

Stadtmarketing Jülich - Chronologie

Diese kurze Übersicht stellt den bisher 25-jährigen Prozess „Stadtmarketing Jülich“ sowie die erreichten Ergebnisse dar.

In diesem Zeitraum änderte sich 2003 und 2010 die Organisationsstruktur; viele Personen und Organisationen blieben dem Prozess aber konstant in teils unterschiedlicher Form verbunden.

8.6.1995: Beschluss des Jülicher Stadtrates zum Start des Stadtmarketing Jülich

Stadtmarketing soll die Stadt als Standort für wirtschaftliche Investitionen, als Gewerberaum, als touristisches Ziel, als positiven Lebensraum für Familien und als attraktives Freizeitziel für die Region interessant zu machen und damit gleichzeitig eine Stärkung der Identifikation der Einwohner mit ihrer Stadt zu bewirken

(Definition aus dem Grundlagenpapier von Dr.Esser/F.Rutte-Merkel 19.6.95)

„Ziel ist es, durch eine verbesserte Koordination öffentlicher und privater Aktivitäten positive Entwicklungsschübe auszulösen.“ (aus der Einladung zur ersten Sitzung)

10.7.1995: 1. Sitzung: Grundlagendiskussion der Teilnehmer

Initiativkreis Stadtmarketing Jülich

Teilnehmende Jülicher Institutionen:

Beirat für kommunale Entwicklungsplanung, Brückenkopf-Verein, Bündnis 90/Die GRÜNEN-Fraktion, Bürgerbeirat Historische Festungsstadt, BUND, CDU-Fraktion, DGB, Evangelische Kirchengemeinde, Fachhochschule Aachen-Abt. Jülich, F.D.P.-Fraktion, Forschungszentrum Jülich, Förderverein Festung Zitadelle, Industrieverband, Jülich Information, Jülicher Geschichtsverein, Kreishandwerkerschaft, Kreissparkasse Düren, Landesgartenschau GmbH, Katholische Propsteipfarrgemeinde St. Mariä Himmelfahrt, Stadt Jülich, Stadtsportverband, SPD-Fraktion, Werbegemeinschaft Jülich.

30.10.1995: Diskussionsveranstaltung in der Stadthalle mit Klotz, Bad Reichenhall

22.01.1996: 2. Sitzung des Initiativkreises: Schwerpunkt: Stärken-Schwächenanalyse Jülichs

22.04.1996: 3. Sitzung: Moderation: M. Gramm

Durch die Gründung von drei Arbeitskreisen gelang die Einbeziehung weiterer Jülicher Personengruppen:

AK I: „Erlebnisorientierte Innenstadt“, Moderation: H.P. Bochem
Teilnehmende Gruppierungen: FV Festung Zitadelle, Gaststättenverein, Haus- und Grundbesitzerverein, Kulturamt, Landesgartenschau-GmbH, SPD; Werbegemeinschaft

AK II: „Marketing/Öffentlichkeitsarbeit“, später vermehrt „Landesgartenschau“
Moderation: W. Hommel
Teilnehmende Gruppierungen: Brückenkopf-Verein, CDU, Eifelverein, Forschungszentrum, Initiative für schöneres Jülich, Kreissparkasse, Kulturamt, Landesgartenschau, Solarinstitut, Stadtsportbund

AK III: „Industrie- und Gewerbestandort unter besonderer Berücksichtigung von Ökologie und High- tech“ Moderation: A.Kaleck, M.Meliß
Teilnehmende Gruppierungen: BUND, Fachhochschule, Forschungszentrum, Industrieverband, Kreis Düren, Kreishandwerkerschaft, Technologiezentrum, Umweltbeirat, Wirtschaftsförderung.

Von diesen Arbeitskreisen wurden in der Folge über 60 Maßnahmenvorschläge für Verbesserungen erarbeitet und teilweise auch umgesetzt.

