

# **Auftaktreffen Kulturnetzwerk Barmen**

## Impulspräsentation

Dienstag, 14. Juni 2022

Concordia Barmen



# BARMENURBAN

*Büro für Innenstadtentwicklung*

Wir arbeiten im Auftrag der Stadt Wuppertal als Innenstadtmanagement für die Erneuerung von Barmen im Rahmen der Umsetzung des sog. Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzepts Barmen (ISEK).



INTEGRIERTES STÄDTEBAULICHES ENTWICKLUNGSKONZEPT

# ISEK INNENSTADT BARMEN

AKTUALISIERUNG APRIL 2019



STADT WUPPERTAL / RESSORT STADTENTWICKLUNG UND STÄDTEBAU



**BARMENURBAN**

Büro für Innenstadtentwicklung

## Stärken

- Nordbahntrasse als neuer öffentlicher Raum für Freizeitaktivitäten mit Potential auch für kulturelle Veranstaltungen liegt nur 150 Meter von der Innenstadt entfernt
- räumliche Nähe von Historischem Zentrum, dem Engelshaus/-garten, der Oper, der Kleinen Spielstätte und dem Barmer Bahnhof als Schwerpunkt der Kulturachse Barmen zur City und Nordbahntrasse
- zahlreiche kulturelle Angebote vorhanden: Historisches Zentrum, Oper, Theaterspielstätten, Haus der Jugend, Kontor 91, kirchliche Einrichtungen, hochwertige und erfolgreiche Veranstaltungen (z.B. Choccol-ART Festival, Kultursommer Barmen, ...)

## Schwächen

- fehlende Ergänzung des kulturellen Angebots (z.B. Kino, Galerien, Ateliers)
- ausbaufähige Vermarktung des Kulturstandortes

## Fazit

Die kulturellen Einrichtungen sind ein wesentlicher Bestandteil der Innenstadt Barmen und ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal Barmens. Es ergeben sich aber noch keine starken Wechselwirkungen zum Einzelhandelsstandort oder zum Tourismus im Gesamtgebiet. Die kulturellen Einzelstandorte sind sozusagen attraktiver und bekannter als ihr Gesamtumfeld.

(Auszug aus dem ISEK Innenstadt Barmen, Aktualisierung v. April 2019)



## Barmen als Marke

„Barmen begeistert“ ist seit 2021 der offizielle Slogan für Barmen. Im Sinne einer sog. Dachmarke lassen sich darunter jegliche Einzelthemen, mit denen Barmen positiv wahrgenommen wird, bewerben.

Das dazugehörige Logo steht allen Barmer Akteur\*innen und Institutionen zur Verwendung in deren eigenen Marketingmaßnahmen zur Verfügung.

Beispiel für den Markenauftritt im  
Zusammenhang mit dem Thema Kultur:



**Mit kultureller Vielfalt**



## KULTURTEPPICHBARMEN

in Vorbereitung:

