# STADTMARKETING
# NEUIGKEITEN-BRIEF

DEZEMBER 2018

Blick auf das „Made in Krefeld Special“ Foto: © Lothar Strücken

# „MADE IN KREFELD“-SPECIAL VERZAUBERT AUF DEM NÖRDLICHEN DIONYSIUSPLATZ

### Öffnungszeiten

| | |
|---|---|
| Sonntag–Mittwoch: | 12 bis 20 Uhr |
| Donnerstag: | 12 bis 21 Uhr |
| Freitag und Samstag: | 12 bis 22 Uhr |

Das komplette Programm, einen Übersichtsplan und Infos zu den Akteuren gibt es unter *www.krefeld.de/madeinkrefeldspecial*

## REICHLICH ABWECHSLUNG, FESTLICHE ATMOSPHÄRE UND UNGEWÖHNLICH ORIGINELL

### Stilvoller Treffpunkt

Nach der gelungenen Premiere im vergangenen Jahr gibt es in diesem Jahr wieder ein „Made in Krefeld“-Special zum Weihnachtsamarkt.

Seit dem 22. November genießen die Krefelderinnen und Krefelder aber auch Gäste aus der Region die besondere Atmosphäre des weihnachtlich-festlichen Stadtgartens. Bis zum 23. Dezember hat das festlich illuminierte Stadtidyll noch geöffnet. Täglich ab 12 Uhr stehen die Kreativen und Künstlerinnen und Künstler in den 15 ganz besonderen Markthäuschen um die Besucherinnen und Besucher mit ihren Produkten zu begeistern. Das einzigartige Flair lässt sich in den Abendstunden besonders genießen: Himalayabirken, Zieräpfel, roter Hartriegel und Pinien in stilvollen Pflanzkübeln, Waldmöbel in Sitznischen, ein warm-weicher Bodenbelag aus Holzhäckseln, Weihnachtshäuschen, die es nur in Krefeld gibt verbinden sich dann mit der illuminierten Kirche zu einer Oase für die Sinne.

Dieser stilvolle Treffpunkt ist für alle einen Ausflug wert, die in der Vorweihnachtszeit einfach einmal runterkommen möchten, ohne auf stimmungsvolle Momente, besondere Geschenkideen, wertige Produkte, leckeres Essen und warme Getränke zu verzichten.

### Besondere Krefeld-Genüsse

Auch Speisen und Getränke, die hier nicht dominieren, sollten unbedingt probiert werden . Mit den originellen Gerichten der Kunstküche, den Waffeln von Sel la vie, dem Vin brule bianco von de Cassan und den heißen Gin-Variationen von Reginerate gibt es ein hochwertiges Krefeld Angebot für bewusstes Genießen . ▸

Harald Harrer, Glaskünstler Foto: © Lothar Strücken

## Immer Neues zu entdecken

So sind es diesmal 36 Aussteller, die die speziell für Krefeld entworfenen Weihnachtshäuschen bespielen. Manche bleiben für die komplette Dauer des Weihnachtsmarktes, andere sind nur für einige Tage oder Wochen da. „Es sind einige „Ein-Frau-Betriebe“ dabei, die schaffen es einfach nicht, über die volle Zeit eine Hütte zu besetzen, aber unbedingt dabei sein wollten“, so Cloos. Hintergedanke: Wer nur einmal vorbeischaut, läuft Gefahr, nicht alles entdeckt zu haben. Wiedereinkehr ist durchaus gewünscht und lohnt sich.

## Ein Ort der Begegnung

Einzug in das Wald-Weihnachtsdorf erhalten auch die Krefelder Pfadfinderstämme Ostgoten aus Uerdingen und Sankt Elisabeth. Sie schlagen im wahrsten Sinne des Wortes für fünf Wochen ihr Zelt auf dem „Made in Krefeld“-Special auf und richten dort ihre Gruppenabende immer mittwochs und donnerstags ab etwa 18 Uhr aus.

