

Vorlage		Vorlage-Nr:	E 49/0017/WP17-1
Federführende Dienststelle: Kulturbetrieb		Status:	öffentlich
Beteiligte Dienststelle/n:		AZ:	
		Datum:	09.02.2016
		Verfasser:	
Tourismus, Stadtmarketing und Kultur			
Antrag zur Tagesordnung für die gemeinsame Sitzung der Betriebsausschüsse Kultur und Theater/VHS am 10.12.2015 vom 27.10.2015			
Beratungsfolge:		TOP: _4_	
Datum	Gremium	Kompetenz	
25.02.2016	BaKu	Kenntnisnahme	

Beschlussvorschlag:

Der Betriebsausschuss Kultur nimmt die Ausführungen der Verwaltung zur Kenntnis.

Erläuterungen:

Die Fragen des Antrags werden seitens des ats wie folgt beantwortet:

Welche Beiträge leisten Kulturbetrieb, Theater und auch VHS bereits für das Stadtmarketing und das touristische Marketing und was könnten sie darüber hinaus leisten?

Welche Bedeutung haben die Kulturangebote der Stadt und der Städteregion für das Stadtmarketing und das touristische Marketing?

- Das kulturelle Angebot der Stadt bietet Reiseanlässe (Bsp. Karlsjahr)
- Das kulturelle Angebot der Stadt bietet Bausteine für die Programmgestaltung eines Aufenthalts (Museumsbesuch, Ausstellungsbesuch, Theater)
- Mit Kulturbetrieb, Theater und VHS gab es in den letzten Wochen Gesprächstermine um über die Zusammenarbeit zu intensivieren
- Eine frühzeitige Information und Einbindung des ats ist gewünscht. Reiseveranstalter brauchen Informationen zu Veranstaltungen/Ausstellungen mind. 1,5 Jahre im Voraus.

Was leistet das touristische Marketing für das Kulturmarketing?

- Das kulturelle Angebot der Stadt wird über die Kanäle des aachen tourist service beworben (Prospekte, Internet, Social Media)
- Gäste werden durch die Mitarbeiter des ats über das kulturelle Angebot informiert. Dies gilt für das neuausgebaute Servicecenter und die TI Elisenbrunnen.
- Bei Rahmenprogrammen zu Kongressen, Ein- und Mehrtagesprogrammen, werden die Einrichtungen aktiv angeboten.

Wie ist die Zusammenarbeit organisiert?

- Regelmäßiger Austausch.
- Enge Zusammenarbeit bei Großprojekten, wie z.B. im Karlsjahr

Welche Veränderungen und Perspektiven ergeben sich durch die in der Diskussion befindliche Neustrukturierung?

- Z. Zt. Noch nicht absehbar, da erst die dritte von fünf strukturierenden Sitzungen stattgefunden hat.

Die Stellungnahme des FB 13 ist als Anlage im Ratsinformationssystem beigefügt.

Anlage/n:

Präsentation FB 13 (Ratsinformationssystem)

Antrag der Fraktion GRÜNE vom 27.10.2015



Fachbereich Presse und Marketing

Welche Bedeutung haben die Kulturangebote der Stadt für das Stadtmarketing in Aachen?

Stellungnahme zu den an FB 13 gerichteten Fragen / Anforderungen im Antrag der Grünen Fraktion vom 27.10.2015

02. Februar 2016

3 von 25 in Zusammenstellung

stadt aachen



Aufgaben

Stadtmarketing

+ Markenbildung/ -stärkung

+ Teilbereiche:

Imagemarketing – Wissenschaftsmarketing –

Kulturmarketing – Innenstadtmarketing –

Verwaltungsmarketing – Eventmarketing – Binnenmarketing



Aachen

Marke stärken

+ Markenkern: Tradition trifft Innovation

Markenkern Tradition

+ wichtigster Markenbotschafter: Karl der Große



Foto: Thilo Vogel

Karlsjahr

**Punktueler Aufschlag:
durch temporäre Angebote wie Karls-Ausstellungen**

7 von 25 in Zusammenstellung

stadt aachen



AACHEN BADET IN GESCHICHTE

Tauchen Sie ein!

