



## **Botschaft des Stadtrates an den Gemeinderat**

121651 / 584.10

## **Teilprojekt Gaststadt/Zentrumsstadt Positionierung; Projekt "CURIA URBANA"**

### **Antrag**

Der Stadtrat wird beauftragt, zur Umsetzung des Projekts "CURIA URBANA" 2020/2021 Fr. 50'000.-- in das Budget 2020 aufzunehmen und einen Nachtragskredit freizugeben.

### **Zusammenfassung**

An seiner Sitzung vom 21. November 2019 hat der Gemeinderat vom Werkstattbericht des Stadtrates zur Positionierung der Stadt Chur Kenntnis genommen. An der gleichen Sitzung hat er zudem den Stadtrat im Rahmen der Botschaft "Gaststadt; Kultur Events Sport" beauftragt, die Umsetzung des Auftrags betreffend Kultur und Tourismus anzupacken. Die vorliegende Botschaft verfolgt das Ziel, die Positionierung in den Bereichen Gaststadt und Zentrumsstadt zu schärfen. Mit dem Mühleturm-Projekt wurde im Jahr 2018 das grösste Wandgemälde der Schweiz realisiert. Dadurch ist der Stadtrat seinem Ziel, die Wahrnehmung von Chur als urbane, moderne und kreative Stadt zu stärken, einen Schritt nähergekommen. Das vorliegende Projekt "CURIA URBANA" baut das Mühleturm Projekt weiter aus und schafft für die Stadt Chur über mehrere Projektphasen eine unverkennbare Identität im Bereich der urbanen Kunst und Kultur und stärkt Chur im urbanen Kontext aus allen vier Blickwinkeln als Wohnstadt, Arbeitsstadt, Gaststadt und Zentrumsstadt ("8-Augensicht"). Wie bei vielen erfolgreichen Events und vom Gemeinderat gefordert, ist auch das vorliegende Projekt durch eine in der Urban Art-Szene bekannte Persönlichkeit geprägt.





## Bericht

### 1. Ausgangslage

Das erfolgreiche Mühleturm Projekt geht in die Geschichte der Schweizer Street Art Bewegung ein. Berichterstattungen rund um den Globus, mehr als 15'000 Besuchende auf der Projektwebsite ([www.muehleturm-chur.ch](http://www.muehleturm-chur.ch)) und über 50'000 Interaktionen in den Sozialen Medien mit immer noch steigender Tendenz zeugen von einer grossen Resonanz. Eine internationale Nomination für das innovativste Wandgemälde kann ebenfalls verbucht werden. Der Mühleturm steht für weit mehr als nur ein bemaltes Bauwerk, sondern repräsentiert ein fortschrittliches, modernes, mutiges und innovatives Chur.

Mit dem Projekt "CURIA URBANA" soll das Mühleturm Projekt ausgebaut und der ältesten Stadt der Schweiz über mehrere Projektphasen eine unverkennbare Identität im Bereich der urbanen Kunst verliehen werden. Damit soll die Positionierung von Chur im urbanen Kontext gestärkt werden.

### 2. Positionierung der Stadt Chur

An seiner Sitzung vom 21. November 2019 hat der Gemeinderat von der Botschaft "Positionierung der Stadt Chur; Werkstattbericht" Kenntnis genommen. Diese bildet die Basis für zahlreiche Folgeschritte. Konkret sind folgende Botschaften in Bearbeitung, die alle der Konzeption der Dachpositionierung folgen:

- Teilpositionierung Hotel und Housing Stadt Chur
- Teilpositionierung der Alt- und Innenstadt

Die vorliegende Botschaft zielt auf die Stärkung von Chur als Gast- und Zentrumsstadt.

Wohn-  
stadt

Arbeits-  
stadt

Gast-  
stadt

Zentrums-  
stadt



### **3. "CURIA URBANA" - Sechsjahresstrategie**

Das Projekt "CURIA URBANA" basiert auf einer Sechsjahresstrategie, welche in drei Phasen erfolgt. "CURIA URBANA" will die Zusammenarbeit zwischen Kunstschaffenden, Wirtschaft, Tourismus und Behörden fördern, womit ein Image-Transfer stattfindet, welcher sämtlichen Beteiligten langfristig zuträglich ist. Alle Projekte von "CURIA URBANA" sollen bestmöglich auf sämtliche Anspruchsgruppen eingehen und diese verbinden. Die Rezipienten der geschaffenen Werke sollen dabei jedoch immer eine wichtige Rolle spielen. So wird "CURIA URBANA" auf analogen sowie digitalen Kanälen rund um die Projekte und Elemente berichten. Auf diese Weise können nicht nur die "digital natives" sondern auch die ältere Generation am Schaffen und den Werken teilhaben. Das ausführliche Konzept von "CURIA URBANA" befindet sich im Anhang.

#### **3.1 Phase 1 "Stärkung – 2020"**

Die erste Phase fokussiert sich auf die Stärkung der im Jahr 2018 geschaffenen Werte des Mühlturm Projekts und der ersten erfolgreichen Durchführung des Street Art Festivals «Light». Im Jahr 2020 wird das Bewusstsein der Bevölkerung für diese beiden Meilensteine gefestigt, indem sie komplementär zu einander präsentiert werden.

#### **3.2 Phase 2 "Fortschritt und Beständigkeit – 2022"**

Im Jahr 2022 beginnt die zweite Phase. Den Anspruchsgruppen soll aufgezeigt werden, dass Neues das Alte nicht verdrängt, sondern dass sich diese beiden Elemente regelmässig befruchten. Fortschritt und Beständigkeit stehen in direkter Wechselwirkung zueinander und diesem Verhältnis wird während der zweiten Phase Rechnung getragen.

#### **3.3 Phase 3 "Zukunft – 2024"**

Die dritte Phase Zukunft, welche im 2024 startet, ergibt sich aus dem Kreislauf der Stärkung, dem Fortschritt und der Beständigkeit. Die Zukunft ist nirgends niedergeschrieben und kann nicht abschliessend definiert werden. Wovon die Zukunft in der Gegenwart lebt, ist die Vorstellungskraft jedes Einzelnen. Diese gründet auf Erfahrung aus der Vergangenheit. Somit schliesst sich der Kreis und das Projekt "CURIA URBANA" wird mit den Erfahrungen der letzten beiden Phasen laufend erweitert.



