

01.06.19

Fruchtbare Ideen für eine blühende City

„Future Impact Camp“ stellt spannende Konzepte vor, um die Innenstadt in einen prickelnden Erlebnisraum zu verwandeln

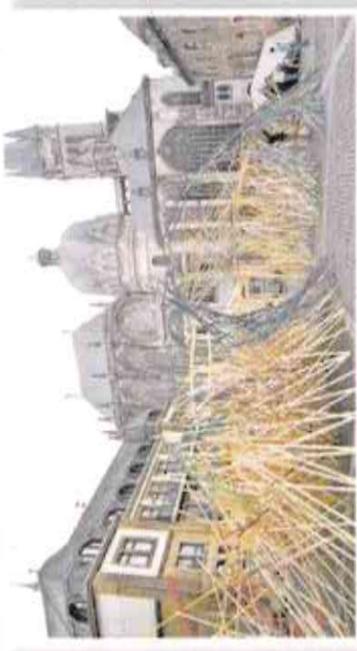
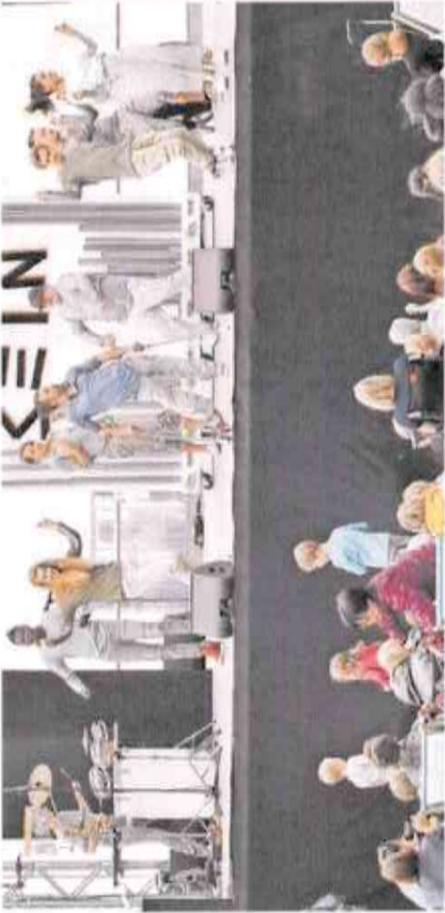
VON MATTHIAS HINRICHS

AACHEN Lust auf einen kleinen Bummel mit der ganzen Baggage durch die City? Au ja! Natürlich reisen Mama, Papa und die Kinder per Bus an (weil das selbstfahrende Elektromobil erst in ein paar Jahren am Start ist – aber dazu später). Sieh an: Gleich vor dem Bushof, an der Kurhausstraße, erzählt eine lustige Theatertruppe sagenhafte Geschichten aus der Kaiserstadt. Der ehemals so hässliche runde Betonklotz neben der Haltestelle 44, der vor kurzem noch sein tristes Dasein als graue Abluftanlage fürs Parkhaus nebenan gefristet hat, ist jetzt grün umwuchert, sein Dach ist zur kleinen Bühne umfunktionierte worden. Applaus! Und später gucken wir mal in der Adalbertstraße vorbei. Während Papa nach neuen Sandalen Ausschau hält, lassen die Steppkes sich von einem Straßenmusikanten ein paar Griffe auf der Klampfe zeigen. Mutter erkundet derweil das bunte Sammelserium regionaler Produkte in einem der vielen ehemals verwaisten Ladenlokale ...

Viel mehr als ein schöner Traum

Moment mal – klingt eher nach einem netten Traum, oder? Falsch! Inzwischen kopiert, dass man aus der Not der Leerstände und baulichen Misere eine wahrhaftige Tugend machen kann – wenn es darum geht, die Stadt wieder zum funktionierenden Magneten für alle Generationen zu machen. So hat sich ein gutes Dutzend kreativer Köpfe dieser Tage ein Stelldichein gegeben, um dem sperrigen Begriff namens „Innenstadtentwicklung“ frisches, pralles Leben einzuhauhen. „Im Rahmen des Projekts „Future Impact Maker“ haben wir Experten aus vielen Bereichen – Künstler, Designer, Architekten, Filmemacher, Musiker, IT-Spezialisten – zusammengebracht, um gemeinsam Ideen zu sammeln“, erzählt der Aachener Sänger Kai Henning, der die zweitägige Veranstaltung mit Christoph Brosius, seines Zeichens Entwickler von Computerspielen, moderiert hat.

