

Claudia Biebl
Joachim Kramer
Dirk Nitschke



Treibhaus der **IDEEN**



Das Ideenhandbuch für Kitzingen



was bisher geschah

Heute nehmen wir gemeinsam mit Ihnen den „Roten/Grünen Faden“ wieder auf, den Prof. Vossen, im September 2014 mit seiner „Positionierungsempfehlung Marke Stadt Kitzingen“ ausgelegt hat.

Prof. Vossen hat mit seiner Analyse einen Blick von Außen auf Kitzingen geworfen, so wie er das bei vielen anderen Städten im Vorfeld auch bereits gemacht hat.

Seine Empfehlung und damit auch die Basis für die weitere Arbeit subsummierte er unter dem Arbeitstitel „Die grüne Stadt am Main. Das gute Leben“.

Im Anschluss an die Präsentation haben sich neben mir auch viele Kitzinger die Fragen gestellt „wo ist Kitzingen, außer am Gartenschaugelände tatsächlich grün“ und „was bedeutet eigentlich grün“, „braucht man tatsächlich ein sog. Alleinstellungsmerkmal, wie eine Lila Kuh“, oder „was ist mit den anderen wichtigen Aspekten aus Kitzingen, dem Faltertum, der ganzen Stadtgeschichte“, etc.

Aus diesen Überlegungen heraus hat sich bei mir die Motivation entwickelt, die weitere Entwicklung der „Marke Kitzingen“ aus Kitzingen heraus zu treiben. Da dieses große Projekt nur zu schultern ist, wenn viele gemeinsam daran arbeiten, konnte ich, was sicher eine Novität in der Branche ist, meine beiden Agentur-Kollegen Dirk Nitschke von der Agentur zudem und Joachim Kramer von der Agentur ORKA, sogar ziemlich schnell davon überzeugen, dass wir als „3 für Kitzingen“ uns an die Arbeit machen sollten.

Wir stellten Herrn Oberbürgermeister Müller diese Idee einer Zusammenarbeit im Dezember 2014 vor und ein Ideenhandbuch mit ca. 50 Ideen in Aussicht. Dieses Ideenhandbuch liegt jetzt vor.



Vorwort

Einiges ist fast fertig, anderes noch als pure Vision in unseren Köpfen. Wir hoffen, dass wir mit unseren Ideen etwas Aufbruchstimmung und Begeisterung verbreiten können. Eben diese Stimmung, die uns bei der, oft mühevollen Arbeit, immer getragen hat.



Treibhaus der **IDEEN**

In unserem Ideenbuch finden sich Ideen, die nahezu schon vor der Realisierung stehen, bis hin zu Ideen, die vom Anspruch her viel Mut und einen langen Atem erfordern. Ideen die ganz einfach in der Umsetzung sind und die von Kitzinger Bürgern oder Geschäftsleuten getragen werden und Ideen bei denen die Stadt als Befürworter, Schirmherr und Treiber auftreten muss. Für uns war und ist es ein Anspruch an unsere Arbeit, dass wir möglichst viele Ideen schon nach ihrer Umsetzbarkeit hin beurteilen und bei einer Vielzahl von Fällen bereits die Umsetzungspartner mit im Boot haben.

An aerial photograph of the town of Kitzingen, Germany, showing a dense cluster of buildings with red-tiled roofs and a prominent church spire. The image is overlaid with a grid of semi-transparent, multi-colored squares in various hues including red, green, blue, orange, yellow, and purple. The number '01' is displayed in a large, bold, yellow font in the lower-left corner of the image.

01

Kitzingen ist grün. Aber nicht nur. Kitzingen ist bunt. Und das soll man spüren und sehen. Doch der Auftritt der Stadt soll dabei nicht in der Beliebigkeit des farbigen zerfließen. Kitzingen braucht ein integratives System, das vor Augen führt was hier alles passiert.

eine Marke für unsere Stadt

Ausgehend von den vier Grundfarben Rot, Grün, Gelb und Blau eröffnen wir eine Stadt in all ihren (Farb-)Facetten aufgefächert. Dabei stehen die Farben jeweils ungezwungen für verschiedene Lebens- und Verwaltungsbereiche: Grün, selbstverständlich für alles, was wächst, bio- oder ökologisch ist oder draußen stattfindet. Gelb alles das mit dem warmherzigen, sozialen, Menschlichen zusammenhängt. Blau, der Fluss und der Wandel, Entwicklung und Bau. Rot für alles Energetische, Events, Aktivitäten.

Wichtig ist uns, dass die Farben nicht einfach flächig aneinander stoßen, sondern dass sie Überlappungsbereiche bilden, die sie miteinander verbinden. Diese Überlappungsbereiche erzeugen eine Art „Fenster“, das die besondere Eigentümlichkeit und Unverwechselbarkeit des Erscheinungsbilds ausmachen.

Die einfache, klare und praktische Anwendbarkeit ist eine Einladung an Ämter, Veranstaltungen und Vereine sich im integrativen Logo-System der Stadt einzurichten.

Warum integrativ?

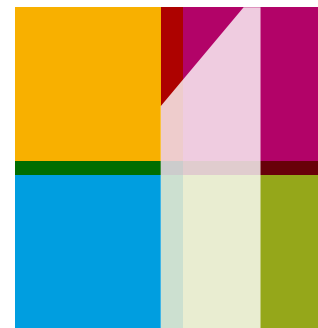
So lassen sich Kontaktpunkte bündeln. So lässt sich Einsicht schaffen. So bekommt der Bürger und der Gast einen Einblick in die Vielfalt, die diese Stadt für ihn bereit hält.



01 eine Marke für unsere Stadt

Gutes erhalten und die Zukunft gestalten. Das derzeitige, bunte Logo im quadratischen Stil ist durchaus leistungsfähig. Frischen Wind erhält das neue Logo durch die gebrochenen vier Grundfarben. Die reduzierte Illustration erhöht die Prägnanz des Logos und eröffnet das integrative System mit unterschiedlich

Rechte Seite: Die einfache, klare und praktische Anwendbarkeit ist eine Einladung an Ämter, Veranstaltungen und Vereine sich im integrativen Logo-System der Stadt einzurichten – ein integratives System, das vor Augen führt was hier alles passiert. Deutlich wird der Effekt einer verbesserten Gesamtwahrnehmung im Vergleich.



**Stadt
KITZINGEN**

vorher:
nicht integrativ, viele Einzelkämpfer



nachher:
integratives System, wahrnehmbare Einheit



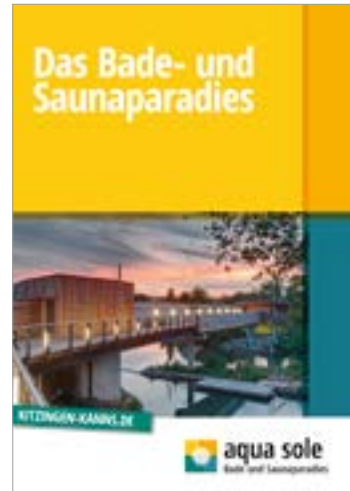
offenes System, strategisch erweiterbar



01 eine Marke für unsere Stadt

Die Überlappungsbereiche erzeugen eine Art „Fenster“, das die besondere Eigentümlichkeit und Unverwechselbarkeit des Erscheinungsbilds ausmachen.





Ein Fenster in eine Stadt mit vielen, bunten Facetten. Das einheitliche Erscheinungsbild macht für die Bürger und Außenstehende sichtbar, das hier mehr geboten ist, als man vielleicht denkt.

A photograph of a garden gnome with a red pointed hat, a white beard, and a green vest over a yellow shirt, standing in a bright red, curved planter. The planter is filled with lush green plants, including large-leafed foliage on the left and smaller greenery on the right. The background is a soft-focus green lawn. A large white number '02' is overlaid on the left side of the image.

02

Kitzingen ist rings um von Schrebergärten umzingelt. Eine Kultur, die gerade wieder stark im Aufwind ist. Mit dem Schrebergartenoskar soll der Anreiz gegeben werden diese Kultur aktiv zu pflegen und zu verbessern.

Der goldene Schrebergartenoskar

Der „Schrebergartenoskar“ ist eine Auszeichnung, die jährlich vergeben wird. prämiert werden sollen Schrebergärten, die besonders schöne Zierpflanzenarrangements (Stauden, Sträucher), aber auch prächtige Nutzpflanzen anzubieten haben. Die Aktion ist in der Organisation unaufwendig, unterstreicht aber das grüne Engagement der Stadt. Zumal die Sache in den Medien gespielt werden kann. Der Aufruf selbst, ließen sich beispielsweise über Facebook organisieren, oder aber auch über Lokalzeitungen wie die Mainpost und Kitzinger. Der Preis könnte neben der „Statue“ natürlich auch ein Schrebergartenfestpaket beinhalten.

Wäre es nicht schön, wenn das Gärtnern in den meist verborgenen Schrebergärten einmal im Jahr in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt würde. Hier passiert viel „Grünes“ und dort wo noch Nachhilfe angebracht ist, kann der Oskar die entsprechende Motivation setzen.

Der goldene
Gartenoskar

Tag der offenen
Zimmerpflanze

03

Das Gartenschaugelände inspiriert. Bewegung und Körpergefühl sind im Trend. Hier kommt zusammen, was zusammen gehört. Ein unglaublicher Ort und das Streben nach Gesundheit und Balance.





