

# August 2013 **MST.aktuell**

Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH

**City-Management  
Tourismus  
Redaktion+Grafik  
Veranstaltungen**  
Innenstadtforen,  
Touristinfo-Auszeich-  
nung, Design für  
Innenstadt und Kitas,  
Interview B. Westhoff  
→ Seite 2

**Stadthalle**  
**Countdown vor der  
Sommerpause:**  
Neue Veranstaltungs-  
formate vom Abiball bis  
zum Firmenjubiläum  
→ Seite 8

**Camera Obscura**  
**Museum, Shop und  
Cafeteria laden ein:**  
Ein Ort zum Staunen  
und Verweilen  
→ Seite 10

**Immobilien**  
**Schloß Broich:**  
Sanierung läuft, Winter  
brachte neue Schäden  
→ Seite 11

**MülheimPartner**  
**Radio Mülheim**  
und  
**Privatbrauerei**  
**Jacob Stauder**  
→ Seite 12

**Dies & Das**  
**Vorgestellt:**  
Bernd Dreesen  
**„Mein Lieblingssort“:**  
Beate Fischer  
**Veranstaltungstipps**  
August bis  
November 2013  
**Videowettbewerb**  
→ Seite 13



**Editorial**



**L**iebe Leserinnen  
und Leser,

die vergangenen fünf Jahre als Geschäftsführerin waren spannend, abwechslungsreich und anspruchsvoll: Die MST GmbH steht schließlich nicht „nur“ für klassisches Stadtmarketing, sondern verantwortet Projekte, Events und touristische Angebote, betreibt die Stadthalle, zwei Schlösser und ein Museum, koordiniert das City-Management oder entwickelt Konzepte wie die MülheimPartnerschaft.

Den 3. Platz als deutsche Top-Event-Location 2012 für die

Stadthalle oder die jüngst erfolgte Neuzertifizierung der Touristinfo mit bundesweitem Spitzenergebnis bestätigen uns, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben. Wie wir auf aktuelle Entwicklungen reagieren und uns auch zukünftig positionieren möchten, beschreiben wir in dieser Ausgabe.

Ich freue mich auf weitere fünf Jahre mit Ihnen und meinem Team!

Ihre  
Inge Kammerichs  
und das MST-Team

## Touristinfo wieder ganz vorn!



**W**ie erfolgreich um die begehrten Besucher geworben werden kann, stellt die MST GmbH jetzt erneut unter Beweis: Der Deutsche Tourismusverband (DTV) vergab bei der

turnusmäßig durchgeführten Zertifizierung der Touristinfo mit stolzen 98 % der möglichen Punkte erneut eine – noch weiter gestiegerte – Bestnote!

„Dass eine Ruhrgebietsstadt damit weit vor klassischen Urlaubsorten rangiert, beweist, dass sich die Mühe lohnt – und unsere Stadt ein lohnendes Reiseziel ist“, attestiert Oberbürgermeisterin Dagmar Mühlenfeld.

## Informationsplattform: Innenstadtforen

Nicht leicht hat es die Mülheimer Innenstadt. Dass das Einkaufen in ihr – trotz vieler Leerstände – durchaus lohnenswert ist, zeigt beispielsweise der Einkaufsführer, der im August in einer aktualisierten Auflage erschienen ist, und verdeutlicht, dass Qualität, Service und Vielfalt hier zu finden sind. Kleine und große Einzelhandelsfachgeschäfte, das neu gestaltete FORUM und eine reichhaltige Gastronomiepalette erwarten die Kunden.

Zur besseren und nachhaltigeren Information der Einzelhändler über die Situation der Innenstadt und durchgeführte und geplante Maßnahmen zu ihrer Verbesserung wurde im Jahr 2010 von der

MST GmbH das Instrument der Innenstadtforen ins Leben gerufen.

Groß war daher das Interesse an der Veranstaltung, zu der City-Managerin Gudrun von der Linden am 13. März 2012 in die Stadthalle eingeladen hatte. Thematisiert wurde u.a. der Umbau der Innenstadt, der vom Referenten Dominik Geier von der Stadt- und Regionalplanung GmbH als Chance für den Standort eingeordnet wurde. In einem Rückblick skizzierte Gudrun von der Linden die Entwicklung der Mülheimer Innenstadt seit Januar 2011 mit zahlreichen Neugründungen, aber auch Geschäftsschließungen. Der zu diesem Zeitpunkt bestehende Projektfond wurde an-

hand von Pilot-Veranstaltungen im Löhberg und an der Althofstraße / Dickswall (Stadtstrandperlen) von deren engagierten Initiatoren und Initiatorinnen vorgestellt. Bernd Hermes und Frank Prümer vom WGI-Vorstand ergänzten die Veranstaltung mit ihrem Resümee der ersten zwölf Monate des neuen Vorstands.

Dass Sicherheit und Sauberkeit Themen sind, die die Besucher der Innenstadt betreffen, drückte sich in der Tagesordnung des Innenstadtforums am 26. Juni 2012 aus. So referierten hierzu anschaulich Thomas Weise von der Polizei Essen / Mülheim und Erich Oesterwind vom Ordnungsamt. Über die Nachnutzung leer stehender Ladenlokale berichteten Tim Schiebold von Mülheim & Business und die City-Managerin, außerdem gab es Informationen über durchgeführte und geplante Veranstaltungen sowie das Stadtspiel „Ruhrzilla“ des Ringlokschuppens.

Am 6. November war das Innenstadtforum zu Gast im Kunstmuseum in der Alten Post. Museumsleiterin Dr.



Stoffmarkt vor dem Rathaus

Beate Reese berichtete zum Thema „Kunst trifft Handel“ und die aktuelle Situation zur Sicherheit wurde von Thomas Weise näher beleuchtet. Frank Prümer von der WGI gab einen ausführlichen Input zu den verkaufsoffenen Sonntagen.

Mit rund 50 bis 60 Teilnehmern folgt inzwischen eine konstante Zahl Interessierter den Einladungen zu den Innenstadtforen. Diese bieten zwei- bis dreimal jährlich neben den Informationen über Fakten auch einen lockeren Austausch in kommunikativer Atmosphäre. Auch an der Planung und Durchführung wer-

den die verschiedenen Akteure natürlich beteiligt.