### **3.4 Brückenphasen**

Um die drei Hauptphasen der Sechsjahresstrategie zu verknüpfen, welche alle zwei Jahre stattfinden, werden dazwischen Brückenphasen geplant. In diesen Phasen wird das Bewusstsein für urbane Kunst und Kultur, welche in der Stadt Chur stattfindet, gestärkt und weiter nach aussen getragen.

### **3.5 Elemente**

Sowohl die drei Hauptphasen als auch die Brückenphasen beinhalten greifbare Werte – die Elemente.

#### **Street Art Festival Chur**

Das Street Art Festival wird alle zwei Jahre, während den Hauptphasen, in Chur durchgeführt. Mit dem Start im 2020 wird erstmals der Mühleturm als verbindendes Element in die Planung des Street Art Festivals integriert. Das Ziel des Street Art Festivals Chur ist es, urbane Kunst und Kultur dort zu vermitteln, wo sie stattfindet - in der Stadt. Als unmittelbare Folge des Festivals zeigt sich eine Aufwertung des Stadtbildes in Form von neuen Kunstwerken, welche für jedermann jederzeit ersichtlich sind.

#### **Weitere Elemente**

Während dem Festival wird die Stadt Chur zum Kunstspektakel. Um die Vielseitigkeit der Stadt Chur mit der Vielfalt der urbanen Kunst zu verbinden, wird ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Breakdance, Streetball-Turnier, Graffiti-Wettbewerb, Podiumsdiskussionen, Workshops, "Digital use", Panini Chur & Bastelbogen, Ausstellungen, Abschlussfest am Mühleturm etc. veranstaltet.

### **3.6 Vergleichbare Projekte**

Die Street Art Bewegung erobert die Metropolen der Welt. Immer mehr Reisende sind fasziniert von den meterhohen Wandgemälden; ein neuer Tourismuszweig entsteht. Die Strassenkunst boomt und ist auch in der Schweiz angekommen. Jedoch findet sie im Vergleich mit anderen Städten immer noch im kleinen Rahmen statt und es gibt keine Stadt bzw. einen grösseren Event mit einem übergeordneten Konzept wie "CURIA URBANA". Folgende Festivals bestehen bereits in der Schweiz:



*VISION ART FESTIVAL in Crans-Montana (seit 2015)*

Während 10 Tagen bemalen internationale Künstler die grauen Gebäude im Skigebiet Crans-Montana wie Seilbahnstationen, Parkhäuser, Stromwartungshäuschen etc.

- Kunst im Skigebiet mit internationaler Strahlkraft
- Attraktiv für Tourismusgebiete
- Realisierung ohne Einschränkung möglich

*PROP ART in Thun (seit 2010)*

Während neun Stunden wird live gemalt, dadurch kann der Prozess von der leeren Leinwand zum Kunstwerk hautnah mitverfolgt werden. Am Ende stimmen das Publikum und die Fachjury für das beste Bild. Nebenbei gibt es Slam Poetry, einen Marktplatz und Parties.

- Zweitägiger Event mit Leinwandkunst (kostenpflichtig)
- Kein Festivalcharakter, sondern Kunst im Alltag

*URBAN ART in Basel*

Basel hat im öffentlichen Raum reichhaltige Kunst und urbane Entdeckungen zu bieten. "Artstübli" organisiert Urban Art- und Graffiti-Touren, welche von Künstlern und Kennern der Szene begleitet werden.

- Fokus auf City Touren
- Kein Event, ganzjährige Besichtigungstouren der Alltagskunst
- Wenig bis keine Infrastruktur nötig

*MOS (Meeting of Styles), weltweit*

Das Meeting of Styles ist ein internationaler Graffiti-Jam. Während zwei Tagen zeigen die Künstlerinnen und Künstler ihre Spraykunst auf höchstem Level, z.B. rund um die Rote Fabrik in Zürich. In der Schweiz hat die letzte Austragung im Jahr 2013 stattgefunden.

- Weltweites Graffiti-Festival
- Letzte Austragung 2013 in der Schweiz



### 3.7 Kommunikation

Die Kommunikation ist nebst der künstlerischen Leistung einer der wichtigsten Grundpfeiler eines erfolgreichen Projekts. Aus dem Mühleturm Projekt konnten wichtige Erkenntnisse gewonnen werden, welche in der Sechsjahresstrategie von "CURIA URBANA" umgesetzt werden sollen. Sämtliche Massnahmen wie aktive Werbung, Text/Web, Film/Foto, Grafik, Buch benötigen entsprechende Ressourcen.

### 3.8 Finanzierung

Die Kostenaufstellung ist im Konzept enthalten und befindet sich im Anhang.

Um Ressourcen zu schonen, arbeiten die Initianten mit Subunternehmern zusammen. Die Initianten werden das Vorhaben Street Art Festival mit oder ohne Beitrag der Stadt Chur durchführen. Wie bei erfolgreichen Events verbreitet und auch vom Gemeinderat gefordert, ist das Street Art Festival durch eine initiative und kreative Persönlichkeit geprägt, nämlich dem Künstler Fabian Florin alias "Bane". Mit der Integration der Stadt bei der Sechsjahresstrategie "CURIA URBANA" verfolgt der Stadtrat eine übergeordnete Strategie. Er ist bereit, einen namhaften Beitrag zur Realisierung des Projekts zu sprechen. Der Event bewegt sich im Rahmen der in der Botschaft "Gaststadt: Kultur Events Sport" genannten Kriterien. Da das Projekt dem Stadtrat nach der Budgetierung für das Jahr 2020 präsentiert wurde, soll ein Nachtragskredit bewilligt werden.

<b>Jahr</b>	<b>Beitrag Stadt Chur</b>
-------------	---------------------------

2020 Festival	Fr. 50'000.--
---------------	---------------

2021 Zwischensaison	Fr. 20'000.--
---------------------	---------------

(Die Gesamtkosten liegen bei Fr. 200'000.--. Bei der Stadt wurde um einen Beitrag in der Höhe von Fr. 90'000.-- angefragt)

Die Neugestaltung des Mühleturms ist für das Jahr 2021 geplant; die Kosten werden bei der Kontaktstelle Wirtschaft budgetiert.