**fitness am
stadt balkon**

fitness am stadt balkon

Drei Monate im Jahr, jede Woche einmal – fit werden am schönsten Ort in Kitzingen und das ganz ohne Kosten oder Verpflichtungen. „Fitness am Stadtbalkon“ versteht sich als stetiger Impulsgeber. Der „Trimm dich...“-Gedanke kann am Kitzinger Stadtbalkon neu aufleben unter fachkundiger Anleitung und in wiederkehrender Regelmäßigkeit. Damit die öffentlichen Trainingsstunden kostenfrei bleiben, wurden bereits Gespräche mit örtlichen Fitnessstudios aufgenommen. Die Resonanz war äußerst positiv und alle Studios würden sich an einer solchen Aktion beteiligen. Die Vorteile für beide Seiten liegen klar auf der Hand.

„Fitness am Stadtbalkon“ sollte zur festen Instanz werden. Ein Ort und ein Anlass zu dem sich Einzelne wie Gäste treffen können. Ohne Verpflichtungen und Kosten. Sich einmal auf das Wesentliche konzentrieren. Nicht mehr und nicht weniger.



04

*Leerstände sind Orte, denen es an Inhalt fehlt.
Kunst ist Inhalt, dem es oftmals am geeigneten Ort fehlt.
Hier kommt etwas wunderbar zusammen. Nicht für immer, aber auf Zeit.
Eine Galerie, die wandern muss, eine Galerie, die ihr Gesicht verändert.*

dezentrale Stadtgalerie



Leerstände sind eine wunderbare Bühne für Kunst, denn Kunst passt in die leeren, rohen Räume. Einzige Herausforderung ist ein mobiles, leichtes und kostengünstiges Ausstellungsmobilar und eine Konzeption, die dennoch hohen musealen Anforderungen gerecht wird.

Ein solches Konzept ist in Kitzingen durchaus möglich. Wir konnten die Probe auf's Exempel bereits zu den Kulturzeichen des Landkreises machen. Fotoarbeiten von Jugendlichen, gefertigt in Cyanotypietechnik, wurden auf eigens konstruierten Kartonstelen präsentiert.

Mit Folienbuchstaben wurde eine professionelle Beschriftung vorgenommen. Die Ausstellung ist mobil, aber stabil gleichzeitig. Gespräche mit der REKA Kartonagenfabrik in Kitzingen haben gezeigt, dass hier vielfältige Möglichkeiten und Qualitäten denkbar sind.

Bühne frei...

05

Schlecht über etwas geredet ist schnell. Kitzingen hat tatsächlich mit einigen Vorurteilen zu kämpfen, die sich hartnäckig halten. Das Portal „Kitzingen kann's“ will als Plattform all die Geschichten sammeln, die man diesen Vorurteilen entgegenhalten kann. Und davon gibt es viele ...



portal kitzingen kann's



Technisch gesehen ist „Kitzingen kann's“ eine Kampagnen-Website. Sie ist full responsive und somit abgestimmt auf mobile Endgeräte.

Inhaltlich will „Kitzingen kann's“ zum einen Geschichten erzählen die einem aufzeigen, was Kitzingen alles zu bieten hat und was sich in den vergangenen Jahren alles positiv entwickelt hat. Zum anderen soll das Portal dazu genutzt werden Leerstände in der Stadt mit den passenden Interessenten zusammen zuführen.

Das Portal zeigt sich dabei nach dem Vorbild von Onepagern in modernem Design und mit entsprechenden Funktionalitäten.

Es wurden erste Gespräche zur Umsetzung geführt und beispielsweise das Konversionsmanagement wird sich im Bereich Leerstandsmanagement auch gerne über dieses Portal engagieren.



06

Der Biophilia-Effekt ist nachgewiesen und besagt, dass Bilder der Natur nahezu den gleichen Effekt auf uns haben, wie die Natur selbst. Gut zu wissen. Übergangsweise lassen sich damit „ungrüne“ Orte vorübergehend naturieren.

grüne stadtbilder

Kitzingen wird grün. Das ist eine Herausforderung, die sich nicht innerhalb einer Woche bewältigen lässt. Das braucht Zeit und währenddessen, wird es Orte geben, die ganz und gar „ungrün“ daher kommen.

Um diesen Flecken ihren grauen Charme zu nehmen, lässt sich der Biophilia-Effekt ausnutzen. Bilder der Natur, wie Wälder, Wiesen und Berge, wirken ähnlich stark auf uns, als stünden wir tatsächlich in der Natur.

Ganz nebenbei wäre eine solche Aktion stark imagebildend und würde der Grün-Thematik eindrucksvoll und auffällig Vorschub leisten.

Der finanzielle Aufwand hält sich gleichzeitig in Grenzen.



Nachhaltigkeit beginnt bei unserem Verhältnis zu den Dingen. Wir müssen dringend wieder zu Menschen werden, die Erfahrungen sammeln, statt bloß Bilder von Erlebnissen auf Facebook zu teilen. Dinge mit Hand und Herzen tun schafft hier Abhilfe. Eine Stadtwerkstatt den nötigen Raum für dieses Projekt.

stadtwerkstatt kitzingen

Das Projekt Stadtwerkstatt ist eine Begegnungsstätte mit einer besonderen Mission. Es soll eine Mischung aus Repair-Café, Künstlerwerkstatt und Fablab werden. Grundgedanke dabei ist, dass man verborgene, kreative, technische und handwerkliche Fähigkeiten wiederbelebt. Dabei tut es gut, wenn man fachkundige Anleitung und Hilfestellung bekommt. Deshalb sind hier alte Hasen genauso wie Neulinge eingeladen.

Viele Handwerk- und Kunsthandwerksformen sind vor dem Aussterben bedroht. Unsere Stadtwerkstatt ist eine Chance diese Techniken weiterzugeben und wieder zu beleben. Jung trifft auf Alt und tritt in einen regen Austausch.

Künstlerwerkstatt
Kunst- und Handwerkstechniken wieder erleben.
Weitergeben, erlernen und anwenden.

FabLab
Moderne Techniken stehen zur Verfügung. Fachleute betreuen die Technologien und geben Anleitung.

Repair-Café
Defektes muss noch lange nicht auf den Müll. Man muss nur wissen wie man es repariert. Gemeinsam wird es gelingen.

Und bei einer Tasse Kaffee geht alles leichter.

repair
café

künstler
werkstatt

fablab
kitzingen



08

Kitzingen legt nach. Nach der größten Weihnachtskerze nun der knuffig, kleine, recycelte Weihnachtsbaum aus Pappe. Schmückbar, wiederverwendbar und natürlich in Grün.

der grüne reka Weihnachtsbaum

Eine Aktion mit Symbolcharakter. Der grüne Kitzinger Weihnachtsbaum kommt zum Kitzinger Weihnachtsmarkt heraus. Kitzinger Betriebe haben zudem die Möglichkeit den Baum als Weihnachtspresent für Ihre Kunden zu ordern. Der aus Recycling-Material gefertigte Baum setzt ein deutliches Zeichen. Grün denken, grün handeln, heißt auch mit Gewohntem zu brechen. Warum also 2015 nicht einmal einen Grünen Baum anderer Art ins Wohnzimmer, Kinderzimmer oder ins Büro zu holen. Positiver Nebeneffekt: er nadelt nicht. Wiederverwendbar, platzsparend und über die Papiertonne „grün“ zu entsorgen.





09

Bäume mitten in der Stadt sind etwas wunderbares. Wir sollten uns persönlich um jeden einzelnen kümmern und bemühen. Eine Baumpatenschaft wäre eine schöne Geste, die den persönlichen Charakter von Bäumen unterstreicht.

baumpatenschaft innenstadt

Bei der Baumpatenschaft geht es nicht um Geld oder die botanische Pflege. Es geht vielmehr darum, dass Kitzinger ihren ganz persönlichen Baum finden und mit ihrer Patenschaft das Interesse der Öffentlichkeit wecken. Die sonst so selbstverständlichen stummen Bäume stehen dadurch stärker im Fokus.

Denkbar sind flankierende Aktionen: Baumfest, Vorträge zur Biologie von Bäumen, Ausstellungen zur Entwicklung von Gärten und Grünanlagen in Kitzingen, etc.



10

Ist das Kunst
oder kann das
weg?

Hunde, Menschen, Hundemenschen. In einer Kleinstadt treffen alle im wahrsten Wortsinne aufeinander. Doch mit ein paar Regeln und eine Kampagne pro Jahr, lässt sich dieses Zusammenleben positiv beeinflussen.



