

# Stadtmarketing

## Einzigartiges Profil der Stadt Krefeld

# Ein Plädoyer für Samt und Seide

Immer wieder wird in Krefeld die Frage nach der Stadtidentität gestellt. Und nicht selten sorgt der Stadtlogan „Krefeld – Stadt wie Samt und Seide“ für hitzige Debatten. Besonders heikel wird es, wenn es um das Standortmarketing, also die aktive Ansiedlungspolitik für Unternehmen geht. Welches deutsche oder europäische oder internationale Unternehmen kommt nach Krefeld, weil die Stadt mit dem Slogan von Samt und Seide für sich wirbt? Auf diese Frage gibt es wahrscheinlich nicht die eine richtige Antwort, sondern viele verschiedene Meinungen. Kritiker meinen, mit diesem Image würden Interessierte eher abgeschreckt. Ist das so?

**S**chauen wir uns einmal um, in der Welt der Stadtwerbesprüche. Aus Hagen, einst „Tor zum Sauerland“, wurde „Stadt der Fernuniversität“, Chemnitz nennt sich „Stadt der Moderne“, Würselen „Stadt der Kinder“, Trossingen ist die „Musikstadt“, Jena die „Lichtstadt“, Külsheim „Stadt der Brunnen“, Hückeswagen die „Schloss-Stadt“, Riesa in Sachsen die „Sportstadt“ und Lohmar im Rhein-Sieg-Kreis die „Stadt der Generationen“. Was letztlich dem Bemühen um Unverwechselbarkeit geschuldet ist, endet als bestenfalls gut gemeinter Versuch in der sprachlichen

Beliebigkeit. Man merkt rasch, dass die Kombinationen je nach Gusto veränderbar sind, dass es also Musik, Licht, Generationen, Brunnen auch in anderen Städten gibt. Der Run auf das Alleinstellungsmerkmal („unique selling proposition“, USP) wird so zur Farce und hilft dem Stadtimage nur mäßig auf die Sprünge.

Die Stadt Krefeld trägt keinen markenoptimierten Slogan im Namen, sondern knüpft mit Samt und Seide an ihre textile und damit letztendlich industrielle und gewerbliche Tradition an. Sie verkrampft nicht bei der Suche nach dem USP, sondern wuchert mit dem nicht zu leugnenden Pfund einer Epoche, das der Stadt Strahlkraft und wirtschaftlichen Aufschwung gebracht hat: wirtschaftliche Innovationen!

Zwar erhält Krefeld bereits 1373 die Stadtrechte, wirtschaftlichen Aufschwung erlebt die Stadt aber erst ab dem 17. Jahrhundert. Dafür sorgen zugewanderte mennonitische Flüchtlinge, für die die Toleranzversprechen der Oranier und später der Preußen die nötige Freiheit und Verlässlichkeit bieten, um ihr textiles Handwerk auszuüben und es in industrielle Produktionsprozesse zu überführen. Die Produktion der Samt- und Seidenprodukte entwickelt sich rasant und mit ihr steigt der Bedarf an Farbstoffen und Maschinen. Das ist die Geburtsstunde der chemischen Industrie, aber auch des Maschinenbaus in Krefeld. Zwischenzeitlich avanciert Krefeld sogar zur reichsten Stadt im Deutschen Reich.

Erst die weitreichende Gesinnungsfreiheit in Krefeld war in der Lage, diese ungeheure Erfolgsgeschichte auszulösen. Und mit ihr konnte als Elixier der weiteren urbanen Entwicklung eine bis dahin nicht gekannte avantgardistische Grundhaltung entstehen, die sich deutlich wahrnehmbar in einem speziellen Kultur- und Architekturverständnis äußert.

Stadt wie Samt und Seide wird erlebbar in einer ungeheuren architektonischen Kraft, die ihren vorläufigen Höhepunkt findet, als die Seidenindustriellen Lange und Esters den Avantgardearchitekten Ludwig Mies van der Rohe beauftragen, zwei repräsentative Villen an der Wilhelmshofallee zu bauen. In den 20er-Jahren des 20. Jahrhunderts wird durch das Wirken von Mies van der Rohe von Krefeld aus ein Stück Architekturgeschichte geschrieben. Neben den beiden Villen entsteht das einzige europäische von Mies van der Rohe entworfene Industriegebäude an der Girmesgath, das sogenannte HE-Gebäude der Ver-SeidAG. Daneben gibt es mit dem Haus Heusgen am Talring im Krefelder Ortsteil Hüls ein Wohnhaus, das dem unmittelbaren Umfeld um Mies van der Rohe zugeschrieben werden kann. Zusätzlich beteiligt sich der Stararchitekt an einem Wettbewerbsverfahren für ein Golfclubhaus auf dem Egelsberg. In der internationalen Architekturszene sind die Namen Mies van der Rohe und Krefeld heute untrennbar miteinander verbunden.

Fotos: Stadt Krefeld



**Oben:** Bernhard Pfau entwarf den Hörsaalbau des Campus West der Hochschule Niederrhein am Frankenring.



**Rechts:** Dieser Architektur sieht man ihre 80 Jahre nicht unbedingt an: Ludwig Mies van der Rohe entwarf Haus Lange 1927.

[www.sparkasse-krefeld.de](http://www.sparkasse-krefeld.de)

# Gut.

Sparkasse Krefeld. Gut für die Region. 