2022 Festival	Fr. 40'000.--
---------------	---------------

2023 Zwischensaison	Fr. 20'000.--
---------------------	---------------

(Die Gesamtkosten liegen bei Fr. 200'000.--. Durch die Veranstalter wurde ein Betrag von Fr. 110'000.-- angefragt.)



Für die Phase 3 (2024/2025) besteht aktuell noch kein Kostenrahmen. Anzumerken ist, dass es sich bei den Beiträgen nicht um Kulturförderung im engeren Sinne, sondern um Stadtmarketing/Positionierung handelt.

#### 4. **Zielbild**

Der Stadtrat ist überzeugt, dass mit dem Projekt "CURIA URBANA" ein Meilenstein in der Vermarktung von Chur als Gaststadt und Zentrumsstadt erreicht wird. In Verbindung zum Zielbild im Bereich Kultur und Tourismus sollen in Chur hochkarätige Events im Bereich Sport und Kultur umgesetzt werden. Aus der "8-Augen-Sicht" wird mit dem Projekt folgendes angestrebt:

##### ***Wohnstadt***

Das Projekt soll den urbanen Raum lebendiger und attraktiver machen; davon profitieren auch die Einwohnerinnen und Einwohner.

##### ***Gaststadt:***

Street Art kann sich zu einem neuen Tourismuszweig entwickeln und damit zusätzliche Logiernächte und Wertschöpfung erzeugen.

##### ***Arbeitsstadt:***

Street Art fördert das Image von Chur als trendige, junge Stadt und kann damit dem Fachkräftemangel entgegenwirken, indem junge Menschen in der Stadt bleiben oder zuziehen.

##### ***Zentrumsstadt:***

Durch eine Belebung des urbanen Raums gewinnt die Zentrumsstadt Chur an Attraktivität und wird als Anziehungspunkt für Bewohnerinnen und Bewohner der Agglomeration gestärkt.

#### 5. **Schlussbemerkung**

Der Stadtrat erachtet "CURIA URBANA" als ein Projekt mit Alleinstellungscharakter, welches in dieser Form einzigartig für die Schweiz ist (USP) und die Positionierung der Stadt Chur als "urbanes Graubünden" weiter stärkt. Das Projekt wird zudem durch eine in der Street Art-Szene bekannte Persönlichkeit vorangetrieben.

Da die Positionierung bzw. Vermarktung von Chur im Zentrum steht, lässt sich das Projekt gut von der klassischen Kulturförderung abgrenzen.



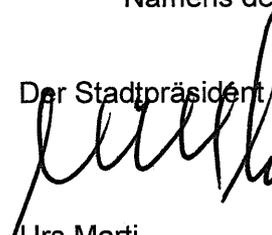
Wir bitten Sie, sehr geehrter Herr Präsident, sehr geehrte Mitglieder des Gemeinderates, dem Antrag des Stadtrates zuzustimmen

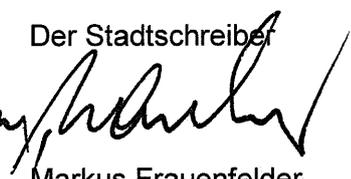
Chur, 26. November 2019

Namens des Stadtrates

Der Stadtpräsident

Der Stadtschreiber

  
Urs Marti

  
Markus Frauenfelder

**Anhang**

Konzept "CURIA URBANA"

---

**CURIA**

**URBANA**

---





# EINLEITUNG

## AUSGANGSLAGE

Mit dem Mühlturm-Projekt hat die Stadt Chur in Sachen Urbanität und Street Art ein klares Statement erbracht und sich damit abermals als kreative und wandelbare Stadt positioniert. Mit jedem Pinselstrich wurde ein Stück des grossen Potenzials freigelegt, welches im Turm und damit im gesamten Projekt steckt. Die Bevölkerung reagierte von Anfang an sehr aufgeschlossen und zeigte grosses Interesse an der Arbeit und am eindrücklichen Resultat. Der Grundstein für weiterführende Projekte ist somit gelegt worden.

## ZIELE

Nach dem Turm ist vor dem Festival. CURIA URBANA möchte der ältesten Stadt der Schweiz über mehrere Projektphasen eine unverkennbare Identität im Bereich der urbanen Kunst verleihen und damit die Marke Chur im urbanen Kontext stärken. Überdies wird mit der folgenden Strategie das klare Ziel verfolgt, Schnittstellen zwischen Wirtschaft und Kultur (schaffenden) sowie zum Tourismus zu schaffen.



## RÜCKBLICK MÜHLETURM

Der Mühlturm in Chur geht als äusserst erfolgreiches Projekt in die Geschichte der Schweizer Street Art ein. Berichterstattung rund um den Globus, mehr als 15'000 Besucher auf der Projektwebsite und über 50'000 Interaktionen in den Sozialen Medien (Tendenz immer noch steigend) sprechen für sich. Doch nicht nur quantitativ weiss der Mühlturm zu überzeugen. Eine internationale Nomination für das innovativste Wandgemälde liess nicht lange auf sich warten. Auch die durchwegs positive Grundhaltung seitens Bevölkerung, regionaler Behörden und Partner war vom ersten Pinselstrich an zu spüren und gipfelte schliesslich in einem Eröffnungs-Fest, welches unzählige Menschen zum Mühlturm lockte und bis in die frühen Morgenstunden andauerte. Der Mühlturm steht somit für weit mehr als für ein bemaltes Bauwerk – er steht für Vertrauen, Weitblick und Zusammenhalt und steht repräsentativ für ein fortschrittliches, mutiges und innovatives Chur.

## Mühlturm Chur goes Montreal

f | ✉ | 🗨 | 📌 [Beitrag in Merkliste speichern](#)

Das Mural Festival in Montreal gehört zu den bekanntesten Street Art Festivals auf der ganzen Welt. Über eine Million Besucher kann das Festival Jahr für Jahr verzeichnen. Mit dabei im 2018: ein Stückchen Graubünden.

