

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:	30.04.2004
	Drucks.-Nr.:	VO/2938/04 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
02.06.2004	Ausschuss für Stadtmarketing	Entgegennahme o. B.
Wuppertal "24 Stunden live" - 17./18. September 2004		

Grund der Vorlage

Bericht zum Projektstand

Beschlussvorschlag

Die Vorlage wird zur Kenntnis genommen.

Einverständnis

entfällt

Unterschrift

Dr. Hans Kremendahl

Begründung

Wuppertal 24 Stunden live am 17./18. September 2004

Nach dem großen Erfolg der vergangenen beiden Jahre findet auch in diesem Jahr wieder der Veranstaltungsmarathon "Wuppertal 24 Stunden live" statt. Konzipiert ist die Veranstaltung als Kombination von Stadtschau und Entdeckungsreise. Im letzten Jahr bestand "Wuppertal 24 Stunden live" aus über 50 Einzelaktionen.

Weil besonders die Firmenbesichtigungen großen Anklang fanden, wird es auch in diesem Jahr eine Neuauflage dieses Themenbereichs unter dem Motto "Unternehmen öffnen sich" geben.

Schon jetzt haben viele Unternehmen ihre Bereitschaft signalisiert, sich an "Wuppertal 24 Stunden live" zu beteiligen. Im Mittelpunkt stehen dabei Firmen, die Besuchern spannende Produktionsprozesse demonstrieren, die architektonisch herausragende Gebäude präsentieren oder Berufseinsteigern einen Einblick in abwechslungsreiche Berufe vermitteln.

Dabei sind u.a. folgende Unternehmen: Cinemaxx, DaimlerChrysler, EDE, Knipex und die Sparkasse. Weitere Schwerpunkte des Programms sind "Menschen in Bewegung" und "Orte in Szene gesetzt". Die Kultur-Veranstaltungen konzentrieren sich vor allem auf die Abend- und Nachtstunden. Geplant sind u.a. eine Kulturnacht im Luisenviertel, ein Historischer Jahrmarkt an der Zollbrücke in Heckinghausen, eine ClubFusion und eine Orgelnacht in Wuppertaler Kirchen.

Die "Orte"-Kategorie bietet Besuchern die Gelegenheit, ungewöhnliche oder spannende Orte im Stadtgebiet zu entdecken. Inszeniert werden sollen beispielsweise Orte wie der Elisenturm, Schloss Lüntenbeck oder der Bunker am Schusterplatz. Gleichzeitig bietet das Ressort Stadtmarketing ungewöhnliche Stadtführungen an.

Wie im vergangenen Jahr bietet "Wuppertal 24 Stunden live" auch den Stadtteilen an, sich zu präsentieren. Besonders aktiv ist dabei Ronsdorf, wo sich rund 20 lokale Partner zu einer Art "Stadtteilschau" zusammengeschlossen haben.

Insgesamt umfasst die vorläufige Projektliste (Stand 15. Mai) 45 geplante Aktionen.

Veranstaltet wird Wuppertal 24 Stunden live vom Marketingressort der Stadt Wuppertal, Wuppertal aktiv, GWG, Regionale 2006, Wirtschaftsjuvenoren und Wirtschaftsförderung. Medienpartner sind Radio Wuppertal und die WZ.

Die Veranstalter sorgen für die Koordination und Bewerbung der Gesamtveranstaltung. Das Gesamtbudget dafür beträgt rund 14.000 Euro, davon werden 5.000 Euro vom Ressort Stadtmarketing getragen.

Die Finanzierung und Organisation der Einzelveranstaltungen liegen im Verantwortungsbereich der Partner. "Wuppertal 24 Stunden live" ist daher ein sehr günstiges und effizientes Instrument des Stadtmarketings, das auf Partnerschaft und Vernetzung basiert.