

TOP 5 – Kooperation Kulturstadt und Stadtmarketing



Ausschuss für Kultur und Stadttheater,
am 29.06.2026

1. Sachverhalt

Im Ausschuss für Kultur und Stadttheater wurde der Wunsch geäußert, in den Kooperationsabläufen von Stadtmarketing und Kulturamt die Synergien zu verstärken. Dadurch sollten Kosten gespart und die Effizienz gesteigert werden.

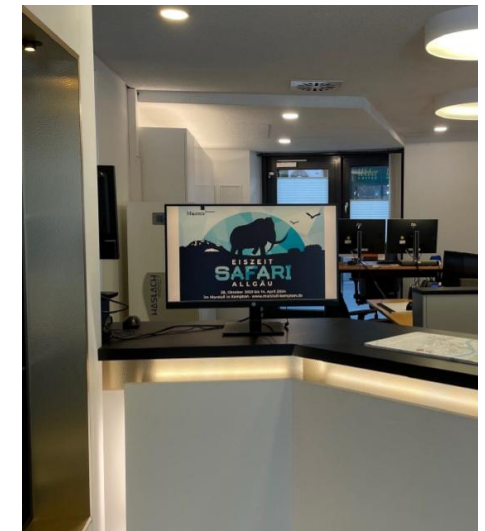
Das Kulturamt ist dabei ein Akteur von vielen in der Stadt, bei dem Synergien mit der Stadtmarketing Kempten GmbH Synergien geschaffen werden können.

Weitere zentrale Mitspieler sind:

- **OB-Büro** (ÖA und Marketing, Social Media, Veranstaltungen)
- **Amt für Integration** (ÖA und Marketing, Social Media, Veranstaltungen)
- **Personalamt** (ÖA und Marketing, Messeauftritte)
- **Stadttheater/ TiK** (ÖA und Marketing, Social Media, Veranstaltungskalender/ -übersicht, Veranstaltungen, Vermietungen)
- **Kemptener Messe- und Veranstaltungsbetriebe** (ÖA und Marketing, Social Media, Events, Veranstaltungstechnik, Vermietungen)

1. Sachverhalt

Es gab in der Vergangenheit eine bewährte, intensive Zusammenarbeit mit **Kempten Tourismus** (der in die neue Stadtmarketing GmbH integriert wurde), in der durch abgestimmtes, ergänzendes Marketing die Reichweite der Werbemaßnahmen deutlich erhöht wurde (z.B. bei Eiszeit-Safari, Rom lebt).



1. Sachverhalt

Das erste Treffen zu künftigen Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen dem Kulturamt, und der Stadtmarketing Kempten GmbH fand im April 2024 kurz nach Gründung der SMK GmbH auf Initiative des Kulturamtes statt.

Seitdem gab es Workshops und Gespräche, in der diese Optionen weiter ausgelotet wurden.

Aufgaben (Marketing)	Kulturamt (Ist)	Stadtmarketing	Gemeinsam
Kulturelle Bildung und Vermittlung – Digital und analog	X		
Events (Kunstnacht, Römerfest und Sonderformate, wie <i>Der große Kauf</i>)	X	X	X
Kempten Museum	X		X
APC	X		X
Erinnerungskultur	X		
Zeitgenössische Kunst (Kunstausstellung)	X		X
Erasmuskapelle	X		X
Marshall/Sonderausstellungen	X		X
Kulturförderung	X		
Freie Szene	X (Verteilung Flyer und Plakate, <i>Instagram</i> , Kulturleberdienst, Vernetzung, Förderarchiv, etc.)		X (Plakatstandorte)
Festivals (<i>Classix</i> , Tanzherbst, Jazz Frühling)	X	X	X
Kunsthalle	X		
Archiv	X		
Stadtbibliothek	X		
Älteste Stadt Deutschlands	X		X

🖨️ (Strg)

Ergebnisprotokoll zur Besprechung Zusammenarbeit zwischen Stadtmarketing und Kulturamt

22.01.2026 / 9:30 Uhr
Besprechungsraum Kronenstraße

Teilnehmende: Avdoyev; Köhler; Stadler; Modzel-Hoffmann; Möller-Schindler; Müller Horn; Sö Fink

