



## Impulse für das RR aus den Vorträgen

### Impulse aus dem Placemaking-Vortrag:



### Impulse aus dem Baukultur-Vortrag:



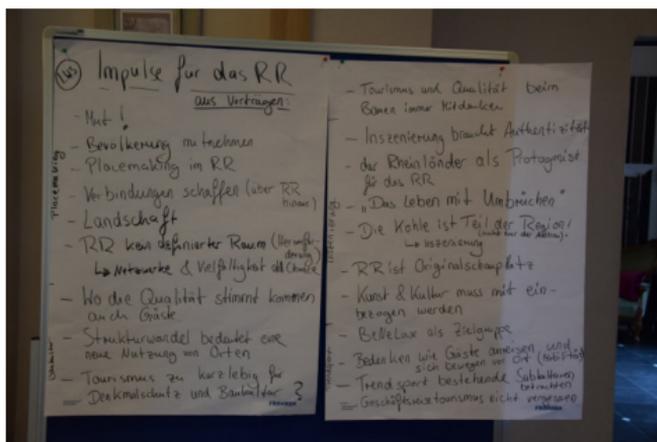
### Impulse aus dem Inszenierungs-Vortrag:



### Impulse aus dem Trendsport-Vortrag:



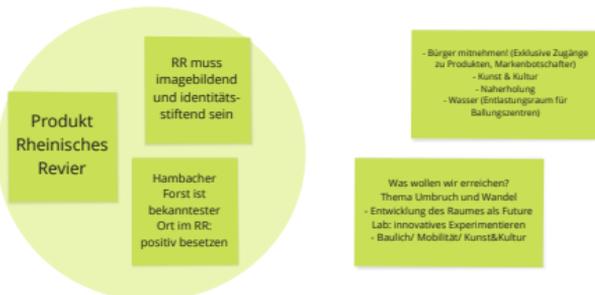
Geschäftstourismus nicht vergessen





## Ziele:

### Imagewandel



### Verbindende Elemente



## Maßnahmen:

### Industriekultur



### Landschaft & Infrastruktur



### Zwischennutzung



## Konkrete Produktideen:

### Trendsport



### Seenlandschaft



### Industrie- und Baukultur



## World Café Tisch 1: Schaffung innovativer, touristischer Produkte und Freizeitangebote

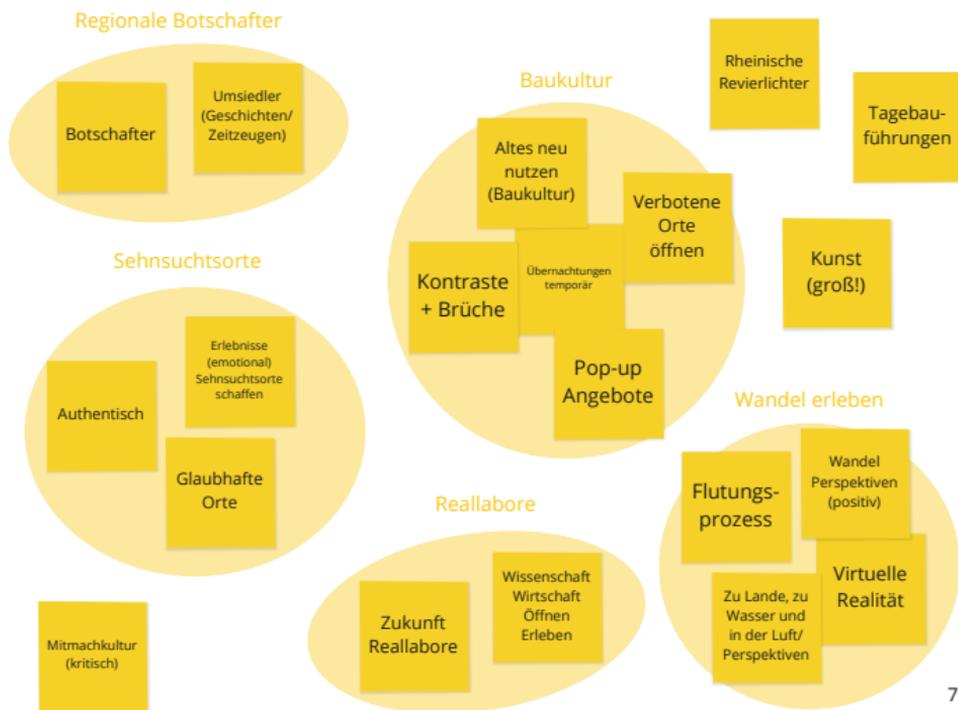
- **Verbindende Elemente: Backstein, Braunkohle, Energie, Weite, Umsiedlung, Gegensätze (Energie/Natur, Landwirtschaft/Braunkohle)**
- Idee: Förderbänder als tour. Produkt mit Blick auf industriekulturelles Erbe (ähnlich wie Eifelblicke)
- Industriekulturelles Erbe ist identitätsstiftend, daraus sollten Produkte entwickelt werden (z.B. **Heiraten im Schaufelradbagger**)
- **Die Bürger mitzunehmen** ist ganz wichtig: Markenbotschafter, exklusive Zugänge zu neuen Produkten geben