Hund und Mensch zusammen leben

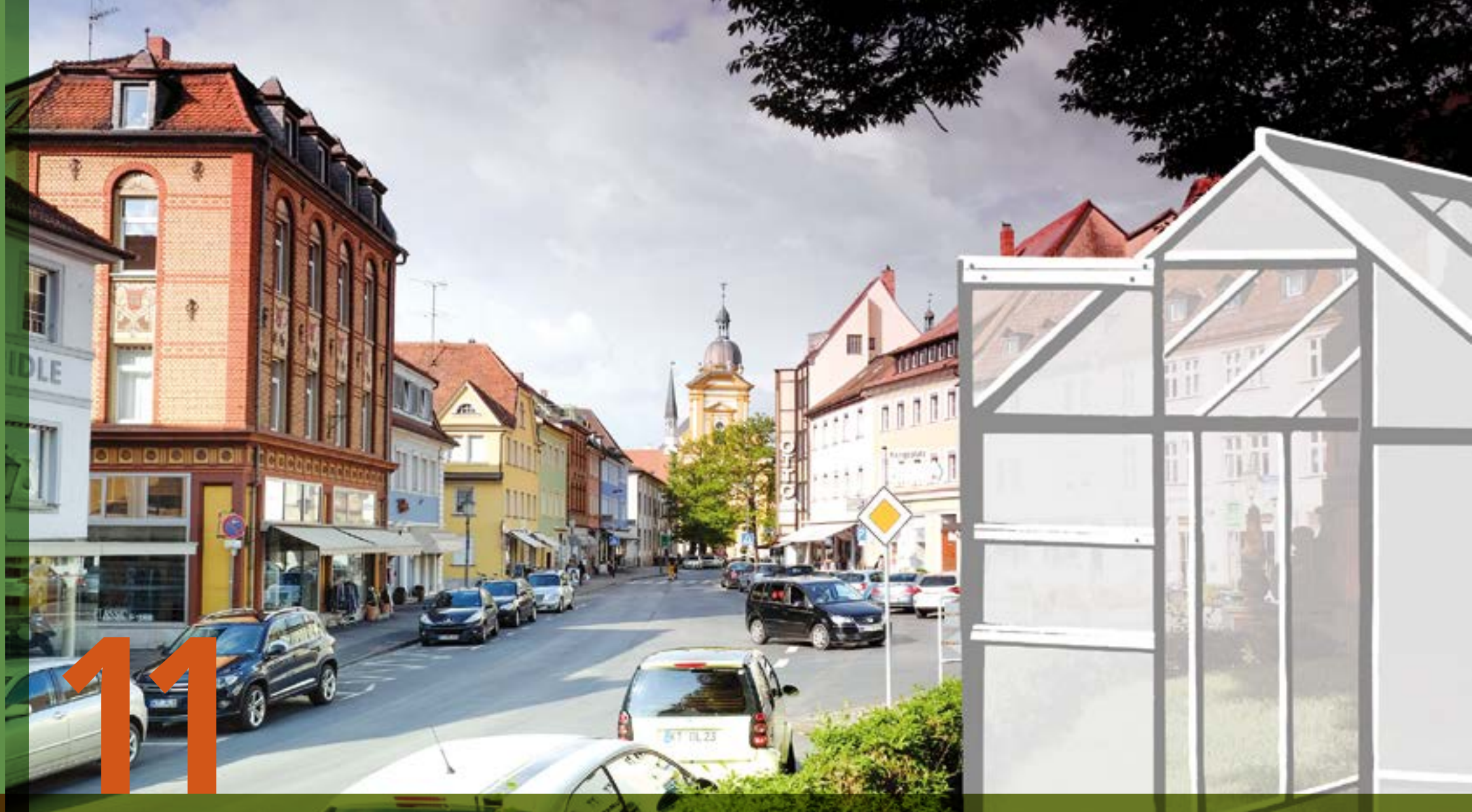
Zwischen Hundehaltern und Nichthundehaltern kommt es desöfters zu Konflikten. Wir wollen beide Seiten sensibilisieren. Hundehalter sollen verstehen, dass ihre Vierbeiner auch Angst und Ärger auslösen können.

Vor allem ihre Hinterlassenschaften sind im dicht besiedelten Raum nicht zu tolerieren. Gerade Grünflächen wie der Bleichwasen büßen ihre Attraktivität schnell ein, wenn sie zum Hundeklo werden. Da schadet etwas öffentlicher Druck nicht, denn schließlich geht es um Verhaltensänderung und die geht nicht wie Lichteinschalten.

Gleichzeitig gehört zum harmonischen Miteinander natürlich auch, dass man auch gegenüber Hunden einige Regeln einhält.

Mit einer jährlich wiederkehrenden Aktionswoche wollen wir das Augenmerk auf die Beziehung Mensch-Hund-Mensch lenken und so Missverständnisse aus dem Weg räumen.





Eine Stadt mit langer und lebendiger Gärtnertradition. Die Idee von der grünen Stadt als Marke. Was liegt da näher, als das Gärtnern zum Thema mitten in der Stadt zu machen: das Bürgergewächshaus !



das kitzinger bürgergewächs- haus

In der grünen Gärtnerstadt ist ein schön gestaltetes „Bürgergewächshaus“ längst überfällig. In Zeiten von Urban Gardining ist das Gärtnern zur kulturellen Angelegenheit für alle geworden und das sollte in Kitzingen ebenso seinen Platz haben wie ein Faschnachtsmuseum. Nur, dass sich ein Museum dafür weniger eignet, denn Garten muss man riechen und spüren, schmecken und einfach selber machen. Von den Kitzinger Gärtnern kann man dabei viel lernen.

Das Bürgergewächshaus sollte dabei mitten in der Stadt sein, beispielsweise am Königsplatz. So wird es zur Begegnungsstätte, zum Treffpunkt für Freizeitgärtner, für Gäste, für alte Hasen...



12

Im Innenstadtbereich von Kitzingen finden sich mehrere KinderTAGESSTÄTTEN und KinderKRIPPEN. Was noch fehlt ist der KinderGARTEN. Ein echter Garten, der gepflegt werden will und den man ernten kann.

kinderGARTEN in der stadt



Als grüne Stadt kann man mit der Naturerziehung nicht früh genug beginnen. Ein echter KinderGARTEN mitten in der Stadt kann hier wertvolle Dienste leisten. Wenn dieser Garten dann noch in der Parkanlage des Altenheims liegt, so ist es mehr als ein wenig Grünzeug, das gegossen werden will. Es ist eine echte Chance die Jüngsten und die Alten zusammen zu bringen. Erfahrungen reaktivieren und weitergeben. Lernen und sich begeistern lassen.



13

Der Weg in die Stadt ist für viele alte Menschen eine unüberwindbare Hürde geworden. Körperlich und geistig kann ein Stadtbummel oder eine Tasse Kaffee am Marktplatz sehr anstrengend werden. Schön, wenn man jemanden hat, der ein solches „Abenteuer“ mit einem durchsteht.



ich geh mit DIR in die STADT

„Ich geh mit Dir in die Stadt“ soll ältere Menschen dazu bewegen, den Weg in die Stadt zu wagen. Jugendliche werden als Begleiter mitkommen und die kleinen Hindernisse sind besser zu meistern.

Die Jugendlichen, die sich für einen solchen Dienst bereit erklären werden vorab geschult und eingewiesen, sodass die Ausflüge ohne Probleme ablaufen.



Jeden Tag laufen hunderte von Menschen über die Mainbrücke hin und zurück. Was liegt also näher, als all diesen Menschen kleine Impulse gedanklicher Art mit auf den Weg zu geben.

die Mainbrücke als Gedankenzeitung

Der Mensch kann in Bewegung besser denken und Impulse aufnehmen. Diesen Umstand sollte man nutzen, denn unserer Zeit mangelt es nicht selten an guten Gedanken.

Die Mainbrücke ist dafür der perfekte Ort. Ein wenig Alltagsphilosophie sollte man den Menschen mit auf ihren Weg geben. Nicht zu kompliziert, aber durchaus anregend.

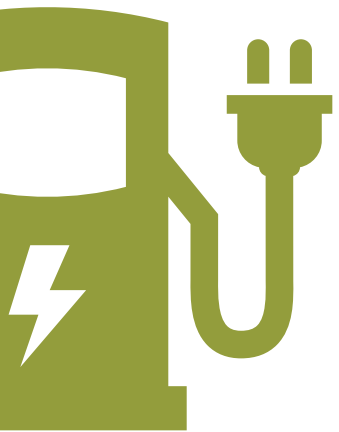
**„schnell gehen sollte man nur,
wenn man auch früher ankommen
will.“**

15



Kitzingen ist mehr als eine grüne Stadt. Kitzingen hat ein grünes Umland mit Projekten und Landstrichen, die ökologisch viel zu bieten haben. In der Rathaushalle gibt es eine Wand, die die perfekte Fläche ist für eine Karte, die den Besuchern zeigt, wo es im Landkreis grün zugeht.

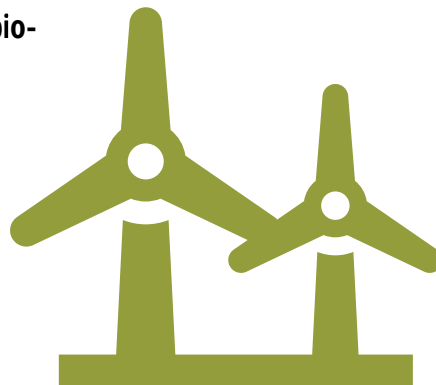
grüne Stadt, grünes Land Karte im Rathaus



Die gewölbte Mauer in der Rathaushalle ist eine schöne, organische Stelle für eine Karte, die den Besuchern Einblick gibt in ökologische Projekte im Kitzinger Land.

Gerade ist die Broschüre „Energiewende im Landkreis Kitzingen“ erschienen und hat eindrucksvoll aufgezeigt, welche inspirierenden Projekte in der Stadt und im Landkreis laufen.

Und diese Broschüre gibt nur einen kleinen Einblick in das grüne Kitzinger Land. Die Karte, die sich mit Klebeflächen ständig aktualisieren lässt, ist wie ein Fenster in die Region. Sie zeigt auf, wo regionale Produkte angebaut werden, wo Nachhaltigkeit stattfindet, erneuerbare Energie gewonnen und biologische Produkte produziert werden.





16



Viele der Schätze Kitzingens entdeckt man erst auf den zweiten Blick. Eine kleiner Reihe kleiner „Stadtführer“ wird diesen zweiten Blick lenken!

die kleinen Kitzinger Stadtführer

Die kleinen Kitzinger Stadtführer werden in loser Folge mit unterschiedlichsten Themen herausgegeben. Sie sollen Einheimische wie Gäste zu einer Entdeckungsreise einladen oder ihnen wichtige Informationen vermitteln.
Inhaltlich tiefer gehend, aber nie wissenschaftlich sollen sie geschrieben sein. Wissen wird vermittelt, aber nicht aufgedrängt. Immer mit aussagekräftigen Bildern und einer Lokalisierung durch eine Stadtkarte, denn die Büchlein sollen nicht im Regal verstauben, sondern unterwegs verwendet werden.

