwenden (Oberziel 02)
Federführung	Gebietsmanagement Aachen-Nord
Beteiligte	Unternehmen, Wissenschaft, Start-up Unternehmen, relevante Fachbereiche der Stadt Aachen
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltige Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Aachen-Nord

Die Stadt Aachen hat sich durch den Beschluss der Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2018 für eine nachhaltige Entwicklung der Stadt Aachen positioniert. Auch das Ausrufen des Klimanotstandes im Juni 2019 sowie das folgende Integrierte Klimaschutzkonzept aus dem Jahr 2020 verdeutlichen die Ziele der Stadt Aachen, dem Klimawandel durch die Verfestigung des Prinzips der Nachhaltigkeit in den Grundzügen der planerischen Ausrichtung der Stadt entschieden entgegenzuwirken. Dies zeigt sich auch in dem neuen Flächennutzungsplan der Stadt Aachen, in dem Freiraum-, Klima- und Bodenschutz wichtige Rollen einnehmen.

Bei dem Wirtschaftsstandort Aachen-Nord handelt es sich um einen bereits lang bestehenden Standort, dessen Ursprünge weit vor der beginnenden öffentlichen Diskussion um die Folgen des Klimawandels Ende der 1980er bzw. Anfang der 1990er Jahre liegen. Wie in den meisten gewachsenen Gewerbestandorten wurden auch hier in der Phase der Industrialisierung Aspekte der Nachhaltigkeit und der Klimaeffizienz nicht berücksichtigt. Folglich gibt es in dem Gebiet sowohl an bestehenden Gebäuden als auch im öffentlichen Raum und der grundlegenden (Versorgungs-)Struktur vielfältige Notwendigkeiten für Maßnahmen, die eine klimaeffiziente und nachhaltige Entwicklung ermöglichen (z. B. erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Mobilität).

Maßgeblich entscheidend für die Entwicklung von Lösungen zur nachhaltigen und klimaeffizienten Entwicklung sind vor allem smarte, innovative Ansätze. Die Stadt Aachen als Technologie- und Wissenschaftsstandort bietet hierzu ideale Voraussetzungen. Vor allem der Standort Aachen-Nord etabliert sich als innovativer Standort durch Wissenschaft und Start-ups. Hierzu tragen nicht nur die digitalCHURCH und ansässige Unternehmen bei, sondern vor allem auch aktuelle Entwicklungen: Die RWTH Aachen siedelt sich mit dem Collective Incubator auf rd. 4.000 m² Fläche auf dem Campus Jahrhunderthalle und somit unmittelbar im Kernbereich Aachen-Nords an. Es soll einer der größten Tech-Inkubatoren in Europa entstehen und Aachen als Start-up Standort weiter etablieren.

Die Maßnahme „Entwicklung und Anwendung von innovativen Lösungen zur klimaeffizienten und nachhaltigen (Weiter-) Entwicklung sowohl der Gewerbe- und Wohnflächen als auch im öffentlichen Raum“ trägt zur Erfüllung verschiedener Oberziele bei. Durch den Einsatz smarterer Lösungen (Oberziel 02) wird die Entwicklung eines zukunftsträchtigen und nachhaltigen Gewerbestandortes (Oberziel 01) gefördert. Vor allem durch die Kooperation verschiedener Akteure lassen sich innovative Lösungen zur klimaeffizienten und nachhaltigen Entwicklung entwickeln (Oberziel 03).

Umsetzungsschritte

Eine Voraussetzung für die Umsetzung der Maßnahmen ist die Sensibilisierung der Akteure im Gebiet. Das Gebietsmanagement muss das Interesse der Unternehmen vor Ort an Maßnahmen zur klimaeffizienten und nachhaltigen Entwicklung wecken und ihnen in Form einer Erstberatung zur Seite stehen. Es bietet sich an, über Informationsveranstaltungen hinaus, ein dauerhaftes Beratungsangebot für die ansässigen Unternehmen unter Einbeziehung von Fachleuten außerhalb des Gebietsmanagements aufzubauen. Dies sollte eine entsprechende Fördermittelberatung einschließen.

Parallel wirkt das Gebietsmanagement initiiierend für die Durchführung von gemeinschaftlichen Projekten im Gebiet. Der Fokus ist auf die Entwicklung von smarten und innovativen Lösungen zu richten. Hier übernimmt das Gebietsmanagement vor allem eine koordinierende Rolle. Es sind Netzwerke zwischen den in Aachen-Nord ansässigen Start-up Unternehmen und technologieorientierten Unternehmen sowie Fachbereichen der Hochschulen (technologieorientierte Fachbereiche, Architektur etc.) auf der einen Seite und interessierten Unternehmen des Gebietes auf der anderen Seite aufzubauen und zu beleben.

Schließlich kommt dem Gebietsmanagement eine informierende Funktion bei stadtweiten oder regionalen Projekten zur Klimaeffizienz und Nachhaltigkeit zu. So gilt es, regelmäßig über das für Aachen-Nord bedeutsame Projekt der Regio-Tram zu informieren und ein Bewusstsein für die sich hieraus ergebenden Chancen zu schaffen.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	1. Quartal	▪ Informationsarbeit zur Regio-Tram (Daueraufgabe)
	2. Quartal	▪ Auftakt für eine Veranstaltungsreihe zu den Themen Erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Nachhaltigkeit für Unternehmen des Gebiets (halbjährlich fortzusetzen)
	3. Quartal	▪ Initiierung von nachhaltigen und klimaeffizienten Gemeinschaftsprojekten (z. B. Durchführung eines Hackathons) (Fortsetzung im 4. Quartal 2020)
	4. Quartal	

10.4.3 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 03 (Gemeinsame Entwicklung des Gewerbestandortes durch wertschöpfende Vernetzungen)

Maßnahme 01: Unternehmensnetzwerk Aachen-Nord

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Gemeinsame Entwicklung des Gewerbestandortes durch wertschöpfende Vernetzungen (Oberziel 03)
Federführung	Gebietsmanagement Aachen-Nord (kurz- / mittelfristig), lokale Unternehmer (langfristig)
Beteiligte	Unternehmen und Immobilieneigentümer des Gebietes, weitere relevante Akteure aus dem Quartier und von außerhalb
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schaffung einer dauerhaften Initiative der ansässigen Unternehmen zur Förderung von Aachen-Nord ▪ Anstoß kooperativer Maßnahmen zur Aufwertung und Vermarktung des Gebietes ▪ Initiierung von B2B-Kontakten

