

# 20 JAHRE

---

## marketingverein

Ludwigshafen e.V.

---

# 1998 – 2018



# 20 JAHRE MARKETING-VEREIN: HIER WÜNSCHEN WIR ALLES GUTE.

Die Rhein-Galerie freut sich auf weitere Jahre der Zusammenarbeit mit dem Marketing-Verein Ludwigshafen e.V.



**P** 1. STD FREI 130 SHOPS BIS 20 UHR  
RHEIN-GALERIE.DE

**RHEIN  
GALERIE**  
LUDWIGSHAFEN

**WO, WENN NICHT HIER?**

Liebe Mitglieder des Marketing-Vereins,

der Marketing-Verein Ludwigshafen e.V. hat in den 20 Jahren seines Bestehens eine große Zahl an Projekten und Aktionen auf den Weg gebracht. Mit dieser Broschüre zeigen wir Ihnen eine Chronik der Aktivitäten. Ohne Ihre finanzielle und ideelle Unterstützung wäre diese Erfolgsgeschichte nicht möglich gewesen. Meinen herzlichen Dank dafür!



Meinen Dank richte ich auch an all diejenigen, die für den Erfolg des Marketing-Vereins intensiv gearbeitet haben: An meine beiden Vorgänger im Amt Dr. Wolfgang Schulte und Dr. Eva Lohse, an alle Mitglieder des Vorstandes und des Beirates der vergangenen 20 Jahre, an den ehemaligen Geschäftsführer Ulrich Gaißmayer und den amtierenden, Michael Cordier, und an die Mitarbeiter der Abteilung Stadtmarketing der LUKOM, die die Projekte des Marketing-Vereins kompetent, zuverlässig und mit viel Herzblut „auf die Straße bringen“.

Nach meinem Amtsantritt als Oberbürgermeisterin meiner Heimatstadt im Januar 2018 habe ich im April auch das Amt der 1. Vorsitzenden des Marketing-Vereins übernommen. Ich freue mich darauf, mit Ihnen gemeinsam neue Ideen für die Weiterentwicklung unserer Stadt zu entwickeln und umzusetzen!

Jutta Steinruck

Oberbürgermeisterin der Stadt Ludwigshafen am Rhein  
1. Vorsitzende des Marketing-Vereins Ludwigshafen e.V.

## VORWORT

Liebe Mitglieder des Marketing-Vereins,

Stadtmarketing in Ludwigshafen ist keine ganz einfache Aufgabe. Die Stadt ist nicht im klassischen Sinne schön. Aber sie ist lebens- und liebenswert - weil sich ihre Bürgerinnen und Bürger in vielfältiger Weise engagieren. Und weil die Unternehmen mithelfen, Projekte und Aktivitäten umzusetzen. Im sozialen Bereich, beim Sport und nicht zuletzt beim Marketing-Verein, der sehr viel für den Wohlfühlfaktor Ludwigshafens tut. Was wäre Ludwigshafen ohne Weihnachtsbäume und Weihnachtsbeleuchtung, ohne Stadtfest, Parkfest, Faschnachtszug und Weihnachtsmarkt?



Bei all diesen Aktivitäten ist die finanzielle Unterstützung des Marketing-Vereins unerlässlich für die Qualität der Umsetzung. Der Marketing-Verein sorgt mit seinen Mitgliedsbeiträgen, seinen Sponsoringeinnahmen und mithilfe des städtischen Zuschusses dafür, dass die genannten Projekte und viele andere mehr umgesetzt werden können.

In den vergangenen 20 Jahren ist es gelungen, Kräfte zu bündeln und Akteure zu vernetzen. Wir haben achtbare Erfolge erzielt und möchten unsere Arbeit mit Ihrer Unterstützung weiterführen!

Bitte bleiben Sie uns weiterhin als Vereinsmitglied erhalten und unterstützen Sie uns, neue Mitglieder für unsere gemeinsame Sache zu gewinnen!

Michael Cordier  
Geschäftsführer



## DER MARKETING-VEREIN LUDWIGSHAFEN

Die Kernanliegen des Marketing-Vereins sind die Attraktivierung der Stadt Ludwigshafen, die bessere Vernetzung ihrer Akteure und die Kommunikation der vielfältigen positiven Aspekte, die Ludwigshafen vorzuweisen hat.

Zur Umsetzung dieser Ziele hat der Marketing-Verein in den 20 Jahren seines Bestehens zahlreiche eigene Projekte auf den Weg gebracht, aber auch Aktivitäten von Anderen unterstützt.

Die Kolumne im Wochenblatt bietet Mitgliedern des Marketing-Vereins Woche für Woche die Möglichkeit, die Öffentlichkeit über aktuelle Entwicklungen ihres Unternehmens und dessen Aktivitäten am Standort Ludwigshafen zu informieren.



Auf den folgenden Seiten wird für jedes Jahr beispielhaft ein Projekt aus den vergangenen 20 Jahren vorgestellt. Viele Veranstaltungen wie die Aktion Saubere Stadt, das Kinderfest Ludwigshafen spielt und der Musikalische Mittag haben sich zu festen Größen im Kultur- und Freizeitprogramm unserer Stadt entwickelt.

Die Aktivitäten des Marketing-Vereins, in einer vorbildhaften Private-Public-Partnership finanziert von seinen Mitgliedern und der Stadt Ludwigshafen, tragen entscheidend zu einer positiven Außen-darstellung von Ludwigshafen bei.

