



FRAGEBOGEN

Carlo Matic

Geburtsdatum: 3. 3. 1978
 Geburtsort: Berlin
 Familienstand: verheiratet
 Beruf: Geschäftsführer von Interactive Pioneers
 Hobbys: E-Foilen, Reisen, Fotografieren



Einfach größer denken

Carlo Matic will mit „Aachen ohne Limits“ die Kräfte der Region bündeln und den Standort selbstbewusster positionieren. Im BAD AACHEN-Interview erklärt er, was hinter der Initiative steckt.

Aachens Stärken sichtbar machen, neue Ideen anstoßen und die Weiterentwicklung der Stadt begleiten – das gehört auch zum Selbstverständnis von BAD AACHEN. Als Stadtmagazin wollen wir nicht nur beobachten und berichten, sondern Menschen und Ideen eine Bühne geben und Impulse setzen. Genau deshalb interessiert uns **Aachen ohne Limits**. Die Initiative will die Kräfte von Stadt und Region bündeln, Aachen selbstbewusster positionieren und ein gemeinsames Verständnis für den Standort schaffen. Einer der Initiatoren ist der Aachener Unternehmer **Carlo Matic**, zugleich erster Vorsitzender des hinter dem Claim stehenden **Place Branding Aachen e. V.** Mit ihm hat **Caroline Fister-Hartmann** über die Idee hinter **Aachen ohne Limits** gesprochen, über Stärken und selbst gesetzte Grenzen – und darüber, wie aus einem ambitionierten Claim eine von vielen getragene Bewegung werden kann.

BAD AACHEN: Aachen ohne Limits will der Stadt zu einem neuen Selbstverständnis verhelfen. Welches Bild von Stadt und Region möchten Sie damit vermitteln?

Carlo Matic: Für mich bedeutet *Aachen ohne Limits* kein künstlich erfundenes Image und auch nicht den Anspruch, dass in Aachen alles perfekt ist. Es geht aber darum, sichtbarer und selbstbewusster zu zeigen, was längst da ist: eine internationale Region, in der Menschen, Ideen, Wissenschaft, Unternehmen und Tradition auf engem Raum zusammenkommen. Aachen ist ein Ort, an dem Grenzen nicht nur trennen, sondern an vielen Stellen ganz selbstverständlich gelebt und überwunden werden. Dieses Potenzial wollen wir gemeinsam erzählen und weiterentwickeln – als Einladung an die Menschen hier und als Signal nach außen. Mit dem Ziel, stolz zu sein.

BAD AACHEN: Der Name ist durchaus selbstbewusst: An welchen Stellen ist Aachen heute tatsächlich schon „ohne Limits“?

Matic: Aachen ist ohne Limits, wenn Menschen über Zuständigkeiten und Grenzen hinweg zusammenarbeiten. Das erleben wir im Dreiländereck jeden Tag, aber genauso in der Verbindung von RWTH, FH, Forschung, Unternehmen, Start-ups, Handwerk und Kultur. Viele Ideen, die hier entstehen, sind international relevant. Auf unserer Website sieht man ein paar erste ausgewählte Beispiele wie ABIOMED oder Element 3-5 aus Baesweiler, und viele weitere werden folgen. Auch die Offenheit für unsere Nachbarländer und die Bereitschaft, Neues auszuprobieren, gehören dazu. Oft fehlt uns nicht die Substanz, sondern der Mut, sie gemeinsam größer zu erzählen.

BAD AACHEN: Umgekehrt gefragt: An welchen Stellen setzt sich die Stadt selbst noch zu viele Grenzen?

Matic: Wir setzen uns vor allem dort Grenzen, wo wir uns kleiner machen, als wir sind, oder wo jeder nur aus seiner eigenen Perspektive sendet. Viele gute Aktivitäten laufen nebeneinanderher, ohne dass ihre gemeinsame Wirkung sichtbar wird. Dazu kommen gewachsene Zuständigkeiten und manchmal ein sehr ausgeprägtes: „Das geht nicht“. Das ist kein Vorwurf an einzelne Menschen oder Institutionen – vieles davon hat nachvollziehbare Gründe. Aber wir sollten uns öfter fragen: Was wäre möglich, wenn wir die Kräfte dahinter bündeln und gemeinsam einen Schritt weitergehen?

