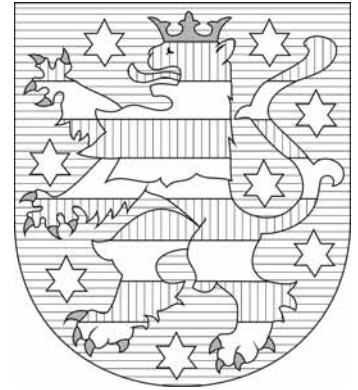


Thüringer STAATSANZEIGER

Nr. 13/2010

Montag, 29. März 2010

20. Jahrgang



OTTO-DIX-
STADT **GERA**[®]

Entdecken Sie die Otto-Dix-Stadt Gera!

„Entdecken Sie die Otto-Dix-Stadt Gera!“ – dies ist das Motto des Marketingkonzepts der Stadt Gera. Es setzt dabei ganz auf Otto Dix, der dort 1891 das Licht der Welt erblickte. Heute ist der Maler und Grafiker der berühmteste Sohn der Stadt, die ihn 1966 – drei Jahre vor seinem Tod – zu ihrem Ehrenbürger ernannte. Das Marketingkonzept wurde in den zurückliegenden Monaten innerhalb der Stadtverwaltung, mit Fachleuten, den Fraktionen des Stadtrates sowie in der Öffentlichkeit breit diskutiert. Dabei gab es viel Pro, aber auch Kontra. Während die einen dem Konzept Verständlichkeit, Praktikabilität und Maßnahmen, die Gera voranbringen, bescheinigen, fehlt anderen beispielsweise eine Situationsanalyse. Die konträren Diskussionen veranlassten den Stadtrat, das Konzept zunächst als Arbeitsgrundlage zu bestätigen und zur weiteren Entwicklung der einzelnen Teilkonzepte und deren Umsetzung eine Arbeitsgruppe zu berufen.

Die „Marke“ Otto Dix als Image-träger für Gera zu nutzen, hatte der Stadtrat bereits 2002 beschlossen. Damit wurde festgelegt, Kunst und Kultur in den Mittelpunkt des städtischen Marketings zu rücken. Die Umsetzung dieses Beschlusses wurde lange Zeit nicht mit praktischen Maßnahmen umgesetzt und so Möglichkeiten nicht genutzt. Erst mit der Wahl von Dr. Norbert Vornheim als Oberbürgermeister Mitte 2006 wurde diese Idee wieder aufgegriffen und ihre Umsetzung mit viel Innovationswillen in Angriff genommen. Seither haben Stadtverwaltung und Stadtrat wichtige Entscheidungen getroffen und eine Reihe von Maßnahmen umgesetzt,

(Fortsetzung letzte Seite)



So könnte das künftige Kunsthaus Gera nach den Vorstellungen des Architekturbüros Chipperfield aussehen
Foto: David Chipperfield Architects

(Fortsetzung von Titelseite)

um die Stadt besser zu vermarkten, sie mit all ihren Facetten und doch als einheitliches Ganzes zu präsentieren. Dazu gehören die Leitlinien sowie die Einführung des Corporate Design 2007 und dessen konsequente Umsetzung, steht es doch im Zentrum des Konzeptes, wird mit ihm die „Marke“ Otto Dix per Bild und Text nach innen und außen getragen.

Das Gesamtmarketingkonzept der Stadt Gera versteht sich als ein übergeordnetes Strategiepapier. Es ist der richtungsweisende Rahmen für alle untergeordneten Marketingkonzepte der verschiedenen Bereiche der Stadtverwaltung, die bereits vorliegen oder derzeit erarbeitet werden. Ziel der geplanten Maßnahmen ist es, langfristig Stärken zu potenzieren, Schwächen abzubauen und damit Gera als Otto-Dix-Stadt regional, national und global bekannter zu machen. Dabei sind sich die Initiatoren und die Befürworter, ja selbst Kritiker darüber im Klaren, dass ein Marketingkonzept nichts Starres ist. Im Gegenteil: Es lebt und muss – unter Beteiligung der Geraer Bürger – ständig fortgeschrieben werden.