1998





## GRÜNDUNG DES MARKETING-VEREINS LUDWIGSHAFEN

Am 15. Juli 1998 erfolgte die Gründung des Marketing-Vereins Ludwigshafen e.V.. Unter dem Motto „Ludwigshafen – wir bewegen was!“ schlossen sich unterschiedliche Interessengruppen in der Stadt Ludwigshafen zusammen, um gemeinsam ihre Kräfte zu bündeln, die starken Seiten der Stadt auszubauen und Schwächen zu bearbeiten.

In den vier Arbeitskreisen „Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung“, „City und Handel“, „Wohnen, Umwelt und Soziales“ und „Kultur, Sport und Freizeit“ befassten sich die Handlungsträger mit Projektideen und erarbeiteten Umsetzungskonzepte.

Das erklärte Ziel war eine bessere Vernetzung der Akteure in der Stadt und darauf aufbauend die Bündelung der Kräfte.

1999





## AKTION SAUBERE STADT

Die Aktion Saubere Stadt war die „Keimzelle“ des Marketing-Vereins. Mehr als 65.000 Ehrenamtliche haben seit 1998 mitgeholfen, Schmutzlecken zu säubern und Abfall zu sammeln. Vereine und Institutionen, aber auch Bürgerinnen und Bürger aller Altersstufen reinigen im Frühjahr gemeinsam mit ihrer Ortsvorsteherin oder ihrem Ortsvorsteher Parks und Grünflächen in ihren Stadtteilen.

In den beiden Aktionsmonaten März und April werden die Reinigungsarbeiten und Verschönerungsmaßnahmen mit tatkräftiger Unterstützung der Wirtschaftsbetriebe Ludwigshafen durchgeführt. Die WBL stellen die erforderliche Reinigungsausrüstung, wie etwa Sammelsäcke, Greifzangen und Handschuhe zur Verfügung.

Die Aktion Saubere Stadt ist die größte Ehrenamtsaktion in der Stadt Ludwigshafen am Rhein.

# Hüben wie drüben.



Wir machen Zeitung von hier  
für die Menschen von hier.  
Auf beiden Seiten des Rheins.  
Wir berichten über Weltbewegendes  
und Stadtgespräche.  
Recherchiert statt kopiert.

Wir nehmen uns Zeit für Ihre Zeitung.



**BARMER**

**Jeder hat sein Rezept,  
gesund zu bleiben.**

**Und wenn das mal  
nicht hilft, helfen wir.**

Infos unter [www.barmer.de](http://www.barmer.de)

In den **Sozialen Medien**

[www.barmer.de/facebook](http://www.barmer.de/facebook)

[www.barmer.de/youtube](http://www.barmer.de/youtube)

[www.barmer.de/instagram](http://www.barmer.de/instagram)

**BARMER Ludwigshafen**

Heike Knapp

Ludwigsplatz 1

67059 Ludwigshafen

Telefon: 0800 333 004 405 100\*

Telefax: 0800 333 004 405 249\*

[heike.knapp@barmer.de](mailto:heike.knapp@barmer.de)

\* Anrufe aus dem deutschen Fest- und Mobilfunknetz sind für Sie kostenfrei!

2000





## SKATE-NIGHTS LUDWIGSHAFEN

Als erste Stadt in der Metropolregion Rhein-Neckar hat Ludwigshafen Sportlerinnen und Sportlern ermöglicht, ihre Stadt auf Inlineskates zu ‚errollen‘. Nach einigen Jahren unter organisatorischer Regie des Marketing-Vereins werden die Skate-Nights-Ludwigshafen mittlerweile seit über einem Jahrzehnt durch ein Team von Ehrenamtlichen komplett in Eigenregie durchgeführt – und ein Ende ist noch lange nicht in Sicht. Von April bis September starten die Skater in einem zweiwöchigen Turnus mittwochs um 19:30 Uhr vom Berliner Platz auf ihre Tour durch das Stadtgebiet. Über 3.500 Teilnehmer waren 2018 bei den Skate-Nights-Ludwigshafen dabei.

2001





## VERKAUFSOFFENE SONNTAGE

Die Organisation der verkaufsoffenen Sonntage in Ludwigshafen obliegt seit 2001 dem Marketing-Verein. Zum verkaufsoffenen Mantelssonntag in der City am ersten Wochenende im November kam mit den Jahren ein zweiter verkaufsoffener Sonntag im Frühjahr. Die Arbeitsgemeinschaft der Ludwigshafener Gewerbevereine setzte sich für einen verkaufsoffenen Sonntag in den Stadtteilen ein, der seit einigen Jahren auf das Oggersheimer Kerwewochenende festgelegt ist.

Auch der Einkaufspark Oggersheim führte über mehrere Jahre einen verkaufsoffenen Sonntag durch. Aufgrund von juristischen Unwägbarkeiten hinsichtlich der Genehmigungssituation werden seit 2017 nur noch die mit den Volksfesten Frühlingszauber, Herbstzauber und Oggersheimer Kerwe verknüpften verkaufsoffenen Sonntage durchgeführt.

Gute Nachbarschaft verbindet

# Zusammenleben braucht Vertrauen. Gemeinsam für Offenheit und Dialog.

Wir setzen auf Austausch. So tragen wir zu einem vertrauensvollen Miteinander und gegenseitigem Verständnis bei.

Erfahren Sie mehr darüber, was wir unter guter Nachbarschaft verstehen.



[www.ludwigshafen.basf.de](http://www.ludwigshafen.basf.de)



**■ - BASF**

We create chemistry

*20 Jahre*

Marketing-Verein  
Ludwigshafen e.V.

