

Beschlussvorlage	Geschäftsbereich	Verwaltungsleitung
	Ressort / Stadtbetrieb	Ressort 003 - Stadtmarketing und Wirtschaftskommunikation
	Bearbeiter/in Telefon (0202) Fax (0202) E-Mail	Bernd von Kürten 563 6367 563 8520 bernd.vonkuerten@stadt.wuppertal.de
	Datum:	08.11.2003
	Drucks.-Nr.:	VO/2245/03 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
03.12.2003	Ausschuss für Stadtmarketing	Beschlussempfehlung
10.12.2003	Hauptausschuss	Beschlussempfehlung
15.12.2003	Rat der Stadt Wuppertal	Entscheidung
Stadtfest 75 Jahre Wuppertal "Wir sitzen alle an einem Tisch"		

Grund der Vorlage

Beschlussfassung über die Durchführung eines Stadtfestes zum 75-jährigen Stadtjubiläum am 17.07.2004.

Beschlussvorschlag

Der Rat der Stadt stimmt der Vorlage zu und beauftragt das Ressort 003 mit der Vorbereitung des Stadtfestes „Wir sitzen alle an einem Tisch“.

Einverständnis

Der Kämmerer ist einverstanden.

Unterschrift

Dr. Hans Kremendahl

Begründung

Stadtfest 75 Jahre Wuppertal „Wir sitzen alle an einem Tisch“

Der „Lange Tisch“ ist ein bewährtes und von den Besuchern positiv bewertetes Veranstaltungsformat. Gerade in Wuppertal, wo das Stadtteildenken immer noch sehr stark ausgeprägt ist, bildet der „Lange Tisch“ zum Jubiläum ein verbindendes und identitätsstiftendes Element entlang der Talachse.

Darüber hinaus bietet der „Lange Tisch“ viele Möglichkeiten zu aktiver Bürgerbeteiligung: angefangen von Familien über Nachbarschaften bis hin zu Vereinen und heimischer Gastronomie. Auch würde diese Form eines Stadtfestes die Talachsenstrategie „Lebensader Wupper“ akzentuieren und könnte so die Ziele der Regionale 2006 befördern.

Das Konzept

Die Grundidee des Langen Tisches, alle Bürgerinnen und Bürger einzuladen, eine viele Kilometer lange Festtafel längs durch die Stadt zu bauen und dort ein fröhliches Fest zu feiern, bleibt beibehalten. Die komplette Talachse von Oberbarmen bis Vohwinkel wird dafür gesperrt und kann mit Tischen und Stühlen bestückt werden. Die Nord-Süd-Tangenten bleiben für den Verkehr frei. Die konkrete Streckenführung wird mit Polizei, Feuerwehr, WSW und städt. Ressorts abgesprochen.

Um das gesellschaftliche und kulturelle Potenzial – über Familien, Nachbarschaften und Freundeskreise hinaus – abzurufen und auch zu dokumentieren, sollen Kompetenzen, Interessen, Eigenarten gebündelt und zu Themen zusammengefasst werden. Wenn die Wuppertaler mitmachen, werden dementsprechende Tischreihen oder „Meilen“ unter einem bestimmten Motto entstehen, zum Beispiel:

<i>Meile der Musikanten</i>	Hier treffen sich alle, die ein Instrument spielen – und dies auch an diesem Abend tun
<i>Meile der Sportler</i>	Ein langer Tisch für alle Wuppertaler Handballer, Rollhockeyspieler, Basketballer, Tischtennispieler... - und Jeder kann mal mitspielen
<i>Meile der Geburtstagskinder</i>	Wer hat in dieser Woche Geburtstag gehabt?
<i>Meile der Tänzer</i>	Die Straße wird zum Parkett für Tango, Walzer, Salsa....

Die Themenliste ließe sich um ein Vielfaches erweitern. Hier können die Hobbygärtner, Schachspieler, Plattkaller, Karnevalisten, Oldtimerfreunde usw. miteinander feiern, auf ihr Hobby aufmerksam machen und neue Freunde oder Mitglieder gewinnen. Selbstverständlich hat auch jeder Einzelne die Möglichkeit, sich mit seinem Campingtisch in die Festtafel einzureihen.

Der „Lange Tisch“ unterbricht zunächst einmal das Konzept eines jährlichen Schwebebahnfestes im Rahmen von „lampenfieber“. Aus Sicht des Stadtmarketing-Ressorts ist es daher notwendig, eine Verbindung von „Langem Tisch“ und „lampenfieber“ herzustellen.

Denkbar wäre dies etwa durch eine *Lampenfieber-Meile*. Da sich das Stadtmarketing-Ressort der Aufgabe verpflichtet hat, über den Verkauf von Lichtaktien bzw. das Einwerben von Spenden und Sponsoring die Beleuchtung des Schwebebahngerüsts voranzutreiben, soll im Bereich Adlerbrücke – Alter Markt (geplanter zweiter Beleuchtungsabschnitt) ein reduziertes „Lampenfieber“-Fest in den Langen Tisch integriert werden. Zusätzlich zur illuminierten Schwebebahn werden Fassaden (Opernhaus, Bartelshaus, Engelshaus) in Szene gesetzt, der Engelsingarten in einen Lichtergarten umgewandelt und die Wupperufer festlich illuminiert.

