



NEXT GEN CULTURE & CREATIVITY

A wie Aachen: Der Potenzialkatalog

30 Bausteine für eine Next Gen Culture & Creativity 2030
in der Region Aachen

NEXT GEN
CULTURE & CIVILIZATION

Vorwort | Manifest

A wie Aachen oder: Warum diese Region mehr kann, als sie sich selbst erlaubt

Region Aachen ist keine fertige Geschichte. Region Aachen ist ein Übergang: Krönungsstadt. Industriestandort. Wissenschaftsregion. Grenzraum. Strukturwandelregion. Europäisches Labor.

Und doch: eine Region, die ihr eigenes kreatives Potenzial systematisch unterschätzt und damit jene übersieht, die ihre Zukunft längst gestalten könnten.

Common Sense in der Region Aachen ist: **Wir könnten mehr sein**. Dieses Papier sagt: **Wir sind es bereits – wir handeln nur nicht danach**.

Im Vergleich zu vielen Regionen und Städten ähnlicher Größe – in NRW wie bundesweit – verfügt diese Region über außergewöhnliche Substanz, funktionierende Strukturen und enorme Wissens- und Kreativressourcen. Und doch steht sie sich selbst im Weg. Nicht aus Mangel, sondern aus Gewohnheit. Nicht aus Schwäche, sondern aus Zurückhaltung.

Die Region Aachen erfindet sich seit Jahrhunderten neu. Doch jede Neuerfindung beginnt mit derselben Frage: **Wer darf mitgestalten und wer nicht?**

Bislang lautet die implizite Antwort zu oft: **die Etablierten**.

Dieses Konzept setzt dem bewusst etwas entgegen.

Der Hintergrund des Auftrags

Das Kulturbüro des Region Aachen Zweckverbands steht wie viele kommunale Einrichtungen in einem veränderten finanzpolitischen Umfeld. Kommunale Haushalte werden enger, Prioritäten verschoben sich, Handlungsspielräume schrumpfen. Kulturförderung bleibt ein wichtiges Standbein regionaler Entwicklung – identitätsstiftend, qualitätsprägend, standortrelevant. Aber sie allein wird künftig nicht ausreichen. Gerade deshalb stellt sich eine weiterführende Frage:

Wie kann das Kulturbüro über klassische Förderinstrumente hinaus dazu beitragen, die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) und die nächste Generation der Kreativschaffenden insgesamt zu stärken?

Nicht nur durch einzelne Projekte, sondern durch tragfähige Strukturen.

Nicht nur durch Kulturförderung, sondern durch kulturelle Entwicklung als strategisches Zukunftsfeld der Region.

Der Auftrag zu diesem Strategiekonzept ist somit doppelt motiviert: aus haushaltspolitischer Realität und aus strategischer Notwendigkeit. Wenn öffentliche Mittel knapper werden, steigt der Anspruch an ihre Wirkung. Es geht darum, mit klugen, wirksamen Maßnahmen Hebel zu identifizieren, die Selbstständigkeit, Sichtbarkeit, Kooperation und Innovationskraft der Kultur- und Kreativschaffenden nachhaltig erhöhen. Es geht darum, Kultur nicht allein als Ausgabenposten zu denken, sondern als Investition in Standortqualität, Fachkräftebindung, gesellschaftliche Resilienz und wirtschaftliche Dynamik.

Die Region Aachen verfügt über Hochschulen, Forschungseinrichtungen, produzierende Industrie, ein grenzüberschreitendes Umfeld und eine lebendige freie Szene. Was fehlt, ist kein Potenzial, sondern eine kohärente Strategie, die diese Kräfte mit der KKW systematisch verbindet.

Nicht Next Gen befähigen, sondern von der Next Gen lernen

Dieses Strategiepapier folgt keinem klassischen Förder- oder Entwicklungsnarrativ. Es geht nicht darum, junge Menschen, Kreative oder Personen mit Migrationsbiografien & internationale Communities „abzuholen“, „einzubinden“ oder „fit zu machen“ für bestehende Systeme.

Es geht um einen **Reverse Generation Contract**.

Nicht: Die Next Gen in Strukturen hineinsozialisieren, die für eine andere Zeit gebaut wurden.

Sondern: **Strukturen öffnen, irritieren, brechen und gemeinsam neu gestalten**.

Diese Perspektive verlangt ein Umdenken: Nicht die nächste Generation soll sich anpassen, sondern bestehende Systeme müssen lernen, sich beraten zu lassen – von Digital Natives, von jungen Unternehmer*innen, von Personen mit Migrationsgeschichte, ihren Nachkommen und internationalen Communities, von hybriden Biografien.

Die Frage ist nicht: **Wie können wir junge Talente halten?**

Die Frage ist: **Wie müssen Verwaltung, Politik und Institutionen sich verändern, damit diese Talente bleiben wollen?**

Dieses Konzept ist kein Schreibtischprodukt

Es ist in enger Kooperation mit dem Kulturbüro und nicht im luftleeren Raum entstanden. Es speist sich aus kollektiver Intelligenz, aus Reibung, aus Widerspruch und Praxis:

- einer **quantitativen Umfrage** innerhalb der KKW,
- einem **Wachstumslabor**, in dem Entwicklung nicht simuliert, sondern ausprobiert wurde,
- einem **Zukunftsszenarien-Workshop mit der KKW**, der Erwartungen, Brüche und Ambitionen offengelegt hat¹,
- sowie **21 vertiefenden Interviews** mit Akteur*innen aus KKW, Verwaltung, Wissenschaft und angrenzenden Feldern

Diese Formate waren keine Beteiligungssimulation. Sie waren ein **Realitätscheck**.

Sie haben gezeigt: Das Wissen ist da. Die Energie ist da. Die Ideen sind da.

Was fehlt, ist **Erlaubnis, Ownership** und der **Mut**, Macht zu teilen. In Gesprächen und Formaten wurde dieses Spannungsfeld immer wieder benannt: **„Bitte nicht noch ein Papier. Wir wollen ins Tun kommen.“**

Und es gibt gute Gründe, warum wir uns gerade mit der Kultur- und Kreativwirtschaft beschäftigen: Die KKW ist ein wachsender, dynamischer und wirtschaftlich relevanter Sektor, der in Deutschland stetig an Bedeutung gewinnt. Im Jahr 2023 erwirtschafteten die rund 2 Millionen Erwerbstätigen in etwa 238 000 Unternehmen einen Gesamtumsatz von etwa 205 Milliarden Euro, was einem Anteil von mehr als zwei Prozent am Umsatz der gesamten deutschen Wirtschaft entspricht. Parallel dazu stieg die Zahl der Erwerbstätigen in der Branche gegenüber vorpandemischen Jahren deutlich an. Diese Zahlen verdeutlichen, dass die KKW nicht peripher, sondern ein signifikanter Wirtschafts- und Innovationsfaktor ist, der Wachstum, Beschäftigung und gesellschaftliche Relevanz zugleich schafft.²

¹ Die Formate Wachstumslabor und Zukunftsszenarien waren nicht Bestandteil dieses Auftrags. Wir danken dem Kulturbüro ausdrücklich dafür, dass die dort gewonnenen Erkenntnisse für dieses Strategiekonzept zur Verfügung gestellt werden konnten.

² <https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Publikationen/Kultur-und-Kreativwirtschaft/Monitoringberichte/monitoringbericht-kultur-und-kreativwirtschaft-2024.html>

Die Region zwischen Anspruch und Wirkung

Die Region Aachen ist ein Ort, an dem Wissenschaft, Technologie, Kultur und Kreativität auf engstem Raum zusammenkommen. Fast die Hälfte aller Kreativschaffenden der Euregio Maas-Rhein arbeitet hier. Und doch bleibt dieses kreative Kapital erstaunlich unsichtbar. Nicht, weil es klein ist. Sondern weil es **nicht erzählt, nicht kartiert, nicht ernsthaft eingebunden wird**. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist kein weicher Standortfaktor. Sie ist Infrastruktur für Transformation.

In einer Region, die vom Strukturwandel des Rheinischen Reviers, vom Fachkräftemangel und von wirtschaftlicher Unsicherheit geprägt ist, entscheidet Kreativität darüber,

- ob Übergänge gestaltet oder nur verwaltet werden,
- ob Innovation sozial anschlussfähig wird oder elitär bleibt,
- ob junge Menschen Verantwortung übernehmen oder gehen.

Das Kulturbüro als Katalysator, nicht als Verwalter

Dieses Konzept fordert eine klare Rollenverschiebung: Das Kulturbüro darf nicht länger nur Förderlogik verwalten.

Die Region braucht **keine neue Institution, keinen weiteren Leuchtturm und kein weiteres Förderlabel**. Was fehlt, sind **funktionierende Schnittstellen**.

Die Potenziale sind da – sie sind nur nicht miteinander verbunden.

- Zwischen Kultur und Wirtschaft.
- Zwischen Verwaltung und freier Szene.
- Zwischen Wissenschaft, Gründung und Kreativität.

Es braucht die Erlaubnis, **Next-Gen-Hub, Impulsfabrik und Transformationskatalysator** zu sein – mit Satellitenblick, mit Experimentiermandat, mit der Fähigkeit zu irritieren.

Nicht näher am System, sondern bewusst **mit Distanz**, um neue Perspektiven zu senden. Nicht als neue Institution, sondern als **intermediäre Netzwerkspinne**, die Zuständigkeiten sichtbar macht, Akteur*innen zusammenbringt und Wege durch bestehende Strukturen öffnet.

Eine Einladung – keine Komfortzone

Dieses Papier ist eine Einladung. Aber keine bequeme. Es lädt Verwaltung, Politik, Kultur und Wirtschaft dazu ein,

- Kontrolle abzugeben,
- Prozesse zu öffnen,
- Unsicherheit auszuhalten
- und der Next Generation nicht nur zuzuhören, sondern ihr zu vertrauen.

A wie Aachen ist ein **Potenzialkatalog für einen Haltungswechsel**. Jeder Buchstabe steht exemplarisch für eine notwendige Verschiebung im Denken und Handeln. Ausgangspunkt ist jeweils ein konkretes Potenzial der Region und eine Haltung, die dieses Potenzial bislang begrenzt. Die vorgeschlagenen Maßnahmen sind keine Checkliste, sondern bewusste Setzungen. Sie können konkret umgesetzt werden oder als Inspiration dienen, um Strukturen zu öffnen, Verantwortung zu teilen und Neues zu ermöglichen.