**RPR1.**

**DAS ORIGINAL**



**... und wir gratulieren**

**mit unserer besten Musikvielfalt**

**Mehr Songs hast du noch nie gehört!**

2002





## LUVISTA RADTOUREN

Bei den LuVista-Radtouren wurden im familienfreundlichen Tempo spannende Seiten der Stadt Ludwigshafen und ihrer Umgebung erkundet. Zwischen 20 und 30 Kilometer Fahrtstrecke umfassten die Rundfahrten. Zielgruppe waren alle fahrradbegeisterten Menschen, Familien und Eltern von fahrrad-erfahrenen Kindern bis hin zu rüstigen Seniorinnen und Senioren.

Manfred Buhl, der die LuVista-Radtouren jahrelang ehrenamtlich begleitete, war das Herzstück von LuVista. Seine hervorragende Kenntnis der örtlichen Fahrradwegeverbindungen sorgte dafür, dass bei den LuVista-Radtouren ganz viele regelmäßige Mitfahrer dabei waren. Mit seinem Ausscheiden, mussten die LuVista-Radtouren leider eingestellt werden.

2003



2003



## BUNTE PFERDE

Die Ausstellung der Künstlergruppe ‚Der Blaue Reiter‘ im Wilhelm-Hack-Museum begleitete der Marketing-Verein mit einem thematisch passenden Rahmenprogramm.

Sechs Künstlerinnen und Künstler aus der Metropolregion Rhein Neckar bemalten lebensgroße Pferdeskulpturen aus Glasfaserkunststoff live an einem Aktionstag in der Innenstadt. Die ‚Bunten Pferde‘ wurden dann als fröhlich-farbige Werbeträger für die Ausstellung im Wilhelm-Hack-Museum in der City ausgestellt. Über eine Auktion im Village Cinema fanden alle Pferdeskulpturen ein neues Zuhause.

Viel Spaß machte vor allem kleinen Künstlern die Malaktion in den Ludwigshafener Geschäften. Hier konnten Kinder nach Herzenslust Pferdeskulpturen bemalen. Diese wurden während der Ausstellungsdauer im Schaufenster der Geschäfte aufgestellt und konnten dann von den stolzen Nachwuchskünstlerinnen und -künstlern mit nach Hause genommen werden.

# chem2biz

Turning Your Ideas Into Business

**IZL** Regionales  
Innovationszentrum  
Ludwigshafen

**BASF**  
The Chemical Company



**Ludwigshafen**  
Stadt am Rhein

## Wir vernetzen Kompetenzen

- Beratung
- Unternehmensstrategie
- Networking
- Fördermittel
- Technologietransfer
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Innovations- und Wachstumsmanagement

**WISSENSCHAFT**  
Universitäten  
Forschungsinstitute  
Hochschulen

**WIRTSCHAFT**  
Start-ups  
Unternehmen  
Industrie

**NETZWERKE**  
Cluster  
Initiativen  
Digital Hub

**INSTITUTIONEN**  
Wirtschaftsförderer  
Förderinstitutionen  
Kammern&Verbände

# chem2biz

Turning Your Ideas Into Business

chem2biz  
Regionales Innovationszentrum Ludwigshafen  
Donnersbergweg 1  
67059 Ludwigshafen

Tel.: 06 21/59 53-0  
Fax: 06 21/59 53-1 20

Mail: [info@chem2biz.de](mailto:info@chem2biz.de)  
Web: [www.chem2biz.de](http://www.chem2biz.de)

Two young women with long hair are smiling and holding champagne glasses. The woman on the left has blonde hair and is wearing a white sleeveless top. The woman on the right has dark hair and is wearing a gold and white top. They are both looking towards the camera.

„Weil wir euch  
alles Gute wünschen.“

Das Rathaus-Center gratuliert  
zum 20-jährigen Jubiläum!

Hier schlägt das ♥  
von Ludwigshafen

**RATHAUS-CENTER**  
LUDWIGSHAFEN

2004



2004



## DINOSAURIERPARADE

Im wahrsten Sinne des Wortes ein Großereignis war die Dinosaurierparade. Angeliefert auf mehreren Tiefladern wurden lebensgroße Dinosaurierfiguren aus Glasfaserkunststoff in der gesamten Innenstadt aufgestellt und dort vor allem von den kleinen Besuchern ausgiebig bewundert und studiert.

In Zusammenarbeit mit dem Geologisch-paleontologischen Institut der Universität Heidelberg wurden mehrere Führungen zur Entwicklung der Dinosaurier angeboten.

Ein Exemplar, das unfreundliche Zeitgenossen von seinem Standort vor dem Andechser Ausschank in der Ludwigstraße entführt haben, schaffte es durch die vom Marketing-Verein aufgebene Vermisstmeldung bundesweit in die Tagespresse.

Auch die Ausstellungen „Die Erben der Dinos“ 2006 und „Giganten der Meere“ 2010 waren sehr erfolgreich und zogen Besucher aus Nah und Fern an.

2005



2005



## RHEINSTRAND SONNENDECK

Mit dem Rheinstrand Sonnendeck verfügte Ludwigshafen über den ersten Stadtstrand in der Metropolregion Rhein-Neckar. Zwischen Ruderclub und Ostasieninstitut konnte man zur Mittagspause einen Espresso im Liegestuhl genießen und abends im Beach-Club-Ambiente einen leckeren Cocktail. Das erfolgreiche Gastronomiekonzept wurde aufgrund der Wohnbebauung am Rheinufer Süd eingestellt. Der Marketing-Verein unterstützte den Rheinstrand Sonnendeck mit einer Anschubfinanzierung.



20

## Powerful!

Wir gratulieren dem Marketing-Verein Ludwigshafen zu 20 Jahren „Power“ in Sachen Esprit, Drehmoment und Leistungsvermögen. Vielen Dank für die Impulse, die unsere Stadt so stark vorangetrieben haben.