Auftritt „Living Voices“ Foto: © Stadtmarketing

## Living Voices und andere Ensembles

Am 29. November gaben die Living Voices ein Konzert. Am 20. Dezember treten der Audienda Chor ab 18.30 Uhr und Femme Chorale ab 20 Uhr auf. Freitags, in der letzten Woche am Samstag, 22. Dezember, erklingen immer um 18.30, 19.30 und 20.30 Uhr für 20 Minuten Orgelkompositionen bekannter Komponisten, die die besondere Atmosphäre des Weihnachtsmarktes aufgreifen und unterstützen. An der Klais-Orgel in der Dionysiuskirche spielt Andreas Cavelius, Regionalkantor der Region Krefeld-Meerbusch und Organist der Stadtkirche. Die Konzerte werden live auf die nördliche Seite des Dionysiusplatzes übertragen. Samstags in den Abendstunden treten verschiedene Krefelder Musiker auf. In der letzten Marktwoche vor Weihnachten kommen die Musiker am Freitag. Und jeden Samstag um 18 Uhr lädt Pastoralreferent Ulrich Hagens zur Andacht „Zehn Minuten für die Seele“ ein. Die Andacht findet auf dem Markt statt und richtet sich an alle, die, unabhängig von Religion oder Konfession, innere Einkehr suchen. •

# KREFELDER WEIHNACHTSMARKT-TASSE HAT EINE SCHLITTSCHUH-KUFE ALS HENKEL

Oberbürgermeister Frank Meyer, Nina Strutz und Uli Cloos
Foto: © Lothar Strücken

Nina Strutz hat die Krefelder Weihnachtsmarkt-Tasse 2018 entworfen. Oberbürgermeister Frank Meyer lüftete das Geheimnis im Rahmen der Eröffnung des Weihnachtsmarktes. Er gratulierte der Gewinnerin zusammen mit Projektbetreuer Knut Michalk von der Hochschule Niederrhein, unter dessen Leitung die Design-Studenten im Sommersemester an den Entwürfen gefeilt hatten. Es war das zwölfte Mal, dass Studenten die Tassen entwarfen.

Die Gewinner-Tasse ist rundlich und animiert zu Assoziationen. Sie verfügt über eine schräge Öffnung und einen Henkel, der an eine Schlittschuhkufe erinnert. Auf dem zweiten Platz landete Hui-Yan Li und auf dem dritten Carlotta Thomeczek.

Von dem Siegerentwurf gibt es wie in den Vorjahren nur eine limitierte Auflage von 750 Stück. Die Tasse ist auf dem Weihnachtsmarkt am Stand des Stadtmarketings, bei Lechner & Hayn an der Rheinstraße 114, im Mediencenter Krefeld, Rheinstraße 76, und im SWK-Service-Center im Hansa-Centrum für 9,95 Euro erhältlich. Alle Entwürfe sind auf www.krefeld.de in einer Bildergalerie, bei Facebook und „live“ bei „Lechner + Hayn“ zu sehen. •

Oberbürgermeister Frank Meyer nimmt die Urkunde entgegen Foto © Lothar Strücken

## KREFELD BEKOMMT ZERTIFIKAT „FAIRTRADE TOWN“

Die Stadt Krefeld hat das Fairtrade-Siegel erhalten und kann sich ab sofort als „Fairtrade Town" bezeichnen. Damit ist Krefeld eine von 2000 Kommunen in 28 Ländern die inzwischen im fairen Handel vernetzt sind. In Deutschland gibt es über 530 „Fairtrade Towns“.

Das Krefelder Stadtmarketing hat die Fairtrade-Initiative angestoßen, begleitet und bindet sie in den Krefelder Perspektivwechsel ein. Die Auszeichnung mit dem Fairtrade-Siegel setzt ein Angebot von fairen Produkten im Handel, in den Gastronomiebetrieben, in den Kirchen und Schulen voraus. Rund um die Verleihung hat das Krefelder Stadtmarketing viele Projekte zu einem großen Programm zur nationalen Fairen Woche zusammengetragen. Dazu gab es Veranstaltungen rund um das Motto „Gemeinsam für ein gutes Klima". Das Programm ging über den fairen Handel mit Waren hinaus. Der faire Umgang mit Zugewanderten und Fragen der Mitmenschlichkeit wurden ebenso thematisiert, wie die, Solidarische Landwirtschaft in Krefeld' und ‚foodsharing' Projekte.