ROUTE CHARLEMAGNE AACHEN



Foto: Peter Hinschläger / Gestaltung: wesentlich

Route Charlemagne

Nachhaltige Implementierung:
durch dauerhafte Angebote des Kulturbetriebs

8 von 25 in Zusammenstellung

stadt aachen



Wie wichtig ist also die Kultur?

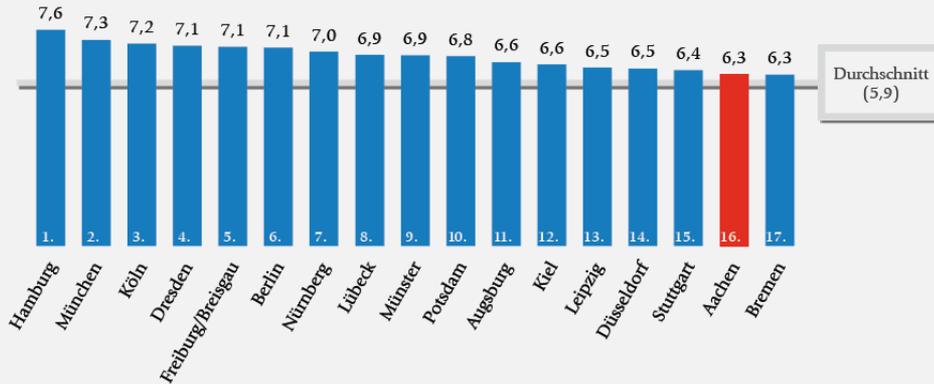
- + Thema „Karl der Große“ vermittelt sich fast ausschließlich durch kulturelle Angebote
- + Karl der Große steht für Kultur(geschichte)
- + Markenkern „Tradition“ wird größtenteils kulturell ausgelegt

Aachen liegt auf Platz 16 im Gesamt-Ranking

RANKING
MARKENSTÄRKE
(SPITZENFELD)

2015

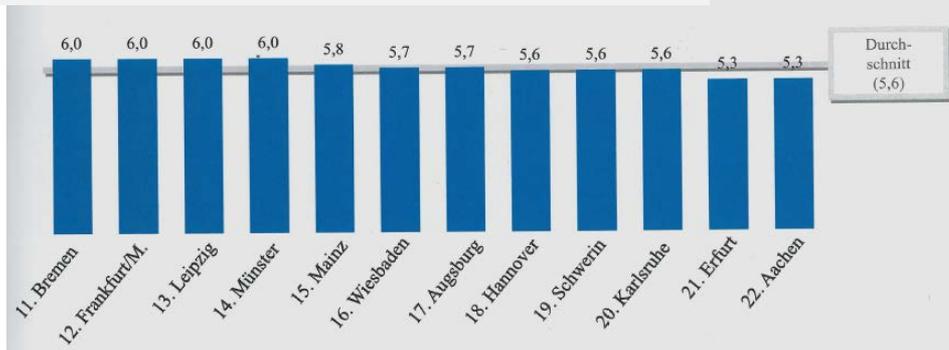
Rang 16
der 50
größten Städte



Ranking
Markenstärke
(Mittelfeld)