Dirk J. Battau  
Akkreditierter Designberater  
**descom designforum rheinland pfalz**  
Web · Print · Corporate Media  
Menzelstraße 23 · Phone 0172 - 63 700 38  
67061 Ludwigshafen / Parkinsel  
Web: [www.marketsign.eu](http://www.marketsign.eu) · [www.lumagic.de](http://www.lumagic.de)  
Mail: [info@marketsign.eu](mailto:info@marketsign.eu)



Besuchen Sie  
unseren Blog unter  
[blog.gag-lu.de](http://blog.gag-lu.de)  
oder 

# FamiliengLUck

Wohnungen für Kind und Kegel:  
groß, gut, günstig.

Infos: [www.gag-lu.de](http://www.gag-lu.de) oder Tel.: 0621 5604-0

2006

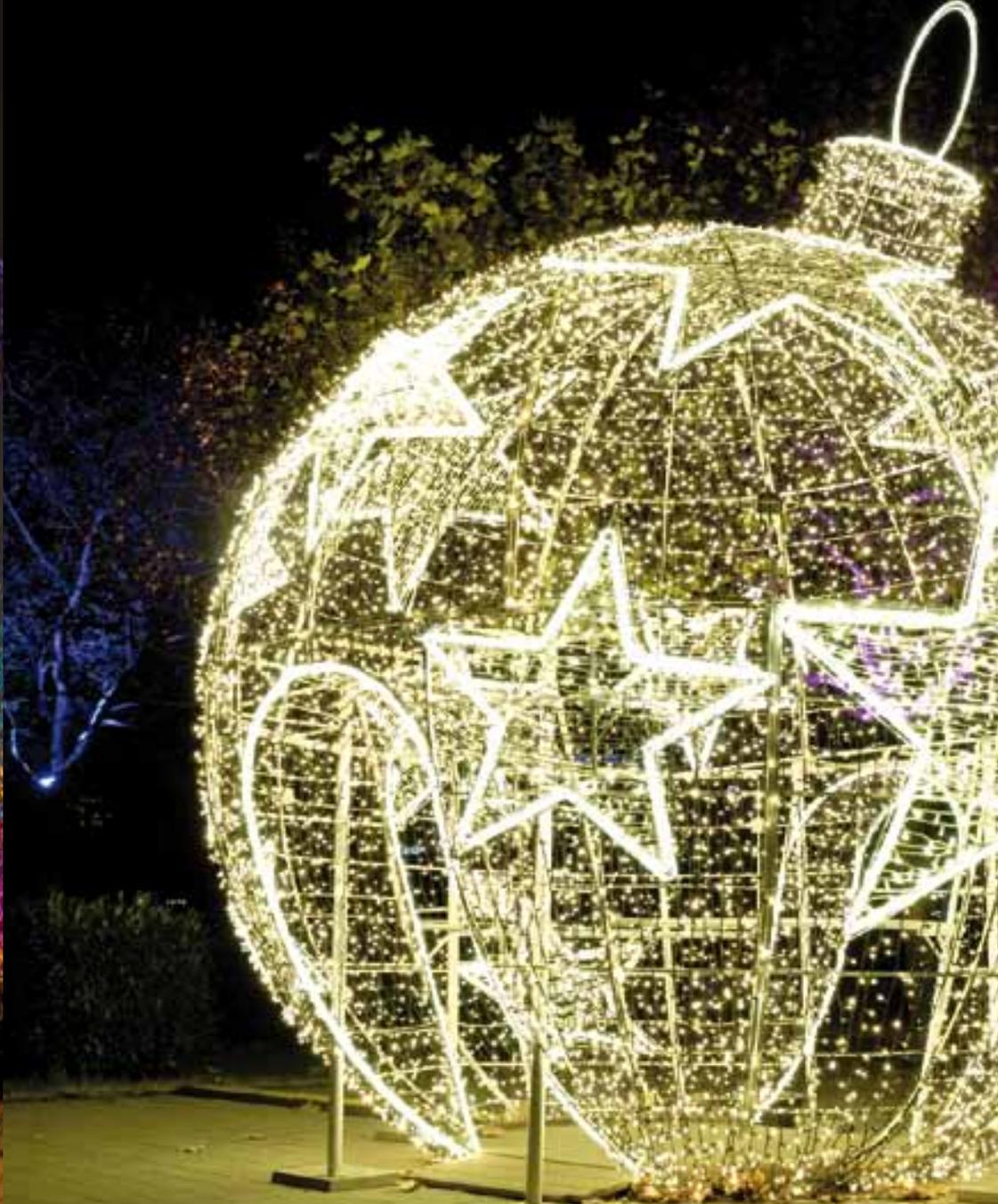
Fotos: Christian Volz



## LUDWIGSHAFENER LICHTERZAUBER

Bereits in seinen Anfangsjahren übernahm der Marketing-Verein die Aufgabe von der Stadtverwaltung, die Weihnachtsbeleuchtung in der Innenstadt zu organisieren. 2006 konnte mit Unterstützung der TWL eine neue Beleuchtung angeschafft werden, die die Straßen und Plätze in der Ludwigshafener Innenstadt unter dem Titel Ludwigshafener Lichterzauber erstrahlen ließ.

Durch den TWL Lichterzauber verwandeln sich Straßen und Plätze, Gebäude und Skulpturen in Ludwigshafen in ein beeindruckendes Lichtermeer. Die Besucher können sich von über 300.000 Lichtpunkten, mehr als neun Kilometer langen Lichterketten, speziell für Ludwigshafen entwickelten Sternenelementen und in weihnachtlichem Glanz erstrahlenden Weihnachtsbäumen in besinnliche Stimmung versetzen lassen. Der Lichtbrunnen sorgt für eine stimmungsvolle Atmosphäre auf dem Ludwigsplatz.