Und beim „Impact Camp“ in der Galerie 18.30 in der Steinkaulstraße fügt sich das bunte Puzzle der Visionen erstaunlich rasch zu einem faszinierenden Szenario. Credo: Wer den Talkessel als unverwechselbar-



Musik zum Mitmachen für die Nachwuchskünstler. Freiraum zum Spielen an den schönsten Plätzen. Konzerterlebnisse an ungewöhnlichen Orten. Zeit zum Bauen und Gestalten: Viele Ideen zur nachhaltigen Attraktivierung des Lebens in der City sind beim „Impact Camp“ entwickelt worden. FOTO: WERBEMANN (2), LACHMANN, KÖRBER

ren „Erlebnisort“ in den Blick nehmen will, sollte dabei auch – und vor allem – die Perspektive der Kinder einnehmen. Denn: „Wenn es uns gelingt, auf Schritt und Tritt neue Überraschungen, selbst mal können wir die Aufenthaltsqualität wirklich nachhaltig verbessern“, glaubt Henning. Anknüpfungspunkte gibt es schließlich reichlich – zum Beispiel in Gestalt des Archimedischen Sandkastens mitten auf dem Katschhof, der sich in den vergangenen Jahren zum grandiosen sommerlichen Aktionsfeld im Herzen der Altstadt gemauert hat. Warum also sollte man vergleichbare, mehr oder minder temporäre Spielplätze zum Buddeln nicht auch, zum Beispiel, mitten in der Adalbertstraße einrichten? Und das enorme Potenzial der regionalen Kulturszene ließe sich fraglos weidlich nutzen, um die Kaufstadt in einen spektakulären Schauplatz für spontane, interaktive Erlebnisse zu verwandeln.

Etwa so: Kunterbunte Künstlertruppen laden kleine und große Gäste zu turbulenten Spaziergängen auf den Spuren Aachener Sagen und Legenden ein – und eröffnen ihnen Möglichkeiten, selbst mal in eine kleine Rolle zu schlüpfen. Wer seinem Bewegungsdrang noch mehr Lauf lassen möchte, kann sich am Volleyballnetz oder am Wasserspielplatz austoben. Renommiertere Forscher aus den Hochschulen veranstalten derweil spannende Exkursionen, bauen ihre Labore auf dem City-Plaster auf, um sensorielle Neuerungen im lockeren Rahmen zu vermitteln. Henning bringt es am Ende des monteren „Brainstormings“ so auf den Punkt: „Aachen kann und muss neue Alleinstellungsmerkmale entwickeln, wenn es seine Anziehungskraft verbessern will.“

„Aachen kann und muss neue Alleinstellungsmerkmale entwickeln, wenn es seine Anziehungskraft verbessern will.“

Kai Henning, Mitorganisator des „Impact Camps“

Okay, bis dahin muss noch eine Menge bewegt werden – an Material, und nicht zuletzt in den Köpfen. Aber: „Ich glaube, wir haben schon einmal viele krasse Visionen entwickelt“, meint Marcela Haensch, Leiterin des Kreativforums. Und auch darin ist man sich einig: Mit etwas Mut und viel Energie lässt sich allerhand erreichen, wenn es darum geht, den gewandelten Bedürfnissen der Menschen in einer gewandelten Stadt Rechnung zu tragen. „Denn: Aachen“, findet Marcela Haensch, „ist schon ganz schön geil!“

SO GEHT'S WEITER

„Create your City“: Die Ergebnisse der Ideenwerkstatt werden im Sommer präsentiert

„Future Impact Maker“ ist ein Projekt des Kulturbetriebs der Stadt Aachen zur Förderung der Kulturwirtschaft und Teil der euregionalen Aktionsplattform „Impact“ (International Meeting in Performing Arts and Creative Technologies). Im vergangenen Jahr sind 15 kreative Geschäftsideen im Ludwig Forum im Rahmen der Initiative ausgezeichnet worden.