- Januar 1997: „Zwischenbericht Stadtmarketing“ wird im Stadtmagazin veröffentlicht.
- Mai 1997: Leitbild und Slogan
„Jülich - Historische Festungsstadt - Moderne Forschungsstadt“
wird von Wolfgang Hommel erarbeitet und im Initiativkreis verabschiedet.
- Juni 1997: Vortrag im Stadtrat: Leitbild und je eine Prioritätenliste von fünf Maßnahmen aus jedem Arbeitskreis werden mit großer Mehrheit verabschiedet:
- AK I: Gezielte Tourismusförderung, Entwicklung eines modernen Stadtlogos, Begrünung der Einfallstraßen zur Laga, Tagungen in Jülich während Laga durchführen, Präsentation der Stadt Jülich auf der Laga.
- AK II: Achse Laga - Zitadelle kennzeichnen und beleben, Umnutzung des Alten Rathauses, Tourismusförderung, Kreiskulturtag während der Laga in Jülich
- AK III: Umweltgerechtes Bauen in Jülich forcieren, Stadtwerke ökologisch optimieren, Jahres-Empfang von Studenten und Wissenschaftlern, Umwelt- und Energiestadtplan erstellen, Aus- und Fortbildung von Handwerkern zum Thema regenerativer Energien fördern, Gründung eines Wertstoffhofes
- Juni 1997: Gründung eines Touristik-Vereins wird unterstützt: „Jülich Information e.V.“ Die Strukturgebung und Mitgliederwerbung wird von D. Esser und W. Hommel geleistet.
- September 97: Geschäftsordnung des Initiativkreises wird verabschiedet; Aks stellen ihre Arbeit als erledigt oder nicht mehr von ihnen zu leisten ein.
Verein Jülich Information wird gegründet; Vorstand mit Hommel, D.Esser, Meller, Doose, Wahn, Mostert, Riesen.
Kuratorium wird gegründet mit BM als Vorsitzendem (P.Nieveler, später H.Stommel), Vertretern der Ratsfraktionen und der Fördermitglieder (>1000 DM Jahresbeitrag), in den Folgejahren bis zu 12 Fördermitgliedern.
Im November 1997 werden mit Kieven und Anne Peters zwei Hauptamtliche eingestellt, die sich die Stelle des Geschäftsführers teilen.
- November 97: H. Liebeler wird ab 1.3.98 für 2 Jahre zum Vorsitzenden des Initiativkreises gewählt, M. Gramm zum Stellvertreter
- Als Themen werden Lokale Agenda sowie „Jülich 2000“ zur Präsentation Jülichs als moderner Forschungsstadt verabschiedet.
- Während der AK „Lokale Agenda“ wegen vieler Überschneidungen zu parallelen anderen Gremien eingestellt wird, arbeitet der „**AK 2000**“ kontinuierlich: Das Ziel sind eine bessere Darstellung der Forschungseinrichtungen in der Innenstadt, Anwendung und Präsentation von Forschungsergebnissen in der Stadt. Moderator: M. Meliß
Teilnehmende Gruppierungen: Baudezernat, Bürgermeister, Fachhochschule, Forschungszentrum, Jülich Information, Kurtz, Rheinbraun, Solarinstitut, Technologiezentrum, Umweltbeirat, VHS
- 1998: Ab März 1998 wird das Tourismusbüro im Saal des Kulturhauses eingerichtet, mit Theken der Sparkasse Stadtmitte, die geschlossen wurde. Die Öffnungszeiten werden durch Aushilfen gesichert, sodass ständig zwei Personen im Büro anwesend sind.
Der Verein übernimmt die Pflegegarantie der 7 Jülicher Rundwanderwege, die von Alwin Reiche geplant und gekennzeichnet wurden.
I-Kreis: Überarbeitung des Leitbildes des Stadtmarketing, Verabschiedung eines erweiterten Maßnahmenkataloges für 1999/2000.

Bei der Erarbeitung von ersten Broschüren für Jülich Information entwirft das Jülicher „Team für Gestaltung“ eine Umsetzung des Stadtlogos, in dem neben dem Zitadellengrundriss ein Symbol für Forschung bzw. Technik erscheint, das sofort den Stadtmarketinggremien und anschließend der Stadt als Stadtlogo empfohlen wird - und ab 1999 beschlossen und eingeführt wird.

AK 2000 schlägt die Einrichtung eines Forschungspfades zwischen Brückenkopf und Innenstadt vor: An 12 Stationen sollen unterschiedliche Forschungsgebiete und -ergebnisse begreifbar dargestellt werden. Die Stadt gibt dazu eine Machbarkeitsstudie in Auftrag. Ein Modell zu einer Info-Säule wird von einer Studentengruppe entworfen.