Türme
Spielplatzführer
Fassadenführer

Aktiv in der Stadt
Natur in der Stadt
Kriegsspuren
Industrieführer

17



Das Wetter ist schön, das Mainufer lädt gerade dazu ein dort ein Picknick zu machen, nur es ist nichts passendes zum Essen zu Hause: Kein Problem, denn die Kitzinger Gastronomen bieten den Kitzinger Picknickkorb an. Ein regionales Convenience-Produkt“ mit hohem Spaßfaktor.



kitzinger picknickkorb

Für die tagfrische Befüllung der Picknickkörbe sorgen die Gastronomen, dabei sollte Wert auf frische regionale Produkte gelegt werden.

Der Kitzinger Picknickkorb besteht aus wiederverwertbarem Karton, die sogenannte Kartüte können wir von der Kitzinger Firma REKA beziehen.

Utensilien wie Gläser etc. sollten ebenfalls wiederverwertbar sein.

2 Gastronome aus Kitzingen werden die Idee ab 2016 umsetzen



18

*Hallo, ich bin Häppy, der Kitzinger Fluß-Barsch.
Ich gehöre zu den typischen Fränkischen Flußbewohnern.
Ich bin genauso wie Kitzingen „im Fluß“.
Mein Element ist das Wasser.
Und mein Lieblingsplatz ist die kleine, ufernahe Ecke bei der Mondseeinsel.*

Häppy ein Maskottchen für Kitzingen



Häppy ist das „Emotional“ das zukünftig für Kitzingen stehen soll. Häppy begleitet die Umsetzung der Marke Kitzingen als freundlicher Partner mit. Was wäre es, wenn wir zukünftig statt eines „Badeentenrennens“, eines so erfolgreichen Events in Würzburg, ein Kitziinger Flußbarsch-Rennen hätten, z.B. aus selbstgebastelten Papierfischen. Die Stadt Starnberg praktiziert so ein Event erfolgreich seit Jahren

Bernhard Ziegler von Atelier Ziegler hat für uns Häppy schon zum Leben erweckt. Die Kosten für Reinzeichnung, Layout, Rechte belaufen sich auf etwa 2.500 Euro



Sie sind in Kitzingen zum Einkaufen unterwegs und es fängt plötzlich zu regnen an. Kein Problem, denn die Geschäfte und Restaurants haben den bunten Leihschirm.



Der bunte Service- Regenschirm

Die Geschäfte und Restaurants in der Innenstadt präsentieren sich als Service-Partner. Jeder Teilnehmer erhält eine Grundausstattung an Regenschirmen. Nach Benutzung können sie in jedem Geschäft/Restaurant wieder abgegeben werden. (Umverteilung erfolgt regelmäßig über STMV).

Die Schirme sind gebrandet mit dem Stadtlogo und dem Logo des STMV und können zusätzlich auch die Logos von Sponsoringpartnern tragen.

Schirme können auch als Werbegeschenk eingesetzt werden, oder sogar als Stadt-Giveaway verkauft werden.

**Kosten pro Schirm:
hochwertiges Material, Stockschild, Automatik,
bedruckt mit Logos, ca. 6 Euro/St.**



20

Kitzingen, die erste Stadt in Unterfranken, die diesen „grünen“ Gedanken verwirklicht und damit wirbt.



Kitzingen goes plastiktüten frei

Die Geschäfte in der Innenstadt verpflichten sich, nur mehr kompostierbare Tüten, Papiertaschen oder Stoffbeutel zu verwenden. Die Stadt Kitzingen fordert dieses Umdenken ein, unterstützt und begleitet diese Aktion als „Schirmherr“.

Startaktion und damit gleichzeitig Anshub-Aktion könnte eine Stadttasche mit dem neuen Stadtlogo sein, ergänzt um die Logos der teilnehmenden Geschäfte.

Finanzierung: Das Abfallwirtschaftsamt des Landkreises würde diese Aktion finanziell mit unterstützen, ca. 5.000 Euro können dafür kurzfristig bereitgestellt werden.

Spätestens ab 2017 gibt es in der Innenstadt keine Plastiktüten mehr.



21

Kitzingen auf eine ganz eigene Art kennenlernen, nicht über die großen bekannten Ansichten, gefragt sind hier die Details, denn nur so lernt man seine Stadt richtig kennenlernen. Nicht über die großen, bekannten Ansichten, gefragt sind hier die Details. Denn nur so lernt man seine Stadt richtig kennen und lieben.



Schlüsselloch bilder

„Kitzingen ist bunt“.

Im Fokus stehen sollen dabei die Aspekte die Kitzingen ausmachen: Vielfalt, Multikulti, Jung und Alt, Geschichte und Fortschritt, Industrie und Landwirtschaft, Grüne und Graue Flächen, etc.

Die im Fotowettbewerb eingereichten Fotos werden in der ganzen Stadt ausgestellt und zwar immer da, wo der Fotograf sein „Schlüssellochmotiv“ gefunden hat. Dadurch wird der Blick für die kleinen Details geschärft und man erlebt Kitzingen aus einer anderen Perspektive.

Prämierung der Fotos.

Die Schlüssellochmotive können später auch in eine Spielidee umgewandelt werden, z.B. Kitzingen Memory



22

5 – 6 regionale und saisonale Produkte von Kitzinger Gastronomen jeweils anders interpretiert. Gastronomie und Gärtnerstadt werden bei dieser Aktion in den Fokus gestellt. Wir erleben die Kreativität der Köche und erzielen einen hohen Werbefaktor für den zeitgemäßen Umgang mit den Produkte der Region

Kitzinger Regionale Woche



Kitzingen mit seiner Gärtnerstadt liefert die ideale Basis für diese Aktion. Die Gastronomen befüllen Ihre Speisekarte mit den 5 vorgegebenen Produkten. Der Reiz liegt darin, möglichst vielfältig mit den Produkten umzugehen.

Bekannte „Testesser“ aus der Region oder auch überregionale Tester könnten aktionsbezogen mit integriert werden und würde dementsprechend einen überregionalen medialen Effekt erzeugen. Zwei Gastronomen sind bereits jetzt an der Aktion interessiert.

Notwendig ist eine abgestimmte Werbekampagne mit entsprechender PR.




23

Die Stadt macht sich selbst ein Geschenk und verhüllt das Dietz Haus am Markt. Alle Bemühungen, die Familie dazu zu bewegen, das Haus einer neuen Nutzung zuzuführen, sind bisher ins Leere gelaufen, deshalb sollte nach neuen Wegen gesucht werden, wie dieser Schandfleck „kosmetisch“ kaschiert werden kann.

Dietz-Haus à la Cristo

**Umspannung des Hauses und tatsächliche
Verhüllung, Verpackung als „buntes“ Geschenk.
Das fällt auf, belebt die Stadt und zieht sicher nicht
nur Einheimische an.**

A close-up photograph of a bicycle tire being repaired. A patch is being applied to the tread of the tire. A pencil is used as a tool to smooth the patch. The background is blurred, showing the rest of the tire and the wheel.

24

„... da werden Sie geholfen“.

*Was verschafft mehr Sympathiepunkte, als wenn mir proaktiv Hilfe angeboten wird?
Radler und Fahrradtouristen erhalten von den Fahrradhändler aktiv Unterstützung.*



Fahrrad SOS

Pannenhilfe für die Radler in den Sommermonaten - entlang der Hauptradwege am Main in Kitzingen wird die Hotline-Nummer auf den Radweg gesprüht und in gewissen Abständen stehen auch Schilder.

2 Fahrradhändler (Matthaei und Meichsner) haben ihr Interesse bereits bekundet. Die Umsetzung in 2016 ist realistisch.

Kosten: Schablone zum Aufsprühen, kleine Schilder, den Rest tragen die Fahrradhändler



25

In den Sommermonaten, wenn auf den Rad- und Spazierwegen Hochkonjunktur herrscht, bieten wir an der Mainpromenade einen schönen Rastplatz an. Ein Cafe am Wasser trägt ungemein zur Aufenthaltsqualität einer Stadt bei.