Samstag, 29. Dezember 2018, 04:30 Uhr



Dieses Bild kennen wir bestens: der Churer Mühlturm im neuen Gewand.  
MURAL AWARDS

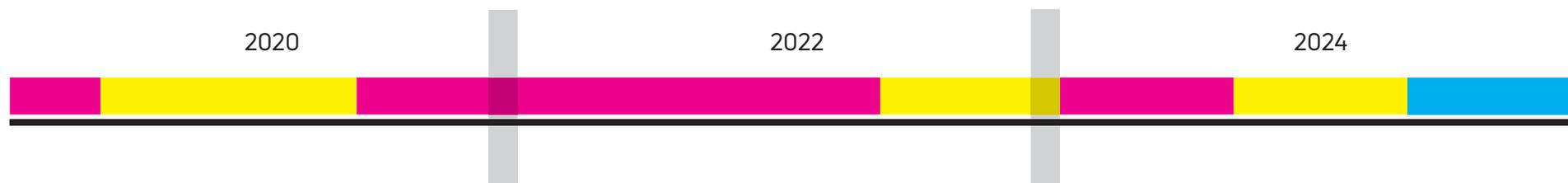
1 / 5



# 6 JAHRES STRATEGIE

Unsere Sechsjahresstrategie fusst auf drei Phasen. Die erste Phase fokussiert sich auf die Stärkung der im Jahr 2018 geschaffenen Werte «Mühleturm» und «Street Art Festival». Das Bewusstsein der Bevölkerung für diese beiden Meilensteine wird im Jahr 2020 gefestigt, indem sie komplementär zu einander präsentiert werden.

**Damit bauen wir die Marke CURIA URBANA langfristig auf und schaffen schweizweit Bewusstsein für die damit verbundenen Werte.**



## Phase 1 Stärkung

In der ersten Phase steht die Stärkung im Vordergrund. Eine erfolgreiche Reise in die Zukunft bedingt einer starken, sicheren Basis. Und diese Basis finden wir in der loyalen und trotzdem weltoffenen Churer Bevölkerung.

Und diese Bevölkerung gilt es in der ersten Phase aktiv Teil der ganzen Strategie sein zu lassen. CURIA URBANA sensibilisiert Interessierte für das Thema der urbanen Kultur und stärkt gleichzeitig das Bewusstsein für Kunst als omnipräsentes, bildendes Element der Stadt Chur.

## Phase 2 Fortschritt und Beständigkeit

Kunst besteht nicht nur darin, Werke und Werte zu schaffen. Sie soll dem Betrachter aufzeigen, dass Neues das Alte nicht verdrängt, sondern dass sich diese beiden Elemente regelmässig befruchten. Fortschritt und Beständigkeit stehen in direkter Wechselwirkung zueinander. Und diesem Verhältnis wird in der zweiten Phase Rechnung getragen.

## Phase 3 Zukunft

Das Inspirierende an der Zukunft ist, dass sie nirgends niedergeschrieben werden kann. Weder die Naturwissenschaften noch die Philosophie können die Zukunft abschliessend definieren. Wovon die Zukunft in der Gegenwart lebt, ist die Vorstellungskraft jedes Einzelnen. Und jene gründet auf Erfahrungen aus der Vergangenheit. Somit schliesst sich der Kreis. Und diesen Kreis wird CURIA URBANA in der dritten Phase laufend erweitern. Es ist an der Zeit, Türen zu durchschreiten, welche sich in der zweiten Phase eröffnet haben. Es geht darum, immer und immer wieder über die eigenen Grenzen hinauszuwachsen und sich weiterzuentwickeln.

# PHASE 1 STÄRKUNG

## ÜBERRASCHUNG AM MÜHLETURM

Entgegen der Erwartung der Öffentlichkeit wird der Kopf des Mühlturms im Frühling nicht mit einem Sujet bemalt sondern in der gelben Farbe des Street Art Festivals Chur gestrichen. Bevölkerung und Medien werden die einfarbige Fläche thematisieren, diskutieren und versuchen, deren Sinn zu erörtern. Die Energie dieses Überraschungsmoments kanalisiert CURIA URBANA einen Monat lang in digitalen sowie analogen Kommunikations-Anwendungen rund um das Street Art Festival Chur.

## STREET ART FESTIVAL CHUR

Einen Monat nach der Überraschung am Turm veranstaltet CURIA URBANA mit dem Street Art Festival Chur einen interaktiven Event in der Churer Innenstadt, an welchem die ganze Bevölkerung als Zuschauer teilnehmen oder gar selbst am künstlerischen Prozess teilhaben kann und soll.

## DAS NEUE MÜHLETURM-SUJET

Die Eindrücke und Erfahrungen, welche am Street Art Festival im Zusammenspiel von Künstlern und Bevölkerung entstehen, werden im Anschluss konsolidiert und zu einer Botschaft geformt, die am Mühlturm verewigt wird – in Form des neuen Sujets, welches die Stelle der gelben Kopf-Fläche einnimmt.



## **PHASE 2 FORTSCHRITT UND BESTÄNDIGKEIT**

### **DIE WEITERENTWICKLUNG AM TURM**

Nachdem der Mühlturm durch eine unerwartete Aktion sowie einen Sujetwechsel für Aufsehen gesorgt hat, ist es an der Zeit, einen Schritt weiter zu gehen. Das Sujet am Kopf des Turmes wird nicht erneuert, sondern über die beiden bislang unbemalten Fassaden ergänzt und komplettiert. Somit verkörpert die Hälfte des Turms Beständigkeit, während die andere Hälfte für den Fortschritt steht. Zudem schafft es CURIA URBANA somit abermals, die Erwartungshaltung der Bevölkerung auszuhebeln und für einen Überraschungsmoment zu sorgen.

### **DIE BESTÄNDIGKEIT AM STREET ART FESTIVAL**

Beständigkeit und Fortschritt werden auch am Street Art Festival gelebt. Durch die dritte Durchführung steigert CURIA URBANA die Relevanz des Events und verankert das Bewusstsein für künstlerisches Schaffen in und mit der Bevölkerung in deren Köpfen. In der zweiten Projektphase kristallisiert sich die wichtige Wechselwirkung zwischen dem statischen Element des Mühlturms und dem von Spontaneität und äusseren Einflüssen geprägten Street Art Festival Chur immer stärker heraus.