Die Ergebnisse des „Impact Camps“ werden auf Antrag der Grünen am 18. Juni im Kulturausschuss des Stadtrats vorgestellt und diskutiert (17 Uhr, Verwaltungsgebäude Mozartstraße). Im Spätsommer sollen sie der breiten Öffentlichkeit in einem Event unter dem Motto „Create your City“ präsentiert werden.

SO GEHT'S WEITER

Die Ergebnisse des „Impact Camps“ werden auf Antrag der Grünen am 18. Juni im Kulturausschuss des Stadtrats vorgestellt und diskutiert (17 Uhr, Verwaltungsgebäude Mozartstraße). Im Spätsommer sollen sie der breiten Öffentlichkeit in einem Event unter dem Motto „Create your City“ präsentiert werden.

FUTURE IMPACT MAKER_

Auszeichnung für Kultur- und
Kreativschaffende der Euregio
Maas-Rhein





IMPACT-Camp_

Stadtentwicklung und Leerstand in Aachen –
Chancen durch und mit Kultur- und
Kreativwirtschaft





Seminararbeit Belgien





Chancen durch Kultur- und Kreativwirtschaft





© Gemeenschap België

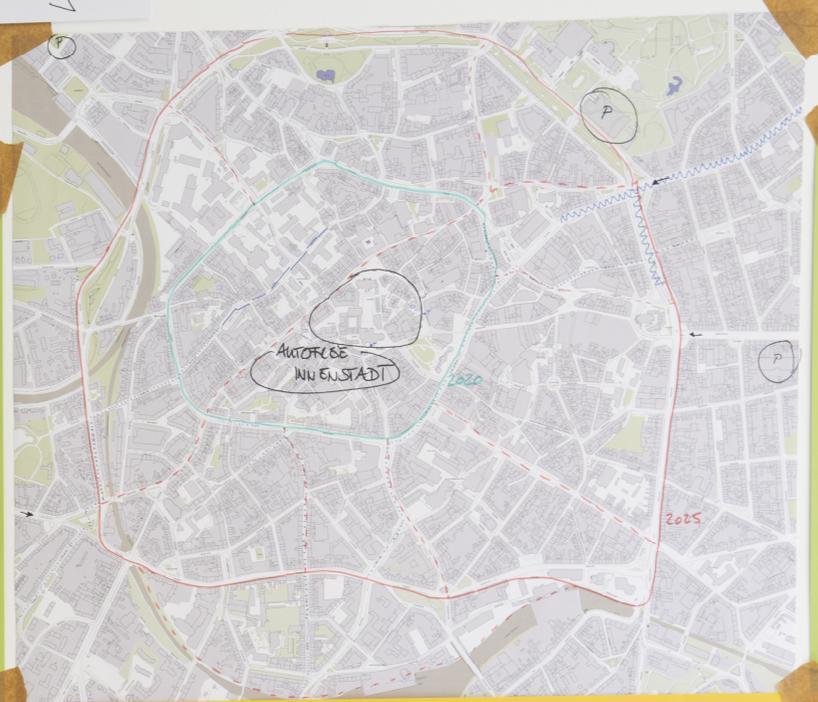
INNENSTADT SPEZIELL
FÜR DEN AUTOVERKEHR
→ FACHWERKSTRASSEN
BESCHÜTZEN AUF DER STRASSE
DIE LEBENSSTRASSE