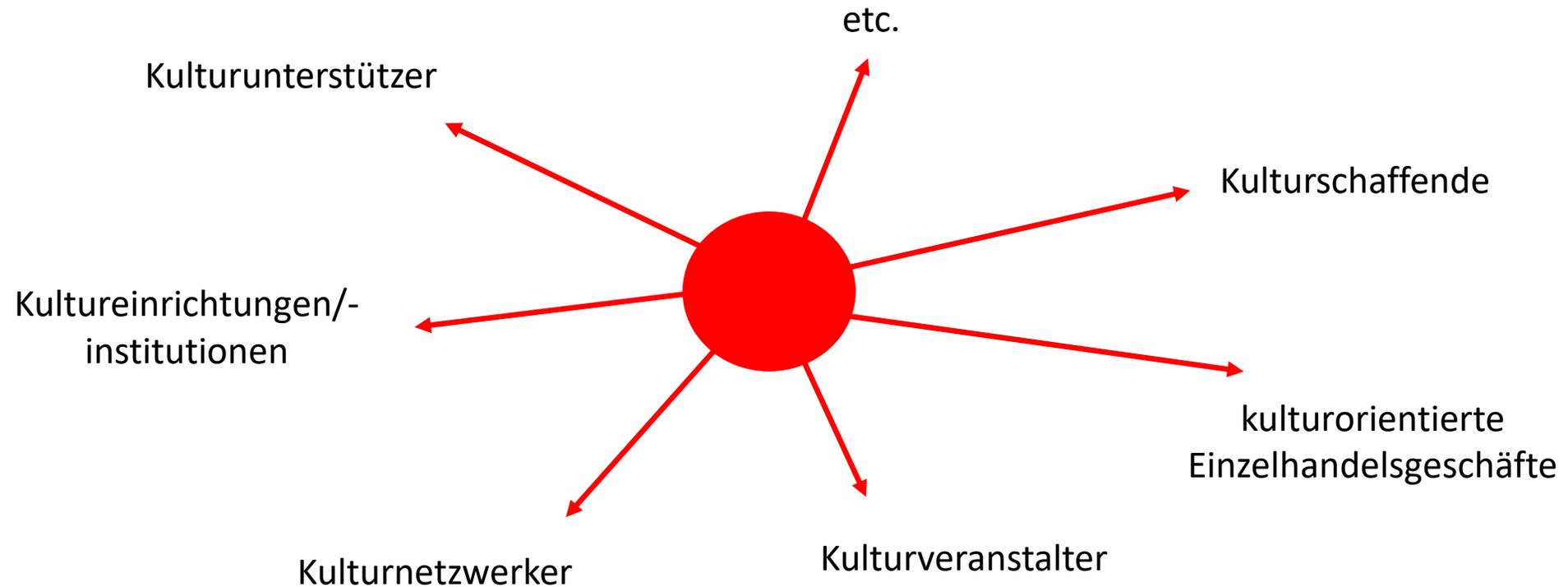
### **der Werth als neuer KULTUR TEPPICH**

- > zukünftige Gestaltung angelehnt an die textilindustrielle Geschichte Barmens mit dem Schwerpunkt Teppichproduktion
- > der öffentliche Raum soll zukünftig mehr als bisher für kulturelle Aktionen nutzbar gemacht werden