Typisch Mies van der Rohe – der einzige Industriebau, das HE-Gebäude der VerSeidAG aus dem Jahr 1931

Foto: Stadt Krefeld, Krieger

den. Natürlich sind es auch Architekten wie Biebricher, Pölzig, Buschhüter und andere, die dank des Erfolgs der Samt- und Seidengeschichte Krefeld ein besonderes Flair als Architekturstadt verleihen. Letztlich ist es aber „den Erben“ von Mies van der Rohe – von Egon Eiermann über Bernhard Pfau bis zu Behnisch Architekten – zu verdanken, die Geschichte der mutigen avantgardistischen Grundhaltung fortgeschrieben zu haben.

In der Krefelder Kulturszene wird diese Haltung nach dem Zweiten Weltkrieg insbesondere in der Ära des Museumsdirektors Paul Wember erlebbar. Paul Wember öffnet die Krefelder Kultur für die zeitgenössische Kunst und sorgt für einen intensiven intellektuellen Diskurs, der die lokale Befindlichkeit oft überfordert, aber eben Voraussetzung dafür ist, dass Künstler wie Yves Klein, Jean Tinguely, Robert Rauschenberg und Christo in Krefeld wirken. So legt Samt und Seide den Grundstein für ein unabhängiges, experimentelles und qualitätsorientiertes Krefelder Kulturverständnis.

Damit nicht genug der durch Samt und Seide freigesetzten innovativen Energie. Mit der sogenannten Kunstgewerbeschule, später Werkkunstschule, heute Fachbereich Design der Hochschule Niederrhein, wird dem Bedarf an kreativen Designs für die unterschiedlichen Einsatzbereiche der Samt- und Seidenprodukte Rechnung getragen. Persön-

lichkeiten wie Jil Sander, Markus Lüpertz, Peter Lindbergh oder Horst Eckart (Janosch), aber auch der Kunst- und Glas-maler Jan Thorn Prikker haben in Krefeld gelehrt bzw. gelernt und damit den Grundstein für avantgardistisches und qualitätsvolles Kunstgewerbe in Krefeld gelegt. Die Kunstgewerbeschule kann zu Recht als ein wegweisendes Element für eine Kreativbranche beschrieben werden, die heute einen nicht mehr wegzudenkenden Teil in vielen Wirtschaftsbranchen ausmacht und von der zunehmend Impulse für eine moderne Stadtentwicklung erwartet werden.

Im Kern hat die Samt- und Seidengeschichte der Stadt Krefeld neben dem Renommee als Standort innovativer Wirtschaftsbranchen ein einzigartiges Profil in den Bereichen Architektur, Kultur und Design gegeben. Dabei hat sich das Profil in diesen Bereichen zu seiner Zeit immer als zukunftsweisend, experimentell und damit auch besonders qualitativ dargestellt. Das ist die Essenz oder – im Marketingdeutsch ausgedrückt – der Markenkern aus Samt und Seide, historisch glaubwürdig, gegenwärtig erlebbar und für die Zukunft als programmatische Orientierung anwendbar. Positiver Nebeneffekt: Krefeld bleibt es erspart, sich an der hektischen Suche nach international identifizierbaren Werbesprüchen zu beteiligen und sich damit ohne Not der Konturlosigkeit preiszugeben.

Vor wenigen Jahren hat das Stadtmarketing den Prozess um ein neues Konzept für die Krefelder Innenstadt federführend begleitet. Die Entscheidung für die dezentrale Struktur der gewachsenen Innenstadt kann als Initial für über 30 private und öffentliche Folgeinvestitionen betrach-

tet werden. Die Krefelder Innenstadt erlebt zurzeit einen spektakulären Relaunch und schreibt damit den Innovationsgedanken aus der Samt- und Seidengeschichte konsequent fort. Das jüngste Engagement der Montag Stiftung in der südwestlichen Innenstadt, das gemeinwohlbezogen mit neuen Wohn- und Arbeitskonzepten experimentiert und insbesondere die kreative Krefelder Szene ins Auge fasst, ist da wie ein i-Tüpfelchen.

Vor diesem Hintergrund nehmen sich die Kommunikationselemente des Stadtmarketings wie beispielsweise die Veranstaltung „Kultur findet Stadt(t)“ am 28. Juni oder die Reihe „krefelder reden“ oder die von Krefelder Architekten geführten Architekturradtouren fast bescheiden aus.

Branchen- und disziplinenübergreifend heißt „sich zu Samt und Seide zu bekennen“ auch, Neues auszuprobieren, mutig zu sein, Innovationen zu suchen und Couragiertes zuzulassen. Hier hat Krefeld vieles zu bieten, hier wird an vielen Stellen kräftig gearbeitet und auch investiert.

von Uli Cloos

Leiter des Fachbereichs Marketing und Stadtentwicklung



Gründerzeitfassaden am Alexanderplatz

51°22'N 6°39'E



## NACHBARSCHAFFT PERSPEKTIVE.

CHEMPARK – hier gibt es für junge Menschen klare Ziele.

Die Unternehmen im CHEMPARK beschäftigen mehr als 45.000 Mitarbeiter an den drei Standorten Leverkusen, Dormagen und Krefeld-Uerdingen. Sie bilden auch viele junge Menschen in spannenden Berufen aus – jährlich über 2.000 Fachkräfte. Damit bekommen diese nicht nur eine gute Ausbildung, sie erhalten vor allem eine gute Perspektive für das weitere Leben. Auch das macht den CHEMPARK zu einem attraktiven Partner.

Currenta GmbH & Co. OHG  
CHEMPARK  
51368 Leverkusen  
www.chempark.de

 [www.facebook.com/chempark](http://www.facebook.com/chempark)  
 [www.twitter.com/chempark](http://www.twitter.com/chempark)

Powered by CURRENTA

**CHEMPARK** 

Europas Chemiepark

Krefeld-Uerdingen