Am 9. Juli beschäftigte sich das letzte Treffen in der Stadthalle mit dem Thema Innenstadt und dem „Online Marketing“. Dazu präsentierte die IHK Ergebnisse einer aktuellen Click-Umfrage und eine Website-Expertin erläuterte das Geschäftsmodell „Online-Shop“ mit seinen Chancen und Risiken für die Kaufleute der Innenstadt. Den Abschluss bildete ein Beitrag des City-Managements zum Thema „Marktentwicklung im Einzelhandel“ anhand des neuesten Zahlenmaterials des IHK-Handelsreportes 2012. ■



Innenstadtforum in der Stadthalle

## KONTAKT

Gudrun von der Linden (City-Managerin),  
Tel.: 0208 / 960 96 43, [gudrun.vonderlinden@mst-mh.de](mailto:gudrun.vonderlinden@mst-mh.de)

FORTSETZUNG

## Mülheimer Touristinfo mit bester Auszeichnung

Kundenservice wird großgeschrieben in der Mülheimer Touristinfo – dafür erhielt sie das rote „i“, inzwischen gehört sie zu den Bestplatzierten in Nordrhein-Westfalen und in ganz Deutschland. Bei der Prüfung durch den Deutschen Tourismusverband (DTV) erreichte die Touristinfo im MedienHaus 98 % der erreichbaren Punkte.



Bereits seit 2004 schmückt das rote „i“ den Eingang der Mülheimer Touristinfo. Vergeben wird die Auszeichnung vom DTV nach eingehender Prüfung. Die Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST) bestand vor drei Jahren den Test mit einer Bestnote von 115 Punkten, also 96 % der erreichbaren Punkte.

Das war geradezu ein Ansporn, diesen Spitzenplatz weiter zu verteidigen. Das Touristinfo-Team engagierte sich weiter für die Optimierung des Kunden-Services. Das erfreuliche Ergebnis: 2013 kann die Punktezahl mit 117,5 Punkten auf 98 % gesteigert werden. Damit gehört die Touristinfo Mülheim an der Ruhr im Vergleich zu anderen Städten, die im Landesdurchschnitt 83 % erreichten, deutschlandweit zu den Besten.

Die 40 Kriterien bei der alle drei Jahre stattfindenden Prüfung sind streng. Ein ungekündigter Besuch vor Ort, eine Anfrage per Telefon und per Mail gehören unter anderem dazu.

Positiv hervorgehoben werden in der Bewertung der Mülheimer Touristinfo die gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ein „tolles Angebot“ im i-Punkt. Auch die regionale Ausgewogenheit wird gelobt. Die Ruhr-Metropole sowie Mülheim selbst werden gut präsentiert

## Sommerangebote in Kooperation mit Mülheimer Hotels

Die Planung eines Aufenthalt in der grünen Stadt mitten im Revier liegt also bei den Touristikern der MST GmbH in besten Händen.



Wer im Sommer einen Abstecher hierher plant, für den hält das Team gemeinsam mit acht Mülheimer Partnerhotels vom 1. Juli bis 31. August außerdem drei attraktive Sommerangebote „Komm zur Ruhr“ bereit.

und für „lobenswert!“ befunden.

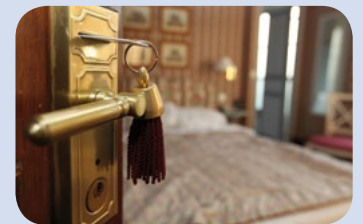
„Wir freuen uns sehr, dass sich unser Ziel, die angebotenen Serviceleistungen der Touristinfo noch weiter zu verbessern, auch wieder in der Bewertung des Deutschen Tourismusverbandes

Partnerhotels sind das Best Western Hotel im FORUM Mülheim, das Hotel Am Ruhrufer Business & Golf, Hotel Noy, Hotel Handelshof, Hotel Alt-Mülheim, Hotel Kuhn, Hotel U. und Hotel Am Schloß Broich.

Das Angebot umfasst unter anderem eine kleine (179,00 €) und eine große Reisepauschale (189,00 €) „Komm zur Ruhr“ mit zwei Übernachtungen, Hin- und Rückfahrt im ICE sowie Eintritt in die Camera Obscura und Fahrt mit Weißer Flotte bei der großen Pauschale.

Und wer Gäste in den Sommerferien bekommt und diese nicht auf dem eigenen Sofa übernachten las-

sen möchte, findet hier eine preisgünstige Alternative: Von Donnerstag bis Sonntag übernachtet man in den mitwirkenden Hotels für 34,00 € pro Person im Doppelzimmer oder für 54,00 € im Einzelzimmer jeweils inklusive Frühstück.



Besonders lohnenswert sind natürlich die zahlreichen Events und Veranstaltungen in den Sommermonaten, die sich bestens mit diesen Arrangements kombinieren lassen!

niederschlagen. Die noch höhere Punktzahl ist auch deshalb hervorzuheben, weil wir uns bei der letzten Bewertung

im Jahr 2010 schon auf einem sehr hohen Niveau bewegt haben“, sagt Marc Baloniak, Leiter der Tourismus-Abteilung. ■

## KONTAKT

Touristinfo im MedienHaus, Synagogenplatz 3,  
Tel.: 0208 / 960 96 41, E-Mail: [touristik@mst-mh.de](mailto:touristik@mst-mh.de)



## Broschüre „Einkaufen in der Innenstadt“ Ein kunterbunter Branchenmix

Was fehlt, fällt offenbar mehr auf als das Vorhandene, das als selbstverständlich schnell übersehen wird. Wie groß die Vielfalt der Angebote in der City tatsächlich ist, beweist zum zweiten Mal die von der MST GmbH herausgegebene Branchenbroschüre „Unsere City – Einkaufen in der Innenstadt“.

Erneut laden mehr als 250 Einträge auf 96 Seiten im DIN A5-Format zum Einkaufsbummel in der Innenstadt ein. Neu enthalten ist zusätzlich ein alphabetisches Register, das die gezielte Suche erleichtert. Nach dem erfolgreichen Konzept 2011 wurde die

Neuaufgabe wieder komplett in Eigenregie der MST erstellt. Das gestalterische und inhaltliche Konzept war in enger Kooperation zwischen City-Managerin Gudrun von der Linden, Redaktion und Grafik entstanden. Die „Überzeugungsarbeit“ bei den Inserenten und Koordination der Rückläufe oblag der City-Managerin. Redaktion und Grafik sorgten dafür, dass

alle Einträge optisch ansprechend aufbereitet und richtig zugeordnet wurden. Gar nicht so einfach, denn jeder Eintrag muss schließlich im Übersichtsplan korrekt verortet sein. Der Hinweis auf die richtige Seite und die Nummer des Inserates ist ebenso gefordert wie die zusätzliche alphabetische Sortierung. Und zu guter Letzt waren rund 700 Marken-



namen noch den entsprechenden Händlern zuzuordnen.