1999: Wegen einer anderen Schwerpunktsetzung im Jahr 2000 wird die Präsentation Jülichs als Moderner Forschungsstadt auf das Jahr 2001 verschoben. Ein fester Bestandteil soll ein Zukunftsbasar zu den Themen Energie und Bildung sein.
- Vorsitzender des Initiativkreises wird M. Gramm, Stellvertreter Hommel.
Der Verein Jülich Information e.V. beginnt, Tourismusangebote und Gruppenführungsprogramme in Kooperation mit Gastronomen zu planen. Broschüren, Anzeigen, erste Homepage werden gestaltet. Gruppenführungen wurden ausgearbeitet, beworben, organisiert und die Führer u.a. mit einer jährlichen Weihnachtsfeier betreut. GF. A.Peters/Schüssler, D. Hermanns

2000 Auf Anregung des Initiativkreises beantragt die Stadt Jülich beim Land NRW die Bezuschussung eines Stadtmarketing-Gutachtens mit Bestandsaufnahme und Strategieberatung. Drittmittel sagen die Werbegemeinschaft Jülich, Sparkasse Düren, Einzelhandelsverband und IHK Aachen zu.
- Der AK Forschungsstadt, inzwischen unter Leitung von Wolfgang Hommel, beginnt eine Vortragsreihe „Jülicher Energiegespräche“ in Kooperation mit Forschungszentrum Jülich, Fachhochschule Aachen und Technologiezentrum Jülich.
Im Verkehrsbüro werden mit Jülicher Produkten, Ticketverkauf etc. weitere Einnahmequellen erschlossen.

2001 Nach der Zusage zur Mit-Finanzierung durch das Land beauftragt der neugegründete Lenkungskreis unter Leitung von Michael Gramm, Stellvertreter Bürgermeister Stommel, das Kölner Beratungsunternehmen Econ Consult mit der Erstellung des Gutachtens und der folgenden Begleitung.
- Die erfolgreiche Vortragsreihe wird als „Forschungsgespräche thematisch erweitert und fortgeführt, um aktuelle Themen mit lokalem Bezug populär zur Diskussion zu stellen.

2002 Econ legt dem Lenkungskreis und im Anschluss anderen Organisationen die Ergebnisse mehrerer Befragungen, Beobachtungen und Auswertungen vor. Ergebnis dieser Stärken- und Schwächenanalyse münden in einen Maßnahmenkatalog. Die Umsetzung wird bereits überlagert von einer beginnenden Strukturdiskussion über die Zusammenarbeit der in dem Bereich tätigen Organisationen Städt. Kulturamt, Wirtschaftsförderung, Tourismusverein Jülich Information, Werbegemeinschaft Jülich e.V., Initiativkreis Stadtmarketing, Brückenkopf-Park Jülich GmbH.
Die Mitgliederzahl des Vereins erreicht mit knapp 100 ihre höchste Zahl: Neben Förderern werden Hotels und Gastronomiebetriebe, Händler und andere Gewerbebetriebe Mitglied, Vereine und viele Einzelpersonen, die das Tourismusziel unterstützen wollen.

