

Bericht	Geschäftsbereich	Verwaltungsleitung
	Ressort / Stadtbetrieb	Ressort 003 - Stadtmarketing und Wirtschaftskommunikation
	Bearbeiter/in	Dr. Andreas Kletzander
	Telefon (0202)	563 5806
	Fax (0202)	563 4898
	E-Mail	andreas.kletzander@stadt.wuppertal.de
	Datum:	05.05.2003
	Drucks.-Nr.:	VO/1479/03 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
21.05.2003	Ausschuss für Stadtmarketing	Entgegennahme o. B.
"Lampenfieber" - Das Schwebefest am 26. Juli 2003		

Grund der Vorlage

Unter dem Titel „Lampenfieber“ erhielt die Stadt Wuppertal im Dezember 2002 zum dritten Mal den Zuschlag für „Ab in die Mitte“ – Die City Offensiver NRW. Verbunden damit ist ein Zuschuss von 90.000 Euro.

Beschlussvorschlag

Das Veranstaltungskonzept „Wuppertaler Lampenfieber“ wird zur Kenntnis genommen.

Einverständnis

Der Kämmerer ist einverstanden.

Unterschrift

Dr. Hans Kremendahl

Begründung

1. Der Antrag

Die Ausschreibung des Landeswettbewerbs „Ab in die Mitte“ für das Jahr 2003 stand unter dem Motto „Stadtidentitäten in NRW – Veränderte Stadtansichten“. Mit inhaltlich unverwechselbaren Projekten aus den Bereichen Kunst, Kultur und Freizeit sollten neue

Sichtweisen auf die Stadt bzw. auf einzelne Stadtbereiche ermöglicht werden. Im Einzelnen setzt sich „Ab in die Mitte“ für 2003 folgende Ziele:

- Sehgewohnheiten in Frage stellen
- Wahrnehmungsroutinen in Frage stellen
- Unbekannte Orte ins neue Licht rücken
- Imagefaktoren bewusst machen
- Alte Pfade verlassen – neue Wege gehen

Die hier formulierten Ziele deckten sich weitgehend mit den Plänen des Stadtmarketingressorts, die Schwebebahn dauerhaft zu beleuchten und ein jährliches Schwebebahnfest durchzuführen.

Es lag daher nahe, die Premiere des Schwebebahnfestes „Wuppertaler Lampenfieber“ am 26. Juli 2003 in den Mittelpunkt des Wuppertaler Wettbewerbsbeitrags zu stellen. Im Antrag wurde explizit auf den engen Zusammenhang mit der geplanten Beleuchtung hingewiesen, denn bei jedem Schwebebahnfest soll ein weiterer Beleuchtungsabschnitt eingeweiht werden.

2. Das Schwebebahnfest

Mit dem Schwebebahnfest „Wuppertaler Lampenfieber“ wird ein überregional ausstrahlendes Stadtfest etabliert, das jedes Jahr am letzten Wochenende vor den Sommerferien stattfinden soll. Die Premiere am 26. Juli 2003 findet im Bereich Kluse/Hofaue statt, anlässlich des Stadtjubiläums 2004 wird voraussichtlich im Rahmen des Langen Tisches gefeiert, und 2005 wird der Bereich Alter Markt bespielt.

Das Schwebebahnfest wird kein klassisches Stadtfest sein und damit bewusst auch nicht in Konkurrenz zum Cityfest Elberfeld und Barmen live stehen. Vielmehr ist ein hochkarätiges Kulturevent geplant, bei dem sich Licht, Videokunst, 3D, Tanz, Comedy und Akrobatik zu einem einzigartigen Erlebnis vereinen. Dabei wird der jeweilige Stadtraum um die Schwebebahn zur Spielfläche. Anklänge an den „Cirque du Soleil“ sind gewollt, ohne dass dabei dessen Konzept kopiert wird.

Mittelfristiges Ziel ist die Schaffung einer emotional besetzten Qualitätsmarke im Eventbereich, ähnlich "Rhein im Flammen" oder dem "Kölner Ringfest". Eine anspruchsvolle Gastronomiemeile wird für zusätzliche Attraktivität sorgen. Zielgröße sind 100.000 Besucher im ersten Jahr und eine bundesweite Medienpräsenz.