Die Region Aachen hat die Chance, Modellregion für Next Gen Culture & Creativity zu werden. Nicht durch weitere Konzepte, sondern durch den Mut, sich selbst neu zu erzählen und konsequent danach zu handeln.

Jetzt.

A wie Aachen: Der Potenzialkatalog

A – AACHEN
B – BRÜCKEN BAUEN
C – CREATIVE IMPACT
D – DIGITAL NATIVES
E – EUREGIO
F – FUTURE SKILLS
G – GENERATIONSWECHSEL
H – HUBS
I – INNOVATION
J – JETZT HANDELN
K – KULTURBÜRO NEU DENKEN
L – LEERSTAND NUTZEN
M – MAPPING
N – NEXT GEN
O – OWNERSHIP
P – PROTOTYPING
Q – QUALIFIZIERUNG
R – RWTH
S – STORYTELLING
T – TRANSFORMATION
U – UNERWARTETE ALLIANZEN
V – VERNETZUNG
W – WACHSTUM/WIRTSCHAFTLICHKEIT
X – X (CROSS) INNOVATION
Y – YOUNG MIGRANT CREATIVES
Z – ZUKUNFT
Ä – ÄSTHETIK
Ö – ÖFFNUNG
Ü – ÜBERRASCHUNG
ß – GRÜNDER*INNEN-SZENE

A – Aachen

Potenzial

Die Region Aachen ist keine Nachzüglerin, sondern ein **Zukunftslabor**. Kaum eine vergleichbare Region vereint so viele junge Menschen, internationale Perspektiven, wissenschaftliche Exzellenz, industrielle Kompetenz und kulturelle Vielfalt auf so engem Raum. Kurze Wege, hohe Aufenthaltsqualität, eine starke Hochschullandschaft und grenzüberschreitende Alltage schaffen ideale Bedingungen für Innovation, Kreativität und neue Allianzen. Was fehlt, ist nicht Substanz, sondern **Selbstwahrnehmung**: Die Region erzählt ihre eigene Geschichte zu selten aus der Perspektive der Menschen, die hier bereits Zukunft machen.

Strategische Maßnahme / Format

Positive Selbstbeschreibung Region Aachen – kollektives Narrativformat: Ein kuratiertes, dauerhaft angelegtes Format in analogen und digitalen Räumen, das die Qualitäten der Region systematisch sichtbar macht und gemeinsam erzählt wird. Im Mittelpunkt stehen Menschen, Haltungen und konkrete Beiträge aus Kultur, KKW, Wissenschaft und Gesellschaft. Das Format versteht sich ausdrücklich nicht als Stadt- und Regionmarketing, sondern als kollektive Selbstvergewisserung und selbstbewusste Standorterzählung:

- eine fortlaufende Sammlung kurzer Stories aus der KKW, Wissenschaft, Personen mit einer Migrationsbiografie und internationale Communities und jungen Szenen („Warum ich hier bleibe / zurückkomme / neu anfangen“);
- visuelle Mini-Formate: Karten, Zahlen, überraschende Fakten zur kreativen und kulturellen Dichte der Region;
- wechselnde „Aachen-Editionen“ in realen Räumen (Pop-ups in Leerständen, Hochschulen, Unternehmen, Verwaltung);
- eine offene Plattform, die Akteur*innen befähigt, eigene Perspektiven beizutragen – moderiert, nicht beliebig.

Haltungsverschiebung

Nicht länger reflexhaft kleinreden oder Defizite kultivieren, sondern die eigenen Qualitäten nüchtern, selbstbewusst und glaubwürdig benennen. Selbstbewusstsein ersetzt Selbstabwertung als Voraussetzung für Einladung, Verantwortung und Gestaltung.

„Ich bin überzeugt, dass wir deutlich offensiver kommunizieren müssen, wofür Aachen steht und welche idealen Voraussetzungen wir durch unsere Positionierung im Herzen Europas haben. Wenn wir ein European Cornerstone for Deep Tech Innovation werden wollen, dürfen wir unsere Stärken nicht im Verborgenen lassen. Wir müssen sie klarer benennen und sichtbar machen.“

Prof. Dr. Michael Riesener – Geschäftsführer, RWTH Innovation GmbH

*„Es braucht eine gemeinsame Vision, die Orientierung gibt, damit Kulturakteur*innen sagen können: Da wollen wir mitgehen. Nicht nur einzelne Workshops, sondern ein klarer strategischer Plan, der Perspektiven bündelt, Silos überwindet und gemeinsam entwickelte Maßnahmen in die Umsetzung bringt.“*

Dr. Michael Ziemons –
Oberbürgermeister
Stadt Aachen



©Johannes Laschet

B – Brücken bauen

Potenzial

Die größte Innovationskraft der Region Aachen entsteht nicht innerhalb einzelner Szenen, sondern in den Übergängen zwischen KKW, Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft. Genau dort, wo unterschiedliche Logiken, Sprachen und Arbeitsweisen aufeinandertreffen, entstehen neue Perspektiven, Lösungen und Geschäftsmodelle. Diese Übergänge sind bislang unterentwickelt, weil Austausch häufig symbolisch bleibt oder sich auf formelle Großformate beschränkt. Es fehlt an kuratierten Räumen, in denen Vertrauen wachsen kann und Zusammenarbeit konkret wird.

Strategische Maßnahme / Format

Kuratiertes Cross-Sektor-Matching: kleine, thematisch fokussierte Formate (3–6 Unternehmen + 3–6 Kreative). Ausgangspunkt ist immer ein konkreter Anlass aus der Praxis, etwa Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Fachkräftesicherung oder Kommunikation komplexer Themen. Die Teilnehmenden werden kuratiert eingeladen, nicht offen rekrutiert.

Die Treffen sind klar moderiert und auf Austausch, Perspektivwechsel und Vertrauensaufbau ausgelegt, nicht auf Pitches oder Selbstdarstellung. Ziel ist es, gegenseitiges Verständnis zu schaffen und reale Andockpunkte für Zusammenarbeit sichtbar zu machen. Das Kulturbüro übernimmt die Rolle des Matchmakers, sichert Anschlussfähigkeit und sorgt dafür, dass aus tragfähigen Konstellationen weitere Schritte entstehen können.

„Es geht nicht darum, Kreativen zu helfen, sondern ihnen echten Mehrwert zu schaffen. Dieser entsteht durch Beziehungen zu anderen Branchen. Pauschale Einladungen funktionieren selten. Wirklich wirksam sind kleine, themenorientierte Begegnungen, bei denen sich wenige Menschen ernsthaft austauschen und konkret an etwas arbeiten können. So entsteht etwas Reales und das macht die Region zukunftsfähig.“

Ralf Bruns – Hauptgeschäftsführer,
Vereinigte Unternehmerverbände
Aachen e. V. (VUV)

Haltungsverschiebung

Anstelle von Großveranstaltungen und symbolischer Vernetzung wird der Fokus auf den Aufbau von Vertrauen durch kleine, wirksame Begegnungen gelegt.

C – Creative Impact

Potenzial

Creative Impact beschreibt das gesellschaftliche Potenzial kreativer Arbeit, das weit über Umsatz und Wachstum hinausgeht und in anderen Ländern bereits als Zukunftsthema begriffen wird: nämlich als Beitrag zu sozialen, kulturellen und systemischen Veränderungen. Creative Impact umfasst nicht nur wirtschaftliche Effekte, sondern auch **den gesellschaftlichen Mehrwert, den kreative Methoden, Narrative und Praktiken erzeugen**. Sie machen komplexe Themen verständlich, verbinden unterschiedliche Akteur*innen, eröffnen neue Perspektiven und

stoßen Veränderungsprozesse an. Entscheidend ist dabei, dass diese **Wirkung** nicht abstrakt bleibt, sondern sichtbar, erlebbar und nachvollziehbar wird.

Strategische Maßnahme / Format

Jährlicher Impact-Report Region Aachen: Die Region Aachen etabliert einen jährlich erscheinenden Impact Report zur KKW, der Wirkung sichtbar macht und einordnet. Der Report kombiniert klare Kennzahlen mit konkreten Fallbeispielen und zeigt neben wirtschaftlichen Effekten auch gesellschaftliche, kulturelle und transformative Wirkungen auf, etwa in den Bereichen Bildung, Teilhabe, Stadt- und Regionalentwicklung, Nachhaltigkeit oder demokratische Kultur.

Im Mittelpunkt stehen Best Practices mit gesellschaftlicher Wirkung aus der Region. Projekte, Formate und Akteur*innen werden so dargestellt, dass nachvollziehbar wird, was sie bewirken, für wen und unter welchen Bedingungen. Der Report ist bewusst verständlich aufbereitet, visuell klar und anschlussfähig für Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Er dient nicht der Legitimation oder Rechtfertigung von Förderung, sondern als strategische Entscheidungsgrundlage, um Prioritäten zu setzen, Allianzen zu stärken und Wirkung gezielt zu verstärken

Haltungsverschiebung

Wirkung nicht länger primär wirtschaftlich denken oder rechtfertigen, sondern kulturellen und gesellschaftlichen Mehrwert selbstbewusst benennen und sichtbar machen. Ökonomische Effekte werden als Folge, nicht als Voraussetzung verstanden.

„Unsere Start-ups denken heute sehr stark in Impact. Zusammen mit der Kultur- und Kreativwirtschaft entsteht daraus noch mehr Wirkung.“

Iris Wilhelmi – Geschäftsführerin, digitalHUB Aachen e. V.

D – Digital Natives

Potenzial

Die Region Aachen verfügt über eine Generation, die digital sozialisiert ist – nicht nur jung, sondern geprägt von digitalen Arbeitsweisen. Sie denkt in Netzwerken statt Hierarchien, in Prototypen statt Perfektion und in Communities statt Institutionen. Diese digitale Kompetenz prägt heute Kommunikation, Kreativität, Unternehmertum und Öffentlichkeit. In Verwaltung, Kulturförderung und Stadt- und Regionalentwicklung wird dieses Wissen jedoch kaum systematisch genutzt. Gleichzeitig ist Digitalisierung für viele Menschen abstrakt oder angstbesetzt, obwohl sie enorme kreative Möglichkeiten bietet, die Region, Kultur und Technologie neu erfahrbar zu machen. Die KKW kann digitale Technologien übersetzen: in konkrete Anwendungen, Erlebnisse und Gestaltungsräume, die Akzeptanz, Teilhabe und Gestaltungsfreude fördern.