- 2003
- Durch die Beschlüsse des Stadtrates werden die städtischen Finanzen für Kultur und Tourismusförderung auf die „Brückenkopf-Park Gesellschaft für Kultur und Marketing mbH“ konzentriert.
- In der Folge muss das Verkehrsbüro im Kulturhaus am 31.12.2003 geschlossen werden. Das Verkehrsbüro hatte in den letzten drei Jahren jeweils knapp 25.000 Kundenkontakte (ca. 70/Tag), davon 17.500 persönlich im Büro. 195 Gruppenführungen wurden im Jahr 2003 organisiert. Der Verein finanzierte die Arbeit mit einem Jahresetat von 90.000 Euro incl. eines städtischen Anteils in Höhe der Personalkosten.
 - Der Verein „Jülich Information“ wandelt sich in den Verein „Stadtmarketing Jülich e.V.“ um. Vorsitzender bleibt Wolfgang Hommel, Kuratoriumsvorsitzender wird Michael Gramm. Die im Initiativkreis beteiligten Organisationen werden bzw. Teil des Vereins durch Mitgliedschaft oder Sitz im Kuratorium.
 - In einem großen Workshop im TZJ werden die neue Struktur vorgestellt und vier Arbeitskreise des Vereins gegründet: AK Forschungsstadt als Fortführung, nun unter Leitung von Jürgen-F. Hake; AK Einkaufsstadt unter Leitung von Andreas Muth; AK Festungsstadt unter Leitung von Anne Peters und AK Aktive Stadt unter Leitung von Mariele Egberts.
 - Erste große Maßnahme des SMJ-Vereins wird das Projekt „Zwischenzeiten mit Kunstgenuss“ mit Kunstausstellungen in leeren Ladenlokalen.
- 2004
- Ein Antrag von Stadt und Verein im NRW-Wettbewerb „Ab in die Mitte“ ist nicht erfolgreich.
 - Ein Einkaufsführer Stadt Jülich wird gemeinsam mit den Tageszeitungen herausgegeben, die Daten im Internet publiziert.
 - Das LICHT(!)projekt Jülich zur Beleuchtung der historischen Gebäude in der Innenstadt wird initiiert. Brückenkopf und Zitadellenbeleuchtung werden noch in diesem Jahr reaktiviert.
 - Eine Bewerbung zum bundesweiten Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft 2006“ wird intensiv, auch in einem großen Workshop im TZJ, beraten, aber am Ende verworfen.
- Ab 2004 werden in den Rechenschaftsberichten neben den Aktivitäten und einer Einschätzung der Stadtentwicklung viele Indikatoren zur Stadtentwicklung zusammengestellt.
- Die Frequenzzählung an zwei Tagen und an zehn Stellen im Dezember wird von nun an jährlich selbst durchgeführt.
- 2005
- Die Schwerpunkte des Jülicher Stadtmarketingprozesses werden weiterhin in den drei zuständigen Arbeitskreisen koordiniert:
 - Im **AK Forschungsstadt** arbeiten die Mitglieder aus den ansässigen Einrichtungen gemeinsam an einer weiteren Profilierung Jülichs als Forschungsstadt und daran, deren Kapazitäten für die Stadtentwicklung zu nutzen. Es wird das 20.-22. Forschungsgespräch durchgeführt. Es wird zur ersten Schulplattform eingeladen.
 - Im **AK Festungsstadt** koordinieren die „zuständigen“ Vereine mit dem Museum ihre Aktivitäten und planen gemeinsam besondere Events rund um die Zitadelle, u.a. 1. Fledermausnacht.
 - Im **AK Einkaufsstadt** arbeiten Vereine und Interessensgemeinschaften Jülicher Kaufleute mit Wirtschaftsförderung aus Stadt und Kreis sowie Presse

und Politikern an Verbesserungen der Attraktivität der Jülicher Innenstadt als Einkaufsstadt. Besonderen Schwerpunkt bildet dabei die Entwicklung der Altstadt um den Marktplatz und die einmündenden Straßen. Hier werden ein Gesamtkonzept mit allen beteiligten und Einzelmaßnahmen geplant und koordiniert.

Als Licht(!)projekt wird der Hexenturm in neues Licht gesetzt.

Auf 10 großen Tafeln werden Jülichs Besonderheiten beworben, an der Sophienhöhe, an der Autobahn, rings um den Park, in FZJ und TZJ.