Die Gründung eines Unternehmensnetzwerkes ermöglicht die Bündelung der Kräfte ansässiger Unternehmen und kann ein Gewerbegebiet in vieler Hinsicht bereichern. Ausgehend von einem Netzwerk der ansässigen Unternehmen können kooperative Maßnahmen entstehen, von denen jedes einzelne Unternehmen, der Unternehmensstandort und die Stadt profitieren. Entscheidend für den Erfolg eines dauerhaften Unternehmensnetzwerkes ist die Verstetigung des Austausches und der Zusammenarbeit. Hierzu gilt es die Interessenslagen und Handlungsbedarfe aus Sicht der lokalen Akteure zu identifizieren, Prioritäten zu setzen und konkrete Maßnahmen Dritter anzustoßen bzw. in Eigenregie umzusetzen.

Am Unternehmensstandort Aachen-Nord existiert bisher weder eine institutionalisierte Vereinigung der lokalen Unternehmen noch besteht ein aktives informelles Unternehmensnetzwerk. Die durchgeführten Gespräche und vor allem auch der Workshop vom Juni 2020 mit Akteuren des Gebietes haben jedoch gezeigt, dass ein hohes Interesse an einem solchen Netzwerk besteht. An dieser Stelle knüpft das Gebietsmanagement des Unternehmensstandortes Aachen-Nord an und ergreift die Initiative zum Aufbau eines aktiven Netzwerkes. Neben den ansässigen Unternehmen wird zudem empfohlen, relevante Akteure aus der Stadt Aachen bzw. der Region frühzeitig in die Netzwerkgründung einzubeziehen (z. B. das Gründungsnetzwerk digitalHUB).

Die Schaffung kooperativer Strukturen ist ein wesentlicher Faktor für den Erfolg des Gebietsmanagements. Viele der priorisierten Maßnahmen profitieren von einem vorhandenen Unternehmensnetzwerk.

Umsetzungsschritte

Durch den Workshop vom Juni 2020 und weitere Gesprächsrunden wurde bereits der Grundstein für den Aufbau eines Unternehmensnetzwerkes gelegt. Auf der geäußerten Bereitschaft und dem bekundeten Interesse an einem regelmäßigen Austausch durch verschiedene Akteure lässt sich die Gründung eines zunächst informellen aktiven Unternehmensnetzwerkes aufbauen.

Das Gebietsmanagement des Gewerbestandortes Aachen-Nord ist Initiator und übernimmt die organisatorischen Aufgaben bei dem Aufbau des Unternehmensnetzwerkes. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor wird es sein, ausgewählte Persönlichkeiten als Befürworter und Promotoren des Netzwerkes zu gewinnen. In einem ersten Schritt gilt es daher, einen aus ca. 4 – 6 ansässigen Akteuren bestehenden Initiativkreis zu gründen. Hierbei sollte auf Akteure zugegangen werden, die bereits ihr Interesse an einem Netzwerk signalisiert haben und bereit sind, sich engagiert einzubringen. In Zusammenarbeit mit dem Initiativkreis lassen sich auch erste Ziele des Unternehmensnetzwerkes formulieren.

Weitere Aufgaben des Gebietsmanagements ergeben sich durch eine aktive Öffentlichkeitsarbeit sowie die Ansprache der Unternehmen und Immobilieneigentümer aus dem Gebiet. Zudem kann das Gebietsmanagement thematische Schwerpunkte anregen und Maßnahmen anstoßen, die zum Erreichen der formulierten Oberziele 01 – 04 beitragen.

Mittel- und langfristig ist die Überführung des Unternehmensnetzwerkes in eine feste Organisationsstruktur zu verfolgen. Die Stadt kann sich in dieser Phase ggf. aus der federführenden Rolle zurückziehen und die Rolle eines teilnehmenden Akteurs übernehmen.



Projektbegleitender Workshop vom Juni 2020 mit Unternehmern und Immobilieneigentümern aus Aachen-Nord sowie Fachexperten

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021

- | | |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Quartal | ▪ Bildung eines Initiativkreises mit ca. 4 – 6 Akteuren und Verständigung über die grundsätzlichen Ziele des Netzwerkes |
| 2. Quartal | ▪ Durchführung einer Kick-Off-Veranstaltung |
| 3. Quartal | ▪ 1. Netzwerkveranstaltung (inhaltliche Programmierung des Netzwerkes) |
| 4. Quartal | ▪ 2. Netzwerkveranstaltung (vorweihnachtliches Event) |

Best Practice

- **Unternehmerinitiative Seestern, Düsseldorf**

Seit 2010 bestehende Vereinigung zur nachhaltigen Stärkung und positiven Wahrnehmung eines der größten Bürostandorte in Düsseldorf unter dem Leitmotiv „more than business“.

- ✦ Beispiel für eine ausschließlich von Eigentümern initiierte und getragene Initiative
- www.seestern-duesseldorf.de

- **Standortinitiative FFN (Frankfurter Osten nachhaltig) e.V., Frankfurt (Main)**

Der Ursprung der Initiative liegt im ExWoSt Forschungsprogramm „Nachhaltige Weiterentwicklung von Gewerbegebieten“. Die Standortinitiative ist Teil des umfassenden Pilotprojektes „Nachhaltiges Gewerbegebiet Fechenheim-Nord/Seckbach“.

- ✦ Beispiel für Unternehmensnetzwerk mit vielfältigen Handlungsfeldern
- www.frankfurter-osten.de/standortinitiative/

- **Unternehmensnetzwerk Großhülsberg, Remscheid**

Das Unternehmensnetzwerk wurde 2017 im Rahmen des Forschungsverbundprojektes „Grün statt Grau – Gewerbegebiete im Wandel“ als informelles Netzwerk gegründet und wurde 2020 durch die Gründung eines Vereins in eine feste Organisationsstrukturen überführt.

