

Titel:	Über die Belebung der City und die Image-Pflege einer Stadt - Ludwigsburg und Montbéliard sprachen über Stadtmarketing
Quelle:	Ludwigsburger Kreiszeitung, S. 5
Datum:	10.04.1996
Seitenumfang:	1
Signaturen:	WE 441-Städtepartnerschaft Ludwigsburg - Montbéliard

Bitte beachten Sie: Diese Kopie ist nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt.

Deutsch-Französisches Institut

Frankreich-Bibliothek

Asperger Straße 30

D - 71634 Ludwigsburg

Telefon: +49 (0) 7141 93 03 34

Telefax: +49 (0) 7141 93 03 55

E-Mail: frankreich-bibliothek@dfi.de

Internet: <http://www.dfi.de/>



Expertengespräch über Stadtmarketing in Ludwigsburg, rechts OB Dr. Christof Eichert.

Bild: LKZ-Zeller

Über die Belebung der City und die Image-Pflege einer Stadt

Ludwigsburg und Montbéliard sprachen über Stadtmarketing

Die feierliche Eröffnung des Blühenden Barocks im Schloß bildete den Auftakt für die 8. Arbeitstagung zwischen Ludwigsburg und Montbéliarder Experten zum Thema „Stadtmarketing“.

Die französischen Gäste waren aber nicht gekommen, um sich im Blühenden Barock zu verlustieren: „Wir wollen gemeinsam arbeiten – wir wollen uns gemeinsam mit den Perspektiven unserer Innenstädte und des Stadtmarketings beschäftigen“, betonte Oberbürgermeister Dr. Christof Eichert. Denn seit der Verlagerung der Einkaufszentren auf die „Grüne Wiese“ und der 1993 erfolgten Auflösung der Parkplätze auf dem Ludwigsburger Marktplatz muß der Ludwigsburger Einzelhandel neue Wege gehen, wenn er überleben will. Ein Problem, mit dem sich auch die französischen Kollegen in Montbéliard konfrontiert sahen.

In der Arbeitssitzung im Lud-

wigsburger Rathaus referierte Kulturbürgermeister Alain Chaneaux zur Marketing-Konzeption und -Strategie der Stadt Montbéliard. Genau wie in Ludwigsburg hatten sich in Montbéliard die Einzelhändler 1990 zunächst einmal zu der l'Union Commerciale Montbéliardaise zusammengeschlossen, die dem Ludwigsburger Verkehrsverein als Interessenverband des Einzelhandels entspricht. Aber schon bald war den Verantwortlichen klar, daß dieser Zusammenschluß nicht ausreichte, weshalb 1994 die ADECOM gegründet wurde. Die ADECOM ist ein Zusammenschluß der Union commerciale, der Industrie- und Handelskammer und der Stadt Montbéliard (vergleichbar mit der 1993 gegründete LuST GmbH, deren Hauptgesellschafter die Stadt Ludwigsburg und der Verkehrsverein Ludwigsburg mit je 45% sind).

Eine weitere wichtige Maßnahme zur Belebung der Innenstädte von Montbéliard und Ludwigsburg sind die Durchführung von

historischen und traditionellen Festivitäten, die eine große Zahl von Besuchern anziehen, und gleichzeitig mit ihrer spezifischen Eigenart dazu dienen sollen, der Stadt eine unverkennbare Prägung zu verleihen. So gibt es um die Weihnachtszeit in Montbéliard das sogenannte „Schrauben- oder Bolzenfestival“ an Silvester. Darüber hinaus soll ein „Fest der Prinzen“ mit original Barockkostümen inszeniert werden. Ein Konzept, das sich, so LuST-Geschäftsführer Winfried Blickle auch für Ludwigsburg – Stichwort „Venezianische Messe“ – bestens bewährt hat.

Einig sind sich heute auch die Montbéliarder Stadtmarketingstrategen darin, daß die Stadt ein unverkennbares, eindeutiges Image braucht. Allerdings wird in Montbéliard noch an einem prägnanten, durchschlagenden Motto gearbeitet, das für Ludwigsburg bereits gefunden zu sein scheint: „Lebendig, barock, Ludwigsburg.“

Di
Ze

Offiz

Die Re
Leiter
len Ste
tungen
zialisti
Streim
Verdier
Polen.

Der
April in
Justiz
Ryszar
rektor
Unters
polnisc

Der
Streim
ren, ste
Zentra
1958 a

ster de
nahm.
die Beh
lungsve
über 10
nen. Ge
wurde

Der e
in den
vor ge
NS-Ver
rung“ z
digen u
gung v
Streim

Gr
auf

Arbei

Wer in
als sog
schäftl
als 15
tet und
590 Ma
muß ke
versich

Erst l
oder ei
zeit w
beiträg
versich
Geht
ringfüg
die Ve
zusam