- Kunst & Kultur, Naherholung und Wasser sind weitere, verbindende Elemente (Wasser ist Entlastungsraum für Ballungszentren und per se attraktiv, auch ohne große Produkte/Trendsportarten)
- "Die Kohle bleibt hier" (durchdachte Wertschöpfungskette)
- Wir brauchen ein **Strukturnutzungskonzept zur Zwischennutzung der Landschaft** (z.B. angepasste Trendsportarten, schwimmende Inseln)
- **Bestehende, touristische Infrastruktur** (z.B. Rad- und Wanderwege) **erfährt neue Impulse** (z.B. E-Bikes), neu inszenieren auch in Hinblick auf die Klimaneutralität
- Wir leben in einem Spannungsfeld: **Brachflächen können einfach freigelassen werden** zur Nutzung für Trendsportarten, muss nicht von oben diktiert werden, junge Leute entwickeln selber
- Trendsportarten-Ideen: **Mining Boarding** & Parkour, Karussell im Schaufelradbagger. Daraus auch Veranstaltungen entwickeln (WM/EM)
- **Schwimminsel** mit sich veränderndem Wasserstand (Wohninsel, Kulturinsel, Modellkommune)
- Baukultur: **Hotel in der Riesenschaufel**, attraktive & einmalige Angebote!
- **Förderbänder für Mobilität** nutzen
- Idee nach Vorbild Lausitz: **Seen mit verschiedenen Schwerpunkten** (Sport, Erholung, etc.) und auch als Forschungs-/Bildungsprojekt einen Teil sich selbst überlassen