2010

Rang 22
der 30
größten Städte



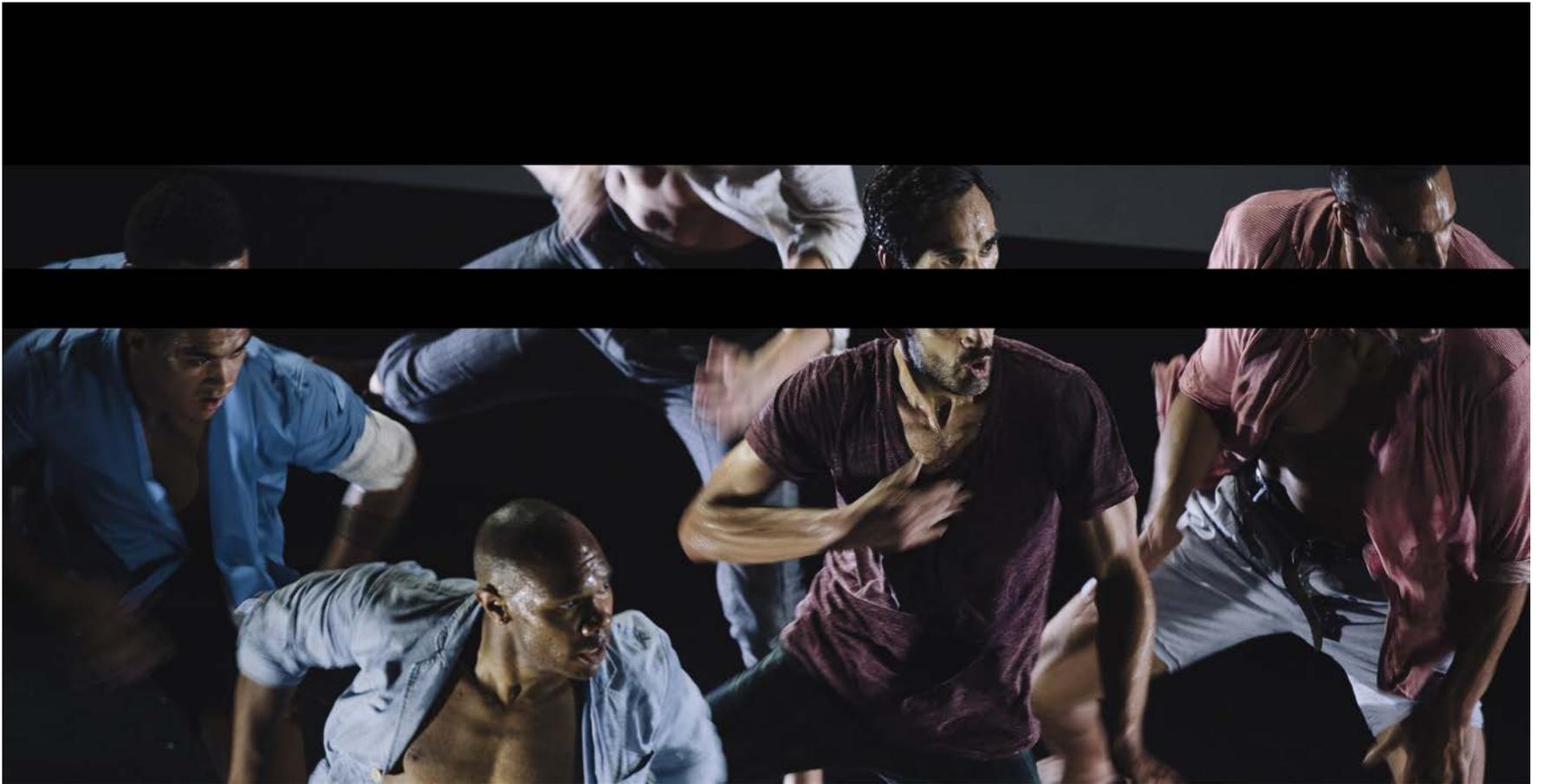
Benchmarking

Beliebtheit von Aachen ist gestiegen (repräsentative Umfrage Sommer 2014), möglicher Zusammenhang mit Karls-Ausstellungen?