## **PHASE 3 ZUKUNFT**

### **GESTERN IST MORGEN**

Vier Jahre nach der ersten Phase der 6-Jahres-Strategie werden wir alle an einem Punkt stehen, den wir uns zum jetzigen Zeitpunkt weder ausmalen können noch wollen. Wessen sich CURIA URBANA jedoch sicher ist, ist der Fakt, dass dieser Punkt sich im Kreislauf von Stärkung, Fortschritt und Beständigkeit befinden wird. Im Kreislauf, in welchem Gestern Morgen ist. Und dort werden sich die beiden Hauptelemente – der Mühlturm und das Street Art Festival Chur – stetig gegenseitig ausbalancieren, und somit einen wachsenden Nährboden für eine kreative und erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Bevölkerung, Wirtschaft, Tourismus und Künstlern schaffen. Weitere Sujetwechsel am Turm sollen im Wechselspiel mit neuen gesammelten Eindrücken des Street Art Festivals Chur stehen und somit kreative Stadtgeschichte schreiben.



# BRÜCKENPHASEN

Um die drei Hauptphasen der 6-Jahres-Strategie zu verknüpfen, plant CURIA URBANA Brückenphasen. In diesen Phasen wird das Bewusstsein für urbane Kunst auch zwischen den Hauptprojekten gestärkt.

## GASTGEBER WECHSELNDER WÄNDE

Die Infrastruktur des Street Art Festivals Chur soll auch abseits des Events für das kreieren neuer Werte genutzt werden können. Ziel ist es, eine prominent platzierte Wand in Chur im Sechs-Monats-Rhythmus neu zu bemalen – und zwar durch stetig wechselnde Künstlerinnen und Künstler aus der Region sowie dem In- und Ausland. Damit erbringt CURIA URBANA regelmässig den Tatbeweis dafür, dass die Stadt Chur einen progressiven und kreativen Treffpunkt für Kunstschaffende aus aller Welt darstellt.

## FREMDVERANSTALTUNGEN

Auch für Fremdveranstaltungen soll die Marke CURIA URBANA eine wichtige Anlaufstelle werden. Passende Projekte können durch die Werte von CURIA URBANA emotional aufgeladen werden und erschliessen im Gegenzug dazu neue Zielgruppen für Kunst, Wirtschaft und Tourismus. Mögliche Beispiele wären die Guarda, die Schlagerparade, das Buskers Festival oder das Churerfest. Diese Auflistung ist nicht abschliessend und lässt sich auf verschiedene Branchen ausweiten, welche sich mit urbaner Kunst identifizieren können und einen Mehrwert für die Stadt Chur bieten würden. Zur Evaluation weiterer passender Fremdveranstaltungen würde es sich empfehlen, eine Projektgruppe bestehend aus Vertretern von CURIA URBANA sowie Wirtschaft und Tourismus zu bilden.



## WORKSHOPS

Zwei- bis dreimal jährlich organisiert CURIA URBANA in Zusammenarbeit mit dem Kabinett der Visionäre in Chur verschiedene Workshops. Ziel ist es, Interessierten einerseits das Bewusstsein für künstlerische Arbeit zu vermitteln und sie mit dem nötigen Rüstzeug auszustatten. Somit trägt CURIA URBANA nicht nur zur Gestaltung von Freizeitaktivitäten bei sondern erfüllt auch einen bildenden Auftrag in Sachen urbaner Kunst. Die Graffiti Academy stellt eine der bestehenden Workshop-Reihen dar und genießt grossen Zulauf und durchwegs positive Kritik.



## ELEMENTE

Sowohl die drei Hauptphasen als auch die Brückenphasen beinhalten greifbare Werte — die Elemente.

### STREET ART FESTIVAL CHUR

Das Ziel des Street Art Festivals Chur ist es, urbane Kunst und Kultur dort zu vermitteln, wo sie hauptsächlich geschieht. Inmitten der Stadt. Dies gibt einerseits einen Einblick in das Schaffen der Künstlerinnen und Künstler und zeigt auf, wie sehr sich die Architektur, die Anmut und das Wesen einer Stadt auf die künstlerische Arbeit auswirkt. Nebst dieser künstlerischen Ebene steigert die Stadt Chur ihre Attraktivität für Kunst- und Kulturgebeisterte zusätzlich und positioniert sich in diesem Kontext klar als prägende und fördernde Instanz. Als unmittelbare Folge des Festivals zeigt sich eine Aufwertung des Stadtbildes in Form von neuen Kunstwerken, welche für jedermann jederzeit ersichtlich sind. Zudem möchte CURIA URBANA die Zusammenarbeit zwischen Kunstschaaffenden, Wirtschaft, Tourismus und Behörden fördern, womit ein wertvoller Image-Transfer stattfindet, welcher sämtlichen Beteiligten langfristig zuträglich ist. Sämtliche Projekte von CURIA URBANA sollen bestmöglich auf alle Anspruchsgruppen eingehen und diese im besten Falle verbinden. Die Rezipienten der geschaffenen Werke sollen dabei jedoch immer eine wichtige Rolle spielen. So wird CURIA URBANA auf analogen sowie digitalen Kanälen rund um die Projekte und Elemente berichten, damit sowohl die ältere Generation als auch digital Natives am Schaffen sowie an den Werken teilhaben können.



## PROJEKTUMFANG

### 1. Main Event

Das Street Art Festival Chur findet während einer Woche statt. Während der Woche werden fünf nationale und internationale Street-Art-Künstler/Duos ihr Können und Talent mitten in der Stadt Chur zeigen.

Die Künstler werden an fünf Wänden, welche durch das OK ausgesucht wurden, eine künstlerische Arbeit umsetzen. Die Werke bleiben auch nach dem Festival erhalten und sind jederzeit für die Öffentlichkeit zugänglich. Bei den ausgesuchten Flächen handelt es sich um grosse, für die Öffentlichkeit gut sichtbare Wände. Diese befinden sich im Churer Stadtgebiet. Ein Hopp-On-Hopp-Off-Bus wird die Besucher während des Festivals von einem Künstler-Standort zum Anderen bringen, wo die Besucher den Künstlern bei der Erstellung ihrer Werke beiwohnen können.