Ziel: Effiziente Zusammenarbeit zwischen Kulturamt und Stadtmarketing definieren

Wünsche und Bedarfe der Politik: bisher gibt es nur Einzelmeinungen, allgemeiner Wunsch: Synergien schaffen, Effizienz steigern, Kosten sparen, aber dennoch Zusätzliches leisten (neues Geschäftsfeld „Stadtmarketing“)

ZIELE UND AUFGABEN IM BEREICH (KULTUR-)MARKETING

(I) Stadtmarketing

Motto: „Wo pulsierende Stadt auf Allgäuer Herzlichkeit trifft“

Stadtmarketing schafft klares Image für die gesamte Stadt, wählt relevante Einzelprodukte aus und verbindet sie in einer Kommunikationsstrategie – Definition einer Dachmarke für Vermarktung der Stadt als Ganzes

- Beschäftigung mit touristischen Zielen; das touristische Erlebnis wird beworben, angesprochen und vermarktet. Stadtmarketing ist jedoch (noch) kein „Reiseveranstalter“ deshalb ist es bisher nicht möglich Packages (Busfahrten, Kulturreiseangebote etc.) für Festivals anzubieten.
- gewisse Veranstaltungen „Imagethemen“ (bspw. Kunstnacht) bieten Potenzial der Vermarktung über Kempten hinaus
- Niederschwellige Übersetzung von ausgewählten kulturellen Produkten für die Zielgruppe
- hat die Expertise, seine Zielgruppen über diverse Kanäle (digital, analog, Netzwerke) zu erreichen

Spezifische Zielgruppen:

- Tourist:innen und Tagesgäste
- Medien und Multiplikator:innen
- Einzelhandels:innen, Gastronomie und Unternehmen
- Fachkräfte und Partner:innen
- Eventpublikum
- Umland?

Das bedeutet: Stadtmarketing ist für das übergreifende Marketing zuständig, das die Stadt insgesamt als Ökosystem sichtbar macht, dazu dienen einheitliches C.I. und C.D.

Stadtmarketing Kempten GmbH

Tagesordnung

Thema / Projekt	
Quartalsmeeting Stadtmarketing / Kulturamt	
Datum / Uhrzeit	Ort / Raum
12.02.2026 – 11:00 Uhr	Rathausplatz 24
Teilnehmer / -innen	
TOP Beschreibung	
I.	Vorstellung – Neue Marke Stadt Kempten (mit Ekaterina Avdoyev und Andrea Hiemer)
II.	C.I. – Fragen und Austausch
III.	Markenbildung „Römerstadt“ - Verbleibt: Kempten ist „älteste Stadt Deutschlands“ - SD Römerfest 2027, 31.7. und 1.8.2027 - Archäologische Landesaussstellung „Römerwelten“
1.	Rom lebt! Werbeunterstützung Umland/ Allgäu
2.	Kunstnacht - Die Stadt als Garten - Sommerhänger - Kooperation mit Hotels
3.	Kooperation beim Tag der Musik? - Bühne für Chöre und Kapellen? - Day Dancing
4.	Abstimmung Bewerbung Hofgartenserenade
5.	Jugendlichmarkt am Stadtfest oder am Sport- und Familientag
6.	Erasmuskapelle Aktueller Stand bzgl. Öffnungszeiten, <i>Bezug</i>-Tausch, Planungsstand Inhalt/Technik etc.
7.	Terminabstimmung KE: - <i>festale</i> Terminplanungstool? - in Q2 – Runder Tisch für Termine 2027
8.	Stand Übersicht Kulturszene: - Koop Citymanagement - <i>festale</i>-Maske?
9.	Bericht: <i>Good</i> Practice überregionale Bewerbung von Veranstaltungen kaufbeuren

2. Grundsätzliche Aufgaben und Ziele

Stadtmarketing Kempten GmbH

Die Stadtmarketing Kempten GmbH ist primär für das strategische Stadtmarketing sowie die Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur zuständig.