Der Lichterzauber wurde mittlerweile bis an das Rheinufer erweitert. Dort empfangen den Flaneur moderne Lichtakzente, welche die Promenade in urbanes Licht hüllen.

Eine besondere Attraktion des Ludwigshafener Lichterzaubers ist die größte begehbare Weihnachtskugel Deutschlands. Sie ist ein beliebtes Fotomotiv und wird gerne als malerischer Hintergrund für Fotopostings in sozialen Medien wie Facebook, Instagram und Snapchat genutzt.

2007



2007



## NILS-NAGER-KINDEROLYMPIADEN

Bei den Nils Nager-Kinderolympiaden werden in Kooperation mit Schulen und Vereinen in wechselnden Stadtteilen spannende Spielstationen unterschiedlichster Art angeboten. Deren Bandbreite reicht von Fahrsimulation und Fußballturnier über Entdeckertisch und Slack-Line bis zu „Großbaustellen“ mit Bauklötzen. Bei den vielseitigen Spiel- und Sporttagen dürfen sich alle jungen Teilnehmerinnen und Teilnehmer über ein kleines Geschenk und ein kostenloses Getränk freuen.

Das Maskottchen der Tageszeitung Die Rheinpfalz, der Biber Nils Nager, ist Namensgeber der Kinderolympiaden. Er ist bei jeder Veranstaltung dabei und wird von den kleinen Besuchern jedesmal freudig begrüßt.



**TOP  
IN  
LU**

# Alles Beste für 20 Jahre Marketing-Verein!

Atable Restaurant  
Arico Wohn- und Gewerbebau  
Back Capital & Immobilien  
Chr. Schad Handwerk Mode & Accessoires  
Freisberg Wohnbedarf  
Juwelier Räth  
KicherErbse - Bio-Feinkost  
Klaus Werner Optik

KüchenCentrum Habermehl & Wallé  
Kuthan-Immobilien  
Rad & Sport Fecht  
Schuh-Keller  
Spielwaren Werst  
Städtische Musikschule Ludwigshafen  
Turmrestaurant

[www.topinlu.de](http://www.topinlu.de)



# IHR MAKLER VOR ORT

30 Jahre • 16 Mitarbeiter • 4 Standorte

## MEINE NUMMER



### MANNHEIM

Harrlachweg 1 / Eastsite  
68163 Mannheim  
Tel. 0621 54 100  
Fax: 0621 65 60 60

[info@kuthan-immobilien.de](mailto:info@kuthan-immobilien.de)

### LUDWIGSHAFEN

Hohenzollernstraße 62  
67063 Ludwigshafen  
Tel. 0621 65 60 65  
Fax: 0621 65 60 60

[info@kuthan-immobilien.de](mailto:info@kuthan-immobilien.de)

### BAD DÜRKHEIM

Villa am Kurpark  
Mannheimer Strasse 17  
67098 Bad Dürkheim  
Tel. 06322 40 900 30  
Fax: 06322 40 900 32

[info@kuthan-immobilien.de](mailto:info@kuthan-immobilien.de)

### FRANKENTHAL

Europaring 17  
67227 Frankenthal  
Tel. 06233 120 00 50  
Fax: 06233 120 00 55

[info@kuthan-immobilien.de](mailto:info@kuthan-immobilien.de)

2008



2008



## NEUBÜRGEREMPfang

Neu zugezogene Bürgerinnen und Bürger in Ludwigshafen werden auf Einladung des Marketing-Vereins in einem besonderen Rahmen vom amtierenden Stadtoberhaupt bei einem Empfang im Pfalzbau begrüßt. Sie erhalten in ungezwungener Atmosphäre die Gelegenheit, Vertreter aus Verwaltung und Politik im persönlichen Gespräch kennenzulernen. Zahlreiche Institutionen sind mit Informationsangeboten vor Ort, so dass sich die Bürger auch gleich umfassend über Ludwigshafen und seine Sport-, Kultur- und Freizeitangebote informieren können.

Viele Neu-Ludwigshafener zeigen sich begeistert, dass ihre Stadt sie in dieser Form als Neubürger willkommen heißt.

2009





## LUDWIGSHAFEN SPIELT

Seit 1999 lockt das Kinderfest Ludwigshafen spielt alljährlich am letzten Samstag der Sommerferien Tausende Kinder, Eltern und Großeltern in die Ludwigshafener Innenstadt. Gestartet als Aktion des Marketing-Vereins auf dem Berliner Platz hat es sich durch die Kooperation mit dem Bereich Jugendförderung der Stadtverwaltung zwischenzeitlich über den Friedrich-Wilhelm-Wagner-Platz und die Bismarckstraße bis auf den Rathausplatz erstreckt. Viele Institutionen sind seit Jahren dabei, wie beispielsweise das Technische Hilfswerk mit dem Kistenklettern auf dem Rathausplatz.

Ein Hindernisparcours mit ferngesteuerten Autos, Seifenblasenkunst auf Papier, Riesen-Jenga, Wurfspiele, die Spritzwand der Jugendfeuerwehr - die Auswahl ist jedes Jahr beeindruckend. Genauso wie das Engagement der Mitarbeiter der Jugendförderung, die sich regelmäßig neue Spielattraktionen einfallen lassen, um die Besucherinnen und Besucher immer wieder neu zu begeistern.

Die Ludwigshafener Innenstadt wird bei Ludwigshafen spielt zu einer Erlebniswelt für Kinder.



**rnv**

Mit gutem Gefühl unterwegs.

# Wir bleiben für Sie am Ball.



Weitere Informationen zur rnv finden Sie auf Facebook, Twitter, YouTube und in der rnv-Smartphone-App „Start.Info“.