Das vorliegende Papier nahm unter anderem in mehreren Workshops Gestalt an, an denen Mitarbeiter der Stadtverwaltung, Mitglieder des Stadtrates, Unternehmer, Einzelhändler, Hoteliers und Gastronomen, Künstler und Kulturschaffende und nicht zuletzt Tourismus-Experten ihr Wissen, ihre Erfahrungen und ihre Wünsche einbrachten. Das macht deutlich, dass die Umsetzung der gestellten Ziele nicht nur Aufgabe der Verwaltung sein kann, sondern auf vielfältigen Kooperationen basiert. Auf diese Workshops gehen die mehr als 60, teils ressortübergreifenden Maßnahmen zurück, mit denen das Marketingkonzept untersetzt ist. Das Spektrum reicht von Kunst, Kultur, Wirtschaft und Bildung, über Sport und die Entwicklung der Innenstadt bis hin zu Tourismus und Kommunikation.



Blick in die Ausstellung

Foto: Kunstsammlung Gera

Schlüsselprojekt jedoch ist der Imageträger Otto Dix (1891 – 1969). Höchste Priorität hat dabei das neue Kunsthaus in der ehemaligen Landeszentralbank, das 2011 mit einer Ausstellung zum 120. Geburtstag des Künstlers eröffnet werden soll. Dieses Projekt nimmt konkrete Formen an: Das von dem britischen Stararchitekten David Chipperfield entworfene Gebäude ging inzwischen – vom Land Thüringen durch Fördermittel großzügig unterstützt – in den Besitz der Kommune über. Jetzt müssen – unter

Gisela Husemann Verlag e. Kfr.
Wartburgstraße 6, 99817 Eisenach
PVSt, Deutsche Post AG, Entgelt bezahlt

F 11297

Entdecken Sie die Otto-Dix-Stadt Gera!



Begegnung mit Otto Dix schon in jungen Jahren – Kinderführung im Geburtshaus des Künstlers

Foto: Kunstsammlung Gera

Einbeziehung des Architekturbüros Chipperfield – die planerischen, bautechnischen und finanziellen Voraussetzungen für den notwendigen Umbau des ehemaligen Bankhauses in ein Kunsthaus mit internationalem Ruf geschaffen werden. Die eigentlichen Bauarbeiten sollen dann gegen Ende dieses Jahres beginnen und etwa zehn Monate andauern. Natürlich wird Dix nicht nur dort präsent sein. Geplant ist zudem ein Otto-Dix-Weg, sozusagen als roter Faden zwischen zentralen „Dix-Punkten“ im Stadtgebiet. Außerdem soll es neben zahlreichen weiteren Aktivitäten einen überregionalen Kulturstammtisch geben. Er wird nicht nur dem besseren Austausch untereinander dienen, sondern auch Kooperationen anregen und realisieren.

Die Identifikation und Auseinandersetzung mit Otto Dix beginnt bereits in jungen Jahren. So werden im Bereich Bildung an Schulen Projekte vergeben, die sich mit Leben und Werk des großen Realisten beschäftigen. Ein Schwerpunkt liegt auf der frühkindlichen Bildung. Unter dem Motto „Kinder forschen und entwickeln“ soll eine Aktionsreihe in mehreren ausgewählten Kindertagesstätten den Drei- bis Sechsjährigen spielerisch Wissenschaft vermitteln. Wichtig für eine Stadt wie Gera ist die

verstärkte Kooperation mit Hochschulen in der Region. Mit Jena existieren bereits konkrete Absprachen, doch kann sich die Kommune auch ein Zusammengehen mit Hochschulen in Leipzig und Zwickau vorstellen.

Auf das Motto „Entdecken Sie die Otto-Dix-Stadt Gera!“ zielt auch die Stärkung des Tourismus. Dafür gilt es, bereits vorhandene Angebote und Aktivitäten zu bündeln sowie neue zu entwickeln. Das geht nur, wenn alle Verantwortlichen und wesentlichen Akteure der Stadt und der Region an einem Tisch sitzen. Nur in solch enger Zusammenarbeit lassen sich zum Beispiel verstärkt spezielle Angebote für Jugendliche oder für Kongress- und Tagungsveranstalter realisieren. Große Bedeutung misst das Marketingkonzept auch der Kommunikation bei. So wird eine neue Image-Broschüre der Stadt entstehen, deren Internetauftritt moderner gestaltet und ein Programm für die eigenständige Teilnahme an Messen erarbeitet. Willkommens-Pakete für Neubürger und Studenten gehören ebenso dazu wie die Organisation von Journalistenreisen mit nationalen und internationalen Medienvertretern. Die erste ist im Vorfeld der Fertigstellung des neuen Kunsthauses und des 120. Geburtstages von Otto Dix im Herbst 2011 anvisiert.