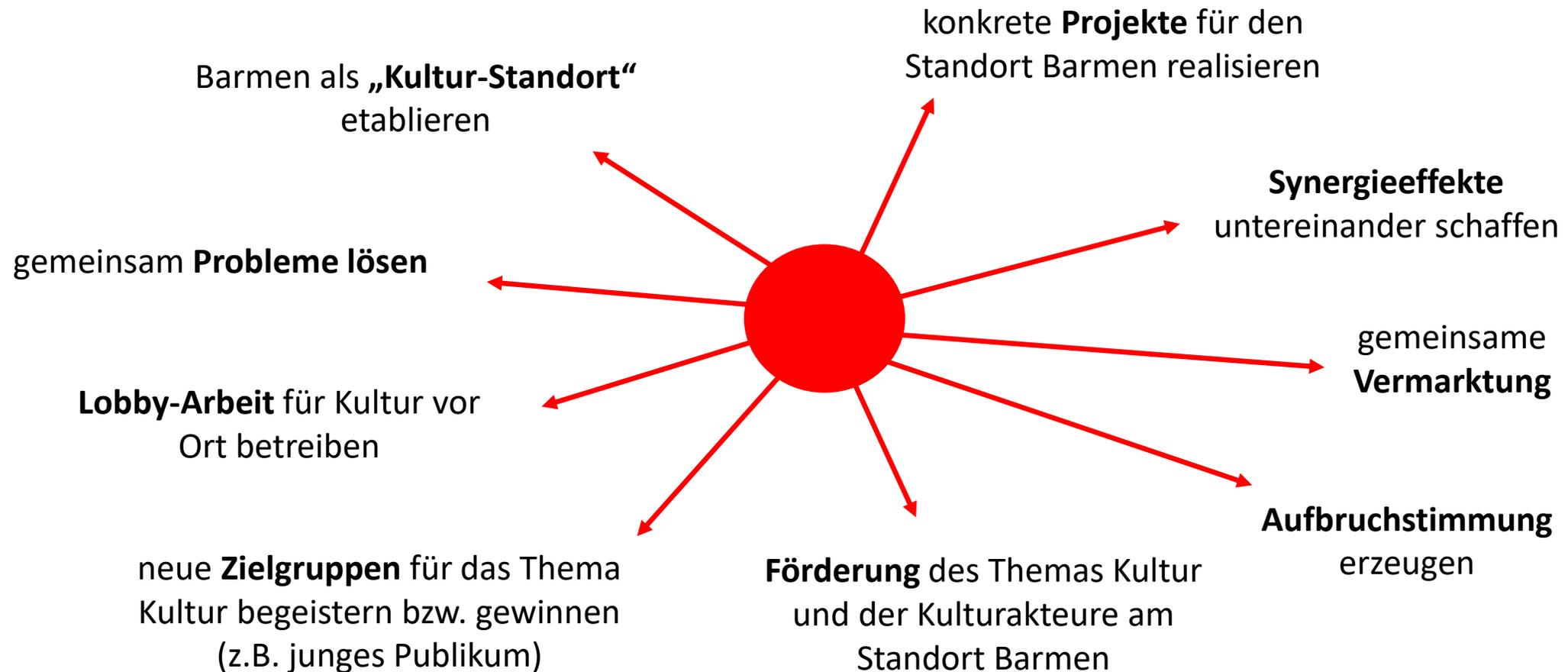


in Vorbereitung:  
**der Werth als neuer KULTUR TEPPICH**

# Einladungskreis Kulturnetzwerk Barmen



# Netzwerk-Ziele und -Inhalte (Beispiele)

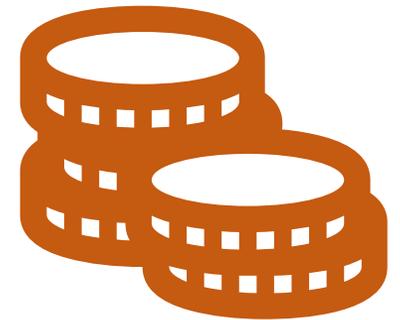


## Projektideen (Beispiele)

- > gemeinsame Werbemaßnahmen
- > Gestaltung Barmer Kulturadvent
- > Kultur im Leerstand (als Zwischennutzung oder PopUp-Aktionen)
- > etc.

## „Sofort-Chance“ bis Ende 2022: Fördermittel-Nutzung

- > sog. „Verfügungsfonds Innenstadt“
- > z.B. für Anschaffung von Equipment für das Thema „Kultur in der Innenstadt“  
(z.B. Anschaffung einer mobilen Konzertmuschel zur Bespielung von Plätzen)
- > 50%ige Förderung
- > Entscheidung zur Projektförderung durch heterogen besetzten „Innenstadt-Beirat“
- > notwendig: Antragsteller\*in & Financier für 50% Eigenanteil
- > Ansprechpartner bei Interesse: BarmenUrban



**Kontakt:**

BarmenUrban

Werth 94

42275 Wuppertal

Tel.: 0202 / 94 79 50 23

E-Mail: [team@barmen-urban.de](mailto:team@barmen-urban.de)

[www.barmen-urban.de](http://www.barmen-urban.de)

Das Vorhaben wird im Rahmen des Bund-Länder Programms „Lebendige Zentren“ aus Mitteln des Bundes, des Landes NRW sowie der Stadt Wuppertal finanziert.



Ministerium für Heimat, Kommunales,  
Bau und Gleichstellung  
des Landes Nordrhein-Westfalen