10 von 25 in Zusammenstellung

stadt aachen





Karl ist Kultur

Aber nicht alle Kultur ist Karl

stadt aachen



Aachen **lebt Kultur**

- + Kultur hält die Stadtgesellschaft zusammen
- + Kultur ist ein Standortfaktor
- + Kultur bietet Identifikationsplattformen für Bürgerinnen und Bürger, Kleine und Große, Alteingesessene und Zugezogene

Große Auftritte

Kleine Auftritte

- + Theater Aachen – Aachener Museen – Schrittmacher – Chorbiennale – Vorträge – Lesungen – Konzerte...
- + Kultur braucht das Spektakel und sie braucht Nischen: für ein hochindividualisiertes Publikum mit diversen Ansprüchen
- + Es lohnt sich, die Hauptakteure und jede Veranstaltung mit Marketingmaßnahmen zu begleiten – jede nach ihrer Art

Zusammenarbeit intern

- + Kulturmarketing-Etat liegt bei E 49
- + FB 13 konzipiert, berät, unterstützt, berät, setzt um
– je nach Bedarf
- + ständiger Austausch zwischen FB 13 und E 49 auf allen Ebenen

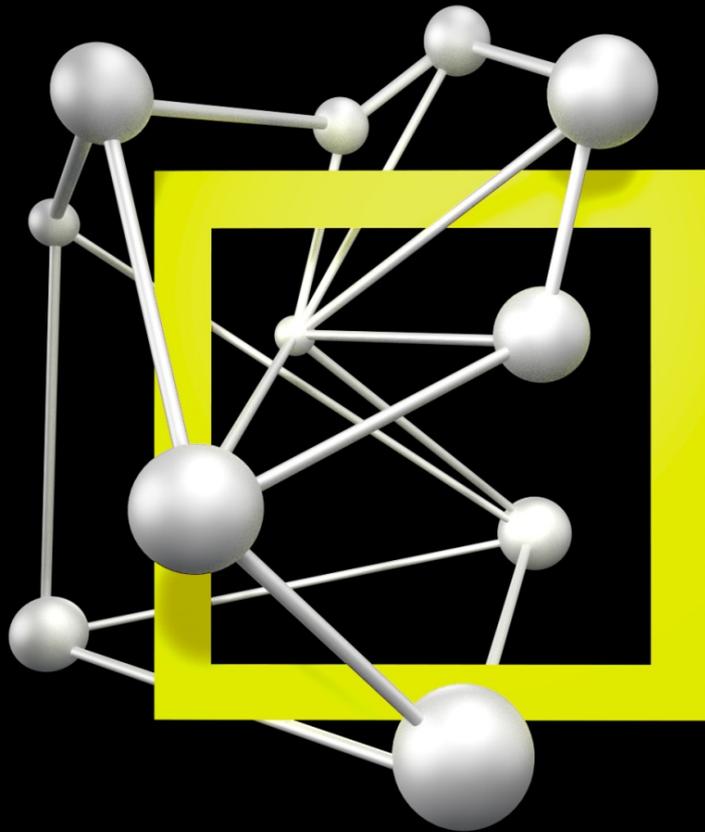
Kulturmarketing extern

- + punktuelle Zusammenarbeit mit anderen stadtrelevanten Veranstaltern / Veranstaltungen (z.B. Reit-EM, SeptemberSpecial...)
- + Jour fixe FB 13 / ats

Schwerpunkt 2016

Future Lab Aachen

- + Marke Aachen: jetzt wird das Kernthema „Innovation“ ins Zentrum gerückt
- + Aufgabe und Ziel: Wissenschaftsstadt Aachen sichtbarer machen



**FUTURE
LAB 2016
AACHEN**
KUNST DES FORTSCHRITTS

EXZELLENZ BELEUCHTEN

Aachen lebt Wissenschaft. Die ganze Stadt tickt im Rhythmus der Hochschulen und Forschung. Entdecke Aachen – das Zukunftslabor!



