

BESCHLUSSVORLAGE V0026/24 öffentlich	Vorstand Rosenfeld, Georg, Prof. Dr. Telefon 3 05-30 00 Telefax 3 05-30 19 E-Mail ifg@ingolstadt.de Datum 08.03.2024
--	---

Gremium	Sitzung am	Beschlussqualität	Abstimmungs- ergebnis
IFG Ingolstadt AöR, Verwaltungsrat	18.03.2024	Bekanntgabe	
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften und Wirtschaft	19.03.2024	Bekanntgabe	
Stadtrat	10.04.2024	Bekanntgabe	

Beratungsgegenstand

Abschlussbericht Inszenierung Frankenstein/Gamification und Umsetzungskonzept der IFG

Antrag:

1. Der Abschlussbericht zur Inszenierung des Themas Frankenstein in Ingolstadt wird bekannt gegeben.
2. Der Umsetzungsplan der IFG im Rahmen ihres Wirtschaftsplans 2024 mit Gesamtkosten von TEUR 232 wird bekannt gegeben.
3. Verwaltung und IFG prüfen Verortungsmöglichkeiten eines möglichen Frankenstein-Erlebnis zentrums alternativ zur Wunderlkasematte.
4. Verwaltung und IFG entwickeln gemeinsam mit geeigneten privatwirtschaftlichen Partnern einen konkreten Vorschlag für ein jährlich wiederkehrendes, überregional attraktives Frankenstein-Festival um den 30. August, beginnend ab 2025.

Prof. Dr. Georg Rosenfeld
Vorstand

Norbert Forster
Vorstand

Sachvortrag:

Der IFG Ingolstadt AöR wurde im Dezember 2021 die Aufgabe übertragen, ein touristisches Konzept zur Vermarktung des Themas „Frankenstein in Ingolstadt erleben“ mit Vertiefungsschwerpunkt Wunderl-Kasematte zu entwickeln (siehe V1000/21). Im Rahmen eines deutschlandweiten Ausschreibungsverfahrens sollte eine Fachagentur mit der Ausarbeitung eines Inszenierungs- und touristischen Vermarktungskonzepts beauftragt werden. Dieses Konzept sollte darüber hinaus Vorschläge enthalten, wie die Wunderl-Kasematte denkmalschonend als ein Ort inszeniert werden kann, um Frankenstein in Ingolstadt erlebbar zu machen.

Das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen hat 2022 ein Förderprogramm zur Belebung von Innenstädten aufgelegt. Das Stadtplanungsamt hat sich u.a. mit der Erstellung des touristischen Frankenstein-Konzeptes für die Aufnahme in dieses Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ beworben und den Zuschlag erhalten. Die Stadt erhielt damit einen Zuschuss für die Konzeptentwicklung in Höhe von 75 % der förderfähigen Kosten und hat diesen an die IFG Ingolstadt AöR zur Umsetzung der Konzeptentwicklung weitergeleitet (V0283/23).

Die IFG hat daraufhin die Konzeptentwicklung im Rahmen einer beschränkten Ausschreibung mit Teilnehmerwettbewerb deutschlandweit ausgeschrieben. Anhand der eingereichten Grobkonzepte hat eine Jury die Siegeragentur St. Elmo's Tourismusmarketing aus München ausgewählt. In einer siebenmonatigen Projektphase hat sie konkrete Maßnahmen zur Inszenierung des Themas Frankenstein unter Einsatz von Gamification-Elementen entwickelt, Nutzungsszenarien für die Wunderl-Kasematte konzipiert sowie technische Rahmenbedingungen für die Nutzung von Künstlicher Intelligenz für das Standortmarketing und den Tourismus gesetzt. Der vorliegende Bericht (s. Anlage) basiert auf den Ergebnissen dieser Arbeit, ergänzt um einige weitergehenden Überlegungen.