Strategische Maßnahme / Format

Zeitlich begrenzte Digital Labs: In interdisziplinären Laboren arbeiten Digital Natives gemeinsam mit Verwaltung, Kulturinstitutionen, Wirtschaft und Gesellschaft an konkreten Fragestellungen (z.B. digitale Teilhabe, neue Öffentlichkeiten, KI in Kultur, Gaming, hybride Formate, digitale Sichtbarkeit oder nutzerzentrierte Services). Die Labs sind klar beauftragt, verfügen über echten Entscheidungsspielraum und setzen auf Testen statt Diskutieren. Die Ergebnisse münden nicht in Präsentationen, sondern in **reale, alltagswirksame Anwendungen:** digitale Services, neue Beteiligungstools, Prototypen für kulturelle Vermittlung, nutzerfreundliche Verwaltungsformate, hybride Veranstaltungsformate, Games, Interfaces, Datenvisualisierungen oder digitale Installationen im öffentlichen Raum. Digitalisierung wird so nicht erklärt, sondern erlebt – als gestaltbare Praxis mit sichtbarem Output.

„Digitalität kann ein Türöffner zur Kunst sein – gerade für Menschen ohne sonstigen Zugang. Richtig eingesetzt, schafft sie neue Teilhabe.“

Heinrich Brötz – Beigeordneter für Bildung, Jugend und Kultur, Stadt Aachen

Haltungsverschiebung

Digitalisierung wird nicht länger als technisches Infrastrukturthema oder Kommunikationsaufgabe behandelt, sondern als kulturelle und gesellschaftliche Gestaltungsfrage. Statt externer Beratung wird auf Co-Creation gesetzt, statt Kontrolle auf iteratives Arbeiten. Die Region akzeptiert Unfertigkeit, Testläufe und Lernen im Prozess und erkennt digitale Kompetenz als strategische Ressource für Region, Kultur und Demokratie an.

E – Euregio

Potenzial

Von Randlage zu Hebel. Die Grenzlage der Region Aachen ist kein struktureller Nachteil, sondern ein strategisches Alleinstellungsmerkmal mit europäischer Strahlkraft. Mit unmittelbarer Nähe zu Belgien und den Niederlanden verfügt die Region über unterschiedliche Sprachen, Förderlogiken, kulturelle Prägungen und Arbeitsweisen auf engstem Raum. Diese Vielfalt ist ein reales Innovationspotenzial, insbesondere für die KKW, wird aber bislang zu selten konsequent genutzt.

Strategische Maßnahme / Format

Euregionaler Arbeitsraum Kultur- und Kreativwirtschaft: Statt punktueller Austauschprojekte wird ein dauerhaft angelegter euregionaler Arbeitsraum etabliert, in dem Akteur*innen aus der Region Aachen, Limburg (NL) und Limburg (BE), Provinz Lüttich sowie Ostbelgien kontinuierlich zusammenarbeiten. Im Mittelpunkt stehen gemeinsame Produktionen, Tandems und rotierende Partnerschaften zwischen Kultur, KKW, Hochschulen und Wirtschaft.

„Mit der Kultur- und Kreativwirtschaft bearbeiten wir eine Branche, die kaum Grenzen kennt – weder geografisch noch im Kopf. Diese Klientel ist extrem mobil: Eine Landesgrenze ist keine Grenze, eine Sprachgrenze höchstens eine kleine Hürde. Wenn es nicht auf Französisch geht, dann eben auf Englisch. Entscheidend ist, dass wir nah an den Menschen dran sind: Dann lassen sie sich auch verknüpfen.“

Jörg Vomberg – Kulturreferent, Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (Ostbelgien)



©privat

Gemeinsam genutzte Infrastrukturen, geteilte Produktionsorte und wiederkehrende Arbeitsformate ermöglichen reale Zusammenarbeit über Grenzen hinweg. Ziel ist keine Eventlogik, sondern Verlässlichkeit, Mobilität und gemeinsames Lernen. Die Euregio wird so nicht bespielt, sondern genutzt: als funktionierender Kultur und Innovationsraum mit europäischer Strahlkraft.

Haltungsverschiebung

Die Euregio wird nicht länger als optionaler Zusatz behandelt, sondern konsequent als tragende Kernstrategie begriffen und umgesetzt.

F – Future Skills

Potenzial

Die KKW ist ein Frühindikator für neue Arbeits- und Lebensmodelle. Berufe entstehen hier jenseits klassischer Ausbildungsordnungen, oft hybrid zwischen Gestaltung, Technologie, Unternehmertum und gesellschaftlicher Wirkung. Diese Kompetenzen werden zunehmend in anderen Branchen gebraucht, bleiben aber in Berufsorientierung, Verwaltung und Förderlogiken unsichtbar. Die Region Aachen verfügt über ein reales, aber kaum erzähltes Erfahrungswissen zu diesen neuen Berufsbiografien.

Strategische Maßnahme / Format

Praxisnahe Future Skills Formate, die reale kreative Berufswege sichtbar machen und erfahrbar übersetzen. Dazu gehören digitale Elternabende zu kreativen Berufen, bei denen Kreativschaffende ihre tatsächlichen Einkommensmodelle, Arbeitsweisen und Übergänge erklären, ebenso Peer Learning Formate für junge Menschen sowie offene Werkstatt- und Hospitationstage in Ateliers, Studios, Start-ups und Kultureinrichtungen. Ergänzt wird dies durch eine öffentlich zugängliche Sammlung realer Berufsbiografien aus der Region, die nicht idealisiert, sondern ehrlich zeigt, wie kreative Erwerbsarbeit heute funktioniert.

Haltungsverschiebung

Berufsorientierung wird nicht länger als schulische Pflichtaufgabe verstanden, sondern als gemeinschaftliche Verantwortung von Region, Wirtschaft, Kultur und Zivilgesellschaft. Statt Sicherheit über klassische Berufsbezeichnungen zu versprechen, wird Orientierung durch reale Lebenswege, Kompetenzen und Übergänge ermöglicht.



„Die Nähe zu Maastricht oder Lüttich ist eine Chance für die gesamte Region. Grenzüberschreitende Formate lassen sich gemeinsam entwickeln und stärken alle Seiten. Entscheidend ist nicht, Konkurrenz zu betonen, sondern sie konstruktiv zu nutzen. Wenn Menschen hier gerne leben und arbeiten, bleibt die Region attraktiv – insbesondere auch dann, wenn kulturelle Angebote grenzüberschreitend genutzt werden.“

Eva Schmitz – Teamleiterin Energie, Strukturwandel und Innovation, Industrie- und Handelskammer Aachen

„Kreative Berufe gelten oft als unsicher. In Wahrheit können sie – besonders als Ausbildungsberufe – stabile Perspektiven bieten, wenn man ihre Realität und ihren Impact versteht.“

Eva Schmitz – Teamleiterin Energie, Strukturwandel und Innovation, Industrie- und Handelskammer Aachen

„Wir erleben gerade eine paradoxe Situation am Arbeitsmarkt: steigende Arbeitslosigkeit und gleichzeitig Fachkräftemangel, weil Qualifikationen eben nicht beliebig austauschbar sind. Gleichzeitig entstehen im kreativen und digitalen Bereich neue Berufe, die in keiner Ausbildungsstatistik auftauchen. Die Realität hat sich verändert – unsere Berufsorientierung nicht.“

Simon Zabel – Leiter der Regionalagentur Region Aachen, Region Aachen Zweckverband

G – Generationswechsel

Potenzial

Der demografische Wandel ist in Verwaltung, Kulturinstitutionen und Verbänden längst Realität. Gleichzeitig sind viele Strukturen mental, organisatorisch und kulturell nicht auf einen echten Generationswechsel vorbereitet. Wissen wird weitergegeben, ohne Macht zu teilen. Junge Talente werden eingebunden, ohne Entscheidungsspielräume zu öffnen. Dadurch gehen Tempo, Relevanz und Anschlussfähigkeit verloren, insbesondere in Feldern, die sich gesellschaftlich und technologisch schnell verändern.

Strategische Maßnahme / Format

Temporäre Doppelspitzen & Shadowing-Modelle: Temporäre Doppelspitzen und Shadowing Modelle mit klarer Laufzeit und definiertem Mandat. Next-Gen-Akteur*innen arbeiten für sechs bis zwölf Monate gemeinsam mit Entscheidungsträger*innen in Verwaltung, Kulturinstitutionen und Verbänden. Sie erhalten Einblick in Entscheidungsprozesse, übernehmen Verantwortung für ausgewählte Themen und bringen gleichzeitig neue Perspektiven, Arbeitsweisen und Netzwerke ein. Ziel ist kein Mentoringprogramm, sondern ein realer Rollenwechsel auf Zeit, der Lernen in beide Richtungen erzwingt und institutionelles Wissen mit Zukunftskompetenzen verbindet.

„Man muss Menschen, die modernisieren wollen, auch wirklich freie Hand lassen. Genau da zeigt sich, wie ernst es gemeint ist.“

Christian Rein – Redakteur,
Aachener Zeitung

Haltungsverschiebung

Erfahrung wird nicht länger als Legitimation für Alleinentscheidungen verstanden. Lernen wird als gemeinsamer Prozess anerkannt. Macht wird bewusst geteilt, um Barrieren abzubauen und Strukturen langfristig zu erneuern.

H – Hubs

Potenzial

Transformation entsteht dort, wo Menschen sich real begegnen. Digitale Vernetzung allein erzeugt Reichweite, aber keine Tiefe. Vertrauen, Zusammenarbeit und Innovationsdynamik brauchen physische Orte.

Strategische Maßnahme / Format

Kreativhub Region Aachen: ein gemeinsamer, physischer Arbeits- und Produktionsort für KKW, Handwerk, Start-ups und Wissenschaft. Mit Co-Working, Werkstätten, Prototyping-Flächen und kuratierten Programmen für Cross-Innovation. Eng angebunden an bestehende Strukturen (z. B. Kulturbüro, digitalHUB, RWTH, Hochschulen) – als verbindendes Element, nicht als Parallelstruktur.

*„Das Potenzial ist da – aber wir heben es nur, wenn sich jemand systematisch darum kümmert. Kreative Impulse können echte Disruption auslösen, wenn Technik, Wirtschaft und Kreativität zusammengebracht werden. Dafür braucht es Ressourcen, engagierte Netzwerker*innen und einen physischen Ort, denn mit einem Ort funktioniert es einfach besser.“*

Iris Wilhelmi – Geschäftsführerin,
digitalHUB Aachen e. V.

Haltungsverschiebung

Nicht mehr nur Netzwerke moderieren, sondern Begegnung ermöglichen. Digitale Communities werden bewusst in reale Orte, gemeinsame Arbeit und geteilte Verantwortung übersetzt.