- ✦ Beispiel für Unternehmensnetzwerk, dass durch eine Vielzahl an Projekten v. a. zur ökologisch nachhaltigen Entwicklung des Standortes beiträgt
- www.grosshuelsberg.net

Maßnahme 02: Förderung des gemeinsamen Verständnisses Aachen-Nord

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Gemeinsame Entwicklung des Gewerbestandortes durch wertschöpfende Vernetzungen (Oberziel 03)
Federführung	Fachbereich 02 Wirtschaft, Wissenschaft und Europa der Stadt Aachen / Gebietsmanagement
Beteiligte	alle relevanten Akteure und Anwohner aus Aachen-Nord und von außerhalb
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses für den Wirtschaftsstandort Aachen-Nord ▪ Förderung der Identifikation mit dem Standort Aachen-Nord gemäß der Vision „ZukunftsRaum Aachen-Nord“

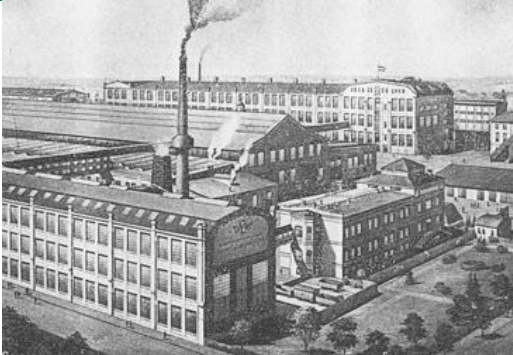
Der Erfolg der Vision eines ZukunftsRaums Aachen-Nord wird maßgeblich davon bestimmt sein, ob es gelingt, ansässige Unternehmer, Anwohner und die Öffentlichkeit für die Entwicklungsvorstellungen zu begeistern und ein Verständnis für die Gesamtentwicklung und die Chancen von Aachen-Nord zu erzeugen. Das Image des Standortes Aachen-Nord und die öffentliche Auseinandersetzung mit den Potenzialen bilden damit einen Arbeitsschwerpunkt des Gebietsmanagements.

Die bereits heute ansässigen Unternehmen werden den Wandel ihres Unternehmensstandortes spüren und auch die Bewohner und Bewohnerinnen Aachen-Nords werden die Veränderungen in ihrem Wohnumfeld wahrnehmen. Die Sensibilisierung der Akteure vor Ort für die anstehenden Entwicklungen sowie deren Akzeptanz sind von hoher Bedeutung für die angestoßenen Entwicklungsprozesse.

Für die Kommunikation und die Definition einer Marke Aachen-Nord sind dabei folgende Aspekte zu beachten:

- **Die Historie des Ortes:** Aachen-Nord ist ein traditionsreicher Unternehmensstandort. Die Historie des Ortes spiegelt sich in der Industriearchitektur wider, sie schafft Individualität und Vertrauen.
- **Die Kompetenzen des Standortes:** Der Wirtschaftsstandort Aachen-Nord befindet sich seit Jahrzehnten in einem Wandel, der durch die aufgezeigten Aktivierungsflächen und die aktuellen Projektentwicklungen dynamischer denn je ist. Am Standort Aachen-Nord wird es kurz- mittel- und langfristig zu Entwicklungen kommen, die zukunftsweisend für Aachen-Nord und die gesamte Stadt Aachen sind.
- **Der Charakter des Standortes:** Neben der Rolle von Aachen-Nord als Sitz von national und international bekannten Traditionsfirmen, wandelt sich aktuell der Charakter des Gebietes durch die laufenden Veränderungen hin zu einem Standort des Arbeiten 4.0.

Maßnahmen zur Förderung des gemeinsamen Verständnisses Aachen-Nord sollten auf diesen Besonderheiten aufbauen, d.h.; es gilt neben der Vermittlung von konkreten Projekten und Maßnahmen auch emotionale Aspekte des Gesamtbildes Aachen-Nord zu vermitteln. Es sind Formate zu entwickeln bzw. umzusetzen, die die Identität des Standortes erlebbar machen und gleichzeitig den Wandel und die Entwicklungsprozesse mit einbeziehen. Städtebauliche Maßnahmen kommen hierfür genauso in Betracht wie ortsspezifische öffentliche Veranstaltungen, fachbezogene Diskussionsforen o Einzelgespräche.



Umsetzungsschritte

Folgende Ansätze können das gemeinsame Verständnis Aachen-Nord fördern:

- Die von Planungsbüro kadewittfeldarchitektur im Jahr 2015 vorgelegte Standort- und Marktanalyse der Gewerbeflächen Aachen-Nord enthält mit dem „**INDUSTRIAL – Ein Streifzug durch Aachener Industriegeschichte**“ eine identitätsfördernde Maßnahme, die an dieser Stelle aufgegriffen wird. Ein Industriepfad durch Aachen-Nord, der mit verschiedenen Stationen sowohl die Entstehungszeit des Wirtschaftsstandortes greifbar macht, als auch aktuelle Entwicklungsprozesse verdeutlicht, kann das gemeinsame Verständnis Aachen-Nord herausarbeiten und festigen.
- Identitätsstiftenden Charakter haben auch viele städtebaulichen, freiraumplanerische und architektonische Maßnahmen: eine **stärkere Grünvernetzung** zwischen den einzelnen Teilbereichen von Aachen-Nord (Dienstleistungsstandort Krefelder Straße, Gewerbeband Grüner Weg, Kernbereich Aachen-Nord, Hybridquartier an der Jülicher Straße) schafft ebenso ein gemeinsames Verständnis von Aachen-Nord wie eine **abgestimmte Illumination historischer Industriebauten**.
- Aachen-Nord ist u. a. durch das Ludwig Forum, das DEPOT an der Talstraße, das Das Da Theater oder die Halle 60 auch ein vielfältiger Kulturstandort. **Kulturelle Veranstaltungen und Kunstaktionen** haben immer auch einen identitätsstiftenden Charakter, wenn sie auf den jeweiligen Ort Bezug nehmen und lokale Besonderheiten aufnehmen. Das Potenzial des kulturellen Angebots in Aachen-Nord sollte genutzt werden, in dem die Kombination aus kulturellem Angebot, historischer Architektur und aktuellen Projektentwicklungen gleichermaßen im Mittelpunkt gerückt wird. Hierzu gehören entsprechende Kulturveranstaltungen oder auch Kunstaktionen im Gebiet. Das von der Ruhr Tourismus GmbH entwickelte Veranstaltungsformat der „ExtraSchicht – Nacht der Industriekultur“ (s.u.) bietet hierzu vielfältige Anregungen.
- Auch **Netzwerkveranstaltungen** wie das geplante Hello Creator Festival im Januar 2021, das einen Beitrag zur Vernetzung von Startups, ansässige Unternehmen, relevante Institutionen und Entwicklern leistet, haben immer auch identitätsstiftenden Charakter und fördern das „Wir-Gefühl“ im Quartier.
- Die vom Gebietsmanagement durchzuführenden **Events und Aktionen für die Beschäftigten in Aachen-Nord** können ein gemeinsames Verständnis des Gebietes als innovativer Arbeitsort fördern. Es sei an dieser Stelle auf das Maßnahmenpaket Veranstaltungen im Kernbereich Aachen-Nord mit den Projektbeispielen aus Düsseldorf und Krefeld verwiesen. Ergänzend hierzu sollte sich das Gebietsmanagement auch in die schwerpunktmäßig auf die **Anwohner in Aachen-Nord ausgerichteten Veranstaltungen** einbringen (z. B. Stadtteilstadt Soziale Stadt Aachen-Nord).