Das druckfrische Heft ermöglicht optimale Orientierung: Die vier verschiedenen Einkaufsbereiche bieten erneut einen lohnenden Blick in die Einkaufsvielfalt der Innenstadt: Unter „Shopping“ findet jeder das Passende, sei es die Lieblingsdesigner-Jeans, die englische Tapete, die exklusive Pfeife oder das edle Schmuckstück. Von der Buchhandlung über die Elektronikgeschäfte bis hin zum Blumenhändler – gibt es alles; individuelle Beratung und Kundenservice inklusive!

Unter dem Kapitel „Fit, Schön & Gesund“ präsentieren sich vom Friseur oder Kosmetik- und Fitnessstudio über die Apotheken oder den Optiker bis zur Parfümerie oder dem Sanitätshaus zahl-

reiche Verwöhn-Angebote und Gesundheits-Dienstleister. Für den kleinen Hunger zwischendurch, das herzhaftes Mittagessen oder den wohlverdienten Espresso zum Feierabend – unter dem Kapitel „Essen und Trinken“ wird von den Lebensmitteln des täglichen Bedarfs bis

zur besonderen Delikatesse alles in bester Qualität angeboten. Abschließend rundet die Rubrik „Service“ mit einer Zusammenstellung von Dienstleistungen mit einer Bandbreite vom Reisebüro über den Kinobesuch und Hotelaufenthalt bis zur Touristinfo die Broschüre ab.

Mit Hilfe der Pläne im Innenteil lassen sich alle Anbieter mühelos finden. Jeden Eintrag schmückt ein aktuelles Foto, Öffnungszeiten, Kontaktdaten und – auf Wunsch der Inserenten – Logo und kurze Informationen zu besonderen Angeboten. Die Neuaufgabe von 50.000 Stück liegt kostenlos in den Geschäften, in der Touristinfo sowie in vielen öffentlichen Einrichtungen aus und kann selbstverständlich ebenso über [www.muelheim-ruhr.de](http://www.muelheim-ruhr.de) durchgeblättert werden. ■



## Wilde 13, Pööstekiste und Burg Wackelzahn Neue Kita-Folder als Gemeinschaftsprojekt

Keineswegs ein kinderleichtes Thema, sondern ein familienpolitischer Dauerbrenner beschäftigt die 38 städtischen Tageseinrichtungen für Kinder und das Amt für Kinder, Jugend und Schule seit Jahren. Um allen Ansprüchen zur Kinderbetreuung gerecht zu werden, ist ein gewaltiger Kraftakt vonnöten. Vom pädagogisch versierten Personal über kindgerechte Konzepte



und Einrichtungen bis zu Öffnungszeiten, die berufstätigen Eltern notwendige Spielräume erlauben, müssen neue Wege gefunden und umgesetzt werden. Early Excellence oder die Lernwerkstatt Natur stehen exemplarisch für das Ziel einer frühen, gezielten Förderung der Kinder. Um den Eltern das Profil der Tageseinrichtungen informativ und übersichtlich

vorzustellen, wird derzeit für jede Kita ein eigener Folder erstellt – ein echtes Gemeinschaftsprojekt zwischen dem Amt für Kinder, Jugend und Schule, der MST GmbH und externen Designern.



Eine professionelle Gestaltung sollte her, wünschte sich das Amt, damit die Eltern einen gut strukturierten und ansprechend präsentierten Überblick über die Einrichtungen erhalten. Das textliche Rahmenkonzept, abgestimmt zwischen der Redaktion der MST und der pädagogischen Fachaufsicht Susanne Beck-

mann, erleichtert nun den Kitas die Formulierung ihrer Angebote und den Eltern den Vergleich bei der Auswahl. Dafür, dass trotzdem jeder Folder sein ganz individuelles Gesicht hat, sorgt die Agentur „Doppelpack“: Frank Friedrich und Thomas Albrecht, zwei im Haus der Wirtschaft ansässige Illustratoren und Designer, überarbeiten die Logos jeder Einrichtung. Ob „Wilde 13“, „Hummelwiese“, „Burg Wackelzahn“ oder



„Fantadu“ – mit viel Fantasie und Gespür für kindgerechte Visualisierung der Namen

entstehen piffige neue Logos, die dennoch Elemente des gewohnten Erkennungszeichens aufgreifen. „Ein schöner Auftrag, der richtig viel Spaß macht“, freuen sich die beiden Grafiker, die tatsächlich auch im Doppelpack arbeiten:



Jeder zeichnet einen eigenen Entwurf, die Kita entscheidet, welcher als neues Logo ausgewählt wird. Daran orientiert sich die MST-eigene Grafik, die das Rahmenlayout entwickelt hatte und nun ein Farbkonzept anlegt, Elemente des Logos in die Gestaltung des Folders einfließen lässt und die Texte einfügt.

„Die Kooperation klappt wunderbar dank der unkomplizierten Aufgabenverteilung“, bestätigt Susanne Beckmann. Während sie die Texte und Logoabstimmung mit den Einrichtungen koordiniert, laufen die Fäden zwischen Agentur, Grafik und



Amt bei Abteilungsleiterin Heike Blaeser-Metzger zusammen. Ohne eine gut gepflegte Auftragsliste würde der Überblick schwierig, denn zeitgleich befinden sich meist mehrere Folder alleine für diesen Auftraggeber in unterschiedlichen Bearbeitungsphasen. Gedruckt wird in der Stadtdruckerei, was ebenfalls kurze Wege garantiert.