BAD AACHEN: RWTH, starke Unternehmen, Forschung, Kultur, Karlspreis, CHIO Aachen und vieles mehr: Eigentlich hat Aachen reichlich Stoff für eine gute Story. Warum wird sie nicht gehört?

Matic: Weil die einzelnen Geschichten stark sind, aber bislang selten gemeinsam erzählt werden. Jede Institution und jedes Unternehmen hat seine eigenen Aufgaben, Zielgruppen und Kommunikationswege. Das ist verständlich und oft auch sinnvoll. Nach außen

entsteht dadurch aber ein eher uneinheitliches Bild. Außerdem sind viele Aachener Erfolge für die Menschen hier selbstverständlich geworden – und werden deshalb nicht als etwas Besonderes erzählt. Es fehlt also nicht an Leistung oder an spannenden Inhalten, sondern an einer verbindenden Plattform und an dem gemeinsamen Selbstverständnis: Das gehört alles zu Aachen, und genau daraus entsteht unsere besondere Stärke.

BAD AACHEN: Aus Ihrer Idee ist inzwischen ein beachtliches Netzwerk geworden. Wie breit ist es heute aufgestellt – und wer macht bereits mit?

Matic: Sehr breit. Wir haben Konzerne wie Johnson & Johnson, lokale Player wie NetAachen oder regio iT, Einzelhandel wie die Mayersche, Softwareunternehmen wie INFORM, aus dem Bau Carpus+Partner und Landmarken, Mitglieder aus dem Sport- und Kulturbereich wie TK Kurhaus oder das DAS DA Theater, Medien wie regioMEDIEN und sogar Mitglieder aus Düren, Köln und Düsseldorf. Aber auch Institutionen wie die IHK, der digitalHUB Aachen und die FH Aachen sind dabei. Auch mit der Stadt und der RWTH Aachen sind wir im Gespräch. Besonders wichtig ist uns, dass daraus kein Kreis weniger großer Unternehmen wird. Wir wollen ein Netzwerk aufbauen, in dem sich genauso etablierte Unternehmen wie Start-ups, Handwerksbetriebe, Kulturinstitutionen, Hochschulen und weitere engagierte Menschen wiederfinden. Die Initiative ist noch im Aufbau – aber genau das ist ihre Stärke: Viele bringen sich früh ein und helfen mit, aus einer Idee eine gemeinsame Plattform zu machen. Kürzlich hatten wir das erste Mitgliedertreffen mit 70 engagierten Unternehmern.

BAD AACHEN: Ein neuer Claim für Aachen dürfte Reaktionen auslösen. Was erleben Sie öfter – Aufbruchsstimmung oder Skepsis?

Matic: Es fühlt sich nach echter Aufbruchsstimmung an. Nicht nur durch unsere Initiative: Auch in vielen anderen Bereichen gibt es gerade Menschen in verantwortungsvollen Positionen, die etwas verbessern wollen. Wir erleben viel Ermutigung und eine spürbare Lust, dass sich etwas bewegt. Viele Menschen sagen: Endlich nimmt jemand dieses Thema in die Hand. Gleichzeitig gibt es natürlich Skepsis und berechtigte Fragen: Was bringt das konkret? Ist das nicht einfach nur ein neuer Slogan? Erreicht die Initiative auch die Menschen außerhalb der Wirtschaft? Diese Fragen sind wichtig und helfen uns. Wir wollen niemanden mit großen Worten überzeugen, sondern durch gute Arbeit, echte Geschichten und sichtbare Ergebnisse. Vertrauen entsteht nicht durch eine Präsentation, sondern über Zeit – und durch das, was man tatsächlich tut.

BAD AACHEN: Das Netzwerk soll ausdrücklich kein exklusiver Wirtschaftsclub werden. Wen möchten Sie noch dafür gewinnen?

