

# Pirmasens: Eine Stadt in Bewegung

von Rolf Schlicher, Stadtmarketingkoordinator und Geschäftsführer Dynamikum

*Um eine Stadt aus ihrem Dornröschenschlaf zu wecken, bedarf es mehr als das Engagement eines Einzelnen. Die Pirmasenser haben es geschafft; Der Weckruf ertönte im April 2008 mit der Eröffnung des ersten Science-Centers in Rheinland-Pfalz.*

Das moderne Mitmachmuseum Dynamikum lädt Groß und Klein sieben Tage die Woche zum spielerischen Ergründen naturwissenschaftlicher Phänomene rund um das Thema Bewegung ein. Dort stellen Besucher die Frage, wieso sich denn überhaupt etwas bewegt? Und warum genau so und nicht anders? Der außerschulische Lernort befindet sich in der einst größten Schuhfabrik Europas, dem Rheinberger. Auf der rund 4.000 qm großen Ausstellungsfläche, die sich auf zwei Stockwerke verteilt, laden acht Themenbereiche mit mehr als 150 Experimentierstationen dazu ein, selbst aktiv zu werden und diese und andere Fragen zu ergründen.

## **i** Kommentar von: Bernhard Kehrer, studio klv

„Der besondere Reiz und die Herausforderung in der Projektentwicklung war es, mit dem Dynamikum eine Besucherattraktion zu entwickeln, die einzigartig und als Besuchermagnet überregional attraktiv ist, aber auch ganz stark in der Region verwurzelt ist und dort positive Identifikation schafft. Schließlich sollte das Dynamikum nicht nur ein erlebnisreicher Ort des Experimentierens und Lernens werden, sondern auch eine zentrale Rolle im Stadtmarketing und in der Stadtentwicklung spielen. Ein Glücksfall war für uns das Areal der ehemaligen Schuhfabrik Rheinberger: Hier konnten wir ein Symbol des jahrzehntelangen Niedergangs der Region durch die Ankerung „Dynamikum“ in einen Leuchtturm verwandeln, der jetzt nach innen und außen Impulse für die positive Entwicklung von Stadt und Region gibt.“



studioklv

Bernhard Kehrer, Geschäftsführer Konzeption beim Projektentwickler und Planer des Dynamikum  
[www.studioklv.de](http://www.studioklv.de)

## Identifikationssymbol gesucht und gefunden

Rund fünf Monate nach Eröffnung stimmen sowohl die Resonanz aus der Bevölkerung als auch die Besucherzahl (bis Mitte August 2008: ca. 33.000 Gäste) rundum positiv. Das Projekt ist eine einmalige Chance für die Stadt Pirmasens, die nicht nur den Abbau von mehr als 20.000 Arbeitsplätzen in der lokalen Schuhindustrie zu verkraften hatte, sondern darüberhinaus auch den Abzug amerikanischer Streitkräfte in den neunziger Jahren. Für den Oberbürgermeister von Pirmasens stand fest: Was Pirmasens braucht, sind neue Identifikationssymbole. Vor diesem Hintergrund wurde seit 2002 intensiv an dem Stadtentwicklungs- und Konversionsprojekt sowie dem Dynamikum gearbeitet. Als Impulsprojekt entwickelte sich der Rheinberger zum Kernstück in der erfolgreichen Bewerbung um die Fördermaßnahme Stadtumbau West. Zu den größten Herausforderungen in der Stunde Null gehörte die Finanzierung von rund 5,8 Mio. Euro für die Museumseinrichtung und die innovativen Exponate. In einem gemeinsamen Kraftakt des Landes, der Stadt sowie vielen Spendern, Sponsoren (überwiegend aus der regionalen Wirtschaft) und Stiftungen gelang es diese zu bewältigen.

## Von Anfang an auf Identifikation gesetzt

Ein entscheidender Schritt in der Projektentwicklung war die grundlegende thematische Ausrichtung und Positionierung, die die Stadt Pirmasens mit den Projektentwicklern und Planern vom Berliner Büro studio klv erarbeitete. Als zentrales Thema mit hoher lokaler Relevanz und überregionaler Strahlkraft wurde das Motiv „Bewegung“ gewählt. In der einstigen Garnisonsstadt waren Bewegung und Schuhproduktion seit jeher fest verwurzelt, und das sollte auch weiterhin so

*Rheinberger - die einstmals größte Schuhfabrik Europas wurde zum ersten Science Center in Rheinland-Pfalz*