„Fairtrade Towns“ fördern gezielt den fairen Handel auf kommunaler Ebene. Es sollen die Sensibilität für gerechte Produktionsbedingungen und soziale sowie umweltschonende Herstellungs- und Handelsstrukturen gefördert werden. •

Die Ravens überqueren dicht gefolgt vom Team „Feldsaaten Freudenberger“ die Westparkstraße Foto: © Lothar Strücken

# SCHUBKARRENLAUF LÄUTET LAUFMASCHE EIN: ÜBER 200 AKTIVE MACHTEN MIT

## Mobile Blumenbeete als Stadtdekoration

Über Wochen standen die mit Saatgut der Krefelder Firma Feldsaaten Freudenberger präparierten Schubkarren in einer Halle des Mies van der Rohe Businessparks. Schließlich ging die Saat auf und es entstanden knapp 200 kleine Stadtbiotope. Im Anschluss wurden sie in einer langen Prozession in die Innenstadt gebracht. Das veranstaltende Stadtmarketing sprach von „einer großen Demonstration für eine bunte und vielfältige Stadtgesellschaft“. Sportler der großen Vereine Krefelds, aber auch Naturschützer, Nachbarschaften und Firmen beteiligten sich. Fußballer des KFC liefen neben Eishockeyspielern des KEV, Handballer der HSG neben Hockey-Cracks vom Crefelder HTC. Firmenbelegschaften neben Kulturschaffenden und auch Einzelpersonen schlossen sich dem fröhlich-bunten Lindwurm an. Die Footballer der Ravens waren sogar in voller Montur dabei: und das zum Auftakt des neuen Mode-Designfestivals „Krefelder Laufmasche“.

Beim Schubkarrenlauf transportierten über 200 Aktive 119 bepflanzte Schubkarren vom Mies van der Rohe Businesspark an der Girmesgath bis in die Innenstadt zum Willy-Göldenbachs-Platz. Die Schubkarren haben über eine Woche die Achse vom Evangelischen Kirchplatz, über den Platz an der Alten Kirche bis zum Willy-Göldenbachs-Platz geschmückt und Menschen eingeladen, diese attraktive Platzachse in der Innenstadt ganz neu zu entdecken. •

Start am Mies van der Rohe Business Park Foto: © Lothar Strücken

Ankunft am Willy-Göldenbachs-Platz Foto: © Lothar Strücken

Modeschau von Luisa Maißner und Marlene Dietrich vor ihren Containern auf dem Willy-Göldenbachs-Platz. Foto: © Lothar Strücken

Philipp Lichtenberg Foto © Lothar Strücken

# KREFELDER LAUFMASCHE

## Neues Mode-Designfestival setzt auf Kreativität und Nachwuchs und erhält viel Aufmerksamkeit

Auf dem Platz an der Alten Kirche, dem Evangelischen Kirchplatz und dem Willy-Göldenbachs-Platz präsentierten 19 junge Designerinnen und Designer in Baucontainern eigene Entwürfe und Kreationen. In einem aufwändigen Bewerbungsverfahren hatten sie sich für die Teilnahme an der ersten Krefelder Laufmasche qualifiziert. Während einer Woche haben sich die Jungdesignerinnen und -Designer dem Publikum präsentiert, Kontakte geknüpft und die Stadt bereichert. Kreatives, junges, studentisches Leben auf Krefeld zu fokussieren, gehört zu den Schwerpunkten des Stadtmarketingskonzeptes „Krefelder Perspektivwechsel“, der mit der Laufmasche einen weiteren Veranstaltungshöhepunkt hatte. Resonanz, Atmosphäre und breite überregionale Berichterstattung haben Krefelds Profil als Stadt für Studierende geschärft. Die nächste Krefelder Laufmasche wird es im Jahr 2020 geben. •