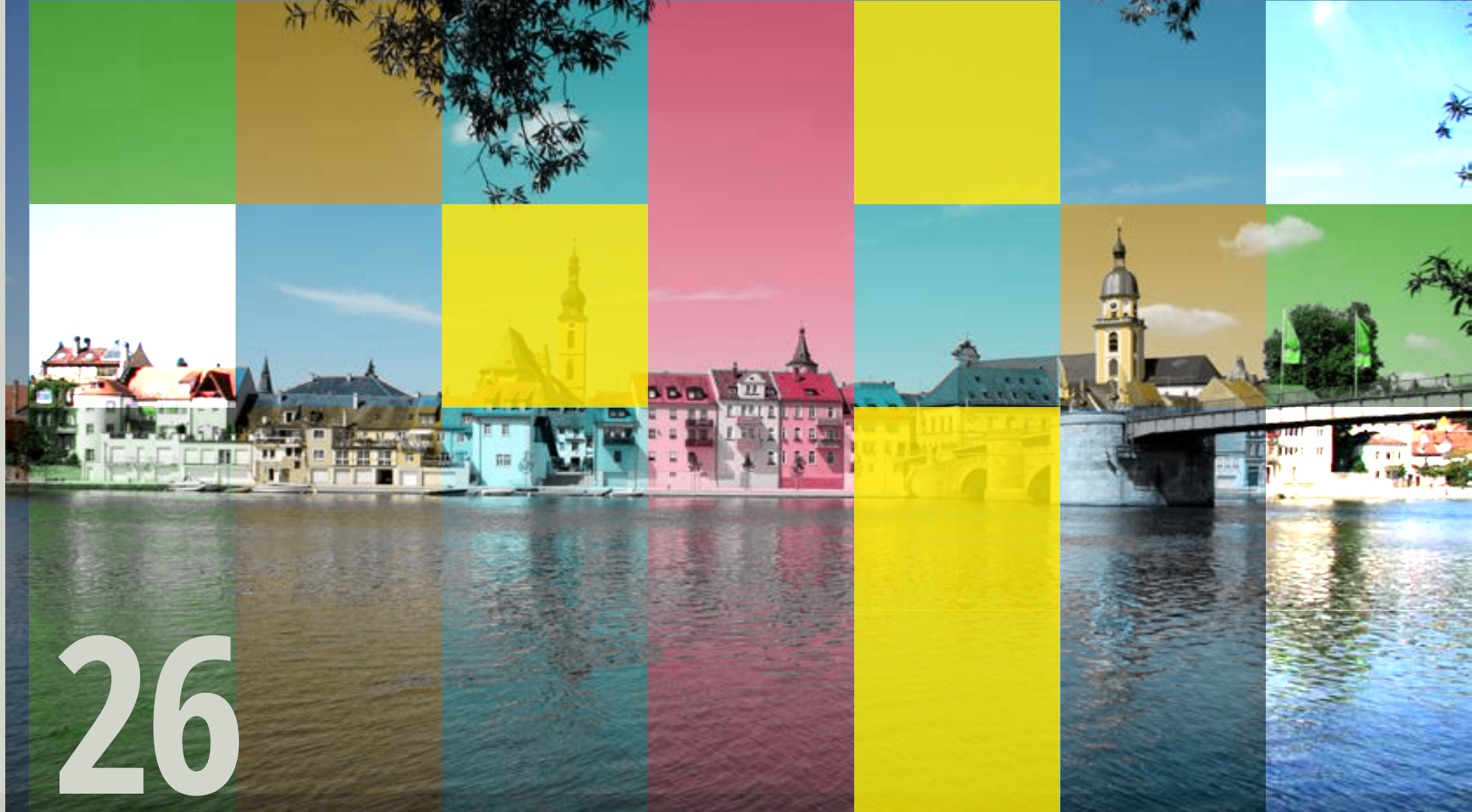
Mobiles Cafe an der Mainpromenade

Mobiles Café, das jederzeit (bei anderweitiger Nutzung dieses Geländes) entfernt werden kann. Ähnlich wie am Wohnmobilstellplatz könnte man mit einem Container arbeiten.

In dem Café werden nur Kleinigkeiten angeboten: Kaltgetränke/Café/Snacks, Stadt-Souvenirs, Info-Material.

Geöffnet in den Sommermonaten (April bis Oktober) täglich, Bewirtung durch Pächter, oder Senioren-Initiative, verbunden mit einer Präsentationsfläche für die Kitzinger Einzelhändler und Gastronomen, um die Gäste anschließend in die Stadt zu bringen, z. B. tagesaktuelle Tafel, mit den Essensempfehlungen der Gastronomen und Aktionen der Einzelhändler

Kosten für Container: ca. 15.000 (einfache Version) bis 40.000 Euro



26

*Mitmach-Aktion für alle Kitzinger, zur Emotionalisierung
der neuen Farbwelt der Stadt.*

„Welche Farbe assoziieren Sie spontan mit Kitzingen und warum?“



Aktion aus Basel, 2015

Kitzingen ist **bunt** Aktion

Die neue Farbpalette ist sehr vielfältig und beliebig erweiterbar, so sollen gewisse Aktivitäten mit gewissen Farben in Verbindung gebracht werden.

Einen Teil dieser Farbzunordnung könnten die Kitzinger Bürger mitbestimmen, indem sie uns ihre Farbassoziationen zu Kitzingen mitteilen, ähnlich wie es in Basel derzeit erfolgt. Dadurch schaffen wir auch eine Identifizierung mit dem neuen Erscheinungsbild.

In einem weiteren Schritt könnte dann als Folgeaktion, tote Ecken oder tote Winkel in Kitzingen mit Farbe gemeinsam verschönert werden, z. B. durch Anstreichen, mit Fingerfarben, etc.

Spring



27

Die Geschäfte werden durch diese Aktion stärker wahrgenommen, denn die Bürger müssen für die Bewertung mit offenen Augen durch ihre Stadt gehen. Und können später hoffentlich positive Veränderungen wahrnehmen.


Frühjahrsputz Ladengeschäfte



Bildung einer Jury aus Bürgern aller Altersgruppen, HBE, Einzelhändlern aus dem Umland, Agenturen.

Bewertung nach fest vorgegebenen Kriterien, die im Vorfeld mit den Einzelhändlern abgestimmt sind.

Die Stadt unterstützt die Aktion, indem Sie den Läden finanzielle Anreize in Aussicht stellt, die in ihren Geschäften nachbessern.



Kitzingen Kollektion

28

Eine eigene Kollektion á la Kitzingen kurbelt die Identifikation der Bürger mit Ihrer Stadt an und die neue Stadtidentität wird unerschwellig in den Alltag transportiert.



Kitzinger Kollektion wir sind Kitzinger

Produkte oder Kleidungsstücke, die alle ein eindeutiges Wiedererkennungszeichen haben und eindeutig einer Kollektion zugeordnet werden können. Alle Produkte laufen unter einem einheitlichen „Label“, bekommen also einen Kitzinger-Stempel oder ein Markenlabel eingenäht. Die Produkte sind von Kitzinger für Kitzinger entworfen und erstellt oder genäht. Erhältlich ist die Kollektion in teilnehmenden Einzelhandelsgeschäften, oder später sogar in einem eigenen Kitzinger-Laden.

An welche Produkte denken wir dabei:
Gläser, Heimtextilien, Kleidungsstücke, z.B. wie Schürzen, etc.

29

Kitzingen feiert die Magie des Lebens mit ganzem Körper, Seele und Geist.

Entdecken, erfahren, genießen, begeistern, verzaubern, staunen, geborgen fühlen, da sein – willkommen zum magischen Kitzinger Mond-Festival.





Das magische Kitzinger Mond-Festival

Beschreibung

Die Kitzinger Mondseeinsel – als wundervoller Rahmen – lädt geradezu ein, die Magie des Lebens einfühlsam und spielerisch zugleich als großes Mond-Festival der Begegnung in Szene zu setzen. Für die ganze Familie und die inneren Kinder in uns allen.

Der Mond, seine Mythen und natürlichen Rhythmen faszinieren seit jeher die Menschen. Als archetypisches Lebensprinzip steht der Mond für das Urprinzip von Empfindung, Gefühl, Geborgenheit, Fruchtbarkeit, Wandlung und Lebensrhythmus. Die Seele und ihre Bilderwelten sind hier Zuhause – eine Einladung zum Staunen, (Mit-)Fühlen und Träumen Kommen, Bleiben und sich Gutes zu tun.

Vertiefende Literatur:

Die Lebensprinzipien, Ruediger und Margit Dahlke
Der tiefe Brunnen, Claus Riemann



Vision

Kitzingen feiert sich und das Leben.

In einem mehrere Tage und Nächte dauernden Mondfestival und „pflegt seine Seele“ – Identifikation mit der Möglichkeit auf die Entstehung eines Bewusstseinsfeldes des gegenseitigen Miteinanders.

Die Mondseeinsel ist einzigartig in Deutschland. Das Magische Kitzinger Mondsee Festival wäre es auch.

Chance auf ein signifikantes Alleinstellungs-Merkmal mit großem Potential für hohe Publikums-Anziehungskraft weit über die Grenzen Kitzingens hinaus.



29



*Einzigartig in Deutschland:
Die magische Atmosphäre
des Kitzinger Mondsee-
Festivals*



Das magische Kitzinger Mond-Festival



„Mondige“ Themenfelder:

Lichtinszenierungen • Zelt Dorf • Fackeln • Angebot bewusst vollwertig pflanzlicher Lebensmittel • Vertreter des biodynamischen Weinbaus • Heilwasser • Heilkräuter und ihre Wirkung • Sternenschau bei Nacht mit Fernrohren (Eltern/Kind/Schulklassen, gemeinsame Übernachtung auf der Mondseeinsel) • Blind-Fühlpfad für die Sinne • Musik (eher sanfte fließende Klänge) • entsprechende Tanz-Darbietungen • Kunst und Theateraufführungen zum Thema Mond (geg. unter Einbindung des Schwimmbades als Wasserbühne) • Märchen, Zauber, Nixen (die Kitzinger Mee'-Jungfrau?; Nixen schwimmen für kleine und große Kinder im Kitzinger Sole-Bad) • gemeinsame abendliche Meditation • gemeinsames Lichtrititual ...

Faszination Mond und ein Kitzinger Mond-Festival für Kinder, Familie, Generationen – echte Begegnung, Austausch und gegenseitige Inspiration zu bewusster Lebensgestaltung und Fürsorge als Angebot.