I – Innovation

Potenzial

Innovation entsteht nicht allein durch neue Technologien, sondern durch ihre Übersetzung in Bedeutung, Anwendung und gesellschaftliche Akzeptanz. In Aachen wird Innovation häufig technisch definiert. Was fehlt, ist die systematische kulturelle, soziale und gestalterische Übersetzungsleistung, die Innovation wirksam, verständlich und anschlussfähig macht. Genau hier liegt die Stärke der KKW.

Strategische Maßnahme / Format

Regelmäßig stattfindende, mehrtägige **Innovation Camps**, in denen Kreative gemeinsam mit Verwaltungen, Unternehmen, Initiativen und Forschung an konkreten gesellschaftlichen und technologischen Fragestellungen arbeiten. In diesen offenen Innovationsprozessen wird entlang realer Fälle in Kleingruppen diskutiert, entwickelt und getestet, um nutzbare Prototypen, Konzepte oder Modelle zu schaffen, die über das Camp hinaus weiter bearbeitet oder real umgesetzt werden können. Die Camps verbinden Perspektiven aus KKW, Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft und machen erlebbar, welche Potenziale in der Zusammenarbeit liegen.

Haltungsverschiebung

Innovation wird nicht länger als technischer Endpunkt verstanden, sondern als sozialer Prozess, der Gestaltung, Verständigung und Erprobung braucht, um wirksam zu werden. Kulturelle, gestalterische und soziale Übersetzungsarbeit wird dabei als Voraussetzung für Wirkung, Akzeptanz und tatsächliche Nutzung anerkannt.

„Innovation entsteht dort, wo Wirtschaft einen echten Zugang zur Kultur- und Kreativwirtschaft bekommt. Solange Unternehmen nicht wissen, an wen sie sich wenden können, bleibt kreatives Potenzial unsichtbar. Wirksam wird Innovation durch kreative Kompetenzen, die in bestehende Strukturen hineingehen, Vertrauen aufbauen und konkrete Mehrwerte erlebbar machen.“

Meike Jungbluth –
Geschäftsführerin,
Roskopf
Unternehmens-
gruppe



©Frank Schoepgens

J – Jetzt handeln

Potenzial

Die notwendigen Akteur*innen sind bereits da. Wissen, Ideen, Räume und Netzwerke existieren. Was fehlt, ist nicht weitere Analyse, sondern der Übergang in gemeinsames Handeln. Jeder Aufschub verfestigt bestehende Routinen und verhindert Lernen durch Praxis. Transformation entscheidet sich in der Gegenwart. Viele junge, experimentelle und hybride Kulturformen prägen Aachen und die Region bereits heute – temporär, informell und oft jenseits institutioneller Räume. Sie wirken in Öffentlichkeit, Nachtkultur, digitalen Räumen und sozialen Dynamiken. Ihr Wert liegt nicht in einer behaupteten Zukunftsfähigkeit, sondern in ihrer aktuellen Relevanz. Dennoch werden sie häufig als Vorstufe, Experiment oder Nachwuchsphänomen gelesen und dadurch strukturell übersehen.

Strategische Maßnahme / Format

Die **Sofortstart-Phase** setzt bewusst bei den Akteur*innen an, die bereits im Strategieprozess beteiligt waren. Bestehende Kontakte, Vertrauensverhältnisse und Kooperationsansätze werden nicht vertagt, sondern unmittelbar aktiviert. Es erfolgt eine gezielte Kontaktaufnahme und Einladung zu ersten kleinen Arbeitsformaten, in denen konkrete Fragestellungen bearbeitet werden. Statt umfassender Programme werden testbare Pilotprojekte umgesetzt, klar begrenzt in Zeit, Umfang und Risiko. Diese ersten Kooperationen sind ausdrücklich als Lernräume angelegt. Ergebnisse sollen sichtbar werden, Prozesse überprüfbar sein und Fehler gelten nicht als Scheitern, sondern als notwendiger Teil gemeinsamer Entwicklung.

Haltungsverschiebung

Nicht länger auf den richtigen Moment, die vollständige Strategie oder die ideale Förderung warten. Zusammenarbeit entsteht durch Tun. Vertrauen entsteht durch gemeinsame Erfahrung. Fehler sind kein Scheitern, sondern Teil der Entwicklung.

*„Die Akteure*innen brauchen mehr Räume in der Stadt – Orte, wo sie sofort loslegen können.“*

Sibylle Keupen – ehemalige
Oberbürgermeisterin
der Stadt Aachen
2020–2025



© Jo Magrean

Potenzial

Das Kulturbüro ist weit mehr als eine administrative Stelle. Es gestaltet, berät, vernetzt und initiiert bereits heute vielfältige Prozesse – etwa durch Netzwerk- und Weiterbildungsveranstaltungen sowie durch konkrete Förderberatung. Durch seine Nähe zur freien Szene, zur Politik und zu angrenzenden Systemen verfügt es über eine besondere Vermittlungs- und Bündelungskompetenz mit entsprechender Hebelwirkung.

Es kann übersetzen zwischen Logiken, Interessen und Sprachen, Verbindungen herstellen, wo andere nur Zuständigkeiten sehen, und Prozesse ermöglichen, die jenseits klassischer Förderinstrumente liegen. Als Knotenpunkt im regionalen Kreativökosystem nimmt es bereits eine zentrale Rolle ein und kann diese Funktion weiter stärken: als verlässlicher Netzwerkpartner und Impulsgeber für gemeinsame Entwicklungen.

Damit besitzt das Kulturbüro das Potenzial, von anderen Netzwerkpartner*innen noch stärker als verbindende Netzwerkspinne und strategischer Hub wahrgenommen und in dieser Rolle aktiv bestätigt zu werden.

Strategische Maßnahme / Format

Neupositionierung des Kulturbüros als aktive Infrastruktur für Next Gen Culture und Creativity. Das **Kulturbüro agiert als Hub** für junge und etablierte Akteur*innen, als Netzwerkspinne mit Überblick über die Region und als Experimentierraum für neue Formate. Seine Leistungen sind klar beschrieben, sichtbar und buchbar, etwa kuratiertes Matching zwischen Kreativen und anderen Sektoren, Unterstützung bei Prototyping und Reallaboren oder die Initiierung zeitlich begrenzter Labs. Nicht als Projektträger im klassischen Sinn, sondern als Ermöglicher, Gastgeber und Katalysator.

Haltungsverschiebung

Neutralität wird nicht länger mit Wirkung verwechselt. Statt ausschließlich zu verwalten, bezieht das Kulturbüro aktiv Position für Offenheit, Kooperation und Zukunftsfähigkeit und übernimmt Verantwortung für Gestaltung.

„Die Stadt Aachen verfügt über vielversprechende Potenziale im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft, die gezielt aktiviert, sichtbar gemacht und in andere Sektoren übersetzt werden müssen. Gerade bei der Transformation der Innenstädte kann die KKW zur Attraktivierung beitragen. Die Nähe zu den Nachbarländern Belgien und Niederlande bietet zusätzliche Chancen für Austausch, Wachstum und Sichtbarkeit. Der RAZV kann hierbei eine Schlüsselrolle als Moderator, Vernetzer und Innovationsmotor einnehmen.“

Philipp Piecha – Teamleiter Standort und Infrastruktur der Industrie- und Handelskammer (IHK) Aachen



L – Leerstand nutzen

Potenzial

Leerstände sind keine Defizite, sondern Möglichkeitsräume für kreative Produktion, Gründung und Begegnung. Sie eröffnen die Chance, Stadt- und Regionalentwicklung flexibel, niedrigschwellig und experimentell zu gestalten und neue Nutzungen zu erproben, bevor sie dauerhaft festgeschrieben werden. Gerade für KKW sind temporäre Räume oft der einzige Zugang zu bezahlbarer Infrastruktur und Sichtbarkeit im Stadt- und Landraum. Entscheidend ist dabei der Wechsel von Monokulturen hin zu Mischnutzung: Orte, an denen Arbeiten, Produzieren, Begegnen und Öffentlichkeit zusammenkommen, statt sich gegenseitig auszuschließen.

Strategische Maßnahme / Format

Temporäre Mischnutzungsmodelle für Leerstände, die Kultur, KKW, Handwerk, Gründung und Nachbarschaft verbinden. Ateliers, Werkstätten, Co Working, Pop-ups und Veranstaltungsflächen werden kuratiert, zeitlich befristet vergeben und aktiv begleitet. Ziel ist nicht Dauerbespielung um jeden Preis, sondern das Erproben tragfähiger Nutzungen mit klarer Perspektive für Weiterentwicklung, Verstetigung oder bewussten Abschluss.

Haltungsverschiebung

Raum wird nicht länger ausschließlich immobilienwirtschaftlich bewertet, sondern als sozialer, kultureller und ökonomischer Wert verstanden.

„Leerstand sollte genutzt werden, vor allem durch Mischnutzungen. Oft scheitert es nicht an Ideen, sondern an Hürden bei der Öffnung von Erdgeschoss. Dabei entstehen Begegnung und Publikum genau dort, wo Menschen sichtbar und ansprechbar sind.“

Yvonne Eibig –
Gründungsmitglied
ARTbewegt e. V.;
Künstlerische
Leitung Rampen-
fieber und
Schritt_macher –
just Dance!



©Yvonne Eibig

M – Mapping

Potenzial

Die Region Aachen verfügt über eine vielfältige und leistungsfähige KKW, doch dieses Wissen ist fragmentiert, informell oder gar nicht vorhanden. Viele Akteur*innen kennen sich gegenseitig nicht, Schnittstellen bleiben ungenutzt und politische wie wirtschaftliche Entscheidungen erfolgen ohne belastbare Übersicht. Was nicht sichtbar ist, kann weder strategisch entwickelt noch gezielt unterstützt werden.

Strategische Maßnahme / Format

Interaktive KKW-Karte Region Aachen: Eine lebendige, kontinuierlich gepflegte digitale Übersicht über Akteur*innen, Orte, Kompetenzen, Branchen und Themenfelder. Die Karte dient zugleich als Arbeitsinstrument für Verwaltung, Wirtschaft und Fördergeber*innen sowie als öffentliches Schaufenster für Talente, Projekte und Kooperationen.

„Ohne persönliche Kontakte und wenn ich nicht zufällig gute Erfahrungen gemacht hätte, wüsste ich gar nicht, wie ich Kreative in der Region finden sollte. Eine Landkarte oder Übersicht wäre enorm hilfreich.“

Meike Jungbluth – Geschäftsführerin,
Roskopf Unternehmensgruppe

Ergänzt durch Filter, Suchfunktionen und kuratierte Schwerpunkte wird sie zum strategischen Werkzeug statt zu einem statischen Verzeichnis.

