

Rahmenkonzeption

„Stadt werden!“

300 Jahre Erhebung Ludwigsburgs zur Stadt und zur dritten württembergischen Residenz

1. Hintergrund

Am 3. September 1718, neun Jahre nach dem Aufruf zur Ansiedlung, wurde Ludwigsburg mit der Verleihung des Stadtrechts zur Stadt, Residenz und dritten Hauptstadt des Herzogtums Württemberg neben Stuttgart und Tübingen erhoben. Im Zuge dessen wurde Ludwigsburg zum Oberamt mit zwei Vögten, zwei jährlichen Warenmessen und Wochenmärkten.

Auch wenn wichtige Einrichtungen wie Rathaus und Kirchen einige Jahre auf sich warten ließen, so eröffnete der neue Status entscheidende Möglichkeiten für die wirtschaftliche und politische Bedeutung der jungen Neugründung und ihre bürgerliche Entwicklung. Die zunächst geringen Einwohnerzahlen stiegen bis zum Tod Eberhard Ludwigs erheblich an: wurden 1717 erst 260 Einwohner und 18 Bürgerhäuser gezählt, waren es 16 Jahre später bereits 5.668 Einwohner mit insgesamt 300 Häusern, davon ca. 160 Bürgerhäusern.

Ludwigsburg steht heute mit fast 100.000 Bewohnern an der Marke zur Großstadt und hat vielfältige gesellschaftliche Zukunftsaufgaben in den Bereichen Bildung, Ökonomie, Ökologie, Soziales und Kultur auf nachhaltige Weise in Angriff genommen. Die Stadtentwicklung ist nicht nur zu Zeiten des Stadtgründers vor rund 300 Jahren mit einer Vision vorangetrieben worden und sie ist kein abgeschlossener Prozess.

2. Konzeption „ Stadt werden!“

Im Jahr 2018 jährt sich die Erhebung zur Stadt, d.h. zu einem bedeutenden gesellschaftlichen und ökonomischen Gebilde zum dreihundertsten Mal. Dies soll zum Anlass genommen werden, den Topos „Stadt“ auf vielfältigste Weise zu reflektieren und den Blick in die Zukunft zu richten.

Das Schlossjubiläum 2004 und die Stadtgründungsjubiläum 2009 haben in einem umfangreichen Veranstaltungsprogramm stadtgeschichtliche Aspekte reflektiert und sich mit künstlerischen Mitteln dem Thema „Stadt“ genähert. Der Themenkreis „Zukunft gestalten“ hat 2009 mit der Eröffnung baulicher Meilensteine und dem Augenmerk auf die soziale und ökologische Gestaltung der Stadt diesen Themenkreis bereits als einen von vier Bausteinen aufgegriffen.

Hier soll die programmatische Linie 2018 anknüpfen und den Blick konsequent in Gegenwart und Zukunft richten. „Stadt“ als sozialer und baulicher Topos rückt in das Zentrum: Was

macht „Stadt“(-gesellschaft) heute und in Zukunft aus? Was ist für die Stadt der Zukunft an geistigen, sozialen und materiellen Ressourcen für ein funktionierendes Miteinander notwendig? Wie können komplexe Themen der Stadtentwicklung einer breiten Bürgerschaft vermittelt werden? Die Stadt als funktionierendes aber auch fragiles Konstrukt ist von vielerlei Aspekten, allem voran der Identifikation und dem Einsatz ihrer Bürger mit der Stadtgesellschaft abhängig und muss deshalb permanent reflektiert und weiterentwickelt werden, um den Anforderungen der Gegenwart zu entsprechen. Aus dieser Haltung heraus hat der Fachbereich Kunst und Kultur gemeinsam mit weiteren Partnern das Leitthema und den Titel „**Stadt werden!**“ entwickelt.

Wirkung

Die Auseinandersetzung mit „Stadt“ ist elementarer Bestandteil einer demokratischen und funktionierenden Stadtgesellschaft. „Stadt werden“ soll mit partizipativen Projekten sowie der Sichtbarmachung und Vermittlung von Stadtentwicklungsthemen tief in die Stadtbevölkerung wirken, zur Teilhabe motivieren und die Identifikation stärken – Punkte, die besonders für die zahlreichen Neubürger unterschiedlichster Herkunft einen Schritt in die neue Stadtgesellschaft sein können. Nach Außen kann das Jubiläumsjahr Akzente setzen und das innovative und zukunftsfähige Profil der Stadt verstärkt kommunizieren und visualisieren. Auch für den Prozess der Stadtmarkenentwicklung Ludwigsburgs kann das Jubiläumsjahr eine weitere befördernde Wirkung entfalten (s.u.).