WAS IST DIE
Idee?
#Name
#Beschreibung

WER profitiert
von der Idee?
#Segment
#Wirkung

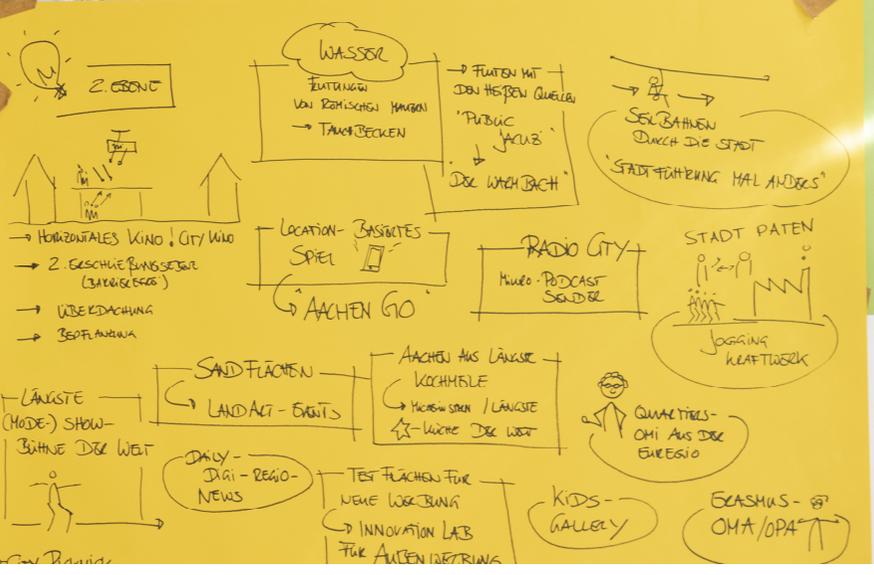
WELCHE
Partner/Actoren
braucht die Idee?
#Kollaboration
#Aktivierung

WAS sind
möglichste nächste
Schritte?
#ToDo
#einfach mal machen



2030... WIR SIND GRÜNE GEBUNDEN, WEIL...

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
STRAßE- THEATER AUF DIE THEATER- STRASSE		Aachen Go geplant	Schritte an den Programm geplant	Frühstück bei der Q-Oma	→ "Tipp" Kritikpunkt o. 2. HNWy	Festhalten von einem Pflanzplan geplant
Radio City		SPAZIERGANG IM THEATER- MUSEUM	Aachener Spaziergänge	Landart	TRIER SCHREIBEN IN WURD SCHREIBEN BEZUGEN	City Pleinair
Waldspazier mit Pat.	Schritt im Jardins- Museum		Mittags- Tische AUF DIE LAWA	E-Bike Rennen	GEHT SIEGEL WASSER- SPRINGER	SEHR KLEIN AUF DEM WASSERBOG
BEWAHREN AUF ESSENZ 2	→ WIE AUF BENEFIT- STADT DEM KITTENESSU	HIT FORTWEG → WASSER AUF DIE SALZTYPE	MIT AACHENER WASSER DIE STRASSE ABGESICHT	Besuch IM BETH- NISCHEM GARTEN	SINKAUFEN IN WITTICH	SINKAUFEN IN WITTICH
NECH-ZEH SPORT IN ZUM HESSER QUELLEN- NECH GELDEN	AACHENER- GÄRTEN TAGEWISSE	IN DER INNENSTADT "ABSCHEIDUNG"		Garten mit dem Stadtplan	HIT NECH SCHNEIDER SCHNITT- STREIF- FRÜHUNG	CITY Pleinair
	FIGURIEREN IN DER SUDSTRASSE		KOMM IN DIE GALLERY SCHNITT		SPRIT BIBEL DIE WASSER	



STADTENTWICKLUNG / LEERSTAND Aachen

Chancen durch Kultur- und Kreativwirtschaft

Perspektivwechsel

Wertewandel

Bewusstseinswandel



STADTENTWICKLUNG / LEERSTAND Aachen

Chancen durch Kultur- und Kreativwirtschaft

Perspektivwechsel

Wertewandel

Bewusstseinswandel

Ziel: Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt



STADTENTWICKLUNG / LEERSTAND Aachen

Chancen durch
Kultur- und Kreativwirtschaft

Ziel: Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt

Dreh- und Angelpunkt





Modellstadt Aachen



KINDERSTADT AACHEN

Die kinderfreundlichste
Innenstadt Deutschlands

Gemeinde.de Belgien



KINDERSTADT AACHEN

In der Kaiserstadt ist das Kind König



Walking Theatre: „Sagenhaftes Aachen“

Illustratoren-, Malworkshops

Digitale Bildung / Medienkompetenz:
Filmworkshops

Innenstadt-Tanz für Kinder

Theater, Puppenspiel

KINDERSTADT AACHEN
Die kinderfreundlichste
Stadtstraße Deutschlands

Musikalische Bildung: Kinderkonzerte, Instrumente testen

Sandkasten-Meile für die Erbauer der Zukunft



Mobilität: Bobby-Car-Stationen
(„Läuft ganz ohne Benzin“)