Die ersten Tagesstätten verteilen ihre neuen Folder bereits, weitere folgen in Etappen. Und auch die nächsten Produkte sind bereits in Arbeit: Immer mehr Einrichtungen möchten über ihre Veranstaltungsreihen, Vorträge oder anderen Angebote informieren – natürlich im neuen Gewand des eigenen „Corporate Designs“. ■



## Bevor die Tore sich öffnen ... Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung

Als Besucher einer Großveranstaltung genießt man das Ambiente, erfreut sich an den Schauplätzen und Attraktionen. Der gewaltige Arbeitsaufwand für die Vorbereitung und Durchführung bleibt dem Großteil der Besucher allerdings verborgen. Bernd Westhoff, Abteilungsleiter im Bereich Veranstaltungen, ist mit seinem Team genau in diese Arbeitsabläufe tagtäglich involviert. Er ist dabei, wenn erste Pläne geschmiedet werden, ein Konzept zusammengestellt und die Veranstaltung mit Leben gefüllt wird.



Bernd Westhoff

*Die MST führt jedes Jahr mehr als zwanzig Großveranstaltungen durch. Die meisten davon sind seit vielen Jahren im Programm. Wann beginnt für Sie die Vorbereitung für eine MST-Veranstaltung, wie z.B. den „Kulinarischen Treff an der Ruhr“, der jetzt im Juli stattfand?*

Im Grunde herrscht hier das Motto: „Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung.“ Wenn eine Veranstaltung über die Bühne gegangen ist, zieht man ein Resümee: Was war gut, was sollte verändert werden? Danach entste-

hen die ersten Planungen, die dann drei bis sechs Monate vor der Veranstaltung immer konkreter werden. Die direkte Planung allerdings findet oft erst wenige Wochen vorher statt. Damit die Vorbereitung gut funktioniert, braucht man natürlich ein gutes Netzwerk unter den Mitarbeitern. Be-

sonders in der Sommerzeit folgt ein Event auf das andere, sodass die Planungen gründlich abgesprochen werden müssen. Aber darin haben wir uns über die Jahre natürlich viel Routine erarbeitet.

*Die Veranstaltungen der MST sind sehr vielseitig, Stadtfeste, Musikveranstaltungen, Festivals. Was sind die besonderen Herausforderungen für den jeweiligen Veranstaltungstypen?*

Trotz der Vielfalt an Events, der Kern einer jeden Veranstaltung ist derselbe oder ähnlich. Natürlich sorgen einige Faktoren für besondere Herausforderungen, z.B. bei hoher Bürgerbeteiligung auf dem Weltkindertag, wenn also viele Ehrenamtliche mit dabei sind. Je höher die Anzahl der Besucher und Beteiligten, desto höher ist natürlich auch der Gesamtaufwand.



Ins Wasser fällt bei uns nichts ...



Weltkindertag: viele Teilnehmer, viele Besucher



FORTSETZUNG

**Geschafft – endlich geht's los!**

**K**ünstler, Schausteller, Gastkronomen und Dienstleister. Für eine Veranstaltung wie die RUHRBÜHNE werden zahlreiche Menschen von Ihnen kontaktiert. Wie dick ist mittlerweile Ihr Adressbuch?

**M**ittlerweile so umfangreich wie das Telefonbuch von Los Angeles (lacht). Diese Kontakte sind in diesem Gewerbe nun mal das A und O. Je mehr Ansprechpartner man hat, desto flexibler ist man.

**E**inige Veranstaltungen sind wahre „Dauerbrenner“. Wie schafft man es, die Veranstaltungen für die Besucher „frisch“ zu halten?

**I**ndem man jede Veranstaltung immer wieder infrage

stellt – und zwar unter dem Aspekt der Verbesserungspotenziale. Oftmals sind es nur kleine Details, die aber viel bewirken. Große Veränderungen wie einen Standortwechsel, der beim Kulinarischen Treff erfolgreich vorgenommen wurde, sind eher selten. Und manche Formate sind einfach gut wie sie sind. Unnötige Veränderungen würden da nur die Besucher stören.

**E**in Beispiel ist das Silvester-Variété, das 2013 erstmals seit sechs Jahren nicht stattfindet. Wie sieht die Neuorientierung in diesem Bereich aus?

**W**ir hatten 2012 mit dem Spektakel der Berliner ARTISTOKRATEN „Silvester-Variété Baroque“ dem Ganzen

die Krone aufgesetzt; Stimmung und Besucherzahlen waren im Bereich Variété nicht mehr zu toppen. Wir suchen deshalb für die Zukunft eine außergewöhnliche Abendshow, jenseits der Variétéshows. Die Besucher können sich auf jeden Fall für 2014 auf einen musikalischen, lustigen und atmosphärischen Abend mit der gewohnten Rundumbetreuung unserer Gäste freuen.

**Aufbau**

**W**enn eine Veranstaltung über die Bühne gegangen ist, wie sieht dann die entsprechende Aufarbeitung aus? An welchen Zahlen und Faktoren misst man Erfolg und Misserfolg?

**D**ie Wirtschaftlichkeit ist natürlich ein entschei-

dender Faktor, den allerdings Besonderheiten wie eine verregnete Open-Air-Veranstaltung negativ beeinflussen können. Man darf aber nicht nur die Wirtschaftlichkeit sehen. Veranstaltungen haben auch mit schwer bezifferbaren Emotionen zu tun: Das begeisterte Lob der Teilnehmer, Dankesbriefe und Mails von Besuchern, hohe Besucherzahlen, die Stimmung des Publikums oder das Strahlen der Kinder sind ebensolche Gradmesser für eine erfolgreiche Veranstaltung und geben uns das Gefühl, einen guten Job gemacht zu haben.

*Jedoch hängt in erster Linie die weitere Zukunft einer Veranstaltung von der Wirtschaftlichkeit ab?*

**M**ittelfristig ja. Jedoch braucht man oft einen langen Atem. Schlechtes Wetter oder Parallelevents in der Nachbarschaft können sich in einem Jahr negativ auswirken, im nächsten kann es ganz anders ablaufen. Deshalb gilt in der Regel eine Etablierungszeit von etwa drei bis fünf Jahren, bevor man endgültig über die Zukunft einer Veranstaltung entscheiden kann. ■

**Für jedes Wetter gerüstet!**

## KONTAKT

**Bernd Westhoff, Tel.: 0208 / 960 96 21  
bernd.westhoff@mst-mh.de**

## Countdown vor der Sommerpause

Der Juni und Juli hatten es in sich: Neben den regulären Veranstaltungen und Empfängen standen innerhalb weniger Wochen zehn Abiturbälle von acht Schulen im Terminkalender der Stadthalle. Eine enorme Herausforderung für das Team in Anbetracht der Doppeljahrgangsgängste und des hohen Aufwandes für die oft seit vielen Monaten durchgeplanten und für die Abiturienten so wichtigen Events.