# 20 JAHRE MARKETING-VEREIN LU: KREATIV WIE AM ERSTEN TAG!



**Wir sehen uns bei den Events in Ludwigshafen - und:**

- › *via Kabel*
- › *via Satellit/DVB T2 (HD-Lokal-TV-Portal, Astra)*
- › *via IPTV-Angebot der Telekom*
- › *via 24h-Livestream auf rnf.de*
- › *mit der „RNF-App“ für Smartphones, Tablets, Amazon Fire TV-Stick, Apple TV, und Smart TVs*

*Der 24h-Sender der Metropolregion Rhein-Neckar.*



2010





## ERÖFFNUNG RHEIN-GALERIE

Das zentrale Ereignis im Jahr 2010 war die Eröffnung des Einkaufszentrums Rhein-Galerie nach dreijähriger Bauzeit. Der Marketing-Verein begleitete dieses Ereignis mit vielfältigen Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen.

Die Geschäfte in der Innenstadt rollten einen stilisierten roten Teppich aus, der ortsunkundigen Besuchern den Weg zur Rhein-Galerie wies, aber auch auf das Geschäft selbst und die vielen weiteren in der Innenstadt aufmerksam machte.

Mit Fotomotiven auf großformatigen Plakaten wurden Ludwigshafener Perspektiven in die Schaufenster von leerstehenden Ladengeschäften gebracht. Mit der Großfigurenausstellung ‚Giganten der Meere‘ setzte der Marketing-Verein Anreize für die Besucher der Rhein-Galerie, auch der Ludwigshafener Innenstadt einen Besuch abzustatten.

2011





## STADTGESPRÄCH

Erster Donnerstag im Monat, 12:00 Uhr, Europa-Hotel, Anmeldung nicht nötig – das ist die einfache Formel für den Innenstadt-Stammtisch Stadtgespräch. Nur an amtlichen Feiertagen verschiebt sich das Stadtgespräch um eine Woche nach hinten.

Nach seinem Start im Restaurant Salamander in der Ludwigstraße wandert das Stadtgespräch über die Jahre zum König's in der Bahnhofstraße bis es im Europa-Hotel am Ludwigsplatz seine endgültige Bleibe findet. Die 30 Plätze an der Stadtgespräch-Tafel sind immer fast bis auf den letzten Platz gefüllt. Und wenn der Zuspruch noch größer ist, werden unkompliziert Tische „angebaut“.

Mit einmal jährlich stattfindenden Abendveranstaltungen mit dem Titel Stadtgespräch speziell setzt das Organisationsteam des Stadtgesprächs ausgesuchte Highlights. Besonders in Erinnerung bleibt sicherlich das gemeinsame Dinner in der Tortenschachtel kurz vor deren Abriss.

  
WOHNEN + BAUEN

  
We create chemistry

# Zuhause fühlen

Mieten – Kaufen – Wohnen

Ihr direkter Draht

**0800 60-95430**

(gebührenfrei)

**BASF Wohnen + Bauen GmbH**

[www.basf-wohnen-und-bauen.de](http://www.basf-wohnen-und-bauen.de)



# Ein forschendes BioPharma-Unternehmen.



AbbVie erforscht und entwickelt innovative Arzneimittel für einige der schwersten Erkrankungen der Welt. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Immunologie, Onkologie, Neurologie und Hepatitis C.

Die Gesundheit und Lebensqualität von Patienten nachhaltig zu verbessern – daran arbeiten in Deutschland 2.600 Mitarbeiter in Ludwigshafen und Wiesbaden, 1.000 von ihnen in der Forschung & Entwicklung.

[www.abbvie.de](http://www.abbvie.de)

[twitter.com/abbvie\\_de](https://twitter.com/abbvie_de)

**abbvie**

**Menschen.  
Möglichkeiten.  
Leidenschaft.**

2012



## WEIHNACHTSBÄUME IN DEN STADTTTEILEN

Der Marketing-Verein sorgt für ein weihnachtliches Ambiente in den Ludwigshafener Stadtteilen. An zentralen Plätzen werden Weihnachtsbäume aufgestellt und mit Unterstützung des Sponsors TWL mit Lichterketten versehen. Die Ortsvorsteherinnen und Ortsvorsteher in den Stadtteilen haben die Wahl zwischen einer Baumlieferung und einem Zuschuss, wenn eine Baumspende aus der Bevölkerung als Weihnachtsbaum genutzt werden kann.



## NIKOLAUSAKTION

Die Nikolausaktion begann als Aktion Nikolausstiefel. Der Mitarbeiter des Marketing-Vereins füllten Stiefel mit Süßigkeiten und kleine Geschenke, die Familien an der Annahmestelle abgegeben haben, und verteilte sie zur Abholung am Nikolaustag in die Schaufenster der Geschäfte. Aufgrund des enormen logistischen Aufwandes wurde die Aktion mit den Jahren überführt in einen Programmpunkt auf dem Ludwigshafener Weihnachtsmarkt. Am 6. Dezember kommt der Nikolaus und hat kleine Geschenke für die Kinder und auch mal eines seiner Rentiere dabei.

2013



2013



## ORTSVORSTEHER ZEIGEN IHREN STADTTEIL

2003 war der Auftakt für ein weiteres Erfolgsprojekt des Marketing-Vereins: Die Stadtteilführungen der Ortsvorsteherinnen und Ortsvorsteher. Diese wissen um die großen und kleinen Anekdoten und Geschichten, die sich um die Straßenzüge, Gebäude und Anlagen ihres Stadtteils ranken.