- Fazit: 2005
- „Stadtmarketing Jülich“ ist seit 2004 privat organisiert und muss ohne städtische finanzielle und personell-koordinierende Förderung auskommen. In den Gremien sind mehrere Vertreter „der Stadt“ eingebunden.
 - Art und Umfang der Aktivitäten sind extrem auf die Ideen und den Einsatz von Einzelpersonen angewiesen, da der finanzielle Spielraum durch die Mitgliedsbeiträge keine Einbeziehung professioneller Mitarbeiter erlaubt.
 - Unter diesen Voraussetzungen sind die erreichten Ergebnisse Ansporn für die weitere Fortführung des Stadtmarketing-Prozesses, bei dem die Beteiligung weiterer Jülicher Bürger und Institutionen sicherlich noch nicht ausgeschöpft sind.
- 2006
- Als eine Konsequenz aus solchen Überlegungen entsendet die Stadt die beiden Geschäftsführer der städtischen GmbHs BKPark (D. Esser) und SEG (F.Rutte-Merkel) in den Vorstand des SMJ-Vereins.
 - Die negative Einwohnerentwicklung und die mangelnden Maßnahmen für eine positive Entwicklung werden erstmals in die Öffentlichkeit getragen – ohne Reaktion.
 - Es wird zu einem Kulturfrühschoppen für Vereine und Institutionen zwecks Absprachen und Koordinierung eingeladen – mit Erfolg, aber leider ohne Nachfolgeveranstaltungen.
- Neue Ortseingangsschilder werden erstellt zur Begrüßung der Besucher.
- AK Marketing trifft sich erstmals.
 - In einem Faltblatt „Was ist los in Jülich?“ werden regelmäßig aktuelle Veranstaltungstipps veröffentlicht.
 - Auf dem Marktplatz werden auch mithilfe weiterer Sponsoren von der Stadt neue Spielzeuge als Attraktion im Zentrum aufgestellt.
 - Im Licht(!)projekt wird die Beleuchtung der Zitadelle erweitert.
- 2007
- In langen Diskussionen über Leitbild und Slogan sowohl im Vorstand als auch im AK Marketing werden sowohl Überarbeitungsbedarf als auch der Sinn für neue Zielorientierung erkannt; die Bereitschaft in Rat und Verwaltung zu einer solchen Neuorientierung wird aber so eingeschätzt, dass der Vorstand die Arbeit als vergeblich ansieht.
- Neue Homepage des Vereins wird vor allem mit Blick auf Neubürger zusammengestellt und professionell gestaltet.
- Im AK M wird eine Neubürgerbroschüre mit Gutscheinen wichtiger Jülicher Einrichtungen konzipiert und erstellt.
- Im AK E wird eine Umfrage mit der Tageszeitung zu Defiziten der Innenstadt durchgeführt – 1000 Antworten!
- AK Fe führt vor allem 2. Fledermausnacht durch.
- AK Fo führt Gespräche Nr. 23.-25., davon eins in Kooperation mit der Stadt zur Demographie, sowie 2. Schulplattform durch.

- 2008
- Als neues Forum für eine verbesserte Diskussionskultur über Themen der Stadtentwicklung wird die Reihe „Stadtgespräche“ gemeinsam mit der Tageszeitung ins Leben gerufen und 2008 zweimal (Studentenstadt Jülich, Pflaster für die Innenstadt) veranstaltet.
 - Der Kreisverkehr Merscher Höhe wird mit Mitteln des Vereins vom Bauhof verschönert.
 - Die Erneuerung der fußläufigen Innenstadtbilderung wird finanziell unterstützt.
 - Im Licht(!)projekt wird die Propsteikirche beleuchtet.
 - Der jährliche Weihnachtsbaum auf dem Marktplatz erhält eine zeitgemäße neue Beleuchtung.
 - Ein neues kleines Falblatt soll als „Lesezeichen“ in Massen vorwiegend bildlich über Jülich informieren.
 - Für die Jülicher Rundwanderwege, deren Wartung der Verein seit 1998 übernommen hat, wird die Infotafel auf dem Schlossplatz erneuert.
- AK Forschungsstadt tagt letztmalig; der Versuch, Forschung als Thema im Stadtfest zu integrieren, scheitert.
- Kuratoriumsvorsitzender wird Uwe Willner.
- 2009
- Schwerpunkt ist in diesem Jahr die Diskussion:
Wegen der anstehenden Vorstandsneuwahl wird die aktuelle Struktur von Stadtmarketing in Jülich seitens des Vorstands infragegestellt. Dies mündet in einem Grundlagenpapier, in dem einerseits die anstehenden Aufgaben neu umrissen werden, andererseits eine stärkere Rolle der Stadt gefordert wird.
- Bei den Vorstandswahlen scheidet u.a. die GF der städtischen Gesellschaften SEG und BKP aus, neu gewählt werden u.a. Katarina Esser als Vertreterin der Stadt im Verein und zwei frühere Ratsmitglieder: P.Schmitz und FJ. Köhne.
 - Diese grundsätzliche Einschätzung wird von Kuratorium und der Mitgliederversammlung geteilt und ist Grundlage für die Arbeit des neu gewählten Vorstandes. Damit soll auch die Arbeitsteilung, die der Stadtrat 2003 für den Bereich Marketing beschlossen hat, auf den Prüfstand gestellt werden.
 - 3.(Schulentwicklung) und 4.(Stadtratswahl) Stadtgespräch werden durchgeführt.
 - Licht(!)projekt: Große Zerstörung durch Vandalismus an der Zitadelle, neue Installation: Mariensäule
 - Ein regelmäßiger Neubürgerabend (mit vielen Jülicher Ansprechpartnern) blieb ohne Resonanz
- Diskussion Jülich 2020 „Einkaufsstadt“ mit der Sparkasse Düren.
Kuratoriumssitzung im FZJ auf Einladung des Vors. Bachem
- 2010
- Entscheidung im Stadtrat: Stadtmarketing wird städtisch! Es wird eine Stabsstelle Stadtmarketing im neuen Dezernat V Schule, Sport, Sozialplanung und Stadtmarketing mit der Dezernentin Katarina Esser geben
 - 5. (Dienstleistungs- und Schwimmleistungszentren) + 6. Freizeiteinrichtungen, speziell BKPark) Stadtgespräch
 - Kuratoriumssitzung in der Zuckerfabrik zur neuen SM-Organisation: Fortbestand des Vereins wird verabredet.
 - AK Marketing tagt letztmals