### 2. Die Bahnhofstrasse wird zum Kunstspektakel

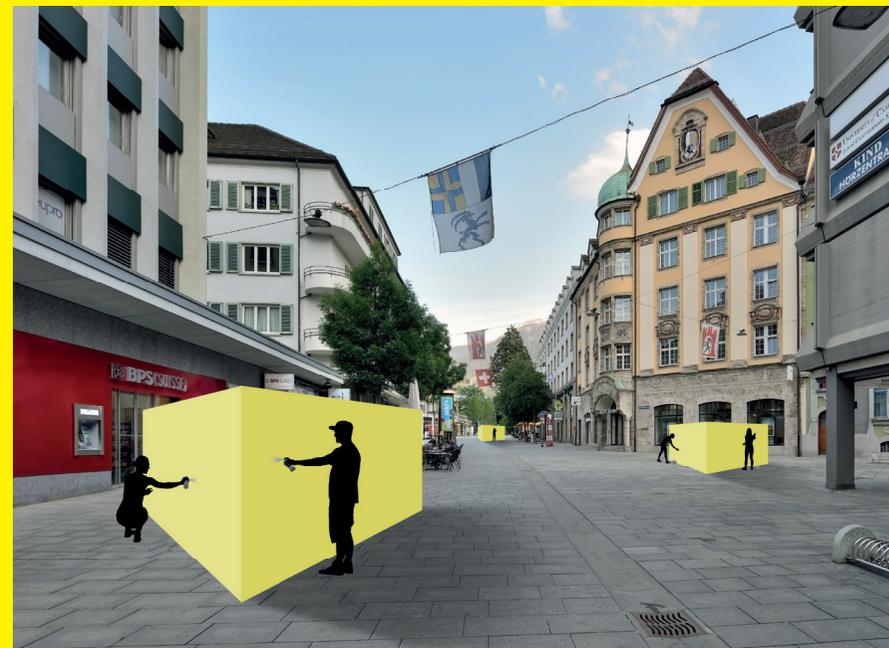
An der Bahnhofstrasse zelebriert CURIA URBANA Street Art in ihrer reinsten Form und macht somit einen ganzen Strassenzug zur begehbaren Attraktion. Sponsoren wird die Möglichkeit geboten, mit einem Stand mitten im Geschehen präsent zu sein. Diese Präsenz wird aktiv durch CURIA URBANA unterstützt - beispielsweise in Form von einer zur Marke passenden Kunstperformance. So hilft der Verein den Sponsoren beim Imagetransfer und stellt sicher, dass sowohl die Sponsoren als auch das Street Art Festival und die Stadt Chur gleichsam profitieren.

Als weitere Programmpunkt des Street Art Festivals Chur finden Workshops zu verschiedenen Themen wie beispielsweise Siebdruck, Graffiti, Stencil, Sticker oder Cyanotopie statt.

Den Kern des Festivals bilden die Livepaintings verschiedener Künstler. Vom Bahnhof bis zum Arcas säumen grosse Dreieck-Wände, welche von nationalen und internationalen Künstlern live bemalt werden, den Weg. Somit werden die Bahnhof- und die Poststrasse für eine Woche zur kreativen Hauptschlagader der Stadt Chur.

### 2.1 Food&Drink

Nebst den visuellen Eindrücken wird den Besucherinnen und Besuchern auch ein kulinarisches Angebot zur Verfügung gestellt. CURIA URBANA plant, für diesen Punkt mit lokalen und regionalen Partnern zusammenzuarbeiten, um internationale Kunst mit regionaler Verpflegung zu verbinden und somit die Region als perfekten Gastgeber für das Festival zu positionieren.



### 3. Side Events

Das Festival wird von einem abwechslungsreichen Kulturprogramm an den Wochenenden begleitet. Während des Festivals möchte CURIA URBANA wie bereits erwähnt die Vielseitigkeit der Stadt Chur mit der Vielfalt urbaner Kunst verbinden.

#### 3.1 Breakdance

Da Breakdance auch einen wichtigen Aspekt der urbanen Kultur bildet, sieht CURIA URBANA diese Disziplin als perfekte Ergänzung zur bildenden Kunst. Hier wird Freude an Tanz vermittelt und gleichsam ein Beitrag an Bewegung als unabdingbarer Beitrag zur körperlichen und seelischen Gesundheit geleistet.

#### 3.2 Streetball Turnier

Chur soll auch als Sportstadt repräsentiert werden. Als der Street Art am nächsten stehende Sportart ist sicherlich Streetball eignet sich perfekt als Side-Event, zumal in kleinen Teams mit wenig Infrastruktur mitten in der Stadt gespielt werden kann. Deshalb plant CURIA URBANA ein Streetball-Turnier bei dem sich Amateur-Teams vorab oder auch ad-hoc am Event anmelden können.

#### 3.3 Trains are everywhere

Zwar illegal, aber trotzdem sinnbildlich für Graffiti: Bemalte Züge. CURIA URBANA möchte diesem Punkt im legalen Rahmen Rechnung tragen und stellt während des ganzen Street Art Festivals Chur ein Zugmodell zur Verfügung, welches von verschiedenen Sprayern im Wettkampf-Modus bemalt wird. Ein Wettbewerb, der den Zuschauern zeigt, in welcher kurzen Zeit, eindrucksvolle Bilder entstehen können. Aufklärung über Illegalität der Beschädigung von fremdem oder öffentlichem Eigentum wird selbstverständlich laufend geboten.



### 3.4 Podiumsdiskussionen /Q&A

Urbane Kultur sorgt seit jeher für viel Diskussionsstoff. Diesem Fakt trägt CURIA URBANA Rechnung, indem in der Werkstatt Chur eine Podiumsdiskussion rund ums Thema urbane Kultur geführt wird. Genaue Thesen und Gesprächsthemen werden zu einem späteren Zeitpunkt festgelegt.

### 3.5 Das Festival als interaktives Erlebnis

#### Workshop

Wie in allen Phasen der 6-Jahres-Strategie spielt auch am Street Art Festival Chur Interaktion eine grosse Rolle. Deshalb werden weitere Workshops etabliert, welche sich an verschiedene Zielgruppen richten – Erwachsene, Kinder, Menschen mit Beeinträchtigung. Das Ziel ist Integration und Animation verschiedenster Zielgruppen und klar auf die Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnittene Angebote.