## Ziele:



## Maßnahmen:

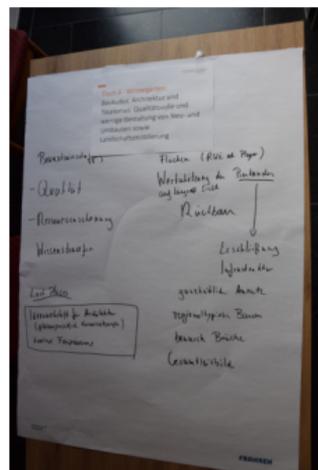


## World Café Tisch 2: Zeigen, was sich verändert: Inszenierung der Transformation im Raum

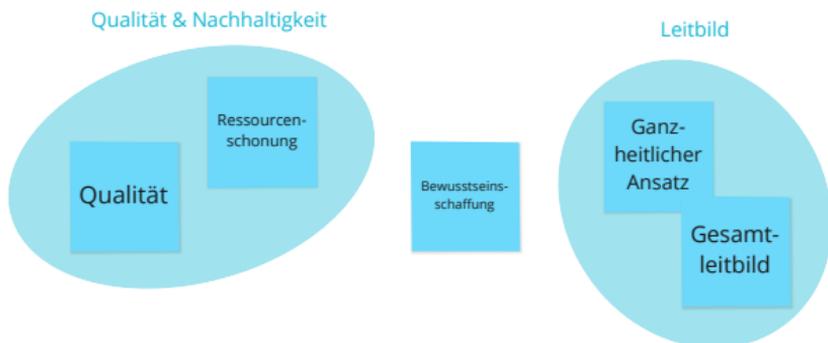
- Was sind interessante **Transformationsorte**? Tagebau-, Kraftwerksstandorte: **authentisch, kontrastreich, mit Brüchen** > durch Inszenierung nur noch ein bisschen verstärken
- Wo sind **Zukunftsorte** (die für **positiven Aspekt der Transformation** stehen)? Kann man Orte der Wissenschaft und Wirtschaft erlebbar machen? Findet man dort Botschafter, die Geschichten (authentisch) erzählen können?
- Themen: Geschichte (Geologie, Hydrologie), Industrieschwerpunkt
- USP der Region gegenüber dem Ruhrgebiet: Transformation, Landschaft neu gestalten (im Ruhrgebiet und städtischen Umfeld ist das anders)
- **Menschen mitnehmen! Botschafter, die eigene Geschichten erzählen können, Umsiedler** (kein einfaches Thema)
- Konkrete Ideen: **Verbotene Orte öffnen**, Sehnsuchtsorte schaffen, Tagebauführungen
- Kultur einsetzen
- Temporäre **Pop-up Angebote** und Übernachtungsmöglichkeiten
- Mitmach-Angebote
- Fließender Übergang zwischen Menschen in der Region und Besuchern
- **Dramaturgie und Inszenierung der Transformation brauchen gewissen Vorlauf**: an welchem Ort ist es zu welcher Zeit spannend in der Transformation (organisatorische und regionale Aufgabe, eine Art **Drehbuch** zu erstellen (gibt es in Garzweiler als "Drehbuch Tagebaufolgelandschaft"))

COMPASS INNOVATIONSLABOR

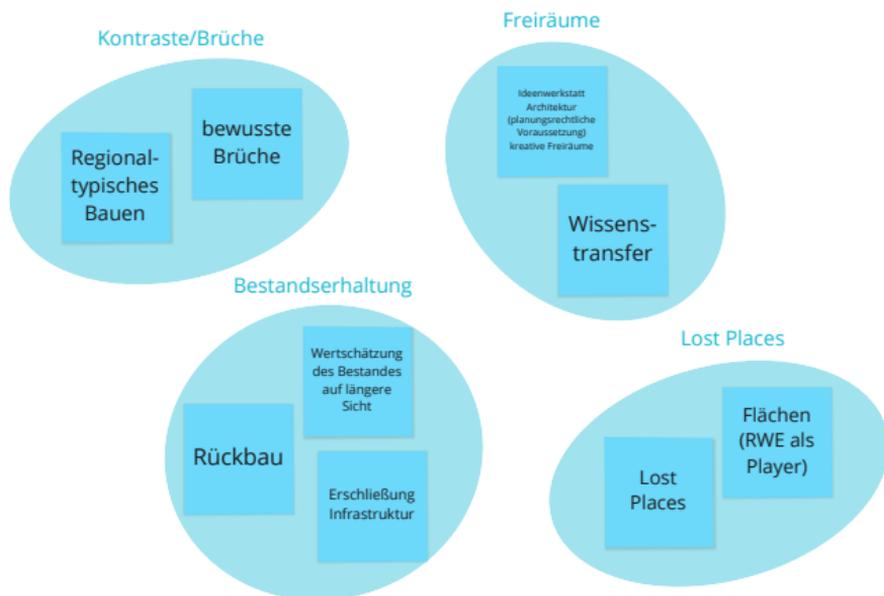
**Tisch 3 - Wintergarten:**  
Baukultur, Architektur und  
Tourismus: Qualitätsvolle und  
wertige Gestaltung von Neu- und  
Umbauten sowie  
Landschaftsmöblierung