FUTURE LAB 2016 AACHEN
KUNST DES FORTSCHRITTS

futurelab-aachen.de ist die Plattform des „Future Lab Aachen“. Tag für Tag: Alle Veranstaltungen mit wissenschaftlichen Themen, die für jedermann zugänglich sind. Von Super C bis Fraunhofer ILT: Wo ist was? Die Karte zeigt es auf einen Blick. Geschichten, Bilder, Ingenieurkünstler: Das Magazin liefert Hintergründe. Für alle, die es besser wissen wollen.

WILLKOMMEN

IM FEBRUAR FREUT SICH AACHEN AUF MEHR ALS 800 BESUCHER DES IKV-KOLLOQUIUMS!

KALENDER

9.873 mal Wissenschaft in der Euregio erleben

Datum

Suche

nach Ort

nach Veranstaltungstyp

Filter zurücksetzen

BATHAUS AACHEN



Fr 15.04. um 22 Uhr
HOCHSCHULINFOTAG HIT AACHEN 2016
Aufkettveranstaltung zum Wissenschaftsjahr

KARMAN AUDITORIUM



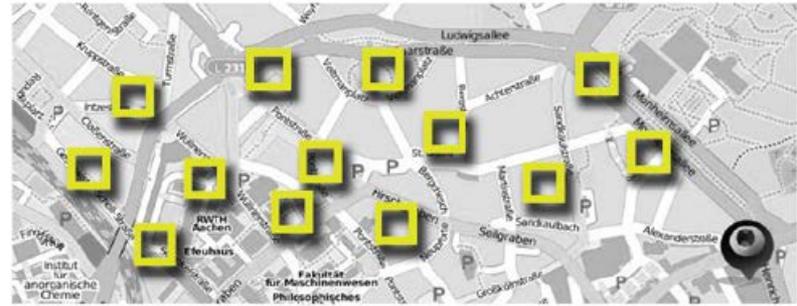
Fr 15.04. um 22 Uhr
VORTRAG IM KARMAN-AUDITORIUM
Aufkettveranstaltung zum Wissenschaftsjahr

LUDWIG FORUM



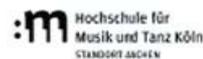
Sa 15.04. um 22 Uhr
AUSSTELLUNG IM LUDWIG FORUM
Aufkettveranstaltung zum Wissenschaftsjahr