#### Digital use

Da die Digitalisierung auch vor der urbanen Kunst nicht Halt macht, wird eine VR-Graffiti-Station aufgebaut, welche aufzeigt, dass bildende Kunst und Daten durchaus miteinander funktionieren.

#### Panini Chur

Generationen übergreifende Projekte sollen auch in einem Generationen übergreifenden Medium verewigt werden. Und dafür eignet sich ein Sammelalbum im Stil der weltbekannten Panini-Alben ausgezeichnet. Hier wird Visuelles mit Emotionalem in einem Band gebündelt.



### Mühleturm Bastelbogen

Der Mühleturm als kreatives Wahrzeichen der Stadt Chur soll Einzug in die Churer Stadtschulen erhalten. Deshalb kreiert CURIA URBANA einen Bastelbogen, der in sämtlichen Churer Stadtschulen abgegeben und an eine nachhaltige Aktion gebunden wird. Alle Stadtschüler erhalten die Möglichkeit, einen Bastelbogen-Turm zu bemalen und zu signieren. CURIA URBANA sammelt sämtliche Bastelbögen ein und stellt diese an verschiedenen (gedeckten) Plätzen in der Stadt Chur aus. Somit wird der Turm vom Stadtrand in die Innenstadt getragen und sorgt auch dort für viele neue Eindrücke. Das kreative Team um Fabian Florin behält sich vor, gar ein Sujet auszuwählen, welches in Zukunft den Mühleturm in Chur zieren könnte.

### 3.6 Ausstellung Stadtgalerie

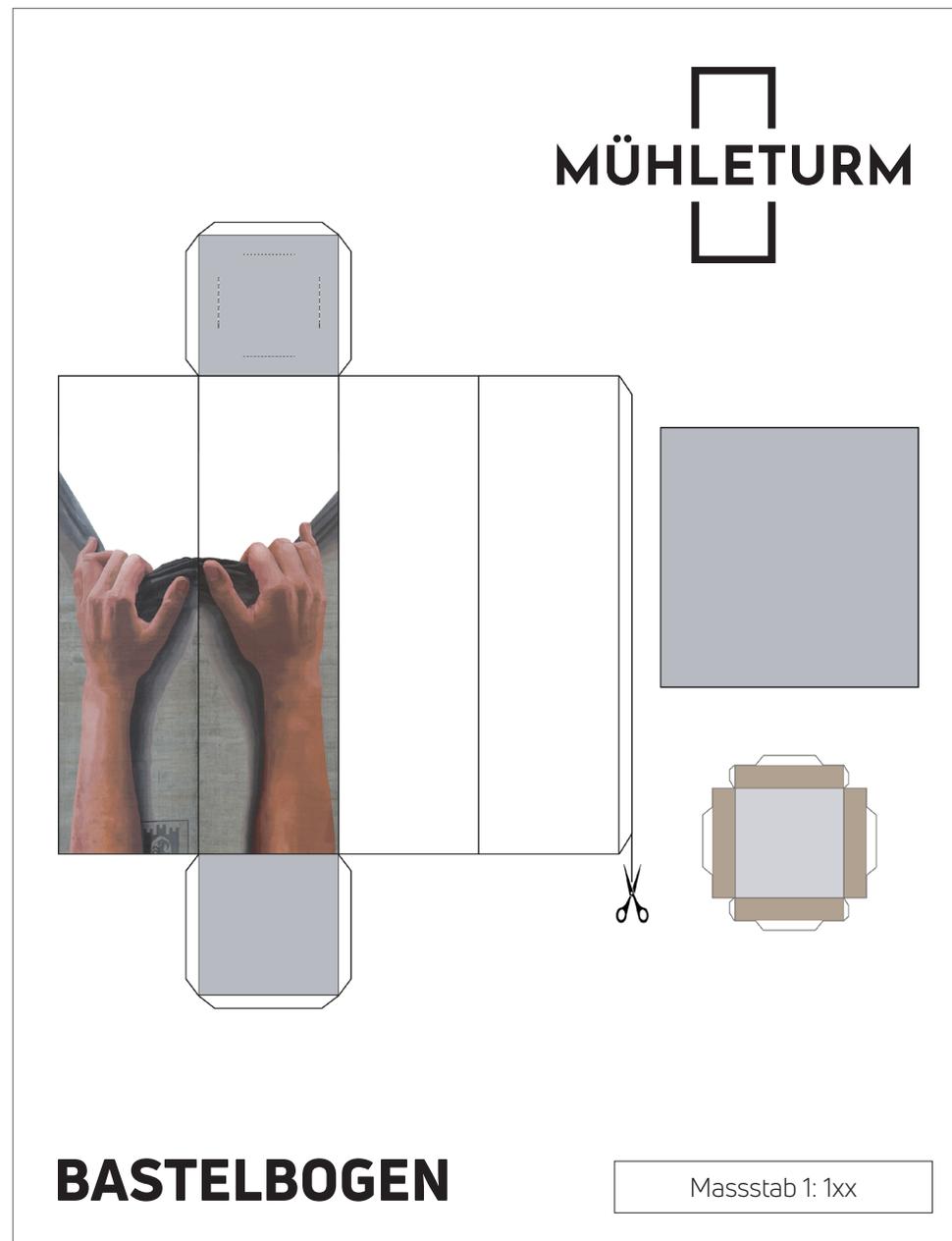
Partizipierende Künstler des Street Art Festivals Chur stellen eigene Werke in der Stadtgalerie aus - kuratiert von CURIA URBANA. Einer offizielle Vernissage verleihen dem Ereignis zusätzlich Relevanz.

### 4. Party

Im Anschluss an das Street Art Festival Chur findet eine Party zum Thema Street Art statt. Die Party findet an einer sogenannten Off-Location und zwar beim Mühleturm statt. Der grosse Erfolg der inoffiziellen Mühleturm-Eröffnungs-Party und die Feedbacks der Besucher sowie des Gastgebers legen CURIA URBANA nahe, den Event dort durchzuführen, um einem bewegten Festival beim ruhigen Mühleturm einen angenehmen Ausklang zu schenken.

