



Stadtmarke des Jahres 2014

Bregenz Tourismus & Stadtmarketing wurde im Rahmen des 9. Kulturmarken Awards 2014 ausgezeichnet

Bregenz ist „Stadtmarke des Jahres 2014“. Am zum neunten Mal die Kulturmarken-Awards auf der „Night of Cultural Brands“ in der Staatsoper im Schillertheater in Berlin vor 1.000 Gästen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien vergeben. Preisträger in weiteren Kategorien sind das Institut du monde arabe (Frankreich), das Palais de Tokyo (Frankreich), RWE Česká republika a.s. (Tschechien), die Metropole Ruhr (Deutschland), das Mahler Chamber Orchestra (Deutschland) und der ehemalige Kulturstaatssekretär von Berlin, André Schmitz.

Als Kultur- und Festspielstadt verfügt Bregenz über ein strategisches Potential, das die vielseitigen Erlebnisqualitäten auch einem internationalen Publikum zugute kommen lässt. Eine besondere Qualität dieser Angebote aus Kunst, Kultur und der einzigartigen Naturlandschaft im Dreiländereck am Bodensee ist ihre synergetische Zusammenführung im Sinne eines ganzheitlichen Kulturbegriffes, der das Erlebnis Stadt wesentlich mitbestimmt. Bregenz verstärkt die Positionierung als Kultur- und Festspielstadt mit vielen kulturellen Großveranstaltungen wie den Bregenzer Festspielen mit der größten Seebühne der Welt oder architektonischen Leuchttürmen wie dem 2007 neu eröffneten Festspielhaus Bregenz, das Kunsthaus Bregenz und das 2013 eröffnete spektakuläre vorarlberg museum, so die Jurybegründung.

Laudatio von Michael Gerber, Vorsitzender der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland am 30.10.2014 in der Staatsoper Berlin (Schillertheater)



*Bonsoir mesdames et messieurs,
Good evening ladies and gentlemen,
Guten Abend meine Damen und Herren!*

Das kulturelle Angebot und das kulturelle Erbe einer Stadt steigern deren Standortattraktivität. Kultur ist ein elementarer Teil der Lebensqualität in unseren Städten, die identitätsstiftend wirkt. Und Lebensqualität – in einem ausgewogenen Verhältnis von Ökonomie, Sozialem und Ökologie – ist mehr denn je die zentrale Herausforderung für die Städte und Regionen im Standortwettbewerb.

Die Mitglieder unserer Bundesvereinigung sehen es als ihre zentrale Aufgabe an, die Attraktivität und Anziehungskraft ihrer Stadt zu steigern und sie den verschiedenen Anspruchsgruppen innerhalb und außerhalb der Stadt zu vermitteln. Es ist daher naheliegend, dass wir uns als Kategoriepartner „Stadtmarke“ am Kulturmarken Award beteiligen. Wir sind fest davon überzeugt, dass zwischen Stadtmarketing und Kultur fruchtbare Beziehungen entstehen können. Insoweit nutze ich an dieser Stelle die Chance, Sie als Akteure aus der Kultur zu ermutigen den Schulterschluss mit dem Stadtmarketing für eine vitale Stadtentwicklung zu suchen.

Allen vier Städten (!) möchte ich für ihre Nominierung zur „Stadtmarke des Jahres 2014“ gratulieren.

Mit folgenden Hinweisen möchte ich Sie zum Namen der Gewinnerstadt führen:

- 1. Der Stadt ist es trotz ihrer eher geringen Größe gelungen, weit über Ihre Grenzen hinaus bekannt zu werden – auch im europäischen Ausland. Damit zeigt sich, dass Markenbildung nicht eine Frage von Stadtgröße ist.*
- 2. In der Stadt wurde stets daran gearbeitet, ihre im Jahr 2009 mit dem Kulturmarken Award ausgezeichnete Kulturmarke aktuell und künstlerisch auf der Höhe der Zeit zu halten und diese weiter zu entwickeln und neue Zielgruppen dafür aufzuschließen.*
- 3. Die komplette Stadtkommunikation ist aus der*

Kulturmarke heraus entwickelt.

4. Die Stadt steht mit der Region Vorarlberg in guter Nachbarschaft und ist bekannt für eine junge, innovative und sehr bemerkenswerte Architektur. Ihre Stadtpolitik ist ganz offenbar auf die Ausgestaltung einer hohen Lebensqualität ausgerichtet.

5. Der gesamte Markenauftritt spiegelt diese Konsequenz und Klarheit wider. Diese Stadtmarke wird vor allem durch eine aktive Stadtgesellschaft geprägt. Und diese Kultur des gesellschaftlichen, bürgerschaftlichen Miteinanders der Menschen in einer Stadt ist aus Sicht unsere Bundesvereinigung ist von entscheidender Bedeutung.

Die Jury – das berichtete mir meine Vorstandskollegin Bernadette Spinnen aus Münster, die an der Sitzung teilgenommen hat – war sich bei der Auswahl sehr einig.

Gratulieren Sie zusammen mit mir der Stadtmarke des Jahres 2014:

Bregenz — Die Kultur- und Festspielstadt am Bodensee!