Interaktive Wissenschafts-Vermittlung:
Campus in der Innenstadt

Labore: Die Spielplätze
für die großen Kinder

KINDERSTADT AACHEN

Die kinderfreundlichste Stadtstraße Deutschlands

Kinder-Währung:
Berufsbildung

Kein Schaufenster leer:
regionale Produkte
ausstellen

Stadt-Akrobaten



als
Alleinstellungsmerkmal

Die Stadt von morgen

nicht temporär ganzjährig

täglich

KINDERSTADT AACHEN

Die kinderfreundlichste Stadtstraße Deutschlands

eine ausgerufene
Mission

als Aachener „Wert“

Identifikation

Gelebte Aufbruchstimmung



FUTURE IMPACT MAKER_

VISION:
**Aachen – Die Stadt, in der
man gerne bleibt**

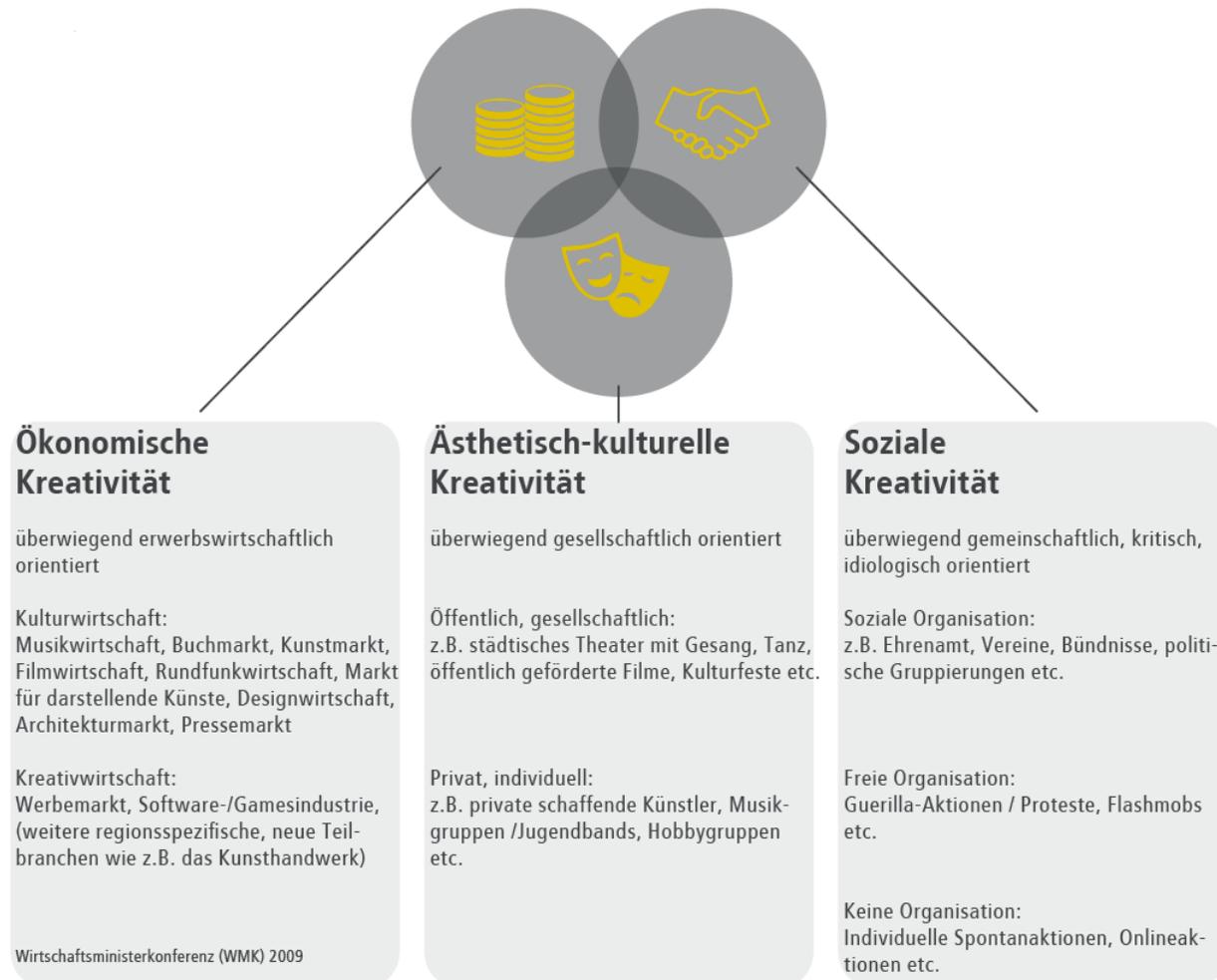


FUTURE IMPACT MAKER_

Handlungsempfehlung:

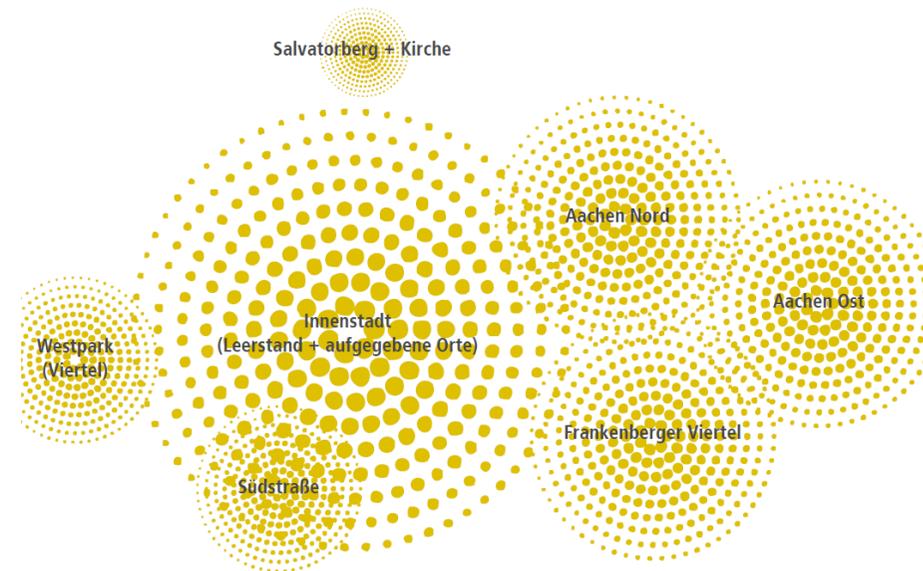
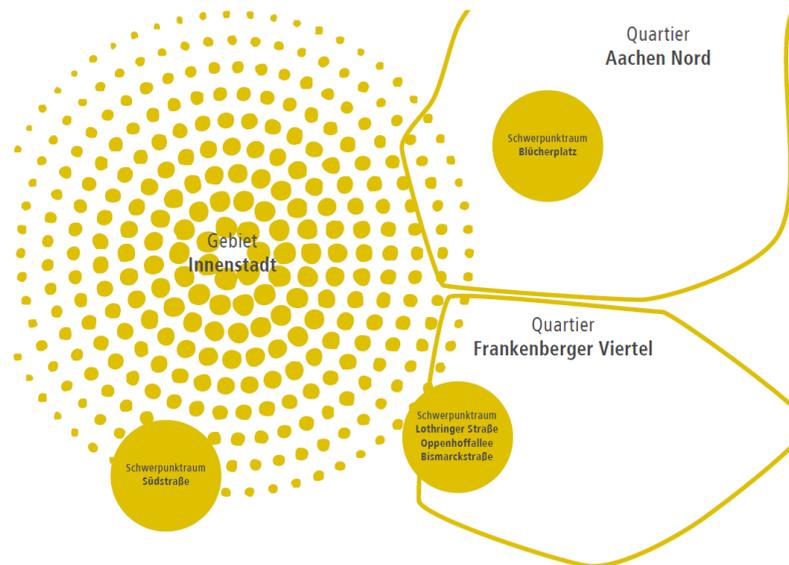
**Kultur- und Kreativwirtschaft
einbeziehen, „an den Tisch holen“
bei den Planungen /
Herausforderungen des
Stadtgeschehens**