Das Leitthema

- reflektiert den Status quo der Stadt Ludwigsburg, das „Sein“
- impliziert Zukunftsvisionen, das „Werden“
- fragt nach städtischer Identität
- beinhaltet und erweitert auf soziale und bauliche Aspekte
- fordert Partizipation bereits im Begriff und kann glaubwürdig umgesetzt werden

Das Leitthema ermöglicht viele interessante **Perspektiven**, die unter **künstlerischem und kulturellem Blickwinkel** erschlossen werden können. Neben den bereits beschlossenen Baden Württembergischen Literaturtagen (s. Vorlage 245/16) und dem Projekt „hin und weg“ des Ludwigsburg Museums (s. Vorlage Nr. 244/16) können weitere Veranstaltungen konzipiert und unter dem Leitthema strategisch so ausgerichtet werden, dass sie beispielsweise einen **nachhaltigen Beitrag zur Stadtquartiersentwicklung** (z.B. Transformation Weststadt) erbringen.

Trotz konsequenter Ausrichtung auf die Gegenwart und Zukunft ist eine **geschichtliche Betrachtung** möglich und sinnvoll: Es wird empfohlen, wichtige historische Aspekte des Ereignisses der Erhebung, z.B. den Status als 3. württembergische Residenz und Hauptstadt in Kooperation mit anderen Einrichtungen in Stuttgart und Tübingen anzubahnen und zu bearbeiten, um eine landesweite und inhaltlich interessante Wirkung zu erzielen. Auf der

historischen Ebene sollte zudem danach gefragt werden, welche **internationalen Spuren** in der Vergangenheit durch Einwanderung hinterlassen wurden.

Empfohlen wird außerdem ein internationales Panel, bei dem eine Auseinandersetzung mit den **früheren Idealstädten** und den **Smart Cities heute** angestoßen werden könnte. Weitere wichtige Themenfelder sind die Stadtplanung und das Referat für Nachhaltige Stadtentwicklung, bei denen bereits **vorhandene Entwicklungsprojekte für das Jubiläumsjahr vorangetrieben und qualifiziert** werden können. Unter dem thematischen Fokus kann externen Einrichtungen der Stadt die Möglichkeit geboten werden, sich mit eigenen Sonderprojekten zu beteiligen.

Struktur

Strukturell bietet sich an, ein solch komplexes Projektjahr in verschiedene **inhaltliche Bausteine** aufzuteilen. Möglich wären zum Beispiel:

- **„Stadt denken“**
 - Podien, Vorträge und Projekte zur Vermittlung soziologischer, architektonischer und ökologischer Themen
 - Zukunftskonferenz 2018
 - „In guter Nachbarschaft“
Gesprächsreihe mit Gästen aus Ludwigsburg und anderen Städten über die Herkunft der Idealstädte und die Zukunft der Smart Cities
 - Interkulturelle Stadtführung zu Ludwigsburgs Geschichte und Gegenwart
 - Stadtlabore (z.B. Kunsthochschule Labyrinth, Akademien)

- **„Stadt gestalten“**
 - Literaturtage Baden-Württemberg
 - Artist in residence z.B. Stadtschreiber
 - „Künstlerische Stadtgestaltung“ im Rahmen der Transformation Weststadt
 - Produktionskunst. Projekt der KulturRegion Stuttgart 2018 in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart
 - Künstlerisch-theatralische Produktion(en)

- **„Stadt leben“**
 - „hin und weg. Wohn- und Lebensräume in Ludwigsburg“
Ausstellung im Ludwigsburg Museum
 - „Raumpioniere: Temporäre Wohnskulpturen“
Architektenwettbewerb zu Mikrohäusern im öffentlichen Raum (koordiniert vom Ludwigsburg Museum)
 - verschiedene Feiern und Jubiläen (s.u.)
 - Partizipatorische Projekte

2018 stehen weitere Jubiläen (z.B. 250 Jahre Venezianische Messe, 250 Jahre Pferdemarkt, 25 Jahre Karlskaserne, 200 Jahre Zeitung in Ludwigsburg, 60 Jahre Zentrale Stelle) an. Die Aufnahme von weiteren Jubiläen in das Hauptprogramm sollte auf konkreten Konzepten und

einer entsprechenden Qualifizierung beruhen, um Verwässerungen des Jubiläumsprogramms zu vermeiden. Voraussetzung zur Integration in das Hauptprogramm des Stadtjubiläums wäre:

- eine inhaltliche Auseinandersetzung mit „Stadt“
- ein reflexives Moment (historisch-zeitgenössische Auseinandersetzung)
- inhaltliche Fortschreibung der Veranstaltungen für die Zukunft (Neuqualifizierung bzw. Weiterentwicklung).