Kulturamt der Stadt Kempten (Allgäu)

Das Kulturamt ist für die Entwicklung und Umsetzung von städtischen kulturellen „Eigenproduktionen“, wie Ausstellungen, dem Regelbetrieb der städtischen Kultureinrichtungen (Museen, Archiv, Bibliothek) und Kulturevents (KunstNacht und Römerfest), die Erinnerungskultur und die Kulturförderung verantwortlich.

2. Grundsätzliche Aufgaben und Ziele

Stadtmarketing Kempten GmbH

- Bekanntheit und Attraktivität einer Stadt zu steigern
- Kommunikation einer klaren Identität mit neuer Dachmarke
- ein positives Image und Vertrauen bei Bewohnern, Besuchern und Investoren aufzubauen,
- Stärkung der Stadt als Lebens-, Wirtschafts- und Tourismusstandort

Kulturamt der Stadt Kempten (Allgäu)

- Vermittlung von Stadtgeschichte, kulturellen Inhalten und Bildung
- Diskurs- und Krisenmanagement
- Informationspflicht (Transparenz) gegenüber Bürger:innen, Medien und Politik
- Präsentation des kulturellen Lebens der Stadt, sowie Hintergrundinformationen
- Marketingmaßnahmen zur Steigerung von Sichtbarkeit und Attraktivität des kulturellen Angebots
- Dokumentation und Archivierung als kulturelles Gedächtnis der Stadt
- Erschließung von neuen Zielgruppen

2. Grundsätzliche Aufgaben und Ziele

Stadtmarketing Kempten GmbH

Die Stadt als Ganzes wird vermarktet.

Das Stadtmarketing schafft durch die Gründung der Dachmarke ein klares Image für die gesamte Stadt. Es wählt einzelne Einzelprodukte der gesamten Stadt aus und verbindet sie in einer Kommunikationsstrategie.

Das Corporate Design ist durch die Dachmarke festgelegt.

Kulturamt der Stadt Kempten (Allgäu)

Die Öffentlichkeitsarbeit hat einen engen Bezug zur inhaltlichen Arbeit, einen klaren Bildungsauftrag und steht gerade zu gesellschaftlich stark diskutierten Themen in Kontakt mit Öffentlichkeit und Presse.

Das Kulturamt macht alle seine „Einzelprodukte“ für die Bürger sichtbar und bewirbt sie angemessen – ob KunstNacht, APC oder einzelne Workshops.

Das C.D. der Dachmarke ist dafür die gemeinsame gestalterische Klammer.

2. Grundsätzliche Aufgaben und Ziele

Stadtmarketing Kempten GmbH

Das bedeutet: Stadtmarketing bewirbt seine eigenen Veranstaltungen (auch mittels Flyern und Plakaten, ist zudem jedoch für das übergreifende Marketing zuständig, das die Stadt insgesamt als Ökosystem sichtbar macht.

Kulturamt der Stadt Kempten (Allgäu)

Das Kulturamt (und alle anderen städtischen Einheiten) sind zuständig für

- die Werbemittel der eigenen Produkte, z.B. für Ausstellungen
- die Social Media Kanäle des Kulturamts (Museen, Erinnerungskultur etc.)
- die Kommunikation zum Regelbetrieb der Häuser z.B. Öffnungszeiten
- die Beantwortung von spezifischen Bürgeranfragen.

3. Maßnahmen in der Kooperation

Seit Gründung der SMK GmbH bauen wir kontinuierliche die Zusammenarbeit aus, die bereits mit dem Citymanagement e.V. und dem Kempten Tourismus bestand. Daneben konnten wir neue Formen und Formate der Zusammenarbeit etablieren:

3. Maßnahmen in der Kooperation

(1) Direkte Zusammenarbeit

- Tag der Chöre
- Spektakulum und Großer Kauf (geplant)
- Sommerhängung im Rahmen der KunstNacht
- Einbindung Fr. Avdosyev in Kunstnacht-Jury