30

„Es gibt eine Kraft aus der Ewigkeit und diese ist grün“

Hildegard von Bingen (1098–1179)



Heilwald des Lebens und Sterbens



Beschreibung

Literatur: Der Biophilia-Effekt von Clemens G. Arvay

Der Wald tut uns gut, das spüren wir intuitiv. Doch was bisher mehr ein Gefühl war, belegt jetzt die Wissenschaft. Sie erforscht das heilende Band zwischen Mensch und Natur, das einen viel stärkeren Effekt auf uns hat, als wir bisher dachten. So kommunizieren Pflanzen mit unserem Immunsystem, ohne dass es uns bewusst wird, und stärken dabei unsere Widerstandskräfte. Bäume sondern unsichtbare Substanzen ab, die gegen Krebs wirken. Der Anblick unterschiedlicher Landschaften trägt zur Heilung unterschiedlicher Krankheiten bei, und wenn ein Spaziergang im Grünen die Stimmung aufhellt, hat das auch einen Grund. Clemens G. Arvay zeigt diesen Biophilia-Effekt nicht nur, er sagt auch, wie wir ihn mit Übungen besonders gut für uns nutzen können. Im Wald, oder auch im eigenen Garten.

Vision

Das geheimnisvolle Band zwischen Mensch und Natur wieder entdecken, spüren und fühlen lernen. Ein Heilwald, der für die Übergänge des Lebens sensibilisiert auch für den großen Übergang am Ende eines Lebens – das Sterben. Ganz im Sinne von Hospiz-Gärten. Der Heilwald, ein lebendiger Ort wo sich Generationen aufmerksam begegnen, miteinander die Kommunikation suchen, Erfahrungen austauschen, sich gegenseitig Mut machen, trösten und Inspiration weitergeben. Ein beruhigender wohlthuender Ort der Hoffnung, des Friedens und der Liebe. Eine Chance, sich offen und hoffnungsvoll mit den Themen Leben, Lebensübergänge, Sterben, Heilung und letzte Reifung im natürlichen Rhythmus der Jahreszeiten auseinanderzusetzen.

Vertiefende Literatur zur Sterbebegleitung:
Hinübergehen von Monika Renz

31



Der Heilwald als Quelle der Inspiration, der Gesundheit, der Liebe und des inneren Friedens.

Heilwald des Lebens und Sterbens



32

Montag

Prinzip von Empfindung, Gefühl, Geborgenheit und Lebensrhythmus



Moon

Dienstag

Prinzip von Aggression und Aufbruch



Mars

Mittwoch

Prinzip von Kommunikation und Austausch



Mercury

Donnerstag

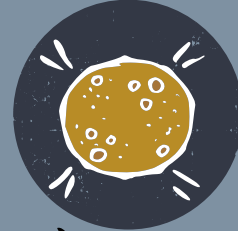
Prinzip von Wachstum und Sinnfindung



Jupiter

Freitag

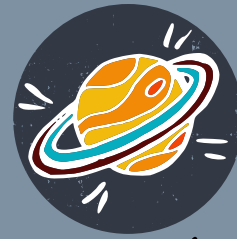
Prinzip von Selbstwert, Verwurzelung und Sinnenfreude



Venus

Samstag

Prinzip von Struktur und Konzentration auf das Wesentliche



Saturn

Sonntag

Prinzip von Kreativität, Ausstrahlung und Mitte



Sun

Das Jahr liefert uns den natürlichen immer wiederkehrenden Rhythmus der vier Jahreszeiten mit ihren typischen Qualitäten. Jeder einzelne Monat ist vorherrschend durch ein charakteristisches Lebensprinzip geprägt. Auch jeder einzelne Wochentag steht repräsentativ für ein Lebensprinzip. Eine prima Gelegenheit, eine Woche in Kitzingen mal ganz bewusst nach der Zeit-Qualität auszurichten statt nach der Zeit-Quantität – „Carpe diem“.

Konzeptioneller Ansatz einer Doppelseite.



Kurzbeschreibung des Mars-Prinzips und seiner Qualität.



Passende Zuordnung von Kitzinger Anbietern und Dienstleistern

Beschreibung

Impuls-Folder zu den überlieferten Bedeutungen der einzelnen Wochentage und passenden Angeboten aus Kitzingen. Die Sieben-Tage-Woche ist jahrtausende alt und eingebettet in die großen kosmischen Zusammenhänge. Die Namen sind nicht zufällig gewählt, sondern hatten eine grundsätzliche Bedeutung. Jeder Tag der Woche war einem Lebensprinzip gewidmet, die leider bis heute zunehmend in Vergessenheit gerieten.

Im Wissen um diese Lebensprinzipien ließe sich eine Woche spielerisch neu entdecken und aus diesem Blickwinkel Kitzingen neu erfahren.

Vertiefende Literatur findet sich bei Hildegard von Bingen, Rudolph Steiner oder bei Dr. Ruediger Dahlke und Margit Dahlke „Die Lebensprinzipien.“

7 Tage Kitzingen prinzipiell



Vision

7 Tage aus Prinzip. Das ist spannend, bietet Orientierung und macht Spaß. Anstelle der Hetzjagd nach Sonderangeboten könnte dieser Impuls-Folder eine erste Inspiration sein, den eigenen Rhythmus zu betrachten und vielleicht neue Farben ins Spiel des Lebens zu bringen.

Zum Beispiel könnte der Freitag als Tag des Prinzips von Selbstwert, Verwurzelung und Sinnenfreude am Abend mit einer Überraschung für den Partner/die Partnerin das Wochenende einläuten: ein Blumenstrauß, schöne Wäsche, Candle-Light Dinner zuhause oder in der Stadt, Massage-Öl mit anschließendem Verwöhnprogramm... Der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt und der Folder oder eine Rubrik auf dem Portal „Kitzingenkanns.de“ zeigt mir wo es die besten Adressen für Blumen, Dessous oder romantische Abende mit kulinarischen Genüssen gibt.



*„Sie hat große Wärme und ihre Kräfte sind gut gemischt. Wenn ein Mensch die Muskat-
nuß ißt, öffnet sie sein Herz, reinigt seinen Sinn und bringt ihm guten Verstand.*

Physica, Hildegard von Bingen (1098–1179)

Der „grüne“ KitziCookie



Beschreibung

Für die bunte Stadt am Fluß mit grüner Kraft kreieren Back-Spezialisten vor Ort ein exklusives Rezept aus gesunden Zutaten bester Qualität für einen ganzjährigen Gewürzkeks. Vorzugsweise mit Muskatnuß (siehe Zitat links), denn Herzöffnung, reine Sinne und guter Verstand tun jedem Menschen und schließlich unserer ganzen Welt gut. Ideale Ausgangsbasis zum Flirten und jemanden kennenlernen – Tourismus/Gäste-Gedanke.

Vision

Der Cookie präsentiert sich verlockend in Herzform und in verführerischen Farben. Eventuell auch mit dem eigenen Signet teilnehmender Läden. Bereits optisch ein Hingucker wird der Keks zu einem geschmackvollen Imagerträger und Herzöffner, der Lust auf mehr macht... Deshalb wird er zum Kaffee oder Tee oder Wein gereicht und auch verpackt zum Mitbringsel für daheim angeboten.

The image features three glass jars filled with a vibrant green smoothie. Each jar is decorated with a piece of light-colored twine tied around its neck. A green and white striped straw is inserted into each jar. The jars are set against a background of fresh green vegetables, including what appears to be a cucumber and leafy greens. The overall aesthetic is natural and healthy. On the left side of the image, there is a vertical bar with a gradient from yellow to green. The number '34' is printed in a large, bold, yellow-green font over the smoothie in the first jar.

34

Grüne Power aus der Region – vitalisierend und prima für die Pause zwischendurch.

Der grüne KitziSmoothie



Beschreibung

Gesunde Lebensmittel aus und für Kitzingen.
Der grüne Smoothie als anmachender und bekömmlicher Trend in der veganen Bewegung – wunderbar für zwischendurch oder als wertvolle Pausenkost in den Schulen und Büros.

In Kooperation mit regionalen Betrieben.





35

Eine bunte Stadt mit grüner Kraft braucht heutzutage ein veganes Restaurant – idealer Weise eines mit Peace-Food-Qualität. Herzlich willkommen Existenzgründer.



Das KT-Peacefood Restaurant

Beschreibung

Wer grün sein will, muss Farbe bekennen: Vegane Ernährung oder besser vollwertig pflanzlich im Sinne des Peace-Food-Gedankens.

Anmachender Treffpunkt „Sattes Grün“ – das vollwertig vegane Restaurant „Sattes Grün trifft fruchtbare Idee“ am Marktplatz: u.a. mit Auswahl an „to go-Angeboten in umweltfreundlicher Karton-Verpackung; sowie Rezept-Ideen und entsprechende Zutaten-Dosierungs-Pakete für 1 Person, 2 Personen oder 3 – 5 Personen Haushalte zum Mitnehmen und selbst kochen; Lieblingsgerichte von KitzingerInnen werden gesammelt und könnten in einem echten „Gesichts-Buch“ im Sinne des Story-Telling von persönlichen Lebenswegen veröffentlicht werden;
Weiterführende Literatur-Hinweise:
PEACE FOOD von Dr. Ruediger Dahlke
Veganize Your Life von Ruediger Dahlke
und Renato Pichler

Vision

Kitzingen will sich GRÜN groß auf die Fahne schreiben. Da braucht es heute mehr als grüne Aussichten. Wir sagen Kitzingen am Main – die bunte Stadt am Fluß mit grüner Kraft. Da steckt schon im Slogan jede Menge Potential drin.

„Grün“ ohne das bunte, gesunde wie vielseitige Essen veganer Peacefood-Küche geht heute eigentlich nicht mehr für eine weltoffene Stadt.

Herzlich willkommen Existenzgründer:
Kitzingen will euch.