Dem Gebietsmanagement kommt hierbei fallweise eine federführende oder lediglich unterstützende Aufgabe zu. Leitend bei der Auswahl und der Konzeption der Einzelmaßnahmen sollte in allen Fällen das in Kap. 9 formulierte Zukunftsprofil Aachen-Nord sein.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	1. Quartal
	2. Quartal <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswahl eines identitätsstiftenden Projektes Aachen-Nord, das vom Gebietsmanagement 2021 / 2022 initiiert und federführend umgesetzt wird (längerfristiges Projekt)
	3. Quartal
	4. Quartal

Best Practice

- **ExtraSchicht, Nacht der Industriekultur, Ruhrgebiet**

Die ExtraSchicht ist ein Veranstaltungsformat der Ruhr Tourismus GmbH, bei dem seit 2001 Industrieanlagen, Museen und Landmarken an verschiedenen Standorten im gesamten Ruhrgebiet durch Künstler unterschiedlicher Genres in Szene gesetzt werden. Bei der Veranstaltung soll das industriekulturelle Erbe des Ruhrgebietes sichtbar gemacht werden und kann somit als Identität stiftendes Veranstaltungsformat für das Ruhrgebiet verstanden werden.

- ✦ Beispiel für ein Identität stiftendes Veranstaltungsformat

- www.extraschicht.de

Maßnahme 03: Veranstaltungen im Kernbereich Aachen-Nord

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Gemeinsame Entwicklung des Gewerbestandortes durch wertschöpfende Netzungen (Oberziel 03)
Federführung	Gebietsmanagement Aachen-Nord (kurz- / mittelfristig); langfristig auch Unternehmensnetzwerk (bei Überführung in eine feste Organisationsform)
Beteiligte	Betreiber geeigneter Locations, Eventagentur (Durchführung)
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung des Images als lebendiger Unternehmensstandort ▪ Bindung von Mitarbeitern und Unternehmen an den Standort ▪ Information der Öffentlichkeit über den Standort Aachen-Nord und laufende Projekte

Zukunftsorientierte Gewerbestandorte sind keine reinen Arbeitsorte mehr. Es gilt vielmehr, Gewerbegebiete mit Leben zu füllen und sie stärker als in der Vergangenheit in das Stadtgefüge zu integrieren. Einen Beitrag zu lebendigen Standorten kann die Durchführung von öffentlichen Veranstaltungen leisten, die über die Veranstaltungen zu Förderung des Unternehmensnetzwerkes Aachen-Nord oder der Unternehmenskooperationen hinausgehen. Zur Ansprache verschiedener Akteure und zur Belegung des Quartiers ergeben sich vielfältige Möglichkeiten:

- Hierzu zählen **Veranstaltungen**, die speziell **für die Akteure des Gebietes** organisiert werden und somit einen internen Charakter besitzen. Gebietsinterne Events für die Unternehmen und Mitarbeiter vor Ort können das Gebiet in verschiedener Hinsicht bereichern. Sie können einen Beitrag für den Zusammenhalt an dem Standort leisten und zu einer höheren Identifikation mit dem Standort beitragen. Speziell für ansässige Unternehmen bzw. die Arbeitnehmer durchgeführte Veranstaltungen können die Attraktivität des Standortes erhöhen und sich somit positiv auf die Fachkräftesicherung und -gewinnung auswirken.
- Eine weitere Möglichkeit ist die Organisation von **Veranstaltungen**, bei denen die **breite Öffentlichkeit** mit einbezogen wird. Solche Veranstaltungen können unter anderem die Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber der gewerblichen Nutzung in der Nachbarschaft steigern und auch die Wohnqualität von Aachen-Nord verbessern. Zudem ergibt sich die Möglichkeit zum Austausch der im Quartier lebenden Bevölkerung und der im Quartier arbeitenden Personen. Hierdurch wird insgesamt eine stärkere Einbindung des Standortes in sein direktes Umfeld und das Stadtgefüge ermöglicht. Nicht zuletzt können öffentliche Veranstaltungen auch das Image aufwerten und eine gewisse Aufmerksamkeit erzeugen.



Veranstaltungstypen des Gebietsmanagements; „10 Jahre Aachen-Nord“-Veranstaltung im Depot (2019)

Umsetzungsschritte

Bei diesem Modul sind die Kreativität und die Organisationsfähigkeit des Gebietsmanagements gefragt. Folgende Anregungen sind zu beachten:

- Es wird empfohlen, sowohl gebietsinterne Events als auch für die Öffentlichkeit bestimmte Veranstaltungen durchzuführen und somit alle Chancen zu nutzen, die sich durch dieses Modul ergeben.
- Als gebietsinterne Events bieten sich u. a. After-Work-Treffen oder Fun Events für die Mitarbeiter an.
- Die breitere Öffentlichkeit kann z. B. bei Sommerfesten, Weihnachtsmärkten oder Tagen der Offenen Tür einbezogen werden.
- Am Standort Aachen-Nord sind u. a. mit der digitalCHURCH oder der Halle 60 Locations für Veranstaltungen verschiedener Größe vorhanden. Diese Potenziale können für Veranstaltungen im Gebiet genutzt werden.
- Um mit einem Event Aufmerksamkeit zu erzeugen, sind neben klassischen Printmedien vor allem auch die sozialen Netzwerke zu nutzen. Öffentliche Veranstaltungen sollten im Vorfeld über alle verfügbaren Medienkanäle beworben und am Veranstaltungstag laufend über soziale Netzwerke durch geplante Posts informiert werden. Im Nachgang der Veranstaltung sollte eine aktive Berichterstattung erfolgen (Printmedien und soziale Netzwerke).