Ihre Funktion kann über eine reine Mapping-Struktur hinausgehen: Durch redaktionelle Anreicherungen wie Porträts, Projektgeschichten oder thematische Dossiers wird die Karte zu einem narrativen Raum. Denkbar sind Formate im Einklang mit Maßnahmen wie „A – Aachen“, die kreative Orte und Akteur*innen in verdichteter Form sichtbar machen, oder „F – Future Skills“ mit einer Sammlung von Berufsbiografien, die Kompetenzen, Werdegänge und neue Berufsbilder der Branche exemplarisch darstellen. So entsteht nicht nur eine Datengrundlage, sondern eine identitätsstiftende Plattform, die Sichtbarkeit, Orientierung und strategische Entwicklung gleichermaßen unterstützt.

„Ein Branchenverzeichnis ist nicht nur für die Kultur- und Kreativwirtschaft wertvoll, sondern auch für uns, wenn wir Projekte anstoßen und gezielt vernetzen wollen.“

Jörg Vomberg – Referatsleiter Kultur,
Ministerium der Deutschsprachigen
Gemeinschaft Belgiens (Ostbelgien)

Haltungsverschiebung

Sichtbarkeit wird nicht länger dem Zufall oder individuellen Netzwerken überlassen, sondern als gemeinsame Aufgabe verstanden, Wissen systematisch zugänglich zu machen und aktiv zu pflegen.

N – Next Gen

Potenzial

Junge Menschen sind keine Zielgruppe, kein Publikum und kein Nachwuchs, sondern aktive Gestalter*innen der Gegenwart. Ihr Wissen über neue Arbeitsweisen, digitale Öffentlichkeiten, hybride Organisationsformen und kollektive Prozesse ist zentral für gesellschaftliche Transformation. In Aachen ist diese Generation zahlreich vorhanden, international geprägt und hoch qualifiziert, bleibt jedoch kulturell und politisch strukturell unterrepräsentiert. Ihr Einfluss endet häufig dort, wo formale Entscheidungen beginnen.

Junge Szenen entstehen informell, zeitlich begrenzt und meist außerhalb etablierter Kulturorte. Ihre Stärke liegt in Geschwindigkeit, Eigenlogik und sozialer Anziehungskraft. Genau diese Qualitäten machen sie wirksam für neue Öffentlichkeiten, zugleich aber schwer anschlussfähig für klassische Förderinstrumente. Während Institutionen auf Stabilität, Planungssicherheit und Wiederholbarkeit setzen, arbeiten junge Szenen mit Improvisation, Selbstorganisation und situativer Relevanz.

Strategische Maßnahme / Format

Next-Gen-Programme mit echter Entscheidungsmacht: Zeitlich befristete, aber verbindliche Rollen für junge Menschen in Stadt, Region und Kulturbüro. Dazu gehören eigene Budgets, formale Entscheidungsbefugnisse, Beiräte mit Vetorechten sowie die Verantwortung für reale Projekte und Prozesse. Formate wie eine Under 20 Konferenz, Next Gen

„Die jungen Menschen sind unsere Zukunft, aber wir müssen ihnen auch heute Verantwortung lassen.“

Ulla Thönnissen – Geschäftsführerin,
Region Aachen Zweckverband

Beiräte auf Zeit oder eigenständige Projektbudgets dienen nicht der Beteiligung, sondern der Priorisierung. Ownership ersetzt Konsultation.

Haltungsverschiebung

Verlernen, die Next Gen als Nachwuchs oder Zukunft zu behandeln. Lernen, Verantwortung bewusst abzugeben und junge Perspektiven als Teil der Gegenwart ernst zu nehmen.

O – Ownership

Potenzial

Die Next-Gen-Beteiligung bleibt wirkungslos, solange Verantwortung nicht geteilt wird. Ohne Ownership werden junge Perspektiven gehört, aber nicht wirksam. Transformation entsteht erst dort, wo Menschen nicht nur Ideen liefern, sondern Verantwortung für Entscheidungen, Ressourcen und Umsetzung tragen dürfen. In der KKW ist dieses Potenzial vorhanden, wird aber strukturell selten eingelöst.

Strategische Maßnahme / Format

Geteilte Verantwortung in Projekten: Kreative und junge Akteur*innen werden von Beginn an in Entscheidungsprozesse, Budgetverantwortung und Umsetzung eingebunden. Nicht als beratende Stimmen, sondern als Mitverantwortliche mit klar definierten Rollen, Zuständigkeiten und fairer Honorierung. Ownership wird vertraglich, finanziell und organisatorisch abgesichert und nicht informell erwartet. Für die finanzielle Absicherung geteilter Verantwortung und verbindlicher Mitverantwortung kann zunächst eine strukturelle Verankerung innerhalb bestehender Projektbudgets erfolgen. Denkbar sind klar definierte Anteile in Form fester Budgetpositionen für Ko-Kreation, Mitwirkung und Honorare für die Next Gen.

Haltungsverschiebung

Verlernen, Kreative als Ideengeber*innen ohne Verantwortung und Absicherung zu behandeln. Lernen, Macht, Risiko und Anerkennung bewusst zu teilen.

Szenen werden nicht länger in bestehende Förderlogiken gepresst, sondern in ihrer eigenen Dynamik ernst genommen. Nicht konservieren, sondern ermöglichen.

„Wir haben hier 60.000 Studierende – das ist ein enormer Anteil der Stadtgesellschaft. Viele probieren sich kulturell im studentischen Kontext

aus, finden darüber hinaus aber zu wenig Angebote, um sich kulturell in Aachen zu entfalten. Wenn es mehr Möglichkeiten und transparente Anlaufstellen gäbe, würden deutlich mehr auf die Idee kommen zu sagen: „Ich kann hier selbst Kultur machen“. Und diejenigen, die trotz Hürden diesen Weg gehen, bräuchten zielgerichtetere Unterstützungsangebote, damit sie sagen können: „Aachen ist genau der Ort, an dem ich bleiben und etwas aufbauen will.“

Till Görgen – Nachtbürgermeister der Stadt Aachen und freier Kulturmanager



*„Wir Kreativen sind oft die Übersetzer*innen zwischen Verwaltung, Politik und Bürger*innen. Wenn es komplex wird, werden wir gern eingebunden, aber für diese Rolle in Entwicklungsprozessen bekommen wir noch viel zu selten die entsprechende Wertschätzung und Honorierung.“*

Patricia Yasmine Graf –
Freie Künstlerin
und Designerin



P – Prototyping

Potenzial

Transformation entsteht nicht durch perfekte Konzepte, sondern durch erprobte Lösungen. Kleine, konkrete Prototypen ermöglichen schnelles Lernen, senken Einstiegshürden und machen Veränderung sichtbar. Gerade in komplexen Systemen erzeugen frühe Tests mehr Wirkung als lange Planungsphasen, weil sie reale Erfahrungen, Feedback und Anpassung ermöglichen.

Strategische Maßnahme / Format

KKW-Prototypenfonds: Schnelle, unbürokratische Mikroförderungen zwischen 5.000 und 15.000 Euro für ko-kreative Pilotprojekte von KKW mit Wirtschaft, Verwaltung oder Wissenschaft. Im Fokus steht eine klar formulierte Lernfrage, nicht ein garantiertes Ergebnis. Gefördert werden Tests im Stadt- und Landraum, in Organisationen oder in Institutionen, die innerhalb kurzer Zeit umgesetzt, ausgewertet und weiterentwickelt werden können.

Haltungsverschiebung

Nicht länger Konzepte perfektionieren, sondern durch Machen lernen.

Q – Qualifizierung

Potenzial

Qualifizierung und Weiterbildung in der KKW funktioniert dort am wirksamsten, wo Vertrauen, Praxisnähe und geteilte Erfahrung gegeben sind. Kreative lernen bevorzugt von anderen Kreativen, die vergleichbare Arbeitsrealitäten, Risiken und Zwänge kennen. Klassische Weiterbildungsformate greifen oft zu kurz, weil sie an den tatsächlichen Bedarfen, Zeitlogiken und Erwerbsrealitäten des Sektors vorbeigehen.

Mit der Veranstaltungsreihe *kreativ geld verdienen* setzt das Kulturbüro bereits ein praxisnahes und zielgruppenspezifisches Qualifizierungsformat um, das genau hier ansetzt und auf positive Resonanz stößt. Zugleich zeigen Rückmeldungen aus der Szene, dass weiterhin Bedarf an vertiefenden, flexibel zugänglichen und stärker vernetzend angelegten Angeboten besteht.

Vor diesem Hintergrund kann die bestehende Qualifizierungsarbeit gezielt ausgebaut und strategisch weiterentwickelt werden, im engen Austausch mit den Akteur*innen der KKW und orientiert an deren realen Arbeits- und Lebensbedingungen.

„Kontakte und Weiterbildung sollten über die eigene Peer-group laufen, um wirkungsvoll in der Community anzukommen.“

Yvonne Eibig – Gründungsmitglied ARTbewegt e. V.; Künstlerische Leitung Rampenfieber und Schritt_macher – just Dance!

Strategische Maßnahme / Format

Peer-Learning-Formate für Kreative: Peer Learning Formate für Kreative: kompakte, niedragschwellige Lernformate zu Themen wie Geschäftsmodelle, Preisgestaltung, Recht, Digitalisierung, KI oder Sichtbarkeit. Ergänzt werden sie durch strukturierte **kollegiale Beratung**, in der reale Herausforderungen aus der Praxis gemeinsam reflektiert und weiterentwickelt werden. Die Inhalte werden von erfahrenen Akteur*innen aus der Szene kuratiert und moderiert und gezielt durch Angebote von IHK, AGIT oder Hochschulen ergänzt. Lernen findet praxisnah, dialogisch und an konkreten Fragestellungen aus dem Arbeitsalltag orientiert statt.

Haltungsverschiebung

Weiterbildung wird nicht länger top down organisiert, sondern als gemeinschaftlicher Prozess verstanden, bei dem Wissen in Communities entsteht, geteilt und weiterentwickelt wird.

R – RWTH

Potenzial

Die RWTH ist ein globaler Wissensanker, Innovationsmotor und Treiber für Zukunftstechnologien. Gleichzeitig ist ihr kulturelles, narratives und gesellschaftliches Potenzial in der Stadt und der Region noch nicht systematisch angebunden. Zwischen Campus, Stadtgesellschaft und KKW liegen enorme Übersetzungsräume: für Akzeptanz, Sinnstiftung, neue Öffentlichkeiten und eine gemeinsame Zukunftserzählung für Aachen und für die Region.