### MÜHLETURM

Der Mühleturm bildet seit Beginn das Herzstück der 6-Jahres-Strategie. Eine Weiterführung des Projektes ist im Interesse aller Beteiligten – sowohl der Künstler als auch der Bevölkerung. Der Turm bildet, wie bereits angedeutet das perfekte, ruhige Gegenstück zum bewegten Festival.



# VERGLEICHBARE FESTIVALS

## VISION ART

- Kunst im Skigebiet mit internationaler Strahlkraft
- Attraktiv für Tourismusgebiete
- Realisierung ohne Einschränkung möglich

## PROP ART (BASEL)

- Eintägiger Event mit Leinwandkunst
- Kein Festivalcharakter sondern Kunst im Alltag

## URBAN ART BASEL

- Fokus auf Alltagskunst
- Kein festlicher Rahmen nötig
- Wenig bis keine Infrastruktur nötig

## MOS 2013

- Weltweites Graffiti-Festival
- Letzte Austragung 2013
- Starker Ortsbezug



# WÄNDE CHUR

## POTENTIAL CHUR

Verschiedene Wandbilder sollen in der Stadt Chur punktuell starke Akzente setzen und das Stadtbild nachhaltig prägen.

Voraussetzung dafür sind:  
Commitment (gesellschaftlich & politisch)  
Genehmigungen (behördlich)



# KOMMUNIKATION

Wie sich bereits bei den Arbeiten am Mühleturm herausgestellt hat, ist ein Kommunikationskonzept von grosser Wichtigkeit. Die laufende Information der Bevölkerung und der involvierten Partner schafft Vertrauen, zeugt von Wertschätzung und vermittelt sowohl den Rezipienten als auch den Künstlern ein Gefühl der Zusammengehörigkeit. Zudem vereinfacht klar strukturierte Kommunikation das Handling von Rückfragen, Interviewanfragen sowie Terminplanungen mit Dritten. Die Sammlung und Streuung sämtlicher Inhalte auf einem Medium (Mühleturm-Website) macht es Interessierten einfach, an Informationen zu kommen und diese via Mail oder Social Media weiterzuverbreiten. Die Marke Mühleturm wurde durch das Kommunikationskonzept gezielt und stringent in die Welt hinausgetragen. Weltweite Aufmerksamkeit und durchwegs positiver Zuspruch zeigen, dass sich diese Strategie ausgezahlt hat.

## Aktive Werbung

CURIA URBANA sieht unter anderem Werbemittel wie Flyer, Banner- und Plakatwerbung vor, welche durch eine bezahlte Partnerschaft mit der Somedia AG durch Werbung im Bereich Web, Radio, TV und Print ergänzt wird. Zudem wird auch in Zukunft Social Media als wichtiger Kanal hochfrequent bespielt. Von einer redaktionellen Berichterstattung ist nach dem Erfolg des Mühleturms stark auszugehen. CURIA URBANA wird dies auch während der 6-Jahres-Strategie forcieren.

## Text/Web

Die Websites für den Mühleturm und das Street Art Festival Chur werden weiterhin als Ankerpunkt für die Kommunikation fungieren. Die Arbeit an beiden Sites wird zusammengeführt und über eine Person gesteuert, die den Gesamtüberblick behält und somit die stringente Kommunikation sicherstellt.

## Grafik

Auch grafisch sollen alle drei Phasen und deren Elemente aufeinander abgestimmt sein. Hier bündelt CURIA URBANA die ganze Kraft auf eine Person damit eine unkomplizierte Arbeitsweise geschaffen wird.

## Film / Foto

Als Zeitzeugnis ist es immens wichtig, dass nicht nur die Kunstwerke überdauern sondern die ganze 6-Jahres-Strategie. Dies erreicht CURIA URBANA, indem alle Ereignisse weiterhin fotografisch und im Bewegtbild begleitet werden.

## Buch

Nach 6 Jahren wird genügend Material vorhanden sein, um die ganze Strategie mit einem Buch zu würdigen. Das Werk soll einerseits als Dankeschön für alle Involvierten gelten und andererseits als greifbares Zeitzeugnis einer nachhaltigen Arbeit Einzug in die Bücherregale von Privatpersonen und Bibliotheken halten.



## **KOSTEN 2020**

<b>GESAMTKOSTEN 2020</b>	<b>CHF</b>
Festival	150'000
Turm	30'000
Zwischensaison	20'000
<b>TOTAL</b>	<b>200'000</b>

### **MÖGLICHE FINANZIERUNG 2020**

#### **Festival**

Öffentliche Hand	50'000
Sponsoren	30'000
Sachsponsorring	50'000
Stiftungen	20'000

#### **Turm**

Öffentliche Hand	20'000
Sachsponsorring	10'000

#### **Zwischensaison**

Öffentliche Hand	20'000
------------------	--------

## **KOSTEN 2022**

<b>GESAMTKOSTEN 2022</b>	<b>CHF</b>
Festival	120'000
Turm	60'000
Zwischensaison	20'000
<b>TOTAL</b>	<b>200'000</b>

### **MÖGLICHE FINANZIERUNG 2022**

#### **Festival**

Öffentliche Hand	40'000
Sponsoren	30'000
Sachsponsorring	40'000
Stiftungen	10'000

#### **Turm**

Öffentliche Hand	50'000
Sachsponsorring	10'000

#### **Zwischensaison**

Öffentliche Hand	20'000
------------------	--------

---

# IMPRESSUM

---

Projekteigner

Marke «Mühleturm»  
Stadt Chur

Marke «Street Art Festival»  
Fabian Florin  
Verein für urbane Kultur Graubünden  
Engadinstrasse 6  
7000 Chur

Ansprechpartner

Fabian Florin  
Engadinstrasse 6  
7000 Chur

Hinweis

Auf Grund der besseren Lesbarkeit wird in den Texten der Einfachheit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.

Copyright

Der Inhalt dieses Booklets ist durch das Urheberrecht geschützt. Es darf ohne Zustimmung des Urhebers weder ganz noch teilweise kopiert, veröffentlicht, verändert oder übersetzt werden. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass das verwendete Bildmaterial ausschliesslich Layoutzwecken dient und urheberrechtlich nicht in jedem Fall abgesichert ist.