Denn den neuen Lebensabschnitt möchten alle ganz groß feiern – und dafür braucht es viel Platz und einen angemessenen Rahmen.

So groß ist jedoch die Auswahl an geeigneten Räumlichkeiten gar nicht, so dass auch Schulen über die Mülheimer Stadtgrenzen hinaus die Stadthalle als Location auswählten: Essener, Oberhausener und Düsseldorfer Gymnasien und Gesamtschulen waren ebenso dabei, wie die Realschule Broich mit ihrem Abschlussball. Besondere Aufmerksamkeit wurde dem Abschlussjahrgang des Bertavon-Suttner-Gymnasiums aus Oberhausen zuteil. Der Ball, der über 500 Schüler, Eltern und Lehrer umfasste, wurde vom WDR mit seiner Lokalsendung „Hier und Heute“ begleitet. Die Reportage berichtete über Vorbereitung, Ablauf und Höhepunkte des Abends.

Wie bei einer Preisverleihung wurden die Schüler auf einem roten Teppich in die Stadthalle geführt, wo ein Sektempfang den festlichen Auftakt machte. Nachdem das obligatorische Gruppenfoto geschossen wurde, begann um kurz vor 20 Uhr das Buffet im Festsaal. Neben dem Essen wurde ein über zwei Stunden dauerndes Unterhaltungs-

programm präsentiert mit Festreden, Sketchen, Awards („Lehreraward“, „Germanys Top Teacher“ etc.), Liedbeiträgen, Musikedarbietungen von Streichquartetten, Chorauftritten oder auch Musikgruppen, Abifilm und Bildershow.

Um kurz vor 23 Uhr gab es zur Überraschung aller Abiturienten ein kleines, aber imposantes Feuerwerk. Das Berta-von-Suttner-Gymnasium war bereits die vierte Schule in dieser Saison, die ein Feuerwerk am Ruhrufer abbrennen ließ. Vielleicht noch



schöner als das Feuerwerk selbst war für die Abiturienten die Tatsache, dass damit

auch die Party im Ruhrfoyer eingeläutet wurde. Begleitet von einem eigens engagierten Discjockey verwandelte sich das normalerweise für Ausstellungen, Festreden und Sektempfänge genutzte Ruhrfoyer zur Tanz- und Partyfläche. Ausgelassen feierten und tanzten die frischgebackenen Schulabgänger ihren wochenlangen Prüfungsstress bis 4 Uhr morgens weg. Während für die Schüler der Abend zu Ende ging, war für die Mitarbeiter der Stadthalle noch längst nicht Schluss. Der Abbau wurde noch in derselben Nacht – besser gesagt am selben Morgen – durchgeführt.





## Stadthalle

FORTSETZUNG



Doch nicht nur die unter 20-Jährigen können die Stadthalle „rocken“. Das Firmenjubiläum der PVS Holding GmbH war eine gelungene Mischung aus „klassischer“ Jubiläumsveranstaltung und piffiger Party. Ein echtes Highlight war das Lichtkonzept zur Illumination der Veranstaltungsbereiche und der Ruhrterrasse. Dazu kam ein exklusives Moblierungskonzept mit Banketttischen in unterschiedlicher Sitzhöhe für eine aufgelockerte Bankettsituation. Dafür wünschte sich der Mieter auch außergewöhnliches Mobiliar, was noch mit einer besonderen Herausforderung verbunden war: Da der Anlieferungsweg in den Festsaal lediglich über

zwei Personenaufzüge erfolgen kann, war die logistische Planung und Auswahl des zu nutzenden Mobiliars extrem aufwändig. Transportkisten und Material mussten exakt angegeben werden, ebenso

war bei der Bestellung durch die Stadthalle immer wieder der Hinweis erforderlich, wie der Anlieferungsweg aussieht. Bei Material und Transportmittel, die die Kapazität der Personenaufzüge überschreiten, ist tatsächlich nur ein weitläufig-umständlicher Weg



über die Theatersaalebühne gegeben oder es bleibt allein die Mannstärke über die Treppen-



aufgänge. Jedoch wurde auch diese schwierige Situation, wie so viele schon zuvor, problemlos gemeistert. Besonders die ausgelassene Stimmung im Caruso, wo die hippe Disco eingerichtet worden war, sprach Bände: Als kurz nach 2 Uhr die Letzten die Stadthalle verließen, wurde das Caruso direkt wieder von den Stadthallenmitarbeitern in einen discofreien Raum verwandelt.

Dass die Arbeit sich gelohnt hat, sieht man allein dar-

an, dass parallel zu den Veranstaltungen die Planungen für die nächsten Betriebsfeiern und Abibälle 2014 laufen und bereits erste Anfragen für 2015 eingegangen sind.

Diese zufriedenen Kunden werden sicherlich gerne für die Stadthalle beim Location Award 2013 abstimmen. Wer ebenfalls seine Stimme abgeben möchte, hat noch bis zum 15. August Zeit, dies auf [www.stadthalle-muelheim.de](http://www.stadthalle-muelheim.de) zu tun. ■

## KONTAKT

Stadthalle Mülheim an der Ruhr, Jenny Baran,  
Tel.: 0208 / 940 96 14, [stadthalle@mst-mh.de](mailto:stadthalle@mst-mh.de)  
[www.stadthalle-muelheim.de](http://www.stadthalle-muelheim.de)

## Camera Obscura: Museum, Shop und Cafeteria laden ein

Eine beeindruckende Aussicht erhalten die Besucher in der Camera Obscura – der weltweit größten begehbaren ihrer Art – im ehemaligen Broicher Wasserturm. Bis nach Voerde kann man den Blick bei schönem Wetter schweifen lassen. Einzigartig ist die Ausstellung im Museum zur Vorgeschichte des Films: Die Exponate des Sammlers KH.W. Steckelings erzählen den Besuchern lückenlos die Vorgeschichte des Films von den ersten Schattenbildern zum bewegten Bild. Die Sammlung ist nahezu einzigartig!