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	<p>1. Quartal ▪ Erstellung einer Jahresübersicht der laufenden Veranstaltungen im Gebiet Aachen-Nord; geeignete Einbringen des Gebietsmanagements in Veranstaltungen Dritter (Daueraufgabe)</p> <p>2. Quartal ▪ Durchführung einer eigenen Veranstaltung am Standort Aachen-Nord für die breite Öffentlichkeit (auch Anwohner)</p> <p>3. Quartal -</p> <p>4. Quartal ▪ Gestaltung der 2. Netzwerkveranstaltung (s. Maßnahme Unternehmensnetzwerk) als vorweihnachtliches Event</p>
-----------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Best Practice**▪ Sommerfest Campus Fichtenhain, Krefeld**

Bei dem Campus Fichtenhain handelt es sich um ein acht Hektar großes, parkartiges Gelände mit historischer Bausubstanz der ehemaligen Rheinischen Provinzial-Fürsorge-Anstalt, das von der städtischen Wirtschaftsförderung und der stadteigenen Grundstücksgesellschaft seit 1997 als Bürostandort entwickelt wurde.

- ✦ Beispiel für ein von der städtischen Wirtschaftsförderung organisiertes Sommerfest
- www.wfg-krefeld.de/fileadmin/media/Profil/Downloads/de/Kreation/Kreation_40_-_Herbst_2019.pdf (ab S. 48)

▪ Hotrod-Tour am Seestern Düsseldorf

Die Unternehmerinitiative Seestern e.V. (s. Modul 01) führt seit 2018 jährlich als Event für die Mitarbeiter der ansässigen Unternehmen eine Hotrod-Tour (Funevent mit motorisierten Seifenkistenfahrzeugen) durch.

- ✦ Beispiel für eine nachgefragte Eventveranstaltung für Mitarbeiter ansässiger Unternehmen
- www.youtube.com/watch?v=yY4HjnBK1Gk



Sommerfest Campus Fichtenhain, Krefeld; Hotrod-Tour Initiative Seestern, Düsseldorf

10.4.4 Prioritäre Maßnahmen zum Oberziel 04 (Vermarktung „ZukunftsRaum Aachen-Nord“)

Maßnahme 01: Kommunikationskonzept Aachen-Nord

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Vermarktung „ZukunftsRaum Aachen-Nord“ (Oberziel 04)
Federführung	Gebietsmanagement Aachen-Nord / Wirtschaftsförderung Aachen
Beteiligte	Marketingagentur, Unternehmen und Immobilieneigentümer aus dem Gebiet Aachen-Nord
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etablierung der Wort- und Bildmarke ZukunftsRaum Aachen-Nord ▪ Förderung des Images und der Bekanntheit von Aachen-Nord als Unternehmensstandort ▪ Vermarktung freier Grundstücke / Objekte bzw. Ansiedlung von Unternehmen und Existenzgründern

Die aktive Vermarktung des Unternehmensstandortes Aachen-Nord nach innen und außen ist eine der Kernaufgaben des Gebietsmanagements Aachen-Nord und ein wesentlicher Faktor für die zukunftssträchtige Entwicklung des Standortes. Durch die Vermarktung lässt sich die Außenwahrnehmung des Standortes beeinflussen und somit auch das Bild, das Investoren, Unternehmen und Existenzgründer von dem Standort haben.

Die Vermarktung freier Grundstücke und Räumlichkeiten hängt unmittelbar mit der öffentlichen Wahrnehmung eines Standortes zusammen. Gebiete mit einem negativen Image oder ohne jede Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit, haben meist wenig Erfolg bei der Vermarktung ihrer Potenziale.

Als zentrale Grundlage für alle Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit dient ein Kommunikationskonzept, das auf der Vision für den ZukunftsRaum Aachen-Nord und den übrigen Empfehlungen zur Nutzungsstruktur des Gebietes aufbaut. Kernelemente des Konzeptes sollte die Entwicklung einer Wort- / Bildmarke Aachen-Nord, ein hierzu ergänzender Vorschlag für ein Corporate Design aller Veröffentlichungen des Gebietsmanagements, Vorschläge für die Gestaltung der einzelnen Vermarktungsinstrumente und eine RoadMap für das erste Jahr der Vermarktung bilden.

Es ist angeraten, an geeigneten Stellen des Erarbeitungsprozesses mit Vertretern aus der Gruppe der Immobilieneigentümer und der in Aachen-Nord bereits tätigen Projektentwickler in einen Austausch zu treten und das Meinungsbild zu ersten Vorschlägen / Entwürfen einzuholen. Es kann so sichergestellt werden, dass die Außendarstellung des Standortes Aachen-Nord mit der Vermarktung einzelner Immobilien in geeigneter Form korrespondiert.

Umsetzungsschritte

Der Fachbereich 02 Wirtschaft, Wissenschaft und Europa der Stadt Aachen bereitet parallel zur Fertigstellung des Nutzungs- und Vermarktungskonzeptes die Ausschreibung eines Kommunikationskonzeptes vor.