- 2011 Städtische Stabsstelle Stadtmarketing wird besetzt
 Stadtmarketingpreis „Mein Jülich 2030“ mit großer Beteiligung vieler Schüler
 Acht Info-Tafeln an Besucher-Punkten werden neu gestaltet
 Verein startet Initiative „Rathaus am Markt“, die zu einer Machbarkeitsstudie (Prof. Aldinger) führt, die die notwendigen Raumkapazitäten in dem Quartier belegt.
 Stadtgespräch Nr. 7 (Jülicher Potentiale von außen) und Nr. 8 (Wie viel Rathaus braucht Jülich?)
 Für die Rundwanderwege werden neue Wegepaten zur Kennzeichnungskontrolle gefunden, da Alwin Reiche aus gesundheitlichen Gründen die Pflege nicht mehr gewährleisten kann.
- 2012 Neben den Vereinsaktivitäten gibt es nun auch viele Maßnahmen der städtischen Stabsstelle Stadtmarketing, die hier im Einzelnen nicht dargestellt werden können.
 Vereins-Veranstaltungen:
 Stadtgespräch 9 „Stadt auf dem Atom - Wohin mit dem Müll?“ und Nr. 10 „20 Jahre TZJ und Gewerbeflächen in J.“
 Jülicher Theaterfestival in der Zitadelle
 Lichtprojekt Christuskirche wird installiert
 Teilnahme an AKs zu Marktplatz und Schlossplatz
- 2013 Städtisches Tourismusbüro auf dem Schlossplatz wird eröffnet.
 Konzept „Jülich 2020“ wird federführend von der Stabsstelle Stadtmarketing erarbeitet, vom Rat verabschiedet, und u.a. auch in unserem Vorstand diskutiert.
 Stellungnahme von sieben Vereinen gegen den Standort eines Blockheizkraftwerks verhindert den Bau neben der „Getränkebastion“ St. Jakob
 Weitere Stellungnahmen zu Marktplatz und Rathaus
 Stadtgespräch 11 „Jülicher Sportstätten“
 Der Kreisverkehr Autobahnauffahrt Koslar wird mit unseren Mitteln vom städt. Bauhof neu gestaltet.
 Dritte Auflage der Neubürgerbroschüre
 Federführende Erstellung des Strategie- und Maßnahmenpapiers für den BKPark - das leider nicht realisiert wird.
- 2014 Stadtgespräch Nr. 12: „Problemzone Marktplatz“
 Brief von fünf Vereinen an Bürgermeister und Landrat zum Standort vom Kreishaus-Nord in der Innenstadt am Markt führt zu intensiven Gesprächen im Hintergrund und ist letztlich erfolgreich: Das Projekt wird neben dem Alten Rathaus realisiert.
 In einer Änderung des Gesellschaftervertrages des BKP durch die Stadt Jülich verliert der Verein sein Mandat im Aufsichtsrat des Parks
 Die Beschäftigung mit wlan auf dem Markt wird angeregt und finanzielle Unterstützung zugesagt. In der Folge wird Freifunk forciert-
 Der Verein unterstützt finanziell die Wiederaufforstung des Schlossplatzes
- 2015 Verschiedene Großinvestitionen in der Innenstadt werden diskutiert und in einer Stellungnahme der fünf Vereine kommentiert.
 Stadtgespräch Nr. 13 thematisiert die Wohnungsknappheit in Jülich