Ziel der Veranstaltungsreihe Ortsvorsteher zeigen ihren Stadtteil ist es, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die besondere Charakteristik und das Flair der einzelnen Stadtteile näher zu bringen und dabei nicht zuletzt auch die Möglichkeit zu bieten, neue Kontakte zu knüpfen. Angesprochen sind Bewohner Ludwigshafens ebenso wie interessierte Gäste aus anderen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar. Den Abschluss des Rundgangs bildet ein kleiner Imbiss in geselliger Runde, bei dem man sich bestens über die neu gewonnenen Eindrücke austauschen kann.

# IDEEN VERBINDEN

Engagement für den Wirtschaftsstandort, Ideenschmiede und stringente Fokussierung auf das Umfeld und den Kunden – Werte, welche den Marketing-Verein Ludwigshafen und die Pfalzwerke eng miteinander verbinden. Wir schätzen das Ziel des Vereins, Ludwigshafen als Wirtschaftsstandort in der Metropolregion Rhein-Neckar zu festigen und auszubauen und zugleich zentraler Knoten im großen Netzwerk des bürgerschaftlichen Engagements für die Stadt zu sein.

**Dafür danken wir dem Marketing-Verein und gratulieren sehr herzlich zum 20-jährigen Bestehen.**

Erfahren Sie mehr über uns auf: [www.pfalzwerke.de](http://www.pfalzwerke.de)

**DIE PFALZWERKE-GRUPPE GRATULIERT  
DEM MARKETING-VEREIN LUDWIGSHAFEN  
ZUM 20. GEBURTSTAG!**



**Ihr Partner  
für bewusste  
Ernährung**



**Ludwigshafen-Oggersheim**

2014



2014



## MUSIKALISCHER MITTAG

Unter dem Blätterdach mächtiger Baumriesen, umgeben von Skulpturen und Brunnen, verwöhnt die Veranstaltungsreihe Musikalischer Mittag des Marketing-Vereins mit ansprechender Genusskultur. An insgesamt vier Terminen zwischen Juni und August präsentiert die beliebte Reihe auf dem Ludwigsplatz zur Mittagszeit wechselnde musikalische Gäste und gastronomische Angebote. Für die kulinarischen Kreationen dieser Reihe zeichnet traditionell die Küche des Europa-Hotels verantwortlich. Hauptsponsor ist die Sparkasse Vorderpfalz.

Der Musikalische Mittag startete im Jahr 2004 als Musikalischer Mai. An vier Donnerstagen im Wonnemonat lud der Marketing-Verein zur Mittagspause auf dem Ludwigsplatz bei musikalischen, künstlerischen und lukullischen Genüssen. Mit der einzigen konzeptionellen Änderung, dass die Veranstaltung nunmehr immer am letzten Donnerstag der Sommermonate Mai, Juni, Juli und August stattfindet, erfreut sich der Musikalische Mittag auch im 15. Jahr seines Bestehens einer großen Zahl von treuen Stammgästen und kann sich mit Fug und Recht Traditionsveranstaltung nennen.

2015



2015



## WIR VOM BERLINER PLATZ

Die von der Sparkasse Vorderpfalz ins Leben gerufene Initiative Wir vom Berliner Platz hat es sich zur Aufgabe gemacht, durch geeignete Aktivitäten das Image des Berliner Platzes in ein positives Licht zu rücken. Themen wie Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung rund um den Berliner Platz stehen dabei im Mittelpunkt.

Die Scouts des Seniorenrates der Stadt Ludwigshafen sind das Herzstück der Arbeitsgruppe. Sie sind mit ihrem Infostand gemeinsam mit anderen Institutionen wie der Polizei oder Verbraucherzentrale regelmäßig auf dem Berliner Platz, informieren und nehmen Hinweise und Anregungen der Passanten entgegen. Bei Verteilaktionen von Rosen, Sonnenblumen, Äpfeln oder Ostereiern werden Passanten auf dem Berliner Platz mit einem kleinen Geschenk überrascht.

Die Initiative strebt mit ihren ehrenamtlichen Aktivitäten eine nachhaltige Weiterentwicklung von Sauberkeit, Sicherheit und Ordnung rund um den Berliner Platz an. Dies zum Wohle der Anwohner und Händler rund um den Berliner Platz und der Stadt Ludwigshafen.

# HIGHLIGHTS @ FELIX BOWLING



## AMERICAN BUFFET

pro  
Person nur  
**13,00**  
Euro

**jeden Montag ab 18 Uhr: All you can eat**

würzige Spareribs mit pikanten Dips / große Burger-Bar / Ofenkartoffeln mit Sour Cream / Pommes frites und Potato Wedges / bunte Salat-Bar

Reservierung erforderlich.



## SONNTAGSBRUNCH

pro  
Person nur  
**19,50**  
Euro

**Beginnen Sie Ihren Sonntag in Ruhe, den Frühstückstisch decken wir für Sie! Ab 9 Uhr Breakfast und ab 12 Uhr Lunch**

Kinder bis 4 Jahre kostenlos, Kinder bis 12 Jahre 9,50 €.

Reservierung erforderlich.

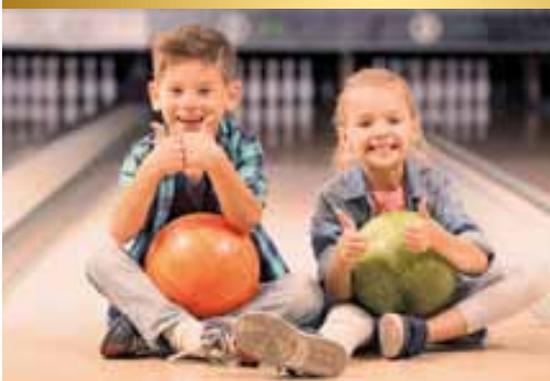


## IHRE VERANSTALTUNG

Feiern  
Sie ... wir  
bieten den  
Rahmen!