36

Die grünen CityHelfer bringen markant sichtbar die KitzingerInnen auf mobilen Umweltkurs und zeigen wie man sich gegenseitig bei den Alltagseinkäufen unterstützen kann.



Die grünen CityHelfer

Beschreibung

Kitzingen brings, denn Kitzingen kanns.
Ein E-Mobil der Kitzinger LKW sowie E-Bikes ganz im Dienste seiner Bürger, denen es im Alltag schwer fällt, selbst ihre Einkäufe nach Hause zu transportieren.

Vision

Kitzingen nutzt seine Energie(n) sinnstiftend kooperativ. Dieser Service unterstützt benachteiligte BürgerInnen, vor allem ältere Menschen oder Menschen mit Behinderungen beim Transport ihrer Einkäufe. Das E-Mobil und die E-Bikes machen zudem Werbung in eigener Sache – grüne Energie von „meiner LKW“ – und bewegen sich als sympathische Repräsentanten nachhaltigen Stadtklimas.

SchülerInnen aller Kitzinger Schulen beteiligen sich in Projektgruppen stundenweise daran, den Bringdienst fließend mitzugestalten. Eine imagnetragende und besonders umweltfreundliche Idee, die bemerkt und schon auf den ersten Blick erkannt wird.

Kitzingen's simpleshow



Was kann Kitzingen? Was will Kitzingen? Welche Werte pflegt Kitzingen? ... Damit viel versprechende Ideen und Ziele wahr und wirklich werden können, müssen sie einem selbst erst einmal bekannt, klar und wichtig sein. Die „simpleshow“ ist eine Lösung den Teamgeist für eine Kitzinger Gemeinschaft unterhaltsam neu zu beleben. Und damit alle BürgerInnen zu motivieren kraftvoll mitzugestalten – Kitzingen kanns.



„Die Kann Rolle“ Kitzingen kanns



Beschreibung

Was will Kitzingen? Was kann Kitzingen? Werbung in eigener Sache? Die einfache Antwort liefert ein auf den Punkt komponiertes Erklärvideo im Stil der beliebten „SimpleShows“. Stärken, Motive und Ziele Kitzingen's werden zusammengetragen und prägnant zum jederzeit Abrufen in Szene gesetzt. Das motiviert, ruft eventuell vergessene Ziele wieder in Erinnerung und regt zum Mitmachen an, eigene und bereits „gesäte“ Ideen wieder aufmerksamer zu pflegen. Die grüne Kraft ist in jedem von uns.

Bitte googlen Sie Beispiele zur Machart solcher Video-Clips unter:
Wie funktioniert eine Stadt? (simpleshow)
oder
Die Stuttgarter - GrüneRente - simpleshow



Vision

Mit diesem Video-Clip werden auf einfache aber klare Weise wesentliche Inhalte und Werte zum Kitzinger Marken-Profil treffsicher vermittelt.

Der Kern der Marken-Botschaft soll spürbar werden, Identifikation für das Leben in Kitzingen auslösen und Lust darauf machen, aktiv daran teilzunehmen und die Angebote wahrzunehmen, zu pflegen und gerne auch weiter zu empfehlen. Sowie neue Ideen einzubringen.

Neben der Positionierung auf den Webseiten der Stadt (auch der Partnerstädte) oder Unternehmens-Homepages eignen sich natürlich auch YouTube, social-networks wie facebook oder das Kino zur prägnanten Verbreitung der Marken-Botschaft.



38

Vorhang auf und Bühne frei – frischer Wind im Alten Keller.



Beschreibung

Alter Keller zu neuem Leben erwecken
(momentan ca. 70 Plätze mit Theken-Stehplätzen):

Location für Nachwuchskünstler (aus den Schulen)
mit Option auf einen Live-Gig:

junge Bands und Comedians oder Poetry-Slammer
sowie Lesungen etc.

Feste Tage – sinnvolles Intervall einleiten ...

z. B. ein bis zweimal im Monat.

Beispiel: Nachwuchs-Band (aus Schulen?) spielt von
20:00 bis maximal 21:30 Uhr (keine Ruhestörung),
danach gepflegte After-Show-Situation.

Lampenfieber Open Stage



Vision

Win-Win-Situation:

übersichtliche Größe, Bands mobilisieren die eigenen Fans (zum Beispiel die eigene Schulklasse)

– schöne Abende mit kompakten Zeitrahmen machen Lust auf mehr ...

Lesungen, offenes Mikro für Poetry-Slam
und Nachwuchs-Comedy-Acts denkbar und
wünschenswert.

Gewölbekeller auch geeignet für Themenabende in
geschlossener Gesellschaft (mittlere Gruppen) oder
touristische Weinproben.



39

Die Stadt kümmert sich um geeignete Probräume für junge Bands und Künstler.

Proberäume für junge Bands



Beschreibung

Gerade junge Bands tun sich oft schwer, wenn es darum geht, geeignete und bezahlbare Proberäume zu finden.

Im Idealfall würde die gesamte benötigte Energie aus Sonnenkollektoren bereit gestellt werden, die auf dem Dach einer größeren Firmen-/Lagerhalle montiert sind. Nachhaltiges Umwelt-Signal. Viele Bands unter einem Dach sorgen für eine bunte Atmosphäre und wohl auch kulturellen Austausch.





Ganzheitliche Heilung fordert Eigeninitiative und Selbstverantwortung. Als Symbol ernst gemeinter Vorbeugung installiert die Stadt Kitzingen einen Raum für ansteckende Gesundheit. Für Menschen mit Lust auf Gesundheit und Freude an einem bewussten Lebensstil auf allen Ebenen – Körper, Seele und Geist.

Raum für ansteckende Gesundheit



Beschreibung

Ein zur Eigenverantwortung bezüglich Gesundheit einladender Raum wird am dafür offenen Herzen der Stadt – am Rathaus – eingerichtet und dauerhaft gepflegt. Greifbar aufbereitete Fakten und wissenschaftlich fundierte Informationen werden in einem spannenden (Erkenntnis-)Lehrpfad in Szene gesetzt. Für Menschen, die sich mutig selbst kennenlernen und zu Gesundheit im Sinne von echter Vorbeugung und Aktivierung der Selbstheilungskräfte anstecken lassen wollen. Ein Adressbuch zu den diversen Themenbereichen gibt Überblick welche Angebote in Kitzingen wahrgenommen werden können.

Vertiefende Literatur: „Krankheit als Weg“, „Krankheit als Sprache der Seele“ oder „Krankheit als Symbol“ von Dr. Ruediger Dahlke

Vision

Menschen lassen sich inspirieren zu einem bewussteren Lebensstil für Körper, Seele und Geist. Sie treffen sich dort genauso zum Erfahrungsaustausch wie die Vertreter der unterschiedlichen medizinischen Heilungsansätze – klassische Schulmedizin, Homöopathie und andere Naturheilweisen – um Prinzipielles kennenzulernen, Gemeinsamkeiten zu entdecken und Wege zu finden, wo man sich gegenseitig ergänzen und kooperieren könnte.

Ziel-Gedanke: Mediziner und Patient als sich wieder vertrauende, verantwortungsbewusste Wegbegleiter und Partner ohne übergreifende Angst-Szenarien.

Thementage/-abende mit Betroffenen und Vertretern vom Fach.



41

Das alte Roxy Kino wird zum Leben erweckt und erfindet sich neu als wertvolle und kreative Kultur-Oase Kitzingens.

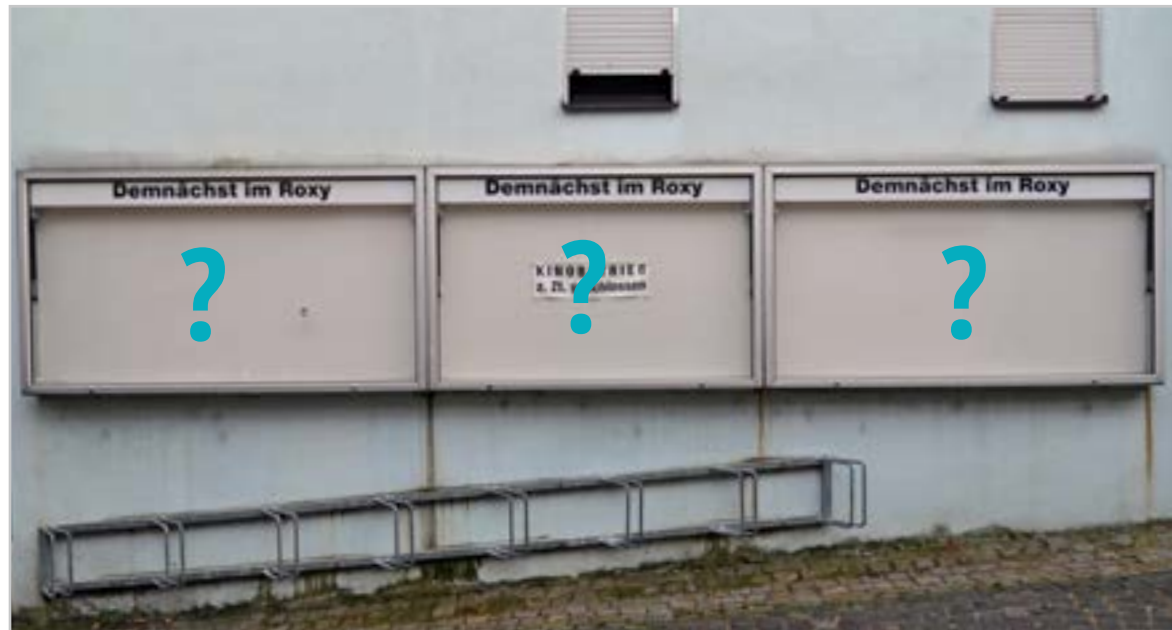
Kitzinger Kulturoase Roxy projects



Beschreibung

Neben der Möglichkeit eines Programm-Kinos mit auserlesenen Filmen jenseits der Mainstream-Kinos bietet das alte Roxy mit seinen drei unterschiedlichen Sälen ein wunderbares Ambiente für Kleinkunst, Zauber-Shows, Musik-, Comedy- und Theaterdarbietungen oder auch Fach-Vorträge.