Aachen verfügt über ein außergewöhnlich starkes Innovationsökosystem: exzellente Forschung, Deep-Tech-Kompetenz, Start-ups und industrielle Partner. Gleichzeitig entscheidet sich der Erfolg von Innovation zunehmend nicht nur im Labor, sondern in der **Übersetzung in Anwendung, Öffentlichkeit und gesellschaftliche Akzeptanz**. Genau hier liegt ein bislang unzureichend genutztes Potenzial – an der Schnittstelle von Technologie, Kreativität, Region und Gesellschaft.

„Die Aufgaben der Hochschule sind Lehre, Forschung und Transfer. Was sich gerade grundlegend ändert, ist unser Verständnis von Transfer: weg vom punktuellen Weitergeben von Wissen, hin zu einem Prozess, den wir Translation nennen und als wechselseitigen Austausch zwischen Hochschule, Industrie und Gesellschaft verstehen.“

Prof. Dr. Michael Riesener – Geschäftsführer, RWTH Innovation GmbH

Strategische Maßnahme / Format

Dauerhafte **Art-Science- und Creative-Tech-Programme** als verbindende Struktur zwischen RWTH, KKW und Region. In diesen Formaten arbeiten Forschende, Kreative und gesellschaftliche Akteur*innen kontinuierlich zusammen, um wissenschaftliche Exzellenz frühzeitig kulturell zu übersetzen und gesellschaftlich anschlussfähig zu machen. Dazu gehören Science-Fiction-Labs zu langfristigen Zukunftsfragen, Creative Residencies in Forschungsteams, kulturelle Interventionen bei Technologie- und Innovationsevents sowie gemeinsame öffentliche Formate an Orten wie dem SuperC oder dem Collective Incubator. Ergänzt werden

diese Programme durch Innovationsformate mit expliziter Übersetzungsfunktion, etwa Citizen-Science-Projekte, Creative-Tech-Kooperationen oder regionale Pilotprojekte, die Rückkopplung aus Gesellschaft, Region und Kultur systematisch in Forschung und Transfer integrieren. Ziel ist es, Innovation nicht isoliert im Hochschulraum zu entwickeln, sondern als offenen, dialogischen Prozess zwischen Wissenschaft, Region und Öffentlichkeit zu verankern.

Haltungsverschiebung

Hochschule und Region werden nicht länger als getrennte Systeme verstanden. Transfer wird nicht als lineare Weitergabe fertiger Lösungen gedacht, sondern als wechselseitiger Prozess von Übersetzung, Rückkopplung und gemeinsamem Lernen. Kreative Kompetenzen, kulturelle Formate und gesellschaftliche Perspektiven gelten dabei nicht als Ergänzung, sondern als integraler Bestandteil zukunftsfähiger Innovation.

S – Storytelling

Potenzial

Transformation scheitert selten an fehlendem Wissen, sondern an fehlenden Bildern. In der Region Aachen dominieren Problembeschreibungen, Fachlogiken und Krisennarrative. Was fehlt, sind geteilte Zukunftsbilder, die Orientierung geben, Mut machen und komplexe Veränderungen verständlich übersetzen. Storytelling ist dabei keine Kommunikation im Nachgang, sondern eine strategische Kulturtechnik, um Veränderung überhaupt erst denkbar und gestaltbar zu machen.

Strategische Maßnahme / Format

Zukunftsnarrative Region Aachen: Kuratierte Storytelling-Formate, in denen Kreative gemeinsam mit Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Gesellschaft Zukunftsthemen wie KI, Arbeit, Energie, Region oder Europa in erzählbare Formen übersetzen. Dazu gehören Ausstellungen, performative Formate, Kurzfilme, Podcasts, Games, Szenarien oder öffentliche Dialogformate. Die Narrative werden gezielt in politische Entscheidungsprozesse, wirtschaftliche Transformationsvorhaben und öffentliche Debatten eingespeist und nicht nur als Begleitkommunikation genutzt.

„Kritik ist wichtig, aber sie ist in Deutschland ohnehin allgegenwärtig. Was uns fehlt, sind ermutigende Geschichten. Narrative, in denen Technologie unterstützt, befähigt und Zukunft eröffnet. Kultur- und Kreativwirtschaft schafft Bilder und Narrative, die Mut machen. Ihre besondere Stärke ist es, Zukunft schön und erlebbar zu machen. Wenn es gelingt, solche Geschichten gemeinsam zu erzählen, hören die Menschen zu. Dann entsteht Aufmerksamkeit, Vertrauen und Gestaltungswille.“

Ralf Bruns – Hauptgeschäftsführer,
Vereinigte Unternehmerverbände
Aachen e. V. (VUV)

Haltungsverschiebung

Kritik wird nicht länger als einzige Kulturtechnik verstanden. Statt Probleme endlos zu beschreiben, wird Mut erzeugt, indem mögliche Zukünfte erzählt, verhandelbar gemacht und gemeinsam erprobt werden.

T – Transformation

Potenzial

Transformation gelingt nachhaltiger, wenn sie nicht nur technisch und ökonomisch organisiert wird, sondern kulturell begleitet ist. Kultur und KKW verfügen über Methoden, Narrative und Gestaltungsansätze, die Wandel verständlich, anschlussfähig und verhandelbar machen. Sie übersetzen abstrakte Veränderungsprozesse in Bilder, Erfahrungen und konkrete Handlungsmöglichkeiten und stärken damit Akzeptanz, Orientierung und Beteiligung.

Strategische Maßnahme / Format

KKW als fester Baustein im Strukturwandel und in Transformationsprozessen: Kulturelle und kreative Kompetenzen werden systematisch in Programme des Strukturwandels, der Regionalentwicklung und der Innovationsförderung integriert. Kreative arbeiten frühzeitig mit Verwaltungen, Wirtschaft und Initiativen zusammen, um Transformationsprozesse zu visualisieren, Beteiligung zu ermöglichen, Konflikte produktiv zu bearbeiten und neue Zukunftsbilder zu entwickeln.

Haltungsverschiebung

Kultur und Kultur- und Kreativwirtschaft werden nicht länger als begleitendes Zusatzangebot und „nice to have“ verstanden, sondern als zentrale Transformationsinfrastruktur, die Wandel ermöglicht, beschleunigt und gesellschaftlich verankert.



„Die KKW kann der Transformation ein Bild geben und über designorientierte Ansätze zu Innovationen kommen. Gute Bilder sind dabei zentral.“

Volker Mielchen – Geschäftsführer,
Zweckverband LANDFOLGE Garzweiler

©Zweckverband LANDFOLGE Garzweiler

U – Unerwartete Allianzen

Potenzial

Innovationskraft entsteht häufig außerhalb der eigenen Bubble. Gerade an den Schnittstellen zwischen Kultur, Handwerk, Mittelstand, sozialen Trägern, Sport, Tourismus oder Serviceclubs entstehen neue Perspektiven, weil unterschiedliche Logiken, Erfahrungen und Zielgruppen aufeinandertreffen. Diese Allianzen sind selten selbstverständlich, bergen aber hohes Potenzial für Reichweite, Wirkung und gesellschaftliche Verankerung.

„Neue Wirkung entsteht dort, wo Menschen zusammenkommen, die sonst nichts miteinander zu tun haben.“

Meike Jungbluth – Geschäftsführerin,
Roskopf Unternehmensgruppe

Strategische Maßnahme / Format

Kuratiertes Allianz-Programm: gezielt initiierte Kooperationen zwischen KKW und Akteur*innen jenseits klassischer Kulturpartner*innen. In kleinen, moderierten Formaten werden gemeinsame Fragestellungen, Pilotprojekte oder Austauschformate entwickelt, die gegenseitige Interessen sichtbar machen und Vertrauen aufbauen. Ziel ist nicht kurz-

fristige Sichtbarkeit, sondern tragfähige Beziehungen mit praktischer Relevanz.

Aus dieser Haltung heraus kann ein kuratiertes Überraschungs- und Zufallsbudget entstehen: kleine, flexibel einsetzbare Mittel für unerwartete Allianzen, neue Orte und ungewohnte Formate. Die Förderung ist schnell entscheidbar, öffentlich sichtbar und bewusst experimentell angelegt, um neue Bilder von Stadt, Region und Kreativszene zu ermöglichen. Ergänzend werden Mapping-Formate, ein kreatives Stadtarchiv oder temporäre Vernetzungsplattformen genutzt, um Zufälle produktiv zu machen und bislang unsichtbare Verbindungen sichtbar werden zu lassen.

Haltungsverschiebung

Statt ausschließlich im eigenen Milieu zu agieren, wird aktiv Resonanz außerhalb der Szene gesucht. Unterschiedlichkeit wird nicht als Störfaktor verstanden, sondern als Voraussetzung für Relevanz und Wirkung.

V – Vernetzung

Potenzial

Vernetzung entsteht nicht automatisch. Sie braucht konkrete Anlässe, passende Orte und eine aktive Moderation. Gerade in komplexen Ökosystemen wie Kultur, Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft bleibt Vernetzung ohne gezielte Impulse zufällig, exklusiv oder wirkungslos. Wer Zusammenarbeit will, muss sie bewusst ermöglichen und strukturieren.

Strategische Maßnahme / Format

Kurze, gut dosierte Vernetzungsformate mit klarer Dramaturgie und erkennbarem Mehrwert. Dazu gehören Speed-Datings, Fireside Chats, thematische Spaziergänge, Exkursionen oder kleine Roundtables. Die Formate sind klar kuratiert, zeitlich schlank, thematisch fokussiert und auf konkrete Anschlussmöglichkeiten ausgelegt. Ziel ist nicht Austausch um seiner selbst willen, sondern das Anbahnen belastbarer Arbeitsbeziehungen.

Haltungsverschiebung

Vernetzung wird nicht länger der Selbstorganisation überlassen. Statt darauf zu warten, dass Kontakte zufällig entstehen, werden Verbindungen aktiv gestiftet, moderiert und gepflegt.