## Ziele:



## Maßnahmen:



- Qualität und Ressourcenschonung sind die großen Herausforderungen
- Im Vordergrund und als Ziel: Die Wertschätzung des Bestandes, auch auf längere Sicht (wir können noch nicht sagen, was man mit Bestandsarchitektur in 20, 30, 40 Jahren macht).
- Erfahrungen aus anderen Transformationsprozessen haben gelehrt, wenn man schnell "abräumt" um Folgekosten zu sparen, **zerstört man viel Infrastruktur, die sich möglicherweise günstig weiterentwickeln** lässt mit entsprechenden Ideen
- Setzt voraus, dass ein **Bewusstsein geschaffen wird für Transformationsprozesse** und ein **großanglegter Wissenstransfer in der Gesellschaft** über die Prozesshaftigkeit geschieht
- Region muss erschließen: Welche Potenziale hat sie, wie sieht die Infrastruktur aus (auch von RWE), was ist davon zukünftig noch nutzbar?
- Ganzheitlicher Ansatz!
- Architektur und Qualität: **Gibt es ein regionaltypisches Bauen? Soll dies in den Vordergrund? Oder ganz bewusst Brüche setzen um mit Architektur eine Landmarke zu setzen? Landmarken sind touristisch wichtig!**
- Gesamtleitbild wäre wichtig, das für alle Player als Leitfaden gültig ist
- Lost Places: Aktuell nicht zugänglich, aber touristisch zugänglich machen
- **Auf Freiflächen planungsrechtliche Voraussetzungen schaffen für "Ideenwerkstatt Architektur"** mit Tiny Houses, 3D-Druck Häuser > experimentell! Attraktive Destination um Transformationsprozess mitzuerleben
- **kreative Freiräume in der Architektur** zum Spezifikum der Region machen



## World Café Tisch 4: "Vom Braunkohlerevier zur CO2-neutralen Destination": Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusregion

### Ziele:

#### Regionalität

regionale  
Wert-  
schöpfung

sinnstiftende  
Angebote  
sinnhaftig

nachhaltiger  
Tourismus =  
immer mehr  
Qualität

#### Naherholung

Naherholung  
-> Region/  
Rheinland zum  
größten Fan  
des RR

Attraktivität  
für kurze  
Anreisen

#### Nachhaltigkeit als Querschnittsthema

CO2-neutrale  
Strom-  
erzeugung

Ziel erreichbar  
nur mit vielen  
Akteuren aus  
verschiedenen  
Bereichen

Nachhaltige  
Region/  
Querschnitts-  
thema

CO2-neutrale  
Mobilität

Vision nachhaltige  
Region: andere  
kommen hierhin,  
um von uns zu  
lernen

### Maßnahmen:

#### Umbruch erlebbar machen

"Erlebar-  
macher"

Spannend:  
vom  
Verlust zum  
Gewinn

Inszenierung  
der neuen  
Energie-  
versorgung

Umgang mit  
dem Verlust

#### Partizipation

Betriebe und  
Gastgeber  
müssen von  
Anfang an  
mitgenommen  
werden

Generations-  
wechsel  
berück-  
sichtigen

#### Beratung/Coaching

Berater/  
Coaching-  
struktur  
aufbauen

Wertschöpfungs-  
analyse/  
Serviceketten  
analysieren

wie?  
Umsetzung  
Beratung auf  
Augenhöhe

"gehen mit  
denen die  
wollen"

Nachhaltig-  
keit  
messbar  
machen

Zeit/  
langer  
Atem

#### Kompetenzzentrum

Transfer-/  
Kompetenz-  
zentrum:

Best  
Practices

Prozesse  
anstoßen

Öffentliche  
Hand als  
Vorbild

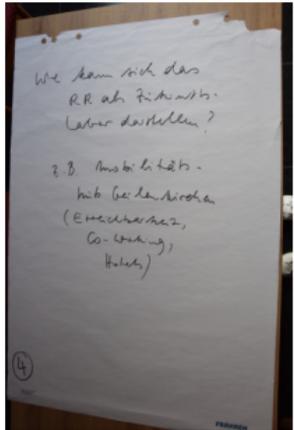
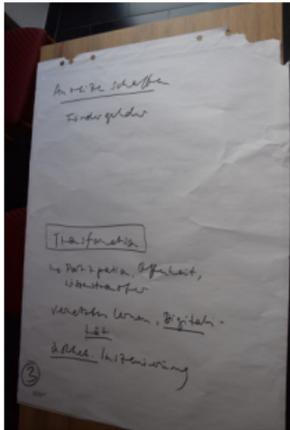
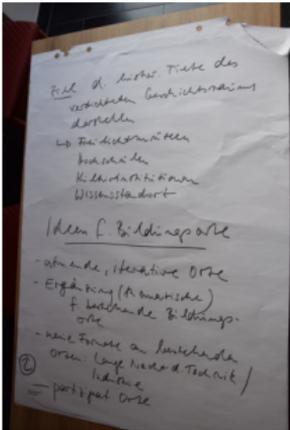
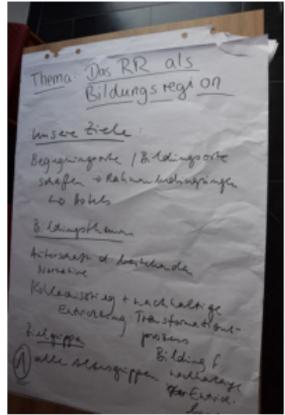
#### World Café Tisch 4: "Vom Braunkohlerevier zur CO2-neutralen Destination":

#### Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusregion

- CO2-neutrale Destination heißt auch CO2-neutrale Region, **muss von ganz vielen regionalen Akteuren gemeinschaftlich angegangen werden**, Querschnittsthema, das kann nicht alleine der Tourismus umsetzen (Mobilität, Stromerzeugung,..)
- **Wissenstransfer bieten**, auch andere Regionen werden das Ziel der CO2-Neutralität haben. Aber das RR kann und will Vorreiter sein!
- **Das RR bleibt Energieregion**: Raus aus der Braunkohle, rein in die erneuerbaren Energien
- Entsprechend inszenieren: Beispiel Metabolon (Müllhalde wurde zur Attraktion/ touristischen Landmarke)
- Nachhaltigkeit muss messbar gemacht werden
- **Nachhaltiger Tourismus bedeutet mehr Qualität**
- Inszenierung: Umgang mit Verlust (raus aus etwas, rein in etwas, die Transformation ist **Verlust und Gewinn gleichermaßen**)
- Quellmärkte: BeNeLux und Naherholung bieten großes Potenzial. Es muss nicht darüber hinaus geblickt werden, auch aus Nachhaltigkeitsgründen.
- Regionale Wertschöpfung: Angebote müssen sinnstiftend sein, dann kommen die Leute aus der nahen Umgebung automatisch.
- Maßnahmen müssen praktisch und pragmatisch sein
- **Betriebe und Gastgeber in den Prozess einbeziehen von Anfang an**
- Bei der Wertschöpfungsanalyse (der Serviceketten) müssen **Betriebe an die Hand genommen werden**, denn sie haben teilweise andere Probleme als den Betrieb CO2-neutral umzubauen > es braucht **Beratung auf Augenhöhe**, die in den Betrieben einzelfallspezifisch aktiv ist
- Generationenwechsel beachten, die Jüngeren mit Best Practice Beispielen mitnehmen und Lust machen. Wer nicht will, muss entsprechend lange "beatmet werden".
- Es braucht viele Fördergelder, **die öffentliche Hand muss Vorbildfunktion haben, die Nachhaltigkeit fordert, aber auch als gutes Beispiel vorangeht**
- Wir brauchen alle einen **langen Atem, wir stehen noch ganz am Anfang**