Definition - Hauptformen kreativer Milieus



• **Abbildung 2:**
Hauptformen kreativer
Milieus
(Eigene Darstellung nach
Merkel 2012:695-675)

Kreative Schwerpunkträume (IST, li.) und Potentielle Entwicklungsräume (re.)



Handlungsempfehlungen

Rahmenbedingungen, Handlungsfelder und Planungsinstrumente

Struktur, Kommunikation und Kooperation

Maßnahme 1:
Entwicklung eines Handlungskonzepts

Maßnahme 2:
Einrichtung eines (Sub)kulturbeirats

Maßnahme 3:
Kommunaler Kreativ- und Kulturmanager

Maßnahme 7:
Verwaltungsarbeitskreis Kreativkultur

Maßnahme 8:
Imagekampagne Kreativkultur in Aachen

Maßnahme 10:
Räume temporär und dauerhaft aktivieren / Leerstands- und Raummanager

Akteurs- und Eigentümerlandschaft

Maßnahme 5:
Anstoß zur Entwicklung von Kreativraumgenossenschaften

Maßnahme 10:
Räume temporär und dauerhaft aktivieren / Leerstands- und Raummanager

Planungsverständnis und Raumentwicklung

Maßnahme 10:
Räume temporär und dauerhaft aktivieren / Leerstands- und Raummanager

Maßnahme 11:
Schaffung eines Kreativquartiers

Rechtliche Rahmenbedingungen

Maßnahme 4:
Nutzung des kommunales Baurechts für innerstädtische Kreativräume (Vorkaufsrecht und Bez

Maßnahme 6:
Pauschalverbote vermeiden, stattdessen koordiniert einschränken

Finanzierung und Förderung

Maßnahme 9:
Finanzierung und Förderung

Neue Konzepte für alte Läden

Shopping Lab Aachen



Bildquellen: Hotel Total UG

Neue Konzepte für alte Läden

Shopping Lab Aachen



Bildquellen: Hotel Total UG

Neue Konzepte für alte Läden

Shopping Lab Aachen



Bildquellen: Hotel Total UG



Neue Konzepte für alte Läden

Shopping Lab Aachen



Neue Konzepte für alte Läden

Shopping Lab Aachen

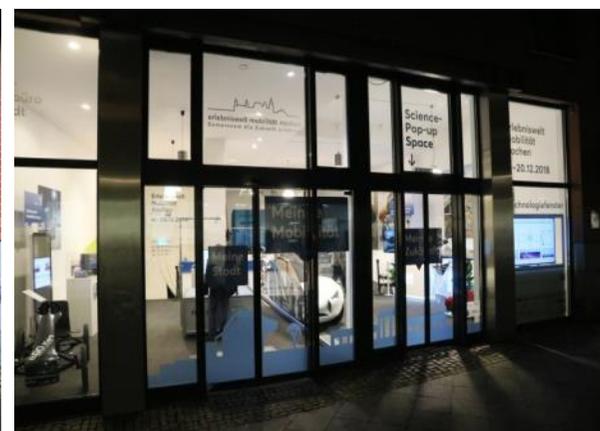


Bildquellen: Hotel Total UG



Neue Konzepte für alte Läden

Erlebniswelt Mobilität Aachen Dezember 2018



Neue Konzepte für alte Läden

Ausblick



INNOVATION | **RWTHAACHEN**
UNIVERSITY



OecherLab
Aachens smartes
Co-Creation Center

**Hochschulen in der
Innenstadt**
Lehr- und Ausstellungsräume

Pop-up-Konzepte
Handel & Dienstleister,
Ausstellungen,
Kreativwirtschaft