**Natürlich können Sie unsere Anlage ganz oder teilweise für Ihre Veranstaltung mieten:** Firmenveranstaltungen, Jubiläen oder private Feiern - mit Bowling und Kegeln ein Riesenspaß, der Ihren Gästen in guter Erinnerung bleibt!

Sprechen Sie uns an, wir unterbreiten Ihnen gerne ein individuelles Angebot.



## KINDERGEBURTSTAG

pro  
Kind ab nur  
**12,50**  
Euro

**Volles Programm für Ihre Kids!**

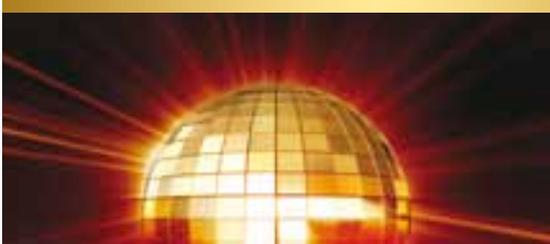
2 Std. Bowling oder Kegeln, 1 Softdrink 0,3l, Kindergericht nach Wahl, Leihschuhe, Geburtstagstisch, Geburtstagsüberraschung und ein kleines Eis.

Buchung bereits ab 4 Kinder möglich.

Buchbar Montag - Samstag 10:00 bis 17:00 Uhr Partybeginn

Sonntags 12:00 bis 17:00 Uhr Partybeginn

Weitere Infos unter: [www.felix-bowling.de](http://www.felix-bowling.de)



## DISCO BOWLING

Come,  
Club &  
Bowl

**Live DJ, Cosmic Light-Show, Animation + Sachpreise**

jeden Freitag und Samstag sowie vor Feiertagen ab 20 Uhr

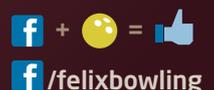
Preise Stand: 01.09.2018 · Preisänderungen vorbehalten



Alle Infos online unter: [www.felix-bowling.de](http://www.felix-bowling.de)

Pasadena Allee 15  
67059 Ludwigshafen

Tel.: 0621-516061  
[info@felix-bowling.de](mailto:info@felix-bowling.de)





# Alles Gute zum 20.

Wir wünschen euch einen  
tierisch schönen Geburtstag!

Service-Telefon: 0800/133 33 00  
[www.bkkpfalz.de](http://www.bkkpfalz.de), [info@bkkpfalz.de](mailto:info@bkkpfalz.de)  
[www.facebook.com/bkkpfalz](https://www.facebook.com/bkkpfalz)



2016



## TOPINLU

Unter dem Namen TOPinLU haben sich Ludwigshafener Fachgeschäfte und Dienstleistungsunternehmen zusammengeschlossen, um gemeinsam eine wichtige Botschaft zu vermitteln: „Es gibt sie noch, die guten Geschäfte!“

TOPinLU wurde als loser Zusammenschluss inhabergeführter Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen 2007 auf Initiative von Edmund Keller und Marcus-Keller Leist von Schuh-Keller ins Leben gerufen. Mit einer Broschüre, in der sich die beteiligten Unternehmen präsentierten, wurde dem Grundgedanken der Kooperation Rechnung getragen, dass sich die angeschlossenen Unternehmen ihren Kunden gegenseitig empfehlen.



2012 erfolgte eine organisatorische Neuausrichtung. Aus dem losen Zusammenschluss wurde eine feste Gruppe mit verbindlichem Finanzierungsbeitrag und regelmäßigen Treffen im Monatsrhythmus unter der organisatorischen Leitung der Agentur Matrix Zukunft.

Um neue Impulse zu setzen begann 2016 ein weiterer Restrukturierungsprozess an dessen Ende eine innovative Art der Projektsteuerung über ein Online-Tool stehen soll.

Zielsetzung bleibt die gegenseitige Unterstützung durch aktives Empfehlungsmarketing und die Gewinnung von Neukunden durch gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen.

2017

Foto: Michael Schepers



## FESTE IN LUDWIGSHAFEN

**Das Ludwigshafener Stadtfest** ist die größte Open-Air-Veranstaltung in Ludwigshafen. An drei Tagen im Sommer strömen etwa 250.000 Besucher aus der gesamten Metropolregion. 2017 wurde das Jubiläum 25 Jahre Ludwigshafener Stadtfest gefeiert.

Die Lineup des Stadtfestes über die Jahre liest sich wie ein Who is who der Popmusik: Milow, Boss Hoss, Marlon Roudette, Clueso, Spider Murphy Gang, Reamonn, Revolverheld, Heinz Rudolf Kunze, Purple Schulz, Fools Garden, Jupiter Jones, Turntablerocker, Guildo Horn, Max Giesinger, Marquess, Travis, Bosse, Joris – sie alle haben die Menge beim Stadtfest zum Toben gebracht. Aber auch bekannte Lokalmatadoren wie Grand Malör, Grabowsky und Me and the Heat rocken das Stadtfest regelmäßig. Die Deutsche Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz setzt in jedem Jahr einen Glanzpunkt mit dem Sparkassen-Klassik-Open-Air.

Der Marketing-Verein unterstützt das Ludwigshafener Stadtfest als Sponsor.



Im Rahmen seiner in der Satzung verankerten Aufgabe der Brauchtumspflege ist der Marketing-Verein aber auch als Unterstützer des **Parkfestes** aktiv. Dieses größte und traditionsreichste unter den Ludwigshafener Volksfesten wird alljährlich im Ebertpark auf dem Festplatz vor der Friedrich-