COMPASS COMPASSION FOR ALL

## Tisch 5 - Außenbereich: Das Rheinische Revier als Bildungsregion



## World Café Tisch 5: Das RR als Bildungsregion

### Ziele:

#### Nachhaltige Entwicklung

Bildung für nachhaltige Entwicklung

Kohleausstieg und nachhaltige Entwicklung: Transformationsprozess

#### Geschichtsraum

Ziel: die historische Tiefe des verdichteten Geschichtsraumes darstellen

Freilichtmuseen  
Hochschulen  
Kulturinstitutionen  
Wissensstandort

Wie kann sich das RR als Zukunftslabor darstellen?  
Z.B. Mobilitätshub  
Gellenkirchen  
(Erreichbarkeit, Co-Working, Hotel)

### Maßnahmen:

#### Bildungsorte / neue Formate

Begegnungsorte/  
Bildungsorte schaffen  
- Rahmenbedingungen  
- Hotels

Ideen für Bildungsorte:  
- atmende, iterative Orte  
- Ergänzung (thematisch) für bestehende Bildungsorte

Ästhetische Inszenierung

Neue Formate an bestehenden Orten: Lange Nacht der Technik/ Industrie

#### Partizipation

Transformation:  
- Partizipation, Offenheit, Wissenstransfer

Partizipative Orte

Bildungsthemen: Autorschaft der bestehenden Narrative

Vernetztes Lernen: Digitalität

Anreize: Fördergelder

## World Café Tisch 5: Das RR als Bildungsregion

- **Geschichte des Reviers erzählen, nicht erst seit Abbau der Braunkohle, sondern von der Frühzeit (Besiedlung) bis hin zur Zukunft: Den großen Bogen schlagen**
- Themen/Schlagworte: Mit Braunkohle-Archäologie beginnen, Transformationsprozess als aktuellen Status erzählen, gedanklich in die Zukunft blicken
- **Bestehende Bildungsorte nutzen und neue etablieren, ggf. auch neue Formate** (z.B. lange Nacht der Technik/Industrie, ganze neue Orte, atmende Orte, iterative Orte, die nicht stationär sind sondern an untersch. Stellen aufgebaut werden können)
- **Partizipation und Offenheit: Wissenstransfer anregen, vernetztes Lernen, Digitalität/digitale Bildung**
- Ästhetische Inszenierung nicht außer Acht lassen, bestehenden Bildungsorten Anreize geben, den Zukunftsgedanken mitzuerzählen (Fördergelder), Zukunftsthema von allen Bildungsorten erzählen lassen
- Wie kann sich das **RR als Zukunftslabor** darstellen? Leuchtturm-Beispiel: Mobilitätshub in Geilenkirchen (Zukunftsgewandte, aktuelle Darstellung des Themas Mobilität, an alle Altersklassen gerichtet). Mit ähnlichen Ansätzen/Orten im RR sowohl Kinder, Familien als auch Erwachsene an das RR binden, Attraktivität steigern, international interessant sein und Tourismus fördern

### Bürger & Unternehmer müssen von Anfang an mitgenommen werden:

- Bewusstseinsbildung
- Partizipation, Offenheit und Wissenstransfer
- Sie sind Botschafter der Region
- Ihre Geschichten sollten festgehalten und erzählt werden



### Freiräume lassen:

- um Kreativität zu fördern
- Innovative Angebote brauchen Freiraum zum Ausprobieren und Experimentieren
- Trendsport und Subkultur-Angebote müssen/dürfen nicht von oben diktiert werden sondern brauchen Raum, um sich zu entwickeln
- Lost Places und verbotene Orte haben besonderen Reiz