Die folgenden beiden Grundgedanken sind für die Einordnung des Frankenstein-Konzepts wichtig:

1. Das Konzept steht nicht im Widerspruch oder im Wettbewerb zu in Ingolstadt bestehenden privaten Initiativen zur Vermarktung der Frankenstein-Geschichte. Bestenfalls bietet das Konzept eine Ergänzung bzw. einen Rahmen und eine Plattform zur Bespielung des Themas in unterschiedlichen Facetten. Daher gibt es auch nicht *die eine* offizielle Repräsentation Frankensteins bzw. der von ihm geschaffenen Kreatur. Unterschiedliche Darstellungsformen haben ihre jeweils eigene Berechtigung.
2. Frankenstein ist nicht *das* dominante Thema der Vermarktung der Tourismus-Destination Ingolstadt, schon gar nicht ist es Teil der Identität der Stadt. Eine Reduktion auf Frankenstein wird aus touristischer Marketingsicht nicht empfohlen. Vielmehr ist Frankenstein eines von mehreren Motiven, die sich unter dem Begriff „Geheimnis“ im Sinne sowohl von „geheimnisvoll“ als auch „geheim/unbekannt“ zusammenfassen lassen. Hierzu zählen die Illuminaten, die Landesfestung mit ihren zahlreichen Geschichten, die Verbindung Ingolstadts zu Frankreich, das Bayerische Reinheitsgebot für Bier oder die Person des Doktor Faustus als reales Vorbild für die Faust-Figur im weltbekannten Roman von Goethe. Das vorliegende Konzept nimmt darauf Rücksicht, indem zum einen die vorgestellten digitalen Konzepte über die Darstellung der Frankenstein-Geschichte hinaus Anwendungen finden können. Zum anderen wird im Fazit als erzählerischer Rahmen und perspektivisch auch als physischer Erlebnisort das sogenannte „Haus der Geheimnisse“ definiert, in dem das Frankenstein-Motiv neben anderen geheimnisvollen Geschichten präsent ist.

Inszenierung „Frankenstein in Ingolstadt“

Das Inszenierungskonzept Frankenstein steht auf vier Säulen:



Hybrides Storytelling

Das sogenannte „Hybride Storytelling“ beschreibt die Gestaltung realer Orte unter dem Einsatz von digitalen Technologien wie Künstlicher Intelligenz und Augmented Reality (Erweiterter Realität) zu einem Erlebnis vor Ort. Konkret wird ein dezentraler Ansatz von über die Stadt verteilten digitalen Angeboten verfolgt, die für Nutzer individuell kombinierbar und erlebbar sind. Vorteil des dezentralen Ansatzes ist die Möglichkeit der schrittweisen Umsetzung. Die jeweiligen Angebote funktionieren in ihrer Gesamtheit als digitale Erlebnistouren, sind von den Nutzern und Nutzerinnen aber auch als isolierte Stationen erlebbar. Zunächst soll das Thema Frankenstein prototypisch an einem definierten Ort umgesetzt werden. Mittelfristig soll ein Portfolio digitaler Angebote zu verschiedenen Themen aufgebaut werden, z.B. zu den Illuminaten (Jubiläumsjahr 2026) und zur Festung (Jubiläumsjahr 2028).

Physischer Ort

Um die Innenstadt zu beleben und Frankenstein mit hoher Strahlkraft zu vermarkten, bedarf es auch aus Sicht der Tourismusexperten von St. Elmo's eines zentralen Ortes innerhalb der Altstadt. Ein Erlebniszentrum Frankenstein könnte eine interaktive, multimedial unterstützte Ausstellung beinhalten, die sich auf Mary Shelleys berühmten Roman, seine historischen und wissenschaftlichen Bezüge sowie seine kulturellen Auswirkungen konzentriert. Ein solches Zentrum würde nicht nur die Geschichte des Romans und seine Verbindung zu Ingolstadt beleuchten, sondern auch die darin angesprochenen zeitlosen Themen wie Ethik in der Wissenschaft, die Natur des Lebens und die Grenzen menschlicher Schöpfungskraft.