Auch bei weiteren Basiselementen des Standortmarketings sind ggfs. Beauftragungen externer Agenturen angeraten:

- Einrichtung und Pflege einer Projekthomepage als zentrale Landingpage für die Standortvermarktung mit Links zu bestehenden Websites; sie ist gleichzeitig Informationsplattform für ansässige Unternehmen und Beschäftigte im Quartier, aber auch für interessierte Investoren, Existenzgründer und Unternehmen; diese Anforderungen stellen besondere Anforderungen an die Seite; Praxisbeispiele zeigen aber geeignete Lösungen auf.
- Die einzelnen Vermarktungsaktivitäten sind mit Hilfe eines jährlich zu aktualisierenden Marketingfahrplans (RoadMap) gezielt zu planen. Messetermine, Fertigstellungen exponierter Projekte, übergeordnete Planungen und Rahmenbedingungen sind bei der Festlegung der Vermarktungsaktivitäten im Jahresverlauf zu berücksichtigen.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	<p>1. Quartal ▪ Begleitung der beauftragten Agentur für das Kommunikationskonzept</p> <p>2. Quartal ▪ Vorlage des Kommunikationskonzeptes</p> <p>3. Quartal ▪ Realisierung der einzelnen Kommunikationsinstrumente (z. B. Homepage Aachen-Nord) (auch 4. Quartal)</p> <p>4. Quartal Vorlage RoadMap 2022</p>
-----------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Best Practice

▪ **Gewerbegebiet Fechenheim-Nord / Seckbach, Frankfurt (Main)**

Das 186 Hektar große Industrie- und Gewerbegebiet Fechenheim-Nord / Seckbach im Frankfurter Osten ist Modellprojekt im Rahmen des ExWost-Modellvorhabens „Nachhaltige Weiterentwicklung von Gewerbegebieten“. Der Wiedererkennungswert des Standortes in der Außendarstellung wird durch die Wort- und Bildmarke „Frankfurter Osten nachhaltig“ sichergestellt. Die Homepage des Gewerbebestandes überzeugt mit hochwertigem Bild- und Filmmaterial sowie mit der Bereitstellung verschiedener gebietspezifischen Informationen, die sowohl an externe Interessierte als auch die ansässigen Unternehmen und deren Angestellte gerichtet sind (u. a. Unternehmensportraits, Immobilienangebote, Jobangebote, Förderangebote).

- ✪ Beispiel für einen Gewerbebestandort mit Wort- und Bildmarke und umfassendem Standortmarketing, das in einem Gesamtkontext verschiedener Bestandteile eingebaut ist
- [www. http://frankfurter-osten.de](http://frankfurter-osten.de)

▪ **Homepage Alter Schlachthof – Kreativpark Karlsruhe, Karlsruhe**

Der rd. 7 ha umfassende Standort liegt in fußläufiger Entfernung östlich der Innenstadt Karlsruhes. Seit dem Jahr 1885 wurde das Gelände durch einen Schlachthof genutzt, ehe es im Jahr 2006 zur offiziellen Stilllegung des Betriebes kam. Heute überzeugt das Gebiet als Standort für die Kreativ- und Kultwirtschaft.

Die Homepage des Kreativquartiers gibt in ansprechender und innovativer Form einen Überblick über die Nutzer, das Areal, die freien Flächen und die lange Historie des Gebietes.

- ✪ Beispiel für die Vermarktung eines altindustriellen Standortes
- www.alterschlachthof-karlsruhe.de



Maßnahme 02: Beteiligung Aachen-Nord an der Internationalen Bau- und Technologieausstellung Rheinisches Revier

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Vermarktung „ZukunftsRaum Aachen-Nord“ (Oberziel 04)
Federführung	Zukunftsinitiative Rheinisches Revier / Stadt Aachen
Beteiligte	Projektpartner aus Aachen-Nord
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berücksichtigung von Aachen-Nord als Standort für die Internationale Bau- und Technologieausstellung der Zukunftsinitiative Rheinisches Revier ▪ Realisierung von modellhaften Projekten im Sinne der Internationale Bau- und Technologieausstellung (IBTA) im Gewerbegebiet Aachen-Nord

Die Zukunftsagentur Rheinisches Revier ist die zentrale regionale Einrichtung zur Koordination und Gestaltung des anstehenden Strukturwandels im Zusammenhang mit der Aufgabe der Kohleförderung in Deutschland. Die Zukunftsagentur verfolgt den Plan, eine Internationale Bau- und Technologieausstellung (IBTA) nach Vorbild einer Internationalen Bauausstellung (IBA) durchzuführen. Die Entscheidung, ob es eine IBTA geben wird, fällt voraussichtlich im Jahr 2022. Da sich das Instrument der Internationalen Bauausstellung in den vergangenen Jahrzehnten bewährt und einen erheblichen Beitrag zur Stadt- und Regionalentwicklung in den beteiligten Städten und Regionen geleistet hat, sollte sich aus gutachterlicher Sicht bereits heute mit einer Einbringung der Stadt Aachen bzw. des Standortes Aachen-Nord auseinandergesetzt werden.

Vor dem Hintergrund sich ergebender, zukünftiger Herausforderungen im Rheinischen Revier, soll das Instrument der IBA thematisch dahingehend weiterentwickelt werden, dass der Themenbereich Technologie in den Fokus rückt. Vor allem durch die Entwicklung und Umsetzung von „hochambitionierten Next-Practice-Projekten“, soll mit der IBTA folgendes Ziel erreicht werden:

„Ziel ist es, das Rheinische Revier zu einer zukunftsfähigen und innovativen Industrie- und Wirtschaftsregion, zu einem attraktiven Wohnstandort, Arbeits- und Lebensraum sowie zu einer multifunktionalen Tagebaufolgelandschaft zu entwickeln. Dies soll durch modellhafte Konzepte, Projekte und Kooperationen gelingen.“

Die Stadt Aachen ist Teil der Städtereion Aachen und damit einer der räumlichen Schwerpunkte des Rheinischen Reviers. Es ergibt sich somit die Möglichkeit, im Fall einer Entscheidung für die Durchführung der IBTA in erheblichem Maße von diesem Instrument zu profitieren.

Die Internationalen Bauausstellungen der vergangenen Jahrzehnte haben gezeigt, dass die Standorte nicht nur durch die Realisierung zukunftsweisende Projekte, sondern auch durch die mediale Aufmerksamkeit langfristig profitierten.

Umsetzungsschritte

Einer etwaigen Bewerbung um eine Teilnahme an der IBTA für das Rheinische Zukunftsrevier sind verschiedene Arbeitsschritte vorgelagert, die zunächst für die Entscheidung über eine Bewerbung sowie letztendlich auch für den Erfolg der Bewerbung von hoher Bedeutung sind.