### Bestehende Infrastruktur (um)nutzen und bewusste Brüche erlauben:

- Infrastruktur und Bestandsarchitektur kann gut touristisch genutzt werden, mit anderen/innovativen Nutzungsformen und neuen Impulsen
- Sichert Ressourcenschonung und Wertschätzung des Bestandes
- Unterstreicht den Charakter und die Geschichte der Region, denn das "Leben mit Umbrüchen" prägt das RR



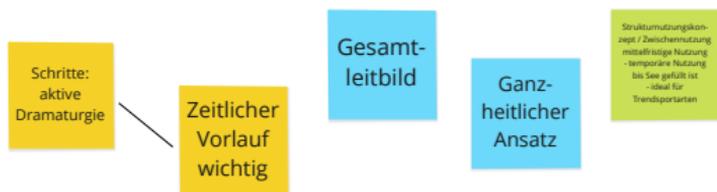
### Das RR als Zukunftslabor:

- Die Region kann eine Vorreiterrolle einnehmen
- Reallabore, in denen Zukunftskonzepte getestet werden und Raum für Experimente gegeben wird
- Es kann ein Kompetenzzentrum entstehen zum Wissenstransfer innerhalb und außerhalb der Region
- Die Freiräume und planungsrechtlichen Voraussetzungen müssen gewährleistet sein



### Gesamtleitbild:

- Es braucht einen ganzheitlichen Ansatz zur Entwicklung des RR
- Strukturnutzungskonzepte sollten Zwischennutzung umfassen
- Es muss mit Voraussicht geplant werden, wann welche Orte im Transformationsprozess besonders interessant sind (als Drehbuch für die Inszenierung)



## Workshop-Abschluss

### Eindruck von Rafael Enzler & Christian Müller (gutundgut GmbH):

- Großer Respekt vor der bevorstehenden Aufgabe!
- Sehr viele initiative Leute, gute Ideen und viele Fördertöpfe
- Es braucht **schnelle, einfache Wege, die Menschen und Ideen zu vernetzen** und die Fördergelder unkompliziert zugänglich zu machen > **Brückenbauer** können sinnvoll sein (Beispiel aus der Schweiz: <https://zukunftbureau.org/>). Dadurch entstehen die Dinge von der Basis herauf.
- Es sollten wieder "Hofnarren" eingesetzt werden, die - wie damals - den Verantwortlichen die Wahrheit sagen dürfen, genau für solche Prozesse sehr hilfreich
- Beim Blick auf die Ideenliste sollte man die **Prioritäten danach setzen, woran man am meisten Spaß hat**

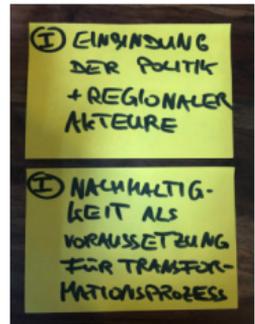
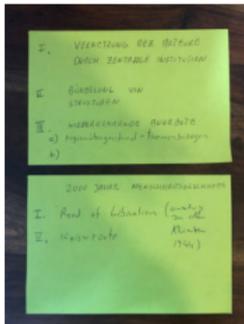
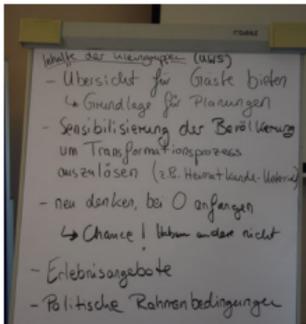


COMPASS Center for Competence in Applied Management Science

## Workshop-Phase

**Kleingruppenarbeit:** Bitte teilen Sie sich auf ca. 4 Tische auf. Ein Teilnehmer übernimmt die **Moderation**.  
 Bearbeiten Sie bitte die folgenden Fragen und dokumentieren Sie Ihre Ergebnisse:

1. Wo sehen Sie die größten **Chancen** aus dem Transformationsprozess?
2. Welche nachhaltigen **Angebote** möchten Sie entwickeln?
3. Und **was benötigen** Sie konkret zur Umsetzung?