Vor dem Heimweg empfiehlt es sich, auf jeden Fall einmal im Museumsshop zu stöbern. Rund 300 Artikel – aus-



gefallene Geschenke, darunter hochwertige Kaleidoskope, Spionagebrillen, Umkehrbrillen, Daumenkinos für Groß und Klein, „lebende“ Postkarten, ein Praxinoskop mit zwölf Motiven und zehn Motiven zum Selbstmalen finden sich hier. Wunderschöne zarte Lithophanien (dünnes unglasiertes Porzellan mit eingepresster Reliefdarstellung) aus Weimarer Porzellan, hergestellt in Handarbeit, Wundertrommeln, Polyoramen (Guckkästen) sind schöne Erinnerungen an den Museumsbesuch und ausgefallene Mitbringsel. Auch der neue Museumsführer „111 Museen in NRW die

man gesehen haben sollte“, in dem u.a. die Camera Obscura beschrieben wird, ist hier erhältlich.

Direkt neben dem Museumsshop lädt die Cafeteria zur Stärkung mit Kaffee, Kuchen, kalten und warmen Getränken sowie Wiener Würstchen ein. Die fünf Tische bieten Platz für 20 Gäste. Dekoriert mit Laterna Magicae, Wundertrommeln und Fotos sind hier, ebenso wie im Museumsshop, Gäste jederzeit willkommen – und wer einfach mal hinein schnuppern möchte, auch ohne Museumsbesuch!

Kaffeeegesellschaften im Anschluss an die Führungen sind möglich, und bei schönem Wetter öffnet sogar die Außengastronomie mit Park-Ambiente. Eine ausgefallene Location für Firmenveranstaltungen mit Camera-Projektion, Museumsführung und Sektempfang ist das Museum ebenfalls – für Firmen mit Weitblick!

Kinder willkommen: Auf Kindergeburtstagen kön-

nen die jungen Gäste auf den Themenetagen spielend erforschen, wie die Bilder das Laufen lernten. Museums-Rallye, Bastel-Workshop und Projektion sind im zweistündigen museumspädagogisch betreuten Programm enthalten.

Und auch auf dem Weg ins Eheglück begleitet die Camera Obscura das Brautpaar mit seinen Gästen (35 bis 50 Personen) in der Turmkuppel gern. ■



### KONTAKT

Camera Obscura mit dem Museum  
zur Vorgeschichte des Films, Tel.: 0208 / 302 26 05  
E-Mail: [camera-obscura@mst-mh.de](mailto:camera-obscura@mst-mh.de)  
[www.camera-obscura-muelheim.de](http://www.camera-obscura-muelheim.de)



## Neue Schäden durch harten Winter

### Schloß Broich: Weiterer Bauabschnitt wird aus Berlin gefördert

Mit dem lang ersehnten Frühling kam endlich sichtbare Bewegung in die Sanierung des Schlosses. Während die umfangreichen und zeitintensiven Vorarbeiten, Analysen, Planungen, Abstimmungen und Antragsverfahren sich lange hinter den Kulissen abspielten, schreiten die Arbeiten an der bröckelnden Fassade nun erkennbar zügig voran. Aus Berlin kam die erhoffte gute Nachricht zur weiteren Bezuschussung: Auch der erste Bauabschnitt an der Ringmauer wird mit 200.000 €

gefördert. Die Freude darüber bleibt allerdings nicht ungetrübt; denn die letzten Winter mit extremer Feuchtigkeit und langen Frostperioden haben zu massiven neuen Schäden geführt.

Die Essener Firma Baufeld GmbH, versiert in der Sanierung historischer Bauwerke, hatte den Zuschlag für den Bauabschnitt an der straßenseitigen Fassade und am Giebel erhalten. Seit Mitte April wurden nun die Fugen entfernt und Steine gereinigt. Nach der Mörtelproben-Analyse wurden Rezepturen für die neue Verfugung abgeleitet, die derzeit aufgetragen wird. Parallel dazu erhielt der Treppengiebel eine Bleiabdeckung, damit kein Regenwasser mehr über Kronenfugen eindringen kann. Bis Ende November soll die gesamte Fassade an der Straße saniert sein.

Kein einfaches Unterfangen, denn die Befunde bestätigten die bisherigen Analysen: Die Fassade ist ein „Patchwork“ aus unterschiedlichsten



Epochen, aus Bruchsteinen mit Ziegelausbesserungen, mit teils tiefen Löchern, die mit Mörtel verfüllt und flachen Steinplatten ausgebessert wurden. „Deshalb muss mit entsprechender Sensibilität eine möglichst unsichtbare Sanierung oder ein Austausch des Ziegelmauerwerks und der Steine vorgenommen werden“, erklärt Prokuristin Heike Blaeser-Metzger: „Um so wichtiger ist bei all diesen Herausforderungen die unkomplizierte, konstruktive Zusammenarbeit mit den beteiligten Firmen, Fachleuten

und Behörden, für die wir sehr dankbar sind!“

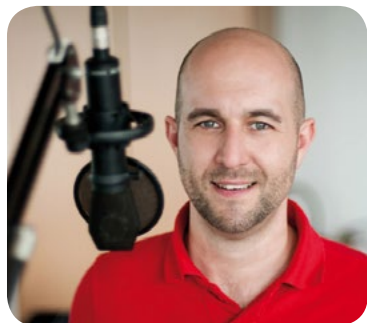
Ebenso erfreulich war die Post aus Berlin, die im Juni die MST erreichte: Staatssekretärin Ulrike Flach, die sich bereits erfolgreich für Fördermittel für diesen Bauabschnitt engagiert hatte, erhielt die Mitteilung des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien, Staatsminister Bernd Neumann, dass sich der Bund auch an der Ringmauer-Sanierung mit 200.000 € aus dem Denkmalschutz-Sonderprogramm IV beteiligt.

Wann welche Förderprogramme für die weiteren Bauabschnitte abrufbar sind, ist derzeit noch nicht absehbar. „Einen weiteren Antrag erstellt Dr. Ägidius Strack, der uns als externer Fachberater zur Seite steht, jedoch bereits“, berichtet Heike Blaeser-Metzger: „An dem historisch bedeutendsten Teil der Anlage, den spätkarolingischen Turmfragmenten aus dem 9. Jahrhundert, die als im deutschen Sprachraum einzigartig gelten, sind nach diesem Winter massive Schäden zutage getreten.“ Herausgebrochene Steine offenbaren beträchtliche Hohlräume, und dies auch – besonders bedenklich – in den Sockelbereichen. Aufgrund der akuten Einsturzgefahr muss erneut eine Notsicherung errichtet werden.