- Zunächst ist zu klären, auf welche inhaltlichen Schwerpunkte der IBTA eine Bewerbung von Aachen-Nord auszurichten ist, mögliche Themenfelder der ITBA sind u. a. „innovative Arbeitsstandorte“, „Konversion von Standorten und Infrastrukturen hin zu Arbeitsstandorten der Zukunft“, „Erprobung und Erfahrbarmachung innovativer Technologien der Energieversorgung, der Digitalisierung, von KI, Automatisierung etc.“ oder „Erprobung einer Verkehrs- und Mobilitätsinfrastruktur der Zukunft“.
- Als Grundlage für die Bewerbung ist die Erstellung einer Machbarkeitsstudie zwingend erforderlich. Im Kern dieser vorbereitenden Studie sollte es darum gehen, die von der Stadt Aachen mit der Bewerbung verfolgten Ziele zu formulieren. Zudem sollten Bausteine aufgezeigt werden, die zum Erreichen der Ziele beitragen können.
- Der Machbarkeitsstudie ist ein interdisziplinärer Ansatz zu Grunde zu legen; vorliegende Untersuchungen (Standort- und Marktanalyse der Gewerbeflächen Aachen-Nord (2015)) und das vorliegende Nutzungs- und Vermarktungskonzept können dabei wichtige Grundlagen liefern.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021

- | | |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Quartal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Laufende Abstimmung des Verfahrens mit den zuständigen Stellen und Gremien der Stadt Aachen ▪ Vergabe einer Projekt- und Ideenskizze „Gewerbegebiet Aachen-Nord als Teil der Internationale Bau- und Technologieausstellung“ |
| 2. Quartal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorstellung der Ergebnisse in den zuständigen Gremien der Stadt Aachen |
| 3. Quartal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Schritte in Abhängigkeit vom Entscheidungsprozess zur Durchführung der ITBA |
| 4. Quartal | |

Best Practice

- **„Regionalen“ als Strukturfördermaßnahmen des Landes NRW**
Seit 2000 wählte das Land NRW alle drei Jahre eine Region als Schwerpunkt der Regionalförderung aus und fördert über einen Zeitraum von mehreren Jahren die regionale Entwicklung durch wegweisende und interkommunal abgestimmte Projekte. Beispielhaft sein auf die Regionale 2010 in der Region Köln-Bonn verwiesen, in dessen Rahmen u. a. die Neue Bahnstadt Opladen (Leverkusen) oder die Reaktivierung des Steinmüllerareal in Gummersbach gefördert wurden.
 - ✪ Beispiel für eine gezielte Standortförderung im Rahmen des regionalen Strukturwandels
 - www.mhkgb.nrw/themen/bau/land-und-stadt-foerdern/regionale-zusammenarbeit

Maßnahme 03: Erstellung und Anwendung von Medien

Zuordnung der Maßnahme zum Oberziel	Vermarktung „ZukunftsRaum Aachen-Nord“ (Oberziel 04)
Federführung	Gebietsmanagement Aachen-Nord
Beteiligte	Relevante Fachstellen innerhalb der Stadt Aachen (insbesondere FB 13 (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit))
Zielsetzungen der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mediale Aufmerksamkeit für den ZukunftsRaum Aachen-Nord generieren

Das in der Maßnahme 01 „Kommunikationskonzept Aachen-Nord“ behandelte Kommunikationskonzept bildet die Grundlage für die zukünftige Vermarktung des „ZukunftsRaum Aachen-Nord“. Aufgrund der besonderen Bedeutung für das Gebietsmanagement wird die Umsetzung der einzelnen Bausteine des Kommunikationskonzeptes in einer eigenen Maßnahme 03 „Erstellung und Anwendung von Medien“ zusammengefasst.

Umsetzungsschritte

Das Gebietsmanagement Aachen-Nord ist sowohl für die inhaltliche Aufbereitung der zu platzierenden Informationen als auch für die Koordination und Platzierung der Meldungen verantwortlich.

Die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit kann auf die laufende Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Aachen aufbauen; hierzu gehören:

- Laufende Platzierung von Aachen-Nord-News auf der Facebook- und Instagram-Seite der Stadt Aachen
- Laufende Berichterstattung zu Aachen-Nord in dem monatlichen Newsletter der städtischen Wirtschaftsförderung
- Laufende Pflege der Aachen-Nord-Seite auf der städtischen Homepage (www.aachen.de/ac.nord)
- Beiträge in relevanten Veröffentlichungen und Magazinen (z. B. „Gewerblicher Immobilienmarkt Aachen“ der Initiative Aachen)
- Pressearbeit für die örtlichen und überörtlichen Medien

Das Gebietsmanagement sollte zusätzlich

- relevante Meldungen in den speziell für Aachen-Nord entwickelten Online-Plattformen und Veröffentlichung platzieren, um insbesondere auch die Anwohner im Umfeld des Kernbereichs über laufende Planungen, Veranstaltungen etc. zu unterrichten,
- mit einer eigenen Website „ZukunftsRaum Aachen-Nord“ eine Landingpage zu schaffen, die als zentrale Informationsplattform für das Geschehen im Quartier dient; hierzu gehört die Verlinkung mit den individuellen Projekt-Websites der einzelnen Immobilienprojekte ebenso wie die Bereitstellung von praktischen Informationen wie aktuelle Veranstaltungen, gastronomisches Angebot etc. und
- mit einem eigenen digitalen Newsletter sich die Möglichkeit schaffen, Grundstückseigentümer, Beschäftigte und Unternehmer, Anwohner und alle übrigen an der Entwicklung in Aachen-Nord Interessierte regelmäßig über die Quartiersentwicklung zu informieren.

Arbeitsprogramm Gebietsmanagement 2021	<ul style="list-style-type: none">1. Quartal ▪ laufende Medienarbeit (Daueraufgabe)2. Quartal ▪ Vorlage Kommunikationskonzept3. Quartal ▪ Umsetzung einzelner Bausteine aus dem Kommunikationskonzept (auch 4. Quartal und 1. HJ 2022)4. Quartal ▪
---------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10.5 Organisatorische und sonstige Erfordernisse

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass für das vorgestellte Gebietsmanagement Aachen-Nord die notwendigen organisatorischen und sonstigen Voraussetzungen geschaffen werden müssen.