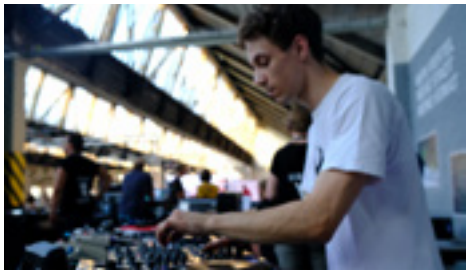
Detail einer Applikation an einer Jacke von P. Lichtenberg
Foto © Lothar Strücken

Moodboard im Container von Dania Mollemeier Foto: © Lothar Strücken

Modenschau und Verleihungsfeier in der Shedhalle der alten Samtweberei – ein Kleid von Henriette Dresbach Foto © Lothar Strücken

Gewinnerin der Goldenen Seidenschleife – Henriette Dresbach
Foto © Lothar Strücken

Ausgelassene Stimmung im Innenhof der alten Samtweberei
Foto © Lothar Strücken



Yannick Gerundt sorgt für Stimmung in der Shedhalle
Foto © Lothar Strücken

# VERLEIHUNG DER „GOLDENEN SEIDENSCHLEIFE“

**Furiose Verleihungsparty zum Abschluss der „Krefelder Laufmasche“**

Krefeld als erfindungsreiche, experimentierfreudige und weltoffene Stadt zu profilieren, das ist die Idee des Stadtmarketingkonzepts „Krefelder Perspektivwechsel“. Dazu bricht das Stadtmarketing seit 2015 immer wieder mit Erwartungen und vermittelt durch Veranstaltungen wie der Rhine Side Gallery, dem Gipfelstürmertag, dem Aktionstag „Garagen und Hinterhöfe“ neue Krefeld Ansichten.

In dieses Konzept hat sich die Wiederverleihung der „Goldenen Seidenschleife“ konsequent eingefügt. Bis 2013 hatten bekannte Modelabels diese Auszeichnung für ein erfolgreiches Mode-Marketing erhalten. Passend zu den Inhalten des Perspektivwechsels konnten sich jetzt kreative Nachwuchsdesignerinnen und -Designer für diesen renommierten Preis bewerben. Die 50 Bewerberinnen und Bewerber kamen aus ganz Deutschland. 19 von ihnen hatte die Jury eine Präsentationsfläche bei der Krefelder Laufmasche gegeben. Alle 19 Nominierten waren beim großen Verleihungsfinale in der Shedhalle der Alten Samtweberei anwesend, als die Mode-Designerin Henriette Dresbach die „Goldene Seidenschleife“ von Oberbürgermeister Frank Meyer erhalten hat.

Die gelernte Textil-Produktgestalterin, Maßschneiderin und staatlich geprüfte Modedesignerin hatte die Jury durch ihre innovative Verarbeitungstechnik, den Materialeinsatz und das ungewöhnliche Design überzeugt. Die Gewinnerin der „Goldenen Seidenschleife“ studiert Modedesign an der Weissensee Kunsthochschule in Berlin. •

# KREFELDER PERSPEKTIVWECHSEL IM FOKUS

german brand award '17 winner

GEWINNER des

#urbanana AWARD

NOMINIERT für

13. Europäischer Kulturmarken-Award

**Stadtmarketing erhält für Perspektivwechsel-Projekte Anerkennung**
Den *German Brand Award* für besondere Markenführung, den *NRW urbanana Award* für besonders kreative Ansätze im Tourismusmarketing und die Anerkennung von Städten wie Offenbach, Bremerhaven und Oberhausen, die sich in Vorträgen und Exkursionen über den Perspektivwechsel informieren lassen, hat das Krefelder Stadtmarketingkonzept bereits.

Jetzt war es sogar nominiert für den *Europäischen Kulturmarkenaward* in der Kategorie „Stadtkultur“. Eine 39-köpfige Expertenjury unter Vorsitz von Professor Dr. Oliver Scheytt  hat das Konzept des Krefelder Stadtmarketings in der Kategorie „Preis für Stadtkultur“ unter die ersten drei gesetzt. Um den wichtigsten Preis im Kulturmarketing hatten sich 99 Kulturanbieter, Städte, Regionen und Kulturinvestoren aus ganz Europa beworben. Der Preis wird in acht Kategorien verliehen – in jeder wurden drei Bewerber nominiert.