Die Anmietungen der „Räume im Schloß werden jedoch nicht beeinträchtigt“, betont Heike Blaeser-Metzger: Bei den derzeit geräuschintensiven Arbeiten werden gebuchte Empfänge, Trauungen und sonstige Feierlichkeiten berücksichtigt und keineswegs akustisch „untermalt“. Gleiches gilt für die Veranstaltungen im Schloßhof. ■



## Radio Mülheim



wir inzwischen zu Mülheim gehören wie die Ruhr“, sagt Chefredakteur Olaf Sandhöfer-Daniel. Er leitet den

Am 1. August 2007 um 0.00 Uhr war es soweit: „Hier sind die Radio Mülheim-Nachrichten!“, hieß es zum ersten Mal. Damit hatte Mülheim seinen ersten eigenen Radiosender. Seitdem werden die Mülheimerinnen und Mülheimer auf der UKW-Frequenz 92.9 rund um die Uhr mit aktuellen Infos aus ihrer Stadt, Deutschland und dem Rest der Welt versorgt. Dazu gibt es den besten Musikmix aus neuen Hits und Kulthits, zum Beispiel aus den 80ern.

**92.9**  
**radio mülheim**

100% von hier. Der beste Mix.

„Ich freue mich, dass die Mülheimer ihren Sender immer öfter einschalten und



Sender seit sieben Jahren. Anfangs noch als Chef von Antenne Ruhr, dem Sender für die Städte Mülheim und Oberhausen. „Inzwischen machen wir ein Programm, speziell auf Mülheim zugeschnitten, das mit dem Produkt von 2005 nicht mehr viel zu tun hat.“ Die beliebteste Sendung des Tages ist Radio Mülheim am Morgen ab 6.00 Uhr mit den Morgenmoderatoren Stefan Falkenberg und Lina Artz.

„Wir begleiten unsere Hörer vom Aufstehen bis zum Schlafengehen. Klar, dass wir den Mülheimern auch in ihrer Freizeit bei Veranstaltungen und Events gerne nahe

sind und ihnen Freude bereiten möchten. Das ermöglicht uns die MülheimPartnerschaft in hervorragender Weise“, so der Radio Mülheim-Chefredakteur. ■

## Privatbrauerei Jacob Stauder

Der Familienname Stauder steht seit sechs Generationen für höchste Braukunst. Nur wer höchste Ansprüche stellt, erzielt auch höchst-

te Qualität: Dieser Gedanke prägt bereits seit 1867 die Philosophie der Privatbrauerei Jacob Stauder in Essen. Echte handwerkliche Brau-



kunst steht auch heute noch im Mittelpunkt, modernste Technologie tritt dort hinzu, wo sie die Qualität verbessert und Arbeitsabläufe optimiert.

Das Ergebnis ist ein Premium-Pils, komponiert nach altem Familienrezept mit Zutaten aus dem Besten der Natur, und in Ruhe gereift: „Die kleine Persönlichkeit“ wirbt die Brauerei für ihr Bier.



Im Jahr 2005 hat die 6. Generation die Geschäftsführung übernommen. Die Familientradition setzen nun Dr. Thomas Stauder und Dipl. Brau-Ing. Axel Stauder fort. Als ein MülheimPartner der ersten Stunde, ist die Privatbrauerei eine ausgezeichnete Ergänzung des Unterstützerkreises der MST GmbH. So sehen es auch die Geschäftsführer:

„Mülheim ist für uns als Familienunternehmen aus der Nachbarstadt hochinteressant, weil es hohe Kaufkraft und viele attraktive Standorte verbindet.“ ■



## PORTRÄT Bernd Dreesen: 20 Jahre im Dienste der Stadthalle



Ein waschechter Mölmsch Jung verlässt in Kürze eine waschechte Mülheimer Institution! Im September tritt Bernd Dreesen seinen wohlverdienten Ruhestand an. 20 Jahre war er dann im Dienste der Stadthalle tätig. Seinen neuen Lebensabschnitt wird er allerdings nicht ruhig angehen, wie denn auch, bei so vielen Hobbys!

Der gebürtige Mülheimer hat seinen Hang zu technischen Phänomenen früh erkannt. So konnte er bereits in seiner Jugend mit dem Amateurfunk Kontakte zu Gleichgesinnten in den entferntesten Ländern knüpfen. Aber worüber redet

man mit Amateurfunkern auf den Galapagos-Inseln?

„In der Regel über die Geräte, die man benutzt, halt so technisches Zeug“, erinnert sich Bernd Dreesen an diese Zeit. Mit dem Kauf seines ersten Rechners hat das Interesse am Amateurfunk nachgelassen und die Funkgeräte kamen schließlich in die Regale.

Genau in diesen Regalen befindet sich auch ein weiteres Hobby: eine Minolta Dimage 7i. Seine erste digitale Kamera, die eine neue Freizeitbeschäftigung zutage brachte. Die Minolta hat jedoch ausgedient, jetzt muss

u.a. die Nikon D800 Kamera herhalten, wenn die drei Enkelkinder aus Berlin zu Besuch kommen oder ein gemeinsamer Urlaub an der Nord- oder Ostsee ansteht. Hier verbringt er mit seiner Ehefrau Ingrid sehr gerne seine Urlaubszeit: Deutschland ist auch schön, lautet seine Devise nach vielen Reisen durch Asien und Europa.

Der ausgebildete Speditionskaufmann hat in Mülheim an der Ruhr die Volksschule an der Bruchstraße besucht und musste zwischenzeitlich seinen Eltern ins Sauerland folgen. Wieder zurück in Mülheim an der Ruhr, war er kurzzeitig als Speditionskaufmann tätig, bis er nach kurzem „Karrierenick“ schließlich begann, Taxi zu fahren. Was als Übergangslösung dienen sollte, blieb sage und schreibe 17 Jahre lang sein Beruf. Die Anstellung bei der Stadthalle vor 20 Jahren erfolgte eher zufällig und begann ganz „harmlos“ als Pförtner. Seine Affinität zur Technik bescherte ihm nach zehn Jahren am Bühneneingang der Stadthalle den Karriereschub in die Büroetage. Gerade weil er mit dem Rechner gut umgehen konnte, war er dort unter anderem für die Bestuhlungspläne verantwortlich.