Frage 1



Frage 2



Frage 3

Frage 1: Wo sehen Sie die größten Chancen aus dem Transformationsprozess?

Neu denken  
einfacher als  
optimieren

Nachhaltigkeit als  
Voraussetzung für  
Transformations-  
prozess

Frage 2: Welche nachhaltigen Angebote möchten Sie entwickeln?

### Edutainment & Erlebnis

Edutainment

Erlebnis-  
Hotellerie

Erlebnis-  
angebote

Technologie  
Fortschritts-  
Angebote

2.000 Jahre  
Menschheitsgeschichte  
1. Road of Liberation (analog  
zu den Alliierten 1944)  
2. Kaiserroute

Übersicht für  
Gäste bieten  
(Grundlage für  
Planungen)

Frage 3: Und was benötigen Sie konkret zur Umsetzung?

### Politischer Rahmen

Behörden  
& Politik

Einbindung  
der Politik +  
regionaler  
Akteure

Politische  
Rahmen-  
bedingungen

Zukunfts-  
orientierte  
Ausbildung

### Sensibilisierung & Vernetzung

Sensibilisierung der  
Bevölkerung um  
Transformationsprozess  
auszulösen (z.B.  
Heimatkunde-Unterricht)

1. Vernetzung der Akteure durch  
zentrale Institution  
2. Bündelung von Strukturen  
3. Wiederkehrende Angebote  
(regionsübergreifend-  
themenbezogen)

## Ergebnisse der Kleingruppen-Arbeit

### Gruppe 1:

- Die Chance der **Nachhaltigkeit muss eigentlich irgendwann eine Verpflichtung** sein > dafür braucht es die politischen Vorgaben und Regelungen
- Dafür braucht es die **Einbindung der Politik und regionalen Akteure**, die auf Augenhöhe an einem Tisch zusammenkommen und sprechen
- Die Zukunftsagentur könnte zentraler Ansprechpartner sein und großen Überblick liefern über alle Themen und Partner im Revier
- Nachfrageseite: Es bräuchte eine **Online-Plattform**, die eine breite (nachhaltige) **Angebotsvielfalt bündelt** und den Gästen gut bebildert darstellt (Grundlage um Gäste z.B. nach einer Bustour zu den Tagebauen in der Region zu behalten).

### Gruppe 2:

- **Sensibilisierung der Bevölkerung** (besonders bei jenen, die sich nicht aktuell damit beschäftigen): Der **Transformationsprozess muss greifbar gemacht werden**, um einen konkreten Anpack zu bekommen, angefangen beim **Heimatkunde-Unterricht, der den Strukturwandel vermitteln sollte**.
- Daraus entstehen dann die Synergien

### Gruppe 3:

- Größte Chance besteht darin, einfach mal **komplett neu zu denken** und bei Null anzufangen. Das haben viele andere Destinationen nicht.
- Angebote: Edutainment, Erlebnis-Hotellerie/Gastronomie, **erlebnisorientierte Angebote**
- Was wird benötigt: In Politik und Behörden muss neu gedacht werden, **damit ergebnisoffener geplant werden darf**, nicht immer bis ins kleinste Detail durchgeplant, sondern agiler
- Jetzt schon müssen die **Fachkräfte für die Zukunft** ausgebildet werden, den jungen Menschen muss die Hotellerie/Gastronomie schmackhaft gemacht werden

### Fazit:

- **Wir müssen offen denken, aufeinander zugehen und miteinander reden**
- **Es braucht Vernetzung an allen Enden**
- **Wir stehen noch ganz am Anfang eines großen Prozesses**