Matic: Eigentlich alle, die an Aachen mitarbeiten und hier Zukunft gestalten – und zwar unabhängig von Größe, Branche oder Funktion. Technologie und Start-ups haben wir hier besonders viel. Besonders wichtig sind mir daher aber auch die Gegenpole: das Handwerk, der Mittelstand, aber auch Kultur, Tourismus, Bildung und die vielen Menschen, die den Alltag in der Stadt und der Region prägen. Als Unternehmensinitiative wollen wir natürlich vor allem den Standort wirtschaftlich stärken, aber das ist die Basis für jedes soziale Investment. Davon profitieren, nicht zuletzt durch steigende Steuereinnahmen, auch alle anderen Bereiche. Wir brauchen außerdem die Studierenden und Absolventinnen und Absolventen, die Nachbarschaft der Euregio und die kommunalen Akteure. *Aachen ohne Limits* soll also wirklich kein exklusiver Club sein. Entscheidend ist nicht, wie groß jemand ist, sondern ob jemand eine Geschichte, eine Idee oder die Bereitschaft mitbringt, etwas für Aachen zu bewegen.

BAD AACHEN: Aachen ohne Limits endet nicht an der Stadtgrenze. Wie weit reicht Ihr Fokus?

Matic: *Aachen ohne Limits* orientiert sich nicht an einer starren Verwaltungsgrenze. Gemeint ist der gemeinsame Lebens- und Wirtschaftsraum, den viele Menschen ganz selbstverständlich mit Aachen verbinden – einschließlich der angrenzenden Kommunen und der Euregio. Gleichzeitig wollen wir niemandem vorschreiben, wie er sich identifizieren muss. Wir haben auch niemanden um Erlaubnis gefragt – es ist ein transparentes, gutes Angebot. Aachen ist einfach der stärkste Name, den Menschen auch außerhalb der Stadt verstehen und verwenden, wenn sie erklären, woher sie kommen. Präsenz entsteht bei uns zunächst über das Netzwerk: durch Unternehmen, Hochschulen, Institutionen und Gespräche in Stadt und Region. Wir behaupten nicht, schon überall zu sein. Wir wollen Schritt für Schritt mehr Menschen erreichen und ihnen eine gemeinsame Möglichkeit geben, sich einzubringen.

BAD AACHEN: Der Name ist da, das Netzwerk wächst – jetzt muss die Initiative sichtbar werden. Welche konkreten Projekte stehen demnächst an?

Matic: Als Nächstes geht es darum, aus der Idee ein nutzbares System zu machen. Dazu gehören ein einfaches Brand-Toolkit und Vorlagen, mit denen Mitglieder die Standortmarke in ihrer eigenen Kommunikation einsetzen können. Wir wollen außerdem Geschichten aus Unternehmen, Forschung, Handwerk, Kultur und Start-ups sammeln und über gemeinsame Formate, Veranstaltungen und digitale wie analoge Kanäle wie Social Media und PR sichtbar machen. Inhaltliche Schwerpunkte wie KI, Medizintechnik, Handwerk, Gründung oder Zukunftstechnologien können unter dem gemeinsamen Dach mehr Reichweite bekommen. Parallel bauen wir das Netzwerk weiter aus. Wichtig ist uns dabei: Nicht das Logo steht im Mittelpunkt, sondern die Menschen und Projekte, die Aachen tatsächlich voranbringen.

BAD AACHEN: Woran würden Sie in einigen Jahren erkennen: Aachen ohne Limits hat tatsächlich etwas verändert?

Matic: Ein echter Erfolg wäre, wenn *Aachen ohne Limits* nicht mehr nur unser Claim ist, sondern eine Haltung, die Menschen im Alltag verwenden. Wenn bei einer schwierigen Frage nicht sofort „Das geht nicht“ kommt, sondern: „Ohne Limits! Wie könnten wir es möglich machen?“ Konkret würde ich mich freuen, wenn mehr Aachener Geschichten außerhalb der Region bekannt werden, wenn Unternehmen und Institutionen gemeinsam auftreten und wenn Menschen sich bewusst für Aachen entscheiden – zum Arbeiten, Gründen, Studieren, Investieren oder Leben. Und natürlich wäre es ein gutes Zeichen, wenn die Aachener selbst wieder häufiger und ohne Ironie sagen: Auf unsere Stadt und unsere Region können wir stolz sein.

BAD AACHEN: Wenn Sie Aachen auf seine Eigenarten herunterbrechen: Was ist für Sie typisch für diese Stadt – im Guten wie im weniger Guten?