VERANSTALTUNGSRORTE



Besuch im Aachen Center for Young Researchers

> Zum Artikel im Magazin

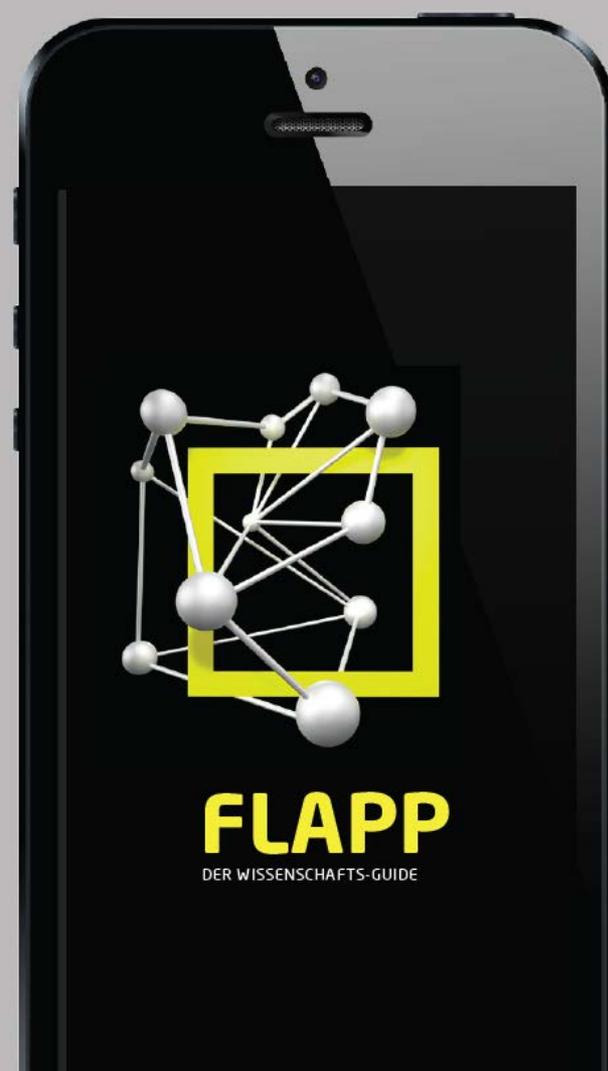


Future Lab Webkalender

www.futurelab-aachen.de bündelt Veranstaltungen mit wissenschaftlichem Inhalt und verortet sie.

stadt aachen





Interaktiver Cityguide

Die Future Lab Aachen App führt durch die Wissenschaftsstadt Aachen.