Die besondere Attraktivität des Schwebebahnfestes macht die Verknüpfung mit der dauerhaften Beleuchtung aus. So gesehen ist das Schwebebahnfest die emotionale und künstlerische Verdichtung des ohnehin schon spektakulären Lichtprojektes auf einen Tag. Durch diese Verknüpfung werden unter Anderem folgende Ziele erreicht:

- Illumination und Event stärken nach innen die Identität der Bürger mit ihrer Stadt und nach außen das Image Wuppertals
- Durch ihr Zusammenspiel tragen beide Inszenierungen zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadtbereiche bei.

Ein Erfolgskriterium des Wuppertaler Wettbewerbsantrages war die Einbindung der Wuppertaler Eventagenturen in das Projekt. Anfang des Jahres wurde in zwei Arbeitssitzungen mit allen großen Eventagenturen über die konzeptionelle Ausrichtung des Schwebebahnfestes diskutiert. Dort kam man einstimmig zum Schluss, dass angesichts der knappen Mittel die Umsetzung auf eine Eventagentur übertragen werden sollte.

Ausgewählt wurde die Agentur Golatta Eventmarketing, die sich als einzige der großen Eventagenturen bereit erklärt hat, die Organisation zu übernehmen. Golatta Eventmarketing, eine der TOP 10-Agenturen in Deutschland, entwickelt darüber hinaus auch ein Sponsoren- und Gastronomiekonzept, das mittelfristig dazu beitragen soll, dass sich die Veranstaltung zu großen Teilen selbst trägt.

3. Weitere Programmpunkte

Da die Förderkriterien von „Ab in die Mitte“ besagen, dass der Veranstaltungszeitraum mindestens acht Tage umfassen muss, wird das Schwebefest um weitere Veranstaltungen ergänzt, die sich mit dem Thema „Veränderte Wuppertaler Stadtansichten“ auseinandersetzen. Im Einzelnen sind dies:

Rückkoppelung: 72 Stunden multimediale Kunst im Cinemaxx bzw. auf dem Vorplatz (1. bis 3. August): Eine Gruppe Wuppertaler Künstler führt eine 72-Stunden-Kunstperformance durch, wo sich unterschiedliche Ausdrucksformen wie Farb-, Wort-, Klang- und Videoinszenierungen, Theater, Malerei oder Literatur zu einem Gesamtkunstwerk vereinen. Dieses Projekt ist die Weiterentwicklung einer 24-Stunden-Performance, die im letzten Jahr von der Künstlergruppe in der ehemaligen Schnürsenkelfabrik am Huppertsberg durchgeführt wurde.

Wuppertaler Filmwoche im Cinemaxx: Zwischen dem 28. Juli und dem 2. August werden Filme gezeigt, die von Wuppertalern gedreht wurden, in Wuppertal spielen oder sich der Kulisse der Stadt bedienen (z.B. Der Krieger und die Kaiserin, Das Experiment, Nichts bereuen, Manta Manta, Nirgendwo in Afrika etc.).

202 – der Soundtrack zur Stadt: die Wuppertaler Clubszene, eine der lebendigsten in NRW, wird eingeladen, sich musikalisch mit ihrer Stadt auseinander zu setzen. Die Planungen hierzu werden in den nächsten Wochen konkretisiert.

Wuppertal – 24 Stunden live (19. und 20. September 2003): Da sich auch diese Veranstaltung mit veränderten Stadtansichten beschäftigt, ist es sinnvoll, sie in den Kontext von „Ab in die Mitte“ aufzunehmen. Der eigene Charakter der Veranstaltung wird dadurch nicht berührt, auch findet die Finanzierung außerhalb des „Ab in die Mitte“-Budgets statt.

Kosten und Finanzierung

Für das Gesamtprojekt steht ein gesicherter Etat von 150.000 Euro zur Verfügung, davon kommen 90.000 Euro vom Land und jeweils 30.000 Euro von der Stadt und den Wuppertaler Stadtwerken.

Die Mittel verteilen sich wie folgt:

Schwebefest	120.000 Euro
Rückkopplung (72 Stunden Kunst)	10.000 Euro
Absperr- und Sicherheitsnahmen	10.000 Euro
Werbung und Kommunikation	10.000 Euro

Darüber hinaus bemühen sich das Stadtmarketingressort und die Agentur Golatta Eventmarketing um weitere Sponsoren.