



Screenshot der Galerie auf www.barcode-a40.de.

Die A40 wird bunt

Vom Pendler, der jeden Tag dieselbe Strecke fährt, über Anwohner in Bochum-Wattenscheid bis hin zum Touristen im Ruhrgebiet: Der Landesbetrieb Straßen.NRW hat mit dem Projekt „Barcode A 40“ einen Versuch gestartet, die Autobahn bunter zu gestalten.

„Barcode A40“ richtet sich an alle, die zum „Ruhrschnellweg“ eine Geschichte zu erzählen haben und die sich an der farblichen Gestaltung der neuen Lärmschutzwand an der A40 in Bochum-Wattenscheid beteiligen wollen.

Noch bis Ende März bietet Straßen.NRW im Internet unter www.barcode-a40.de die Möglichkeit, einen Gestaltungsvorschlag für jeweils knapp acht Meter der neuen Wand zu machen. Das Projekt soll deutlich machen: Im Ruhrgebiet ist die Autobahn auch ein öffentlicher Raum, ein Raum der verbindet und an dem das Ruhrgebiet

als Einheit erlebbar wird.

Das Konzept und die Umsetzung wurden von der Dortmunder Werbeagentur act&react Werbeagentur realisiert. „In

den ersten zwei Tagen sind schon über 500 qualifizierte Beiträge eingereicht worden“, erzählt Thomas Szabo von act&react. „Auch das Medienecho ist groß. So haben beispielsweise der Radiosender 1LIVE und das WDR Fernsehen berichtet. In der ‚ZEIT‘ war ein Artikel mit dem Lob ‚Nie ist eine Lärmschutzwand unter größerem Applaus an den Start gegangen“.

Als Medienpartner unterstützt die BILD-Zeitung den „Barcode A40“ mit einer Aufkleber Aktion „Ich mache die A40 bunt“. Das Projekt ist Teil des Kulturhauptstadtprojektes „B1 I A40. Die Schönheit der großen Straße“, das mit weiteren künstlerischen und gestalterischen Projekten 2010 die A40 in eine 75 Kilometer lange Ausstellung verwandelt wird. Der Barcode ist der erste Baustein dieses Projektes, mit dem die Kulturhauptstadt das Ruhrgebiet als eine Metropole neuen Typs präsentiert. Die neue Lärmschutzwand entsteht im Zuge des sechsstreifigen Ausbaus der A40 zwischen Gelsenkirchen und Bochum-Stahlhausen und wird bis Anfang 2010 gebaut werden.



Thomas Szabo, act&react, Dortmund, Henrik Sander von orange edge aus Gelsenkirchen (von dort stammt das Konzept für „Barcode A40“), und Olaf Beitzel, act&react.

Foto: act&react Werbeagentur GmbH

Die nächste Ausgabe der Ruhr-Wirtschaft erscheint am 23. März 2009.