Für die Verortung eines solchen Erlebniszentrums in der Wunderkasematte werden drei verschiedene Szenarien aufgezeigt. Allen Szenarien ist gemein, dass in den Innenhof eine isolierte Struktur installiert wird, die nicht mit der umliegenden Bausubstanz verbunden wird. Im einfachsten Szenario ist dies eine Installation von multimedialen Spiegeln, im mittleren Szenario eine begehbare Pyramide („Pyramide der Geheimnisse“) und im größten Szenario ein über die Gebäude hinausragender begehbare Turm („Wunderturm“). Für die Umsetzung der drei Szenarien werden Investitionsmittel in Höhe von 960.000 €, 1.740.000 € und 5.020.000 € abgeschätzt. Mindestens das größte Szenario erfordert auch die Integration zusätzlicher Infrastruktur (Toiletten, Büro/Atelier, Shop/Café) in die vorhandene historische Bausubstanz. Sofern hierfür der Westflügel hergerichtet wird, sind zusätzliche Kosten von ca. 2.500.000 € zu kalkulieren.

Unabhängig von den nicht unerheblichen Kosten einer Umsetzung hat die Nutzung der Wunderkasematte für touristische Zwecke allerdings gravierende Nachteile. Insbesondere die Lage abseits des Stadtzentrums und die umliegende Wohnbebauung sprechen - neben den fehlenden historischen Bezügen zu Frankenstein – gegen die Nutzung der Wunderkasematte, so dass aus Sicht der IFG Alternativen der physischen Verortung eines Erlebniszentrums zu eruieren sind.

Frankenstein-Festival

Am 30. August findet jährlich der Frankenstein-Tag an Mary Shelleys Geburtstag statt. Dieser Anlass soll genutzt werden, um stufenweise ein Frankenstein-Festival mit überregionaler Anziehungskraft zu etablieren. Das Konzept ist eine vielfältige Mischung aus kulturellen, wissenschaftlichen und unterhaltenden Veranstaltungen, die sowohl die historischen Aspekte von Mary Shelleys Roman als auch dessen moderne Interpretationen und Relevanz beleuchten.

Frankenstein-Shop

Ingolstadt hat bereits lokale Angebote und Produkte im Zusammenhang mit Frankenstein. Der Frankenstein-Shop soll diesen Produkten eine Plattform bieten. Angereichert wird der Shop mit einer kuratierten Auswahl internationaler Frankenstein-Souvenirs. Der aktuellen Produktstrategie in der Tourist Information folgend entwickelt die IFG ergänzend eine limitierte Frankenstein-Kollektion mit fair produzierten Artikeln. Perspektivisch kann der Shop in das Erlebniszentrum Frankenstein umziehen und dessen Inhalt aufgreifen und erweitern. Ein solcher Shop könnte nicht nur als Souvenirladen dienen, sondern auch als eigenständige Attraktion, die Besucher aus aller Welt anzieht. Auch eine mögliche Dependence im Ingolstadt Village ist denkbar.

Kampagne: „Es kommt zurück“

Vermarktet werden die Angebote zum Thema Frankenstein unter dem Motto „Es kommt zurück“. Auch wenn Victor Frankenstein selbst aus Genf in der Schweiz stammte, so ist seine Kreatur, das weltberühmte „Frankenstein-Monster“, doch ein waschechter Ingolstädter. Während Frankenstein am Ende des Romans in der Arktis den Tod findet, bleibt das Schicksal seiner Kreatur unbestimmt. 200 Jahre später schließt sich der Kreis: Das Monster kehrt in seine Heimat zurück, dorthin, wo es das Licht der Welt erblickt hat: Nach Ingolstadt. Im Rahmen einer Marketingkampagne werden Gäste und Ingolstädterinnen und Ingolstädter von der Ankunft Frankensteins Monster berichten und jeden spüren lassen: Das Monster lebt. Es ist unter uns.