Foto: Stadarchiv



Foto: Axel Klein | dogrephoto.com



Foto: Sabine Reiser



Fotos (3): axl.klein | dogtreipix.com



bleiben. Studio klv legte von der Konzeption über die Planung bis hin zur Realisierung besonderes Augenmerk auf Authentizität und starke Bezüge zur regionalen Identität. Beispielsweise übernahmen lokale Firmen das Sponsoring besonderer Exponate und Einwohner hatten bereits im Vorfeld der Eröffnung die Gelegenheit sich zu beteiligen, z.B. bei dem Wettbewerb zur Namensfindung über die lokale Presse oder direkt bei der Produktion. Wo es nur ging, wurden Pirmasenser integriert.

### Wertvolle Impulse für die gesamte Region

Die gelungene Konversion des Rheinbergers war ein erster wichtiger Schritt, Pirmasens zu neuer Lebendigkeit zu verhelfen. Das Dynamikum hat zur Entstehung von mehr als 30 Arbeitsplätzen geführt und die Revitalisierung weiterer Investitionen angeregt. Dies spiegelt sich u.a. an der erfolgreichen Vermietung des Gesamtkomplexes wieder: zwei Zeitungsredaktionen, eine Werbeagentur, verschiedene Dienstleister, Ärzte und Gastronomen haben sich bereits angesiedelt. Ebenso liegen die Besucherzahlen schon jetzt über den Erwartungen. Mit Ideenreichtum und Engagement hat sich die Stadt immer wieder neu erfunden und verfügt daher heute über beste Aussichten, zum touristischen Zentrum der Westpfalz zu werden. Schon heute zeigt sich, wie stark die touristischen Konzepte greifen und wie vielseitig der Nutzen für die Stadt ist. In der Außendarstellung verzeichnet Pirmasens einen deutlichen Imagegewinn und auch der Einzelhandel verspürt durch die Besucher von außerhalb einen sichtlichen Aufschwung. Und auch im Sinne kommunaler Identität, hat das Konversionsprojekt bei den Bürgern von Pirmasens zu einer positiveren Sichtweise auf „ihr“ Pirmasens geführt; Ein Pirmasens für das es sich lohnt mit anzupacken und zu gestalten, ein Pirmasens auf das man stolz sein kann. ■

#### **i** Kontakt

Rolf Schlicher, Stadtmarketingkoordinator  
und Geschäftsführer Dynamikum  
Im Rheinberger  
Fröhnstraße 8  
66954 Pirmasens  
www.dynamikum.de



## Standpunkt



von Michael Karutz,  
CIMA Beratung + Management GmbH, Köln

*Der unerschütterliche Glaube an Visionen und deren Umsetzung muss erlaubt sein. Und das gilt umso mehr, wenn Authentizität und individuelle Profilierung gelungen sind.*

*Das Beispiel Dynamikum Pirmasens sollte Schule machen. Identitätsstiftende Standorte können Zukunftskapital für ganze Regionen sein. Ich möchte nachdrücklich alle handelnden Akteure in Städten und Gemeinden ermutigen, ihre authentischen und identitätsstiftenden Projektideen zu entdecken. Manchmal sind diese offensichtlich in Form von industriellem und kulturellem Erbe, oftmals gelingt es erst durch Perspektivwechsel oder Hinweise von außen strategische Entwicklungsimpulse zu erkennen. In Pirmasens verknüpfte sich das historische Erbe des „Fabriksschlösses“ Rheinberger als nicht zu übersehende städtebauliche Dominante mit der Chance, die Metamorphose der Nutzungen im Gebäude als Teil strategischer Stadtentwicklungspolitik zu begreifen. Allmählich setzt sich mit dem Symbol Rheinberger die Erkenntnis durch, dass Pirmasens sich auf die touristische Landkarte setzen kann. Die in der Vergangenheit allseits verbreitete Skepsis in Bezug auf zukünftige wirtschaftliche Entwicklungspotenziale der Stadt beginnt zu weichen. Das Abschöpfen identitätsstiftender Potenziale fördert die Kommunikation nach innen und außen.*

*In Pirmasens wurde die konsequente Umsetzung des Leuchtturmprojektes Rheinberger in ergänzende Stadtentwicklungsstrategien zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels eingebunden. Verlängerte Aufenthaltsdauer in der Stadt wird den Imagewandel zum Positiven beschleunigen.*