„Unkonventionelle Kooperationen fördern Innovation durch neue Perspektiven. Beispielsweise könnte ein UX-Designer gemeinsam mit einer Firma aus dem Maschinenbau neue Produktideen entwickeln. Die Künstlerin-in-Residence (zeitlich begrenzte Arbeit bzw. Kooperation) in Unternehmen wäre ein weiteres Beispiel, das Markenbildung und Innovationsprozesse anstoßen kann. Der grenzüberschreitende Austausch mit Kreativschaffenden aus Liège oder Maastricht könnte diese Impulse zusätzlich verstärken.“

Philipp Piecha – Teamleiter Standort und Infrastruktur der Industrie- und Handelskammer (IHK) Aachen

„Mit dem Fördernetz Kultur- und Kreativwirtschaft haben wir in über zehn Jahren ein Netzwerk öffentlicher Fördereinrichtungen geformt, in dem inzwischen über 40 Mitglieder deutschlandweit zusammenarbeiten. Vertrauensvolle Kooperation trägt vor allem dann Früchte, wenn sie als dauerhafte Aufgabe organisiert wird und nicht als befristetes Projekt.“

Jan-Paul Schmilgun – Innovationsmanager Kultur- und Kreativwirtschaft, KölnBusiness Wirtschaftsförderungs-GmbH; Sprecher, Fördernetz Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland



©KölnBusiness

W – Wachstum & Wirtschaftlichkeit

Potenzial

Wirtschaftlicher Erfolg und künstlerische Qualität stehen nicht im Widerspruch. Im Gegenteil: Nachhaltige wirtschaftliche Strukturen schaffen die Freiheit, künstlerisch zu arbeiten, Risiken einzugehen und langfristig Wirkung zu entfalten. Die KKW verbindet unternehmerisches Denken mit Innovationskraft und ist damit ein relevanter Bestandteil regionaler Wertschöpfung.

Strategische Maßnahme / Format

Unternehmerische Angebote und Programme für Kreative, die künstlerische Praxis und ökonomische Kompetenz systematisch verbinden. Dazu gehören Wachstumslabore, Kompass- und kollegiale Beratungen, Unterstützung bei der Entwicklung tragfähiger Geschäftsmodelle, beim Zugang zu Märkten sowie gezielte Sichtbarkeit für erfolgreiche unternehmerische Beispiele aus der Region. Ziel ist es, wirtschaftliche Perspektiven zu eröffnen, ohne kreative Eigenlogiken zu glätten oder zu funktionalisieren.

Haltungsverschiebung

Kommerz nicht länger als Verrat begreifen, sondern wirtschaftliche Stabilität als Voraussetzung für Freiheit verstehen.

„Der Kultursektor ist kein Randthema. Er ist ein zentraler Wirtschaftsfaktor, beschäftigt Millionen junger Menschen und wirkt als Motor für Innovation und neue Technologien. Vieles von dem, was heute technisch selbstverständlich ist, hat seinen Weg über den Kultursektor in den Markt gefunden.“

Sabine Verheyen –
Vizepräsidentin
des Europäischen
Parlaments



©EPPGroup

X – X (Cross) Innovation

Potenzial

Cross Innovation bezeichnet einen nicht linearen, kollaborativen Innovationsprozess, bei dem Akteur*innen aus unterschiedlichen Sektoren gezielt zusammenarbeiten. Insbesondere die Verbindung von Kultur und Kreativwirtschaft mit klassischen Bereichen wie Industrie, Energie, Mobilität oder Gesundheit ermöglicht neue Perspektiven auf bestehende Herausforderungen. Durch interdisziplinäre Kooperation, schnelle Iterationen und Prototyping werden Silos aufgebrochen, Innovationsgeschwindigkeit erhöht und resiliente Lösungen entwickelt. Aachens Stärke liegt genau in dieser Dichte unterschiedlicher Denkschulen und Kompetenzen, die bislang zu selten systematisch miteinander in Beziehung gesetzt werden.

Strategische Maßnahme / Format

Cross-Innovation-Labs zu gesellschaftlich relevanten Themen wie Gesundheit, Künstliche Intelligenz, Nachhaltigkeit oder neue Arbeitsformen. In zeitlich klar begrenzten Laborformaten arbeiten interdisziplinäre

Teams aus KKW, Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung an konkreten Fragestellungen. Ziel sind keine abstrakten Konzepte, sondern gemeinsam entwickelte Prototypen, neue Denkmodelle, Anwendungsansätze oder Pilotprojekte, die weiterverfolgt werden können.

Ergänzend können Matchmaking-Veranstaltungen, Design-Thinking-Workshops, **Innovationsfonds für Tandemprojekte** (z. B. Wirtschaft + Kreative) sowie gezielte Ausschreibungen für **Creative Challenges** (Cross) Innovationen anstoßen. Auch internationale Tandemformate, z.B. deutsch-niederländische Innovationsprojekte, können gezielt gefördert werden, um grenzüberschreitende Impulse systematisch in die Region zu holen.

Haltungsverschiebung

Disziplinen nicht länger trennen, sondern Reibung als Ressource begreifen.

*„Die spannendsten Ansätze entstehen an den Schnittstellen. Wenn Ingenieur*innen, Designer*innen und Kreative systematisch zusammenarbeiten, entstehen ganz andere Impulse – bis hin zu echter Disruption. Mein Traum war immer: Hier der digitalHUB, dort ein starker Kreativ-HUB und dazwischen Raum für echte Cross Innovation.“*

Iris Wilhelmi – Geschäftsführerin, digital-HUB Aachen e. V.

Y – Young Migrant & International Creatives

Potenzial

Personen mit Migrationsbiografien, ihre Nachkommen und internationale Communities prägen die kulturelle Realität der Region bereits heute. Sie sind transnational vernetzt, sprachlich und kulturell mehrcodiert und entwickeln eigene ästhetische, unternehmerische und soziale Praktiken. Dieses kreative Potenzial ist hoch relevant für Innovation, Gesellschaft und neue Öffentlichkeiten, wird jedoch strukturell kaum adressiert und noch zu oft als Randphänomen behandelt, statt als strategische Ressource für die Zukunft der Region anerkannt zu werden.

Strategische Maßnahme / Format

Peer-Budgets, Community-Hosts und Stipendien auf Zeit: Vertrauensbasierte Förderinstrumente, die gezielt Schlüsselpersonen aus diesen Communities mit Budgets, Zeitressourcen und realen Entscheidungsspielräumen ausstatten. Als Community-Hosts oder stipendienfinanzierte Rollen aktivieren sie Netzwerke, initiieren Projekte und schaffen Zugänge zwischen Communities, Kulturinstitutionen, Region und Wirtschaft. Statt zentraler Steuerung stehen dezentrale Verantwortung, Übersetzungsleistung und lokale Verankerung im Mittelpunkt.

Haltungsverschiebung

Migrantische Kultur nicht länger sozial rahmen, sondern als Innovationsmotor verstehen. Kulturelle Innovation entsteht aus Vielfalt, nicht aus Anpassung.

„Unsere Stadt ist für ihre Größe unglaublich international. Dieses kreative und internationale Kapital ist längst da – doch viele dieser kreativen Impulse werden noch nicht ausreichend genutzt. Das soll und kann sich ändern.“

Frauke Burgdorff – Beigeordnete für Stadtentwicklung, Bau und Mobilität, Stadt Aachen

Z – Zukunftsszenarien

Potenzial

Die Zukunft der Kultur- und Kreativwirtschaft entsteht nicht linear – sie ist umkämpft, widersprüchlich und offen. Der Zukunftsszenarien-Workshop hat gezeigt: Wenn die Region nicht aktiv gestaltet, droht der KKW auch 2030 Unsichtbarkeit, Marginalisierung und instrumentelle Vereinnahmung. Gleichzeitig wurde deutlich, welches enorme Gestaltungspotenzial entsteht, wenn Kultur, Kreativität, Wissenschaft und Wirtschaft gemeinsam Zukunft denken – nicht als Krisenreaktion, sondern als bewusste Entscheidung.

Zukunft ist kein Forecast. Zukunft ist eine kulturelle Praxis.

Strategische Maßnahme / Format

Aufbau einer **kontinuierlichen Szenarienpraxis** für die Region Aachen, in Form eines Kreativ-Ökosystem Aachen: Verbinden, Verorten, Erzählen, angesiedelt beim Kulturbüro als Transformationskatalysator. Kernbausteine:

- **Das Kulturbüro agiert als aktive Netzwerk-Infrastruktur:** sichtbar, verbindend und kuratierend zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft, Hochschule, Wirtschaft und Stadtgesellschaft.
- **Das Kreativ-Ökosystem wird digital auffindbar und physisch verankert:** durch Creative Hubs, gemischte Spaces, Ateliers und Reallabore. Nutzung statt Leerstand.
- **Veranstaltungen schaffen Kontext statt nur Reichweite:** sie erzählen Stadt, Region und Euregio als zusammenhängenden Kultur- und Innovationsraum – mehrsprachig, divers und alltagsnah.
- **Die Region positioniert sich als euregionales Kreativfeld:** mit wandernden Austauschformaten, grenzüberschreitender Zusammenarbeit und aktivem Transfer von Best Practices.
- **Wirtschaft und Hochschule investieren strukturell in Kreativität:** als Wertschöpfungs- und Innovationsfaktor – dauerhaft verankert in Räumen, Programmen und Entscheidungen.

Haltungsverschiebung

Zukunft nicht länger als Krisenfolie denken, sondern als Gestaltungsraum begreifen: Sie entsteht nicht durch Reaktion, sondern durch bewusste, gemeinsame Gestaltung auf kultureller und struktureller Ebene.

„Wenn wir Zukunft nur als Krise denken, nehmen wir uns die Möglichkeit, sie aktiv zu gestalten. Bei unserer Tagung ‚Science & Fiction‘ haben wir erlebt, wie kraftvoll positive Zukunftsbilder sein können. Verstehen wir Zukunft als gemeinsame Gestaltungsaufgabe, interdisziplinär und offen, entsteht Energie statt Angst. Dafür brauchen wir neue Narrative und einen klaren, zukunftsgerichteten Zweck.“

Prof. Dr. Michael Riesener – Geschäftsführer, RWTH Innovation GmbH

„All diese Zukunftsthemen schlagen nicht zuerst in der Kultur- und Kreativwirtschaft auf, aber sie sind die Ersten, die sich kreativ damit beschäftigen.“

Jörg Vomberg – Referatsleiter Kultur, Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (Ostbelgien)

Ä – Ästhetik

Potenzial

Gestaltung prägt Wahrnehmung, Identifikation und Aufenthaltsqualität. Sie beeinflusst, ob öffentliche Räume, Services und Kommunikation verstanden, genutzt und akzeptiert werden. Ästhetische Qualität ist damit kein Luxus, sondern ein relevanter Faktor für Teilhabe, Nachhaltigkeit und Standortattraktivität.

„Ich glaube einfach, dass ein gutes Design auch die halbe Miete beim Produkt ist.“

Iris Wilhelmi – Geschäftsführerin, digitalHUB Aachen e. V.