Dieses lässt sich allerdings nur mit zusätzlichem Sponsoring – über den unten genannten Etat hinaus – realisieren. – Es kommt darauf an, eine konzeptionelle Verbindung herzustellen zwischen dem „lampenfieber“- Fest in 2003 und einer Wiederaufnahme im Jahr 2005 – mit der Aussicht auf Akquise überregionaler Dienstleister und Markenartikler für das Kultursponsoring.

Zusätzlich ist geplant, markante Plätze entlang des „Langen Tisches“ mit kulturellen und gastronomischen Angeboten zu bespielen. Ein wichtiger Partner ist dabei der Hotel- und Gaststättenverband, der schon seine Bereitschaft zur Mitarbeit bekundet hat. Denkbar wären z.B. eine „Italienische Tafel“ oder eine „Französische Tafel“ – angereichert durch ein entsprechendes Unterhaltungsprogramm. Gleichzeitig ist der „Lange Tisch“ aber auch eine ideale Plattform für die vielfältige Kulturszene der Stadt: ob Klassik, Jazz oder Rock, ob Theater, Comedy oder Aktionskunst. Hier würden aber zusätzliche Kosten anfallen, die nicht im Grundbudget berücksichtigt sind.

Auch sollen die Wuppertaler Schausteller mit attraktiven Angeboten eingebunden werden. Die lokale, entlang der Stecke ansässige Gastronomie wird gebeten, die notwendige Infrastruktur für die Bewirtung der Besucher auch vor dem Lokal zu stellen und Jedermann die Benutzung der Gaststätten-Toiletten zu erlauben.

Mit allen Gastronomen, Schaustellern und Vereinen, die Getränke ausschenken bzw. Speisen anbieten und damit Gewinne erwirtschaften können, wird vereinbart, dass diese als Gegenleistung einen eigenen Programmpunkt anbieten oder einen noch festzulegenden Betrag in eine Gemeinschaftskasse einzahlen, aus der dann z.B. Walking Acts finanziert werden, die die Besucher entlang der Talsohle unterhalten.

Der Termin

Das Stadtmarketing-Ressort hat in seinem Veranstaltungskonzept für die nächsten Jahre vorgeschlagen, ein jährliches Stadtfest jeweils auf das letzte Wochenende vor Beginn der Sommerferien zu terminieren. Demzufolge würde der „Lange Tisch“ am **17.07.2004** aufgebaut. Denn am 22.07. gehen viele Wuppertaler in Urlaub.

Die Finanzierung

Für Vorbereitung, Werbung (auch im Umland) und Abwicklung des „Langen Tisches“ im Jahr 1999 standen im Haushaltsplan 200.000 DM (also rund 100.000 Euro) zur Verfügung - angesichts des Gesamtumfanges dieses Projektes ein sehr knapp kalkulierter Betrag. Er reichte nur deshalb aus, weil die am Gesamtprojekt aktiv Beteiligten (auch verwaltungsintern) ihre Beiträge ohne Kostenberechnungen einbrachten und auch zusätzliche Partner als Sponsoren auftraten.

Inflationsbereinigt und unter Berücksichtigung veränderter Ausgangslagen z.B. bei Sicherheitsvorschriften oder Beschilderungsmaßnahmen muss für die Durchführung eines Stadtfestes in annähernd der gleichen Dimension wie vor vier Jahren ein Etat von **150.000 €** angesetzt werden.

Es wird zu klären sein, inwieweit gewisse Kostenfaktoren wie z.B. Anschlüsse und Verbrauch von Strom und Wasser kostenneutral erfolgen bzw. personalaufwändige Arbeiten wie das Aufstellen der Beschilderungsmaßnahmen durch Verwaltungsmitarbeiter oder das THW durchgeführt werden können und damit der Etatansatz etwas reduziert werden kann.

Sponsoringmanagement

Ein Teil des oben genannten Budgets von 150.000 Euro kann sicherlich durch Sachsponsoring und Eigenleistungen der Stadt abgedeckt werden. Dennoch darf man sich nicht der Illusion hingeben, dass die Durchführung eines solchen Stadtfestes ohne finanzielle Mittel möglich ist. Realistisch ist mit einem Kapitalbedarf von mindestens 80.000 Euro zu rechnen, um die Grundstruktur des „Langen Tisches“ zu finanzieren.

Zusätzliche Attraktionen wie eine „lampenfieber“-Meile oder die technische Infrastruktur für die Wuppertaler Kulturszene sind in diesem Grundbudget nicht enthalten.

Da der städtische Eigenanteil annähernd gegen Null geht, kommt einem professionellen Sponsoringmanagement eine große Bedeutung zu. Sponsoren erwarten für ihr Engagement konkrete Gegenleistungen, z.B. durch geeignete Präsentationsmöglichkeiten. Hierzu müssen attraktive Sponsoringpakete für lokale aber auch überregionale Unternehmen entwickelt werden.

Fazit

Das Ressort Stadtmarketing steht vor der Aufgabe, ein Stadtfest auf einer Länge von über 10 Kilometern und für mehr als 300.000 Besucher zu organisieren. Allein dies ist schon eine große Herausforderung. Diese wird umso schwieriger, als im Gegensatz zu 1999 keine städtischen Mittel zur Verfügung stehen.

Als Starttermin für vorbereitende Organisations- und Kommunikationsmaßnahmen ist die erste Januar-Hälfte 2004 zwingend erforderlich. Das Ressort Stadtmarketing kann diese Aufgabe nur dann schultern, wenn bis dahin die politischen Gremien alle Entscheidungen getroffen und die Verwaltung die notwendigen Voraussetzungen geschaffen haben.