Der Vorstand sucht Verstärkung aus interessierten gesellschaftlichen Gruppen und diskutiert Rolle und Zielsetzung des Vereins in der geänderten Konstellation neu.

„Stadtgespräch extra“ zur Bürgermeisterwahl

In einem Vorstandsworkshop wird klar, dass die Zielsetzung des Jülicher Stadtmarketingprozesses mit dem neuen Bürgermeister Fuchs neu festgelegt werden muss. Der Verein kann sich daran orientieren und die Zielsetzung durch eigene Maßnahmen unterstützen.

2016

Die u.a. für Stadtmarketing zuständige Dezernentin Katarina Esser verlässt die Stadt und auch den Verein. Bei der Stadt übernimmt Bürgermeister Fuchs die Zuständigkeit für Stadtmarketing als Dezernent selbst. Die Mitarbeiter aus der bisherigen Stabsstelle Stadtmarketing werden in das Amt Stadtmarketing überführt.

Der Verein stellt den Bürgerantrag, dass der Rat einen Arbeitskreis speziell zur Zukunft der Innenstadt einsetzen möge mit Besetzung aus Verwaltung, Politik und Institutionen.

2017

Erstmals wird im Rathaus unser Neujahrsempfang mit Verleihung der Stadtmarketingpreise in Kooperation mit dem Bürgermeister durchgeführt.

Preisträger: Alwin Reiche, Familie Berchem, Guido von Büren

Neujahrsrede: Prof. Bernhard Hoffschmidt

Im Februar wird beschlossen, den Lenkungskreis Stadtmarketing aufgrund unseres Antrages auf die Innenstadt zu konzentrieren.

Der Verein stellt u.a. den Antrag, sich konzeptionell und langfristig mit der Innenstadt zu befassen und bietet die Durchführung eines Wochenendseminars dazu an. Das wird mit 16 Teilnehmern im Nov. in Venlo mit Referat Prof. Gramm zur Dringlichkeit der Probleme durchgeführt. Es wird beschlossen, ein **Integriertes Handlungskonzept** für Jülich aufzulegen mit dem Ziel, die Innenstadt als soziokulturelles Zentrum des Nordkreises zu entwickeln.

2018

Der 2. Neujahrsempfang mit Preisverleihung findet statt.

Preisträger: Ehepaar Loven, Carlo Aretz, Cornel Cremer

Neujahrsrede: Landrat Wolfgang Spelthahn

Da mehrere Vorstandsmitglieder ausscheiden, wird an die Fördermitglieder appelliert, den Vorstand personell zu unterstützen. Wahlen finden im Oktober statt.

In einer Lenkungskreis-Sitzung wird über den Auftrag für das Büro entschieden, das ein InHK durchführen soll.

Im Auftrag des Vereins entwickelt das Design-Team Fjell das Muttkratmarketing.

2019

3. Neujahrsempfang:

Preisträger: Museumsteam Jülich, Geschwister Geyer

Neujahrsrede: Prof. Wolfgang Marquardt

Im Muttkratmarketing wird der Kalender 2020 für den freien Verkauf aufgelegt.