Aus externer Sicht sind dies insbesondere:

- **Ansiedlung des Gebietsmanagements für den Kernbereich Aachen-Nord im Fachbereich 02 Wirtschaft, Wissenschaft und Europa der Stadt Aachen**

Der Fachbereich hat sich bereits in der Vergangenheit im Gebiet Aachen-Nord engagiert und verfügt über die entsprechenden Lokalkenntnisse und Erfahrungen. Das Gebietsmanagement stellt daher eine konsequente Fortführung der bisherigen Arbeit dar. Der als notwendig angesehene Umfang der Gebietsbetreuung sollte aber als klarer Hinweis verstanden werden, dass hierfür innerhalb des Fachbereichs die erforderlichen Personalkapazitäten vorgehalten werden müssen.

- **Klare personelle Zuordnung und personelle Kapazitäten**

Für das Gebietsmanagement ist innerhalb des Fachbereichs eine klare personelle Zuständigkeit festzulegen; ein Mitarbeiter / eine Mitarbeiterin sollte als „Gesicht des Gebietsmanagements“ die maßgeblichen Anteile der Vor-Ort-Arbeit übernehmen. Eine fachbezogene Unterstützung durch weitere Mitarbeiter bzw. eine Einbeziehung von Kollegen während der Phasen mit hohem Arbeitseinsatz (z. B. Vorbereitung größerer Veranstaltungen) sind sinnvoll.

- **Regelmäßige Abstimmung und Austausch mit relevanten Fachbereichen**

Wenn das Gebietsmanagement als „Kümmerer vor Ort“ eine koordinierende, informierende und initierende Aufgabe übernehmen soll, ist ein regelmäßiger Austausch mit den relevanten Fachbereichen eine unbedingte Voraussetzung. Über den ständigen, anlassbezogenen Kontakt hinaus ist eine jährlich durchzuführende, verwaltungsinterne, halbtägige Klausurtagung als Instrument des Informationsaustauschs und der gemeinsamen Ideenfindung vorzusehen.

- **Langfristige Überführung der informellen Zusammenarbeit mit den privaten Akteuren aus Aachen-Nord in eine feste Organisationsstruktur**

Die Stadt Aachen hat die Rolle des Initiators einer gemeinsamen und koordinierten Entwicklung des Kernbereichs Aachen-Nord übernommen. Maßgebliche private Akteure haben ihr Interesse und ihre Mitwirkungsbereitschaft bekundet. Durch regelmäßige Treffen kann der Austausch verstetigt und die Umsetzung einzelner Maßnahmen des Gebietsmanagements konkretisiert werden. Das in Kap. 10.1 vorgestellte Gebietsmanagement Augsburg-Ost kann für dieses organisatorische Vorgehen als Vorbild dienen.

Langfristig ist es angeraten, die informelle Zusammenarbeit in eine feste Organisationsform zu überführen, um die Verbindlichkeit des Engagements der Privaten für den eigenen Standort zu unterstreichen und dauerhaft zu sichern. Die Unternehmerinitiative Gewerbegebiet Fechenheim-Nord / Seckbach stellt ein Beispiel für eine Vereinsgründung aus einem von städtischer Seite initiierten Gebietsmanagements dar.

Das von Seiten der privaten Akteure auch eine umfassendere finanzielle Beteiligung erfolgen kann, belegt die Düsseldorfer Unternehmerinitiative Seestern (s. auch Kap. 10.1). Schließlich sei darauf verwiesen, dass im Land Nordrhein-Westfalen seit 2014 die Möglichkeit besteht, dass sich nach dem amerikanischen Vorbild der Business Improvement Districts (BID) Grundstückseigentümer nicht nur in Innenstädten und Stadtteilzentren, sondern auch in Gewerbegebieten zusammenschließen und gemeinsam Maßnahmen zur Standortaufwertung oder -vermarktung durchführen. Mit der im Juni 2014 erfolgten

1. Änderung des Gesetzes über Immobilien- und Standortgemeinschaften in Nordrhein-Westfalen wurde der Geltungsbereich auch auf „Wohnquartiere und Gewerbezentren sowie von sonstigen für die städtebauliche Entwicklung bedeutsamen Bereichen“ erweitert. Es ist damit möglich, dass sich Grundstückseigentümer und weitere lokale Akteure in einem festzulegenden Bereich (z. B. den Kernbereich Aachen-Nord) zusammenschließen und gemeinsam einen Maßnahmen- und Finanzierungsplan zur Aufwertung des Gebietes erstellen. Hierzu können Marketingaktivitäten, städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen, Serviceleistungen (z. B. Quartiershausmeister) etc. gehören. Das Konzept für diese auf maximal fünf Jahre anzulegende Zusammenarbeit wird allen Grundstückseigentümern nach einem förmlichen Verfahren durch die jeweilige Kommune zur Abstimmung vorgelegt.

Widersprechen nicht mehr als ein Drittel der Eigentümer oder die Eigentümer von mehr als einem Drittel der im Gebiet gelegenen Grundstücksflächen, so wird auf Beschluss des zuständigen Rates eine Satzung über die Einrichtung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft erlassen. Die Kosten zur Umsetzung des Maßnahmen- und Finanzierungsplans werden dann auf alle Grundstückseigentümer nach einem verbindlichen Schlüssel umgelegt. Das Budget derartiger Initiativen ergibt sich aus dem jeweiligen Maßnahmenprogramm; regelmäßig haben die Maßnahmen einen Umfang von 100.000 € / Jahr und mehr.

Die Immobilien- und Standortgemeinschaften stellen damit ein Instrument der Standortförderung dar, mit dem die anfallenden Kosten auf alle Eigentümer verteilt und damit der „Trittbrettfahrer“-Problematik jeder Werbegemeinschaft entgegengewirkt wird („Einige wenige engagieren sich und andere profitieren davon“). Bundesweit haben BIDs in Innenstädten Anwendung gefunden, eine Immobilien- und Standortgemeinschaft für den Kernbereich Aachen-Nord hätte somit Modellcharakter für vielen anderen vergleichbare Gewerbestandorte.