Das Roxy eine Chance für das Treibhaus der Ideen?





42

**KITZINGEN
SPEZIAL**

Kitzingens Pizzabäcker kreieren aus vorgegebenen frischen Zutaten der Region vegetarische und vegane Variationen und gewinnen eine neue Zielgruppe.

Kitzinger Spezial Bunte Pizza mit grüner Kraft

Beschreibung

Alle teilnehmenden Kitzinger Liefer- und Abhol-Services kreieren die grünbunte Kitzinger-Spezial aus vorgegebenen frischen hochqualitativen Zutaten der Region ganz ohne Fleisch:

- a) eine vegetarische Variante und konsequent (bei entsprechender Bereitschaft)
- b) eine vegane Variante ohne Käse bzw. mit Alternativ-Käse

Damit wäre auch in Kitzingen der veganen Bewegung der Weg bereitet und die Pizza-Liefer-Services könnten eine neue Zielgruppe dazu gewinnen.





www.KITZINGEN-KANNS.de

43

Die Kitzinger Spezial kommt in der eigenen Schachtel nach Hause und wird zu einem appetitanregenden Kommunikations-Vehikel für Kitzingens grünbuntes Angebot mit der klaren Botschaft: Kitzingen kanns – www.KITZINGEN-KANNS.de

Kitzinger Spezial PizzaSchachtel



Beschreibung

Die Kitzinger-Spezial-Pizza-Schachtel als klares Signal für das „grünbunte“ Kitzinger Leistungsspektrum über die Stadtgrenzen hinaus. Einheitlich für alle teilnehmenden Liefer- und Abhol-Services.





44



Die Innenstadt pulsiert mit blühenden Angeboten und neuen Geschäftsideen – riesige Pflanzentöpfe mit herzlichen Botschaften weisen gerne darauf hin und rufen auf, neugierig zu bummeln ...

Herzensangelegenheiten im Pflanztopf



Beschreibung

Die bereits gut eingeführten Riesen-Pflanzentöpfe machen wieder einmal auf sich aufmerksam – und zwar mit lockenden Angeboten aus dem Herzen der Stadt. Herzförmige Einsteck-Displays in den Riesen-Töpfen an den Stadteinfahrten rufen schon von weitem zum lohnenden Besuch in die Stadt: zum Beispiel für eine „Liebenswerte Geschenkidee“ (ein Blumenstrauß für meine Frau... , eine Konzertkarte für meinen Mann... , ein Eis für meine Familie...).

Diese Motivations-Impulse werden in regelmäßigen Abständen gewechselt. Sie lassen sich natürlich auch in kleinerem Rahmen an den Eingängen der jeweiligen Ladengeschäfte passend fortführen.



Vision

Die Form des Herzens genießt einen hohen Sympathiefaktor und Wiedererkennungseffekt und steht hier auch markant für das Herz der Stadt. So bringt sich die Innenstadt mit ihren Angeboten immer wieder aufmerksamkeitsstark in Erinnerung – für spontane und bewusste Besuche. Kitzingen macht mit der Zeit ganz nebenbei neugierig auf mehr.





45

Die grünbunte Stunde „Häppy h“ lockt mit speziellen Angeboten mehr Publikum in die Stadt und lädt zum abendlichen Verweilen in den Lokalen ein.

„Häppy h“ Die grün**bunte** Stunde

Beschreibung

Die grüne Stunde dauert 90 Minuten und Kitzingen ist bunt (gaaaanz frei nach Sepp Herberger)
... :-)

Finden eines festen Zeitfensters und Intervalls für die 90 Minütige Grüne Stunde als anziehenden Zeitpunkt in die Stadt zu kommen und grüne Produkte mit besonderen Zugaben zu erwerben oder einfach einen leckeren Kaffee mit lieben Menschen zu trinken ...

h





46

Ein eigener Radio-Stream auf www.KITZINGEN-KANNS.de gibt der Stadt zusätzlich Profil und einen weiteren Medienkanal um Inhalte locker im Lokalkolorit zu präsentieren.



„Häppy h“ StadtRadio

Beschreibung

Eigener Radio-Stream um das Zeitfenster der grünen Stunde mit 2 bis maximal 3 stündigem Programm. Ermittlung eines geeigneten Sende-Rhythmus', der sich mit der Zeit gut einprägt und zum beliebten Programmpunkt auf www.KITZINGEN-KANNS.de entfaltet.

Einbindung von Walter Vierrether und die Jugend der Schulen zur Entwicklung des Projektes und der Gestaltung des Programm-Konzeptes.





47

Ein jährlich stattfindender T-Shirt-Contest sorgt für Identifikation mit der Stadt.



Kitzinger T-Shirt-Contest



Beschreibung

Identifikation mit der Stadt:

**Jährlicher Design-Wettbewerb
(auch aber nicht nur an Schulen):**

**Das coolste T-Shirt macht das Rennen und geht in
limitierte Produktion
(fairtrade, über regionale Firmen)**

**Mögliche einzige Vorgabe:
Einarbeitung der Jahreszahl
(vollständig oder '15 etc.)**



Die bunte Stadt am Fluss fasziniert ihre Besucher und Kunden mit Farbenpracht und grüner Kraft und rollt dafür regelmäßig die „grünen Teppiche“ aus ...



Beschreibung

Identifikation mit Signal-Wirkung:

Zur Unterstützung nachhaltiger Produkt- oder Dienstleistungs-Angebote werden durch den STMV mit dem Kitzinger Einzelhandel Aktionstage veranstaltet. Als anziehende Geste an das (Kitzinger) Publikum beauftragen teilnehmende Unternehmen einen Straßenkünstler passend zum Aktions-Thema einen grünen Teppich „auszurollen“ bzw. vor den Eingang zu malen. Qualifizierte Street-Art-Künstler – vor allem auch die heimischen Künstler – werden vom STMV eingeladen zu einem vorgegebenen Thema im Rahmen der Aktionstage ihre Interpretation (im Idealfall mit Bezug zum jeweiligen Ladengeschäft/Szene) auf die Straße zu bringen.

Je mehr Einzelhändler daran teilnehmen, desto durchdringender die Wirkung für die ganze Stadt.

Kitzingen's Grüne Teppiche



Vision

Ausgesprochen beeindruckend in der Wirkung wird der „Grüne Teppich“ zum Publikums-Magneten für jeden Eingang und dem dahinterstehenden „grünbunten“ Angebot.

Eine große Chance für das Geschäft, den Künstler und die Marke Kitzingen – äußerst publikumswirksame Aktion mit starkem Sympathiefaktor und PR-Chancen.

A close-up photograph of a person's hands holding a small, vibrant green seedling with several leaves, growing out of a mound of dark, rich soil. The person is wearing a dark green t-shirt. The background is a soft, out-of-focus green. A white rectangular box with the word 'Idee' is positioned above the seedling.

Idee

49

Damit eine Saat aufgehen und ein zartes Pflänzchen sich entwickeln kann, braucht es entsprechende Aufmerksamkeit und Pflege durch hingebungsvolle Wegbegleiter – so ist es auch mit guten Ideen aus dem Treibhaus der Ideen. Zeit für eine Patenschaft ...

Kitzinger Ideen-Paten



Beschreibung

Jetzt sind die ersten Ideen bekannt und ausgeführt, weitere vorerst nur kurz erwähnt. Nun warten sie auf ihren Einsatz – im Treibhaus der Ideen weiter beleuchtet zu werden und Energie durch eine Patin oder Paten zu erhalten durch die diese Idee in die Wirklichkeit kommt.

Hier sind zum Beispiel auch Mitglieder des Stadtrates herzlich eingeladen, Teil einer Kampagne zu werden und sich entsprechend für Ihre gewählte Idee einzusetzen.



Vision

Mit dem Treibhaus der Ideen und den Ideenpaten gibt es eine entwicklungsfreundliche Basis und Pflegekultur mit der großen Chance, gesunden Wandel und Bewegung ins Kitzinger Leben zu bringen.



A photograph of several young tomato plants growing in a greenhouse. The plants are green and have small, developing fruits. The background is slightly blurred, showing the structure of the greenhouse. The number '50' is overlaid on the left side of the image.

50

Und es muss weiter gehen..

treibhaus der ideen der runde tisch

49 Ideen und die fünfzigste ist gar keine Idee. Es ist eher eine eine Einsicht. Nämlich, dass man Ideen dauerhaft pflegen und hegen muss, damit daraus ein Stück Wirklichkeit wird.

Wir schlagen dafür den runden Tisch „Treibhaus der Ideen“ vor. Wir treffen uns regelmäßig. Wir diskutieren und bringen auf den Weg. Wir haben Visionen. Wir laden alle herzlich dazu ein...

*Was immer Du kannst, beginne es. Kühnheit trägt
Genius, Macht und Magie. Beginne Jetzt.*

(Johann Wolfgang von Goethe)

KITZINGEN-KANNS.DE





Treibhaus der
IDEEN

Hinweis

Die im Nachfolgenden vorgestellten Iden sind das geistige Eigentum der Agenturen „Bieblwerk“, „Orka, Partner für Kommunikation“ und „www.zudem.de“.