Strategische Maßnahme / Format

Verbindliche Leitlinien, die die frühe Einbindung von Gestalter*innen in geförderten Projekten sicherstellen. Design wird als unabdingbarer Bestandteil kreativer Prozesse verstanden, nicht als dekorativer Zusatz. Der Fokus liegt auf menschenzentrierter Gestaltung, Nachhaltigkeit, Zugänglichkeit und langfristiger Nutzbarkeit statt auf nachträglicher Verschönerung oder rein visueller Aufwertung.

Haltungsverschiebung

Design nicht länger als Dekoration sehen, sondern Gestaltung als menschenzentrierte und nachhaltige Haltung verstehen.

Ö – Öffnung

Potenzial

Kulturelle Wirkung entsteht nicht durch Abschottung, sondern durch Zugänglichkeit. Kultur erreicht neue Zielgruppen nur dort, wo sie Verständlichkeit, Beteiligung und unterschiedliche Lebensrealitäten mitdenkt. In der Region Aachen existieren vielfältige kulturelle Angebote, viele davon bleiben jedoch für große Teile der Stadt- und Regionalgesellschaft unsichtbar oder schwer zugänglich, nicht aus Mangel an Qualität, sondern aufgrund formaler, sprachlicher, sozialer oder räumlicher Barrieren.

„Wir haben hier außergewöhnlich viele junge Menschen – das ist eine riesige Chance. Mit attraktiven und bezahlbaren Orten könnten wir dieses Potenzial viel stärker sichtbar machen, denn sie würden diese Räume annehmen und mit Leben füllen.“

Simon Zabel – Leiter der Regionalagentur Region Aachen, Region Aachen Zweckverband



©RAZV

Strategische Maßnahme / Format

Übersetzungs- und Vermittlungsformate: Entwicklung niedrigschwelliger, hybrider und mobiler Kulturformate, die Inhalte, Orte und Codes übersetzen. Dazu gehören Programme im öffentlichen Raum, ko-kuratierte Formate mit Communities, digitale und analoge Zugänge, neue Zeitformate sowie Vermittlungsansätze, die nicht erklären, sondern einladen und mitmachen lassen.

Haltungsverschiebung

Exklusivität nicht länger mit Qualität verwechseln, sondern Offenheit, Verständlichkeit und Vielfalt als Stärke nutzen.

Ü – Überraschung

Potenzial

Überraschung erzeugt Aufmerksamkeit, Identifikation und Stolz. Die vielleicht größte Stärke Aachens und der Region ist jene, die sie selbst zu wenig wahrnimmt: eine hohe Dichte an kreativen Köpfen, mutigen Unternehmer*innen und visionären Denker*innen. Ein erheblicher Teil der in der Euregio Maas Rhein tätigen Kreativschaffenden arbeitet in der Region Aachen, doch dieses Potenzial ist weder ausreichend sichtbar noch Teil des kollektiven Selbstbildes. Überraschung heißt, das Verborgene sichtbar zu machen und vertraute Bilder bewusst zu irritieren. Erst wenn die Region den Wert dessen erkennt, was bereits da ist, kann sie dieses Potenzial strategisch nutzen.

Strategische Maßnahme / Format

„Unverschämte Ziele“ brauchen visionäre Formate, die Wirkung vor Absicherung stellen. Gemeint sind bewusst zeitlich begrenzte Pilotprojekte, die größer gedacht sind als ihre Mittel und nicht auf Wiederholung oder Verstetigung zielen. Einmalige Vorhaben mit hoher öffentlicher Sichtbarkeit, überraschende kulturelle Interventionen an ungewohnten Orten oder Kooperationen mit Akteur*innen außerhalb des klassischen Kulturbereichs setzen starke Signale und verschieben Wahrnehmung. Entscheidend ist nicht Perfektion, sondern Irritation, Neugier und der Mut, Dinge auszuprobieren, die nicht vollständig planbar sind.

Unverschämte Ziele entstehen dort, wo Zielbilder vor Förderlogiken stehen. Projekte beginnen mit der Frage, was hier wirklich mutig wäre – nicht mit der Frage, was sicher umsetzbar ist. Öffentliche Selbstüberraschung wird dabei zum Prinzip: Region Aachen macht ihr eigenes kreatives Potenzial sichtbar, entdeckt unerwartete Allianzen und erzählt neue Geschichten über sich selbst.

Haltungsverschiebung

Sicherheit nicht länger über Wirkung stellen, sondern kalkulierte Risiken als Voraussetzung für Aufmerksamkeit, Lernen und Erneuerung akzeptieren.

„Man muss sich auch mal unverschämte Ziele setzen.“

Ulla Thönnissen –
Geschäftsführerin,
Region Aachen
Zweckverband



©RAZY

Potenzial

Eine lebendige Gründer*innenszene entsteht nicht durch einzelne Wettbewerbe oder kurzfristige Förderprogramme, sondern durch langfristige Beziehungen, Vertrauen und verlässliche Strukturen. Gerade in der KKW wachsen Gründungen oft iterativ und eng verbunden mit lokalen Netzwerken. Nachhaltige Wirkung entsteht dort, wo kontinuierlich „Humus“ aufgebaut wird – nicht dort, wo kurzfristig Hype erzeugt wird.

Strategische Maßnahme / Format

Kreativ-Inkubator Region Aachen: Ein dauerhaft angelegter Inkubator für kreative Gründungen mit Räumen, Coaching, Peer-Learning, Netzwerken und Startkapital. Fokus auf Nachhaltigkeit, Impact und regionale Verankerung statt schneller Skalierung. Der Inkubator bündelt Gründungsberatung, Sichtbarkeit und Zugänge zu bestehenden Strukturen (Kulturbüro, IHK, Wirtschaftsförderung, RWTH, digitalHUB) und schafft langfristigen „Humus“ für die Gründer*innenszene.

Haltungsverschiebung

Nicht länger auf den nächsten Leuchtturm oder den schnellen Erfolg warten, sondern kontinuierlich Bedingungen schaffen, unter denen viele unterschiedliche Gründungen wachsen können. Gründungsförderung wird als langfristige Investition in ein Ökosystem verstanden, nicht als punktuelle Intervention.

„Ich würde die eine Million Euro nicht auf einmal ausgeben, sondern in Jahresscheiben investieren, um Humus aufzubauen. Im Moment fehlt es hier und da an Vertrauen in die eigene Kraft der Stadt. Deshalb bringt es nichts, von außen etwas aufzusetzen. Wir müssen über mehrere Jahre hinweg Strukturen, Beziehungen und Begeisterung entwickeln. Mit klug eingesetzten Mitteln entsteht ein Nährboden, auf dem Neues wirklich wachsen kann.“

Frauke Burgdorff – Beigeordnete für Stadtentwicklung, Bau und Mobilität, Stadt Aachen

Danksagung

Unser herzlicher Dank gilt allen Interviewpartner*innen für ihre Zeit, ihre Expertise und die offenen Gespräche:

Brötz, Heinrich – Beigeordneter für Bildung, Jugend und Kultur, Stadt Aachen

Bruns, Ralf – Hauptgeschäftsführer, Vereinigte Unternehmerverbände Aachen e. V. (VUV)

Burgdorff, Frauke – Beigeordnete für Stadtentwicklung, Bau und Mobilität, Stadt Aachen

Eibig, Yvonne – Gründungsmitglied ARTbewegt e. V.; Künstlerische Leitung Rampenfieber und Schritt_macher – just Dance!

Flaskamp, Thomas – Leiter der Akademie für Handwerksdesign Gut Rosenberg, Handwerkskammer Aachen

Graf, Patricia – Freie Künstlerin und Designerin

Görgen, Till – Nachtbürgermeister der Stadt Aachen und freier Kulturmanager

Jungbluth, Meike – Geschäftsführerin, Roskopf Unternehmensgruppe

Keupen, Sibylle – Oberbürgermeisterin der Stadt Aachen (2020–2025)

Mielchen, Volker – Geschäftsführer, Zweckverband LANDFOLGE Garzweiler

Piecha, Philipp – Teamleiter Standort und Infrastruktur der Industrie- und Handelskammer (IHK) Aachen

Poth, Iris – Leiterin der Stabsstelle Struktur- und Wirtschaftsförderung, Kreis Euskirchen

Rein, Christian – Redakteur, Aachener Zeitung (Schwerpunkte: Kommunalpolitik, Kultur, lokale Wirtschaft)

Prof. Dr. Riesener, Michael – Geschäftsführer, RWTH Innovation GmbH

Schmilgun, Jan-Paul – Innovationsmanager Kultur- und Kreativwirtschaft, KölnBusiness Wirtschaftsförderungs-GmbH; Sprecher, Fördernetz Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland

Schmitz, Eva – Teamleiterin Energie, Strukturwandel und Innovation, Industrie- und Handelskammer Aachen

Thönnissen, Ulla – Geschäftsführerin, Region Aachen Zweckverband

Verheyen, Sabine – Vizepräsidentin des Europäischen Parlaments

Vomberg, Jörg – Referatsleiter Kultur, Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (Ostbelgien)

Wilhelmi, Iris – Geschäftsführerin, digitalHUB Aachen e. V.

Zabel, Simon – Leiter der Regionalagentur Region Aachen, Region Aachen Zweckverband

Dr. Ziemons, Michael – Oberbürgermeister der Stadt Aachen

Ebenso danken wir allen Teilnehmenden, die an der digitalen Umfrage sowie an den Workshops Wachstumslabor (25.06.2025) und Zukunftsszenarien (06.11.2025) des Kulturbüros mitgewirkt haben.

Unser besonderer Dank gilt dem Team des Kulturbüros – Judith Fuhrmann, Susanne Ladwein und Julia Schaadt – für die Offenheit, das Vertrauen und den bereichernden Austausch während des gesamten Prozesses.

Impressum

Konzeption und Redaktion

Christoph Backes

Stanislav Matychyn

030 212 33 66 8-0, info@u-institut.com

u-institut GmbH & Co.KG, Jägerstraße 65 10117 Berlin

Im Auftrag des Kulturbüros Region Aachen Zweckverband (kulturbuero@regionaachen.de)

Veröffentlicht im März 2026

NEXT GEN

CULTURE & CREATIVITY

JETZT.

RAZV
Region Aachen
Zweckverband

u-institut

Gefördert vom

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



RKP
Regionales
Kultur Programm
NRW

Ein Projekt des Kulturbüros Region Aachen Zweckverband
Wir für die Region!
Arbeit | Wirtschaft | Kultur | Gesundheit | Euregio