3. Stadtjubiläum und Markenbildungsprozess

Für den seit 2015 laufenden Prozess der Entwicklung einer Stadtmarke kann das Jahr 2018 ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt werden.

In der ersten Umsetzungsphase des Markenbildungsprozess 2017 ist der Aufbau eines wirkungsvollen und stimmigen Images das Ziel. Um eine Marke nach außen zu vermitteln, muss durch die Umsetzung verbindlicher Instrumente dem Bürger die Möglichkeit gegeben werden, seine Identifikation mit und sein Verständnis von Stadt zu stärken, um gleichzeitig die Chance ergreifen zu können, ein erhöhtes Verständnis über die Stadt herbeizuführen.

Die Durchführung des Jubiläumsjahres kann ein solches strategisch ausgerichtetes Instrument sein, um die Marke Ludwigsburg emotional und erlebnisorientiert aufzuladen und einem breitem Publikum authentisch nahe zu bringen.

- Das Jubiläumsjahr kann einen praktikablen Handlungsrahmen schaffen, der eine Prüfung, sozusagen einen „Testlauf“ eines Positionierungsansatzes innerhalb der Marke Ludwigsburg ermöglicht und im Anschluss daran seine grundsätzliche Implementierung findet.
- Veranstaltungen, die 2018 ebenfalls ein Jubiläum haben, erhalten die Möglichkeit, sich der Neuinterpretation zu nähern und im Sinne eines nachhaltigen Eventmanagements über 2018 hinaus, Wirkung zu erzeugen.
- Den Zielen des Destinationsmarketings - die Stärkung der touristischen Wahrnehmung und die Erhöhung der Strahlkraft Ludwigsburg auf nationaler Ebene - können gleichermaßen Rechnung getragen werden, wenn durch Partnerprojekte überregionale Multiplikatoren in der Stadt empfangen werden (z.B. in Form eines Kongresses des Dt. Städtetages bzw. weiterer Verbände).

Das Stadtmarketing inklusive der touristischen Vermarktung ist ein Querschnitts- und Anwendungsbereich zu den o.g. inhaltlichen Bausteinen. Dennoch können eigene Produkte und Kampagnen innerhalb des Jubiläumsjahres geschaffen werden.

4. Kostenrahmen und Finanzierung

Für die Planung und Umsetzung sind (ohne ein evtl. Musikalisch-Szenisches Großprojekt im Forum) von heute aus geschätzt städtische Sondermittel in Höhe von rd. 530 TEURO erforderlich (Gesamtkostenrahmen incl. Drittmittel: 580 TEURO). Dieser Finanzrahmen

beinhaltet Mittel für projektbezogenes Personal (2 Jahre befristet, rd. 160 TEURO, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (rd. 70 TEURO) sowie Sachmittel für jubiläumsspezifische Sonderprojekte in den verschiedenen Bausteinen i.H.v. 325 TEURO. Bereits beschlossene Projekte wie die Baden-Württembergischen Literaturtage, und das Projekt „hin und weg“ des Ludwigsburg Museums, gefördert von der Bundeskulturstiftung sind darin nicht enthalten und werden extra finanziert. Weiterhin müssten - je nach Planung - Mittel aus den jeweiligen Budgets der Fachbereiche mit in die Projekte einfließen sowie Drittmittel i. Höhe von 50 TEURO akquiriert werden.

Kostenzusammenstellung:

Baustein Stadt Denken	Sachmittel	50.000 €
Baustein Stadt Gestalten	Sachmittel	100.000 €
Baustein Stadt Leben	Sachmittel	175.000 €
Marketing/ÖA		70.000 €
Personal		160.000 €
Unvorhergesehenes/ Dokumentation		25.000 €
<hr/>		
Gesamtkosten		580.000 €
Städtische Sondermittel		530.000 €
Sponsoring/ Drittmittel		50.000 €

5. Projektsteuerung

Unter der Federführung von OBM Spec soll eine Lenkungsgruppe und eine Projektleitung im FB Kunst und Kultur installiert werden. Mit der Zustimmung zur Vorlage wird der Fachbereich Kunst und Kultur mit der Projektleitung und der inhaltlichen und strukturellen Fortschreibung (Projektverfügung, Projektgruppe) der Projekte beauftragt und ermächtigt, die entsprechende Personalgewinnung in die Wege zu leiten. Im Frühjahr 2017 soll das weiterentwickelte Konzept vorgestellt werden.

(Stand 10.10.2016)