Umsetzungsvorschlag

Vor dem Hintergrund der aktuellen Haushaltssituation schlägt die IFG vor, das umfangreiche Konzept zunächst in Teilen und stufenweise wie folgt umzusetzen.

Hybrides Storytelling: Die Entwicklung eines digitalen Frankenstein-Erlebnisses für Smartphone-Nutzer unter Einsatz von Augmented Reality und Künstlicher Intelligenz soll prototypisch an der Hohen Schule und an der Alten Anatomie erfolgen. Besucherinnen und Besucher tauchen ein in einen Tag im Leben Victor Frankensteins zu seiner Zeit an der Universität Ingolstadt. Auf dem Vorplatz der Hohen Schule und vor der Alten Anatomie verwandeln sich die Perspektiven per Blick durch die Smartphone-Kamera. Die Fassaden werden graphisch überblendet oder graphische Elemente in die Perspektive eingefügt. Nutzerinnen und Nutzer erhalten Einblicke in den Hörsaal der damaligen Zeit mit Victor Frankenstein im Plenum, sein Büro als Professor und die nächtlichen Experimente in seiner dunklen Wohnung. In die Inszenierung einbezogen werden das Hauptgebäude der Hohen Schule, das Georgianum und ein umliegendes Wohnhaus. Vor dem Hauptgebäude der Alten Anatomie blicken die Besucherinnen und Besucher in eine historische Szene aus dem Seziertheater, in dem sich Victor Frankenstein sein praktisches Wissen über die menschliche Anatomie aneignet.

Begleitet werden die Nutzerinnen und Nutzer durch Victor Frankenstein selbst. In Form einer KI-Interaktion über den gewohnten Messenger-Dienst kann man mit Victor kommunizieren und erhält Informationen und Hintergrundgeschichten zu den verschiedenen Sehenswürdigkeiten und Handlungen seine Zeit in Ingolstadt.

Für die Entwicklung dieses digitalen Angebots sind Mittel in Höhe von 160.000 € vorgesehen, die im Wirtschaftsplan 2024 der IFG abgebildet sind. In den Folgejahren sollen ähnliche digitale Angebote für weitere Themen (z.B. Illuminaten, Festung, Dr. Faustus) entstehen.

Physischer Ort: Die Einrichtung eines Frankenstein-Erlebniszentrum wird zurückgestellt. Da die Szenarien zur Nutzung der Wunderkasematte nur bedingt überzeugen, soll eine alternative Verortung gemeinsam mit der Stadtplanung geprüft werden. In einem darauffolgenden Schritt wäre dann auch ein konkretes Betreibermodell zu entwickeln.

Frankenstein-Festival: In 2024 wird am Frankenstein-Tag (30. August) zunächst ein low-budget-Happening mit einer spektakulären Aktion geplant, das in den folgenden Jahren in Kooperation mit dem Kulturreferat (Feste und Märkte) und privatwirtschaftlichen Akteuren zu einem jährlich wiederkehrenden Festival ausgebaut wird. Für 2024 werden hierfür Mittel der IFG in der Größenordnung von 10.000 € eingesetzt.

Frankenstein-Shop: Die IFG baut zunächst in der Tourist Information in Kooperation mit lokalen Partnern ein Frankenstein-Sortiment auf.

Marketing-Kampagne: Die IFG wird aus ihrem im Wirtschaftsplan 2024 genehmigten Marketing-Budget eine Summe von 62.500 € für eine Frankenstein-Kampagne unter dem Motto „Es kommt zurück“ einsetzen. Vorgesehen ist eine Mischung aus konventioneller Werbung (Plakatwerbung, Busfolierung) und Social Media-Marketing einschließlich Influencer-Formaten.

Maßnahmen in Folgejahren werden in die Haushaltsanmeldung eingebracht bzw. im Einzelfall zur Projektgenehmigung vorgelegt.

Anlage

Umsetzungskonzept