Oberbürgermeister Frank Meyer freut sich über die Nominierung. Er sieht im Prozess des Perspektivwechsels einen Mehrwert für die Weiterentwicklung der Stadt und die Vernetzung der Akteure innerhalb der Stadtgesellschaft. „Der Perspektivwechsel hilft uns dabei, unsere eigene Sicht auf Krefeld zu hinterfragen und die Stärken unserer Stadt besser herauszuarbeiten. Die Formate, die das Stadtmarketing dafür entwickelt, sind lebendig, originell und publikumswirksam.“

**Auch die Jury bewertet den Perspektivwechsel als Konzept, das sich positiv auf die Stadtkultur auswirkt:**
„Die Stadt Krefeld hat sich gemeinsam mit ihren Bewohnerinnen und Bewohnern auf einen langen Weg gemacht. Sie hat sich vorgenommen, Krefeld von und mit seinen Bewohnern gegen den Strich zu bürsten, es neu und anders zu denken und die Krefelder mit ihrer Stadt zu versöhnen. Perspektivwechsel heißt das Programm, das das Stadtmarketing gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern konsequent, mit Esprit und großer Lust auf den Weg gebracht hat. Ein kultureller Prozess, in dem sich die Stadt gemeinsam mit ihren Menschen verändert und in dem beide ehrlich miteinander, gerade auch die Schwächen und Unebenheiten der Stadt zur Sprache bringen. Ein ganz besonders zeitgemässes Beispiel für eine engagierte Arbeit an der Stadtkultur.“ Bernadette Spinnen, Jury-Mitglied Kulturmarken-Award bei der Laudatio in Berlin ▸

Claire Neidhardt und Uli Cloos beim Urbanana-Award 2017
Foto: © Stadtmarketing Krefeld

Der Krefelder Perspektivwechsel wurde Ende 2014 ins Leben gerufen. Die Idee entstand aus gemeinsamen Überlegungen von Mario Bernards von Currenta, Eckart Preen von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft und dem Stadtmarketing. Daraus haben sich zahlreiche Projekte entwickelt, die sich mit der Kultur des Zusammenlebens in der Stadt befassen.

Der Perspektivwechsel versteht sich als urbanes Labor, das mit Experimenten nach Potenzialen und Chancen sucht und auf eine enge Zusammenarbeit mit Bürgerinnen und Bürgern setzt. Er will den Blick für die Potenziale und damit die Zukunft der Stadt schärfen, indem er – konsequent abgeleitet aus der Krefelder Geschichte – auf die drei Markenattribute innovativ, kreativ und weltoffen setzt und hierüber an einer Allianz der Engagierten arbeitet.

Der Krefelder Perspektivwechsel greift im Zweijahresrhythmus stadtprägende Handlungsfelder auf und macht durch kreative Projekte, Formate und Dialogplattformen Kompetenzen, Potenziale und Chancen der Stadt sichtbar. Bis zum Stadtjubiläum im Jahr 2023 soll durch die enge Zusammenarbeit über die kommunalpolitischen Handlungsfelder hinweg das Stadtimage verbessert und Identität gestiftet werden. Dies geschieht über die Themenfelder „Made in Krefeld“ (2017), 100 Jahre Bauhaus (2019) und Stadtkultur (2021). •

Bildnachweis Titel (von oben nach unten)
Übersicht „Made in Krefeld Special“ © Lothar Strücken
Modenschau Verleihung der Goldenen Seidenschleife © Lothar Strücken
Hochsitz am Rhein als Teil von „KM765“ © Stadtmarketing

STADT KREFELD
INNOVATIV – KREATIV – WELTOFFEN

Stadt Krefeld / der Oberbürgermeister
Fachbereich Stadtmarketing
Alte Samtweberei
Lewerentzstraße 104
47798 Krefeld

*www.krefeld.de*
*www.krefelder-perspektivwechsel.de*