

Bürger für Beethoven  
Kurfürstenallee 2-3, 53177 Bonn  
[info@buergerfuerbeethoven.de](mailto:info@buergerfuerbeethoven.de)  
0228 – 36 62 74  
Medienmitteilung 14/2017  
4. Juni 2018

# Beethovens Strahlkraft nutzen

## Bürger für Beethoven begrüßen neuen Stadtmarketing-Ansatz

Auf Zustimmung bei den BÜRGERN FÜR BEETHOVEN stößt das neue Stadtmarketing-Konzept, das Beethoven als Anker für die Bonn-Werbung nutzt. Der Vorsitzende des Vereins Stephan Eisel sagte dazu: „Beethoven ist das Alleinstellungsmerkmal Bonns. Man kennt ihn überall auf der Welt und wir haben das bisher viel zu wenig genutzt. Hier gibt es gerade auch für die Wirtschaftsförderung große Chancen.“ Die Kritik, die im zuständigen Ausschuss des Rates an dem Konzept der Verwaltung geäußert wurde, beruht nach Eisels Meinung auf einem Missverständnis: „Niemand will Bonns Vielfalt auf Beethoven reduzieren, sondern es geht darum, Beethovens Strahlkraft zu nutzen, um außerhalb der Stadtgrenzen für Bonns Vielfalt zu werben.“

Die von der Stadtverwaltung vorgestellte Stadtmarketing-Kampagne nutzt das Motto "Bonn ist Beethoven. Weil ..." um die vielfältigen Stärken Bonns zu thematisieren. Nach Meinung der BÜRGER FÜR BEETHOVEN kann man durch Stichworte wie Weltoffenheit, Kreativität, Innovation und Menschlichkeit, für die Beethoven überall auf der Welt steht, den Blick sinnvoll und glaubwürdig auf die Stärken seiner Geburtsstadt gelenkt: „Wenn die globale Strahlkraft Beethovens bisher zu wenig mit Bonn verbunden wird, ist das ausschließlich unsere eigene Schuld. Die weltweite Aufmerksamkeit zum 250. Geburtstag des Komponisten bietet jetzt die Chance zum Kurswechsel. Davon profitieren dann alle. Man braucht sich doch nur anzuschauen, wie Salzburg Mozart nutzen – und Beethoven hat mit 22 Jahren länger in Bonn gelebt und gearbeitet als Mozart in Salzburg.“ Bonner Unternehmen und Geschäftsleute hätten das längst begriffen und würden sich deshalb mehr städtische Aktivitäten in diese Richtung wünschen. Es wäre ein völlig falsches Signal, wenn das ausgerechnet vom Ausschuss für Wirtschaftsförderung im Rat ausgebremst würde.

Natürlich, so Eisel, habe Bonn eine herausragende Universität, aber es gebe eben viele Universitätsstädte. Bonns Lage am Rhein sei besonders schön, aber der Rhein sei mit vielen schönen Stellen über 1000 km lang. Bonn könne auch stolz auf sein Profil als UN-Stadt sein, aber Touristen kämen deshalb nicht nach Bonn: „Es gibt aber nur eine Geburtsstadt Beethovens. Das muß man bei der Werbung für unsere Stadt in den Mittelpunkt stellen: Was kein anderer bieten und man nur in Bonn erleben kann, interessiert die Menschen besonders, und die so gewonnene Aufmerksamkeit kann man dann nutzen, um die vielfältigen Stärken der Stadt darzustellen.“ Ein Blick über den Tellerrand zeige, dass es im harten Städtewettbewerb fährlässig wäre, wenn Bonn diese Chance verstreichen ließe.

Dass die allermeisten Bonner die Identifikation mit Beethoven für den richtigen Weg halten, zeigt nach Eisels Meinung auch die große Beteiligung der Bürger am Beethoven-Countdown auf dem Marktplatz und der „fulminante Start der Bürgeraktion UNSER LUDWIG“, bei dem in der letzten Woche neue Beethoven-Skulpturen des renommierten Konzeptkünstlers Ottmar Hörl vorgestellt wurden: „Die Resonanz aus der Bürgerschaft übersteigt unsere Erwartungen bei weitem.“ Gemeinsam mit city-marketing bonn werben die BÜRGER FÜR BEETHOVEN bei Bonnern dafür, Patenschaften für die Skulpturen zu übernehmen: „Dass der Anstoß dafür von Bonner Geschäftsleuten kam, zeigt anschaulich, dass man dort längst das Potential Beethovens auch für die Wirtschaftsförderung erkannt hat.“