Matic: Typisch Aachen ist in meinem Umfeld die besondere Mischung aus Bodenständigkeit, internationalem Alltag und großer Offenheit. Man geht am Wochenende morgens in Belgien einkaufen, radelt tagsüber durchs Dreiländereck und geht abends in Holland essen. Menschen aus vielen Ländern arbeiten wie selbstverständlich zusammen und sind gleichzeitig sehr tief in der lokalen Geschichte und Tradition ihrer Orte in der Region verwurzelt. Aachen ist direkt, pragmatisch und oft erstaunlich ideenreich. Im weniger guten Sinne neigen wir dazu, zu schnell zu meckern, uns kleiner zu machen, als wir sind, und unsere besonderen Stärken nicht zu kennen oder sie als

selbstverständlich zu nehmen. Wir sehen manchmal zuerst, was nicht funktioniert, und erst danach, was längst gelingt. Genau diesen Blick wollen wir ein Stück weit verändern – ohne Probleme schönzureden.

BAD AACHEN: Sie investieren viel Zeit und Energie in die Initiative. Was treibt Sie persönlich an?

Matic: Aachen ist für mich längst Heimat geworden. Ich bin in Berlin geboren, lebe aber seit vielen Jahren hier und habe in Aachen meine Unternehmen aufgebaut. Die Stadt und die Region haben mir viel ermöglicht – deshalb möchte ich auch etwas zurückgeben. Gemeinsam mit meinem Partner Zeljko Pezely ist unser Antrieb sehr praktisch: Wenn wir wollen, dass unsere Unternehmen, unsere Arbeitsplätze und unsere Lebensqualität langfristig eine gute Zukunft haben, dürfen wir die Wahrnehmung Aachens nicht dem Zufall überlassen. Ich glaube daran, dass wir als Unternehmer nicht nur darauf warten sollten, dass jemand anderes ein Problem löst. Wir können selbst anfangen und andere dafür gewinnen. Am Ende geht es nicht nur um uns, sondern auch um die nächste Generation.

BAD AACHEN: „Ohne Limits“ heißt auch, größer zu denken. Wie viel von Ihrer eigenen unternehmerischen Haltung steckt in diesem Motto?

Matic: Sehr viel – allerdings nicht im Sinne von „Alles ist möglich, wenn man nur fest daran glaubt“. Grenzen gibt es, und manche sind real. Für mich bedeutet „ohne Limits“, Grenzen nicht vorschnell als Endpunkt zu akzeptieren, sondern nach einem anderen Weg zu suchen. Meine Agentur heißt Interactive Pioneers, und Pionierarbeit bedeutet stets, die Grenzen des Möglichen etwas weiter zu verschieben und Neuland zu betreten. Das ist auch meine Haltung als Unternehmer: ein Problem ernst nehmen, Verantwortung übernehmen und dann gemeinsam herausfinden, was trotzdem möglich ist. Dabei hilft mir, dass ich nicht alles allein können muss. Gute Ideen werden meistens dann stark, wenn andere Menschen ihre Perspektiven und Fähigkeiten einbringen.

BAD AACHEN: Zum Schluss ganz persönlich: Welches eigene Limit haben Sie zuletzt überwunden?

Matic: Bei *Aachen ohne Limits* selbst. Die Idee war lange größer als das, was ich allein neben dem Tagesgeschäft hätte leisten können. Wir haben trotzdem angefangen, zunächst mit Gesprächen, Recherche und einer Umfrage, später mit eigenen Investitionen und dann mit der Einladung an andere, sich anzuschließen. Mein persönliches Limit lag dabei auch darin, eine noch nicht fertige Idee nach außen zu tragen und um Vertrauen zu bitten. Heute weiß ich: Man muss nicht warten, bis alles perfekt ist. Man muss nur den ersten belastbaren Schritt machen und andere ernsthaft zum Mitmachen einladen. Dass wir wenige Monate nach Eintragung bereits über 50 Unternehmen sind, hätte ich mir niemals zu träumen gewagt. Allerdings gibt es in Aachen und der Aachen Area auch noch ein Potenzial von bestimmt 250 000 Unternehmen.