Kempten^{Allgäu}

Stadtmarketing Kempten GmbH

Entwurfssfassung Stand: 21.01.2025

Veranstaltungskonzept – Arbeitstitel: „Spektakulum zu Kempten“

im Rahmen des historischen Festes anlässlich des Großen Kaufs 1525

Titelideen: Kemptener Reigenfest, Kemptener Lagerleben, Kemptener Lagerzeit, Reigenfest Kempten, Marktgetümmel Kempten, Kemptener Zeitentanz, Das große Kemptener Spektakulum, Das Lagerfest zu Kempten, Spektakulum zu Kempten, Lagerleben und Sagenklang: Spektakulum Kempten, Turniere und Tafeln: Spektakulum zu Kempten

Eckdaten

Ort: Rathausplatz (im Tagesprogramm wird in Anlehnung an den Sport- und Familientag ggf. die Innenstadt/Fußgängerzone und die dort ansässigen Händler miteinbezogen)

Termin: Samstag, 27. September 2025

Uhrzeit: ca. 12-18/19 Uhr

Zielgruppen: Familien, Kinder, lokale Bevölkerung, Touristen

Grundlage & Zielsetzung:

Anlässlich des Gedenkjahres zum Bauernkrieg veranstaltet das Kulturamt ein historisches Fest, das die Ereignisse dieser Zeit authentisch aufarbeitet, die historischen Hintergründe und die Bedeutung des Bauernkriegs/des Großen Kaufs für die Region beleuchtet.

Das Stadtmarketing Kempten ergänzt die Veranstaltung durch ein Rahmenprogramm auf dem

3. Maßnahmen in der Kooperation

(2) Koordination

- Quartalstreffen
- abgestimmte Redaktionsplanung
- jährlich gemeinsames Treffen zwischen Büro OB, KMVB, Stadttheater und TiK sowie Amt 17 und SMK GmbH), zur Abstimmung der Großtermine und thematischer Schwerpunkte (wie Jubiläen, Stadtgeschichte etc.) des Folgejahres.

Monat	Datum		Uhrzeit	Veranstaltungsform t	Veranstaltungstitel	Beschreibung	Projektleiter:in/ Ansprechpartner:in	Abteilung	Ort
	am / von	bis							
2026									
Januar	Fortlaufend aus 2025			Ausstellung	Zeitenwende 1525		MG	171	Kempten-Museum
	10.01.2026		10-12	Workshop	Stammbäumchen erstellen		MG	171	Kempten-Museum
	14.01.2026				Neujahrsempfang Oberbürgermeister		Büro OB		
	15.01.2026				Antragsfrist Themenförderung: KunstNacht		smh	175	Kulturförderung
	16.01.		19:00	Vernissage	Begonia Crespo Vidal		zf	171	Kunsthalle
	17.1.	1.3.		Ausstellung			zf	171	Kunsthalle
	27.01.2026				Internationaler und deutscher Gedenktag zur Erinnerung an die Opfer des Nationalsozialismus (Holocaust-Gedenktag)	Befreiung Auschwitz, seit 1996 in Deutschland, seit 2005 international			
	30.01.2026		19:00	Vernissage	Rom Lebt!		CMH/MG	171	Marstall
	31.01.2026	17.03.2026		Ausstellung	Rom Lebt!		CMH/MG	171	Marstall

Tagesordnung

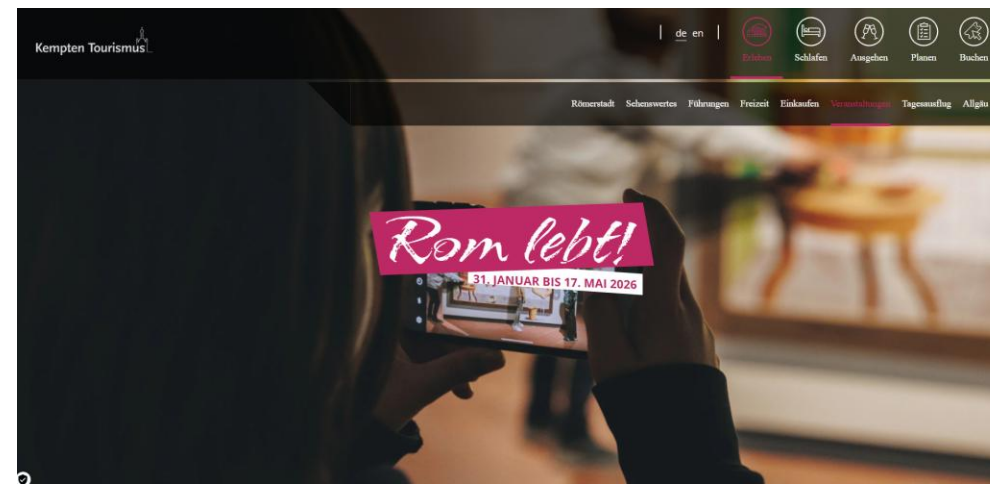
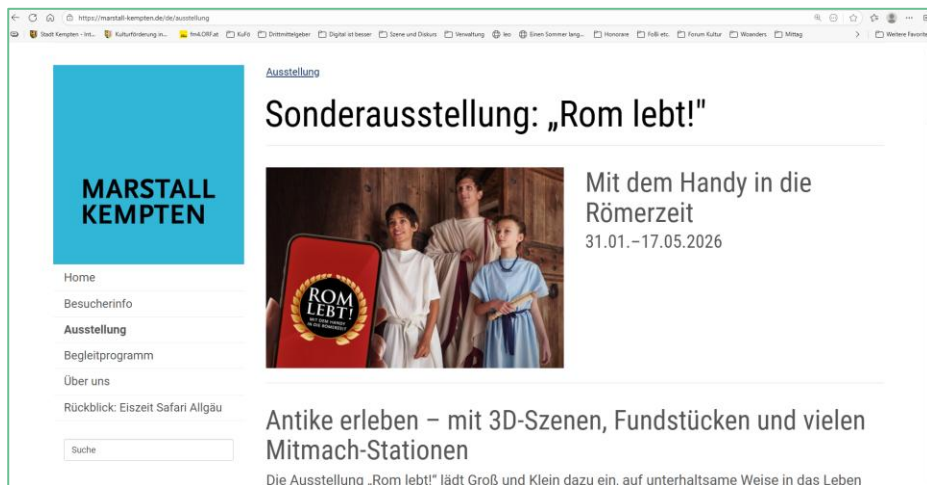
Thema / Projekt Quartalmeeting Stadtmarketing / Kulturamt	
Datum / Uhrzeit 12.02.2026 – 11:00 Uhr	Ort / Raum Rathausplatz 24
Teilnehmer / -innen	
TOP Beschreibung	
I.	Vorstellung – Neue Marke Stadt Kempten (mit Ekaterina Avdoyev und Andrea Hiemer)
II.	C.I. – Fragen und Austausch
III.	Markenbildung „Römerstadt“ • Verbrief: Kempten ist „älteste Stadt Deutschlands“ • GIP Römerfest 2027, 31.7. und 1.8.2027 • Archäologische Landesausstellung „Römerwelten“
1.	Rom lebt! • Werbeunterstützung Umland/ Allgäu
2.	KunstNacht • Die Stadt als Garten • Sommerhängung • Kooperation mit Hotels
3.	Kooperation beim Tag der Musik? • Bühne für Chöre und Kapellen? • Day Dancing
4.	Abstimmung Bewerbung Hofgartenserenade
5.	Jugendflohmärkte am Stadtfest oder am Sport- und Familientag
6.	Erasmuskapelle Aktueller Stand bzgl. Öffnungszeiten, Begonia Tausch, Planungsstand Inhalt/Technik etc.
7.	Terminabstimmung KE: - festes Terminplanungstool? - in Q2 – Runder Tisch für Termine 2027
8.	Stand Übersicht Kulturräume: - Koop Citymanagement - festes Alaska?
9.	Bericht: Good Practice überregionale Bewerbung von Veranstaltungen Kaufbeuren

3. Maßnahmen in der Kooperation

(3) Vermarktung/ Marketing

- abgestimmtes Marketing bei vom Stadtmarketing ausgewählten Ausstellungen und Projekten z.B. Eiszeit-Safari
- einander ergänzende Aktionen, zur Steigerung der Reichweite sowohl analog, als auch digital, z.B. Kempten Together oder Hofgartenserenade

→ dadurch Multiplikation der Reichweite und Zielgruppenerreichung

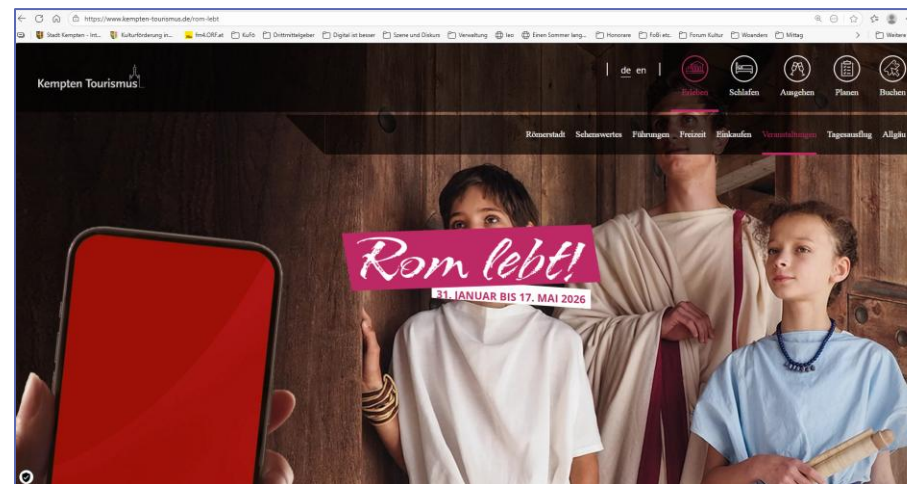
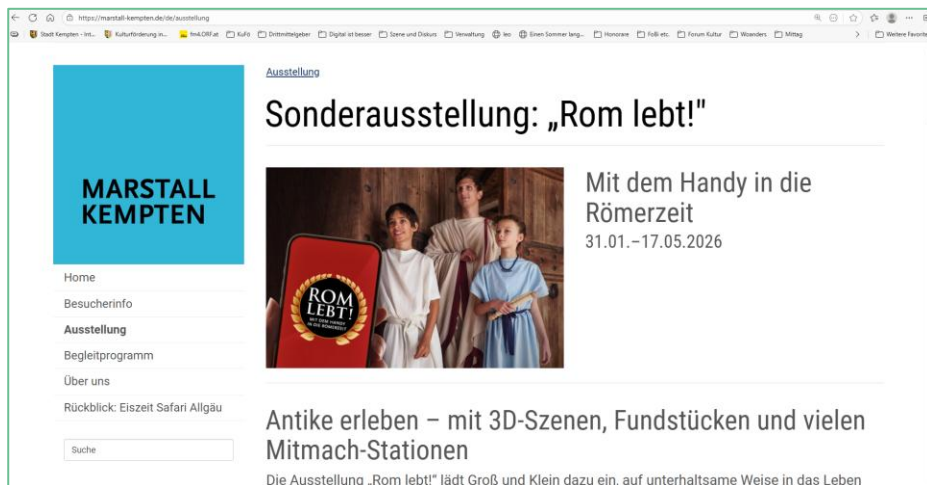


3. Maßnahmen in der Kooperation

(3) Vermarktung/ Marketing

- abgestimmtes Marketing bei vom Stadtmarketing ausgewählten Ausstellungen und Projekten z.B. Eiszeit-Safari
- einander ergänzende Aktionen, zur Steigerung der Reichweite sowohl analog, als auch digital, z.B. Kempten Together oder Hofgartenserenade

→ dadurch Multiplikation der Reichweite und Zielgruppenerreichung



4. Chancen und Potentiale

- Reichweite „Marke“ Kempten außerhalb der Stadt stärken vs. Allgäu GmbH
- Synergien bei Ticketing und Buchungen
- Distribution + Werbemittel
- Werbepartnerschaften
- Schaffung der Sichtbarkeit von Kultur im Stadtraum
- Starke Positionierung von Kempten als älteste Stadt Deutschlands
- gemeinsame Bilddatenbank
- Terminkoordinierungstool
- mehr Sichtbarkeit für kulturelle Leuchttürme/Festivals



STADT

Kempten Allgäu

Der Ausschuss für Kultur und Stadttheater nimmt den vorgestellten Bericht zur Kenntnis.

Herzlichen Dank