Nachwahlen zum Vorstand:

Vorstandsmitglieder, gewählt bis Herbst 2021:

Wolfgang Hommel als Vorsitzender

Sunita Gupta-Leßmann (Kommunikations-Designerin) als 2. Vorsitzende

Guido Reichensperger (Steuerberater) als Schatzmeister

Peter Boeken (Jülicher Händler) als Schriftführer

sowie als Beisitzer:

Maurice Emunds (ETC Deutschland)

Ulrich Kalisch (Revisor)

Torsten Wagner (Pro-Dekan des FB9, der FH Aachen, Campus Jülich)

Neu gewählt wurden:

Dorothee Schenk (Pressebüro und Herzog-Magazin)

Norbert Freudenberg (FV Festung Zitadelle Jülich)

Michael Robertz (Reisebüro Robertz)

Stadtgespräch im Dezember zum Thema „Jülich 2030: Abbruch, Umbruch, Aufbruch?“ im KuBa

Die Zahl der Mitglieder ist zum Jahresschluss auf 57 gesunken.

2020 Das Coronajahr I

4. Neujahrsempfang:

Preisträger 2020: Landrat Wolfgang Spelthahn und Firma Jos. Fischer

Neujahrsrede: Dr. Patricia Peill, MdL

Maßnahmen zum Aufruf: „Lokal /loyal handeln!“

Im Rahmen vom „Nachbarschaftsdialog des Forschungszentrums Jülich“ entwickelt der Verein einen neuen Muttkrat-Kalender, an dem sich viele Institutionen mit eigenen Motiven beteiligen.

Im InHK-Jülich wird die Gestaltung des Marktplatzes diskutiert.

Im Dezember stirbt Alwin Reiche, der Schöpfer der Jülicher Rundwanderwege.

2021 Coronajahr II

Fast alle Gremien und Veranstaltungen werden online durchgeführt oder auf ein Minimum reduziert. So auch die Übergabe der Stadtmarketing-Preise 2021 an Peter Schmitz für sein Lebenswerk und den Jazzclub zu seinem Jubiläum – in der Schlosskappelle nur unter Beisein des Bürgermeisters Axel Fuchs.

In einer online-Kuratoriumssitzung werden die Schwerpunkte der kommenden Arbeit festgelegt:

- Neujustierung des Stadtmarketing-Prozesse in Jülich und damit auch des Vereins
- Monitor-„Infotainment“ an frequenzstarken Orten in Jülich
- Informationsplattform „Arbeitnehmer für Jülich!“

Im Rahmen der InHK-Aktivitäten entwickelt der Verein mit drei anderen ein eigenes Konzept für den Marktplatz, dessen Elemente nach Vortrag im Ausschuss KDSW aufgenommen werden.

2022 Coronajahr III

Der Neujahrsempfang fand erst Ende April statt – mit Preisverleihung an Ehepaar Fernandez und die Mitglieder des Krisenstabs zu Corona und zum Hochwasser-Management.

Mit der Stadtspitze wird die Kooperation vereinbart, sich regelmäßig mit dem Amt für Stadtmarketing über Ziele und Maßnahmen auszutauschen.

Als erster Monitor des neuen Infotainment-Angebots, das wir koordiniert haben, wird der Info-Pavillon auf dem Schlossplatz, danach einer im Bürgerbüro der Rathauses in Betrieb genommen.

2023

Stadtmarketing-Preis geht an Forschungszentrum Jülich.

Thema des Jahres: Krankenhaus-Rettung. Unser Verein war mit einem Dossier zum Standort Jülich sowie dem 19. Stadtgespräch dabei.

Der Verein bekommt einen Sitz im städtische Ausschuss KDSW.

2024

Stadtmarketing-Preisträger: Ulrich Backhausen und VF Festung Zitadelle Jülich.

Arbeitnehmerprojekt „jüwork-jülife.de“ wird realisiert und wirbt online nun für den Standort Jülich.

Langjährig handelnde Personen im Stadtmarketing-Prozess:

- Stadt und Verein
- in Initiativkreis-/Arbeitsgruppen- oder Vereinsgremien

	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Initiativkreis/ Stabsstelle/ Amt für SM	X	X	X	X	X	X	X	X	X								X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Jül Info / SMJ				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Schenk, Dorothee			X	X	X	X	X	X	X																X	X	X	
Stommel StDir / BM	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							
Liebeler / Willner	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Gramm	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Hommel	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Esser, D.	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X														
Esser, K.					X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	X	X							
Bochem, Kaleck, Meliß	X	X	X	X	X	X																						
Doose, Mewis, Nieveler	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							
Hake				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												
Helsper														X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Fuchs, BM																						X	X	X	X	X	X	

12.3.24 WH