stadt aachen

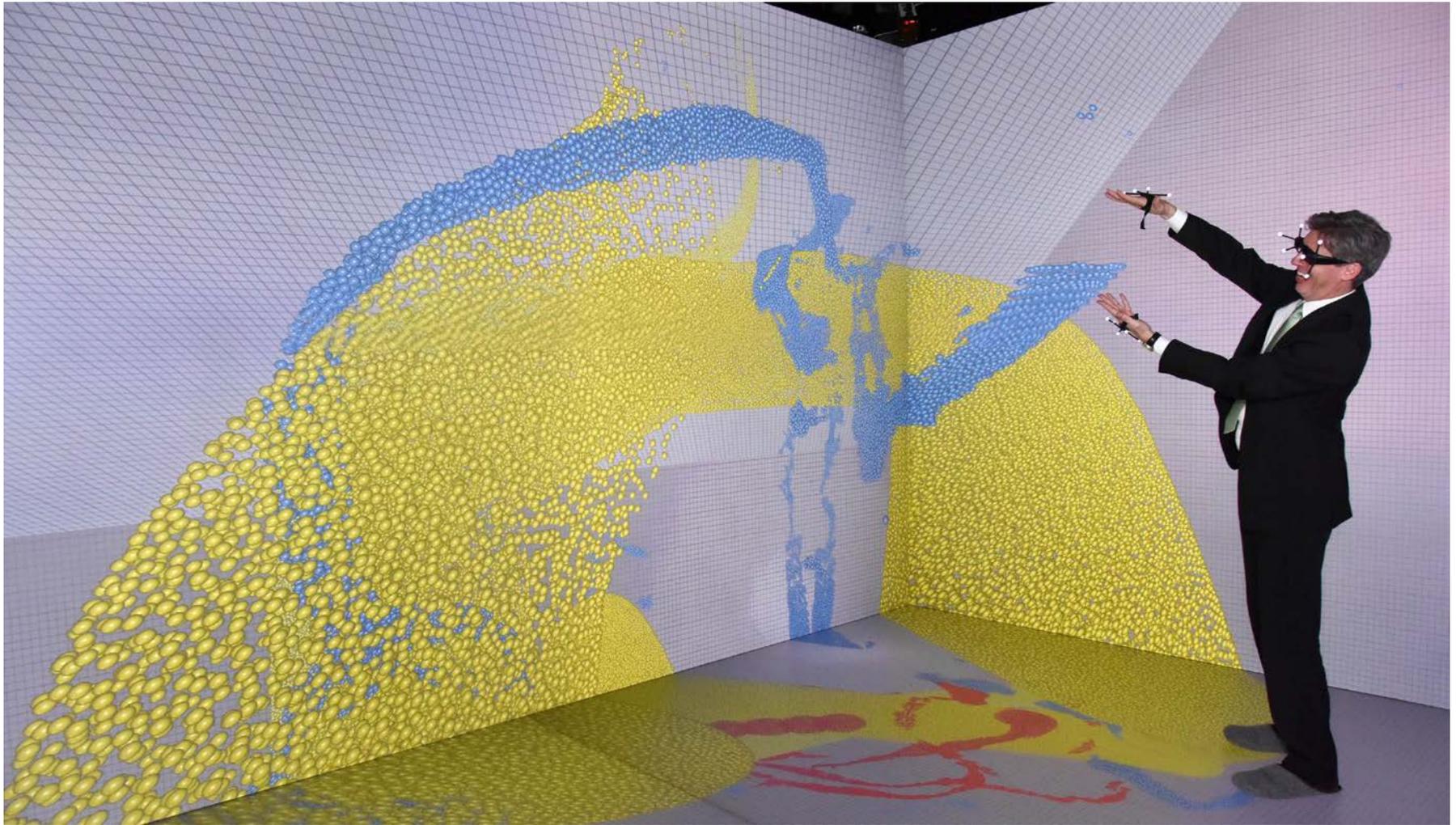


Future Lab Aachen **braucht Kultur**

Wissenschaft lässt sich sinnlich erfahrbar machen:

+ durch kulturelle Events

**+ an atmosphärisch starken Orten der Kultur –
im Museum, an der Rathausfassade, in der Tuchfabrik ...**



Future Lab & Kultur

Beispiel: Sponsoren-Veranstaltung Future Lab in der aixCAVE

21 von 25 in Zusammenstellung

stadt aachen





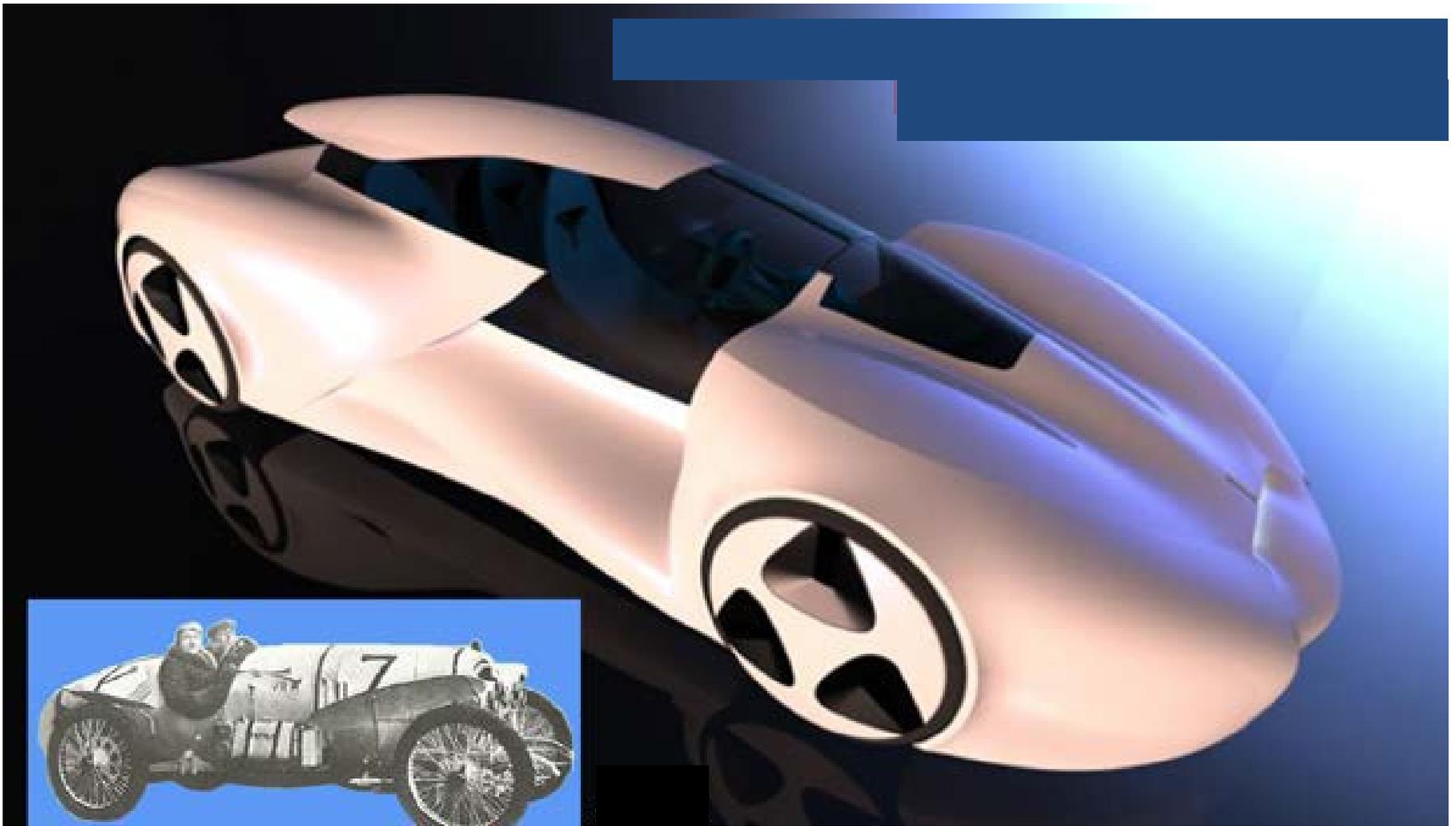
Future Lab & Kultur

Beispiel: „Future Lab Aachen – Die Gala“ im Theater Aachen
am 11. Mai 2016

22 von 25 in Zusammenstellung

stadt aachen





Future Lab & Kultur

Beispiel: Automobil-Ausstellung „Fauchender Fafnir“
im Centre Charlemagne

23 von 25 in Zusammenstellung

stadt aachen



...das alles und noch viel mehr!

- + siehe Vortrag des Kulturbetriebsleiters und
Vorlage E 49/0018WP17, Sitzung BaKu vom 10.12.2015**
- + FB 13 unterstützt gerne mit Marketingmaßnahmen**

An die
Vorsitzenden der
Betriebsausschüsse
Kultur und Theater/VHS
Dr. M. Schmeer / H. Bruynswyck
-CDU Fraktion-
Verwaltungsgebäude Katschhof

52062 Aachen

27. Oktober 2015

Antrag zur Tagesordnung für die gemeinsame Sitzung der Betriebsausschüsse Kultur und Theater / VHS am 10. Dezember 2015:

Sehr geehrte Frau Vorsitzende, sehr geehrter Herr Vorsitzender,

für die oben genannte Sitzung der beiden Ausschüsse beantragen wir einen Tagesordnungspunkt:

„Tourismus, Stadtmarketing und Kultur“.

Wir bitten darum, in dieser Sitzung darzustellen, welche Beiträge Kulturbetrieb, Theater und auch VHS für das Stadtmarketing und das touristische Marketing bereits leisten und darüber hinaus leisten könnten, und welche Anforderungen und Erwartungen sie an das Stadtmarketing und das touristische Marketing stellen.

Auf der anderen Seite sollten Stadtmarketing und touristisches Marketing darstellen, welche Bedeutung die Kulturangebote der Stadt und der StädteRegion für sie haben, und wie sie diese in ihrer Arbeit unterstützen bzw. verwerten. Auch soll dargestellt werden, wie die aktuelle Zusammenarbeit organisiert ist und wie welche Veränderungen und Perspektiven sich durch die in der Diskussion befindliche Neustrukturierung ergeben. Ziel sollte es sein, dass sich „Kultur“ und Stadtmarketing und touristisches Marketing gegenseitig unterstützen.

Wir bitten darum, zu dieser Sitzung einen Vertreter des ATS einzuladen, z.B. den neuen Geschäftsführer Matthias Glotz.

Mit freundlichen Grüßen



Ulla Griepentrog
Fraktionssprecherin