Neben noch vielen weiteren technischen Aufgaben in der Stadthalle, zählt auch das Schloß Broich zu einem seiner Einsatzgebiete. Gemeinsam mit Delia Kaiser präsentierte er vor allem heiratswilligen Paaren ein geeignetes Umfeld für ihren großen Tag.

Bald gehören diese Aufgabenbereiche der Vergangenheit an, denn der Ruhestand

ruft. Und was erwartet Bernd Dreesen in der arbeitsfreien Zeit? „Ich werde die Zeit nutzen und mit meinen Freunden viel fotografieren. Aber meine größte Herausforderung wird der Haushalt sein, weil meine Frau nach wie vor arbeiten geht. Da werde ich auch Kreativität beweisen müssen – um mich vor der Hausarbeit zu drücken, denn der geborene Hausmann bin ich nicht!“ ■



### MEIN LIEBLINGSORT ...

„... ist der Gerbersteg, weil es besonders schön ist, morgens vom Broicher Ruhrufer die paar Schritte über den Gerbersteg in die Stadt oder zum Rathaus zu gehen: Ein bisschen AHA-Erlebnis und

Durchatmen, bevor der Tag so richtig los geht“.

*Beate Fischer, Gästeführerin der MST und Mitarbeiterin des Amtes für Kinder, Jugend und Schule*

## VERANSTALTUNGSKALENDER August bis November 2013

### STADTHALLE

15.9., 11 und 17 Uhr: **Lieder-malgetanzt – Tanzgala 2013, Ballettschule Katrin Sandhöfer**

22.9., 11–17 Uhr: **Mülheimer Kreativ-Markt**

2.10., 21 Uhr, **30up-Party**

6.10., 19 Uhr: „Die Hochzeit“ – **Majakowski-Theater**

8.10., 9–14 Uhr: **Ausbildungs-messe 2013 Job Service GmbH**

12.10., 12–20 Uhr + 13.10., 12–18 Uhr: **Aquavitae**

### Impressum

Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST)  
Am Schloß Broich 28–32  
45479 Mülheim an der Ruhr  
Tel.: 02 08 / 9 60 96 15  
E-Mail: info@mst-mh.de  
Verantwortlich: Inge Kammerichs  
Redaktion: Heike Blaeser-Metzger, Beate Düning, Bülent Firat, Sebastian Stachowiak  
Layout: Markus Krieger  
Fotos: Jenny Baran, Joshua Belack, fotolia, Erik Hinz, Peter Hörnemann, Andreas Köhring, Markus Krieger, MST GmbH, Nicole Trucksess, Alonso Ortega Wamser, Yannik Willing

17.10., 20 Uhr: **1. Sinfoniekonzert – Sinfonieorchester des Slowenischen Rundfunks**

28.10., 20 Uhr: **deutsch-türkisches Konzert**

1.11., 10–19 Uhr + 2.11., 10–18 Uhr: **Rohvolution**

8.11., 20 Uhr: **41. Bürger- und Polizeifest der GdP**

9.11., 19.30 Uhr: **Mülheimer Zupforchester**

11.11., 19.30 Uhr: **Prinzenproklamation**

15.11., 19 Uhr: **Konzert der Musikschule**

17.11., 16 Uhr: **Ballettschule Simone Spohr**

24.11., 11, 13 und 15 Uhr: **Familienkonzerte des Gesprächskreises Musik**

28.11., 19.30 Uhr: **Russisches Ballett: Dornröschen**

30.11., 19.30 Uhr: **Prinzenball**

*sowie die Reihe KULTUR.Gut mit zahlreichen Terminen*

### MST-VERANSTALTUNGEN

9. bis 11.8.: **RUHRBÜHNE**

14. + 15.9.: **Drachenboot-Festival**

22.9.: **Weltkindertag**

25.11. bis 22.12.: **Weihnachten in Mülheim an der Ruhr**

*sowie viele MST-Erlebnistouren*

### CAMERA OBSCURA

bis 31.8.: „Lichtradierungen“ **Fotografische Handzeichnungen**

8.9.: **Tag des offenen Denkmals**

15.9. bis 27.10.: **Selbstporträt, Fotogruppe Saarn, Ausstellungseröffnung: 15.9., 12 Uhr**

bis 31.10.: **Ausstellung „Camera Unterwegs“ im Hotel Kocks**

6.10.: **Sonntags um 12 – Vortrag von Dr. Yasuhiro Sakamoto**

9.10. bis 20.10.: **Fotohistorische Aktionswoche mit M. Schaaf**

3.11. bis 22.12.: „Neue Fotos“, **Helmut Nörenberg, Ausstellungseröffnung: 3.11., 12 Uhr**

## Film ab für 2013 MEINE STADT. MEIN FILM.

Das diesjährige Motto des Mülheimer Video-Wettbewerbs lautet: **Geschichte(n) meiner Stadt!** Zugelassen werden alle Beiträge, die das vorgegebene Thema behandeln, egal ob in Form einer Nachrichtensendung, Reportage, eines Kurzfilms, Musik-Videos oder eines Krimis! Eine unabhängige Jury wählt die besten Beiträge nach den Preiskategorien á la Hollywood „bester Film“

(1.000 €), „bester Inhalt“ (500 €) sowie „beste darstellerische Leistung“ (250 €) aus. Mehr zu Beitragsbedingungen und Anmeldung unter [www.muelheim-partner.de](http://www.muelheim-partner.de) und in der Touristinfo.

**Einreichungsschluss: 14. Oktober 2013**

*MEINE STADT. MEIN FILM. ist eine Initiative der MülheimPartner. [www.muelheim-partner.de](http://www.muelheim-partner.de)*

## GEWINNSPIEL

Zum 6. Mal startet vom **9. bis 11. August** die **RUHRBÜHNE** mit lokal, national und international bekannten Künstlern in der wunderbaren Kulisse von Schloß Broich. Wir verlosen in dieser Ausgabe: **5 x 2 Karten für das Samstag-Konzert „The Rattles & Hot Chocolate“ und 5 x 2 Karten für das Sonntags-Konzert „Jazz an der Ruhr“**

**Beantworten Sie diese Frage: An welchem Tag treten „The Rattles & Hot Chocolate“ auf?**

Senden Sie die Antwort ...

**... per Mail an:** [buelent.firat@mst-mh.de](mailto:buelent.firat@mst-mh.de)

**... per Post an:** Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH  
Bülent Firat / MST.aktuell  
Am Schloß Broich 28–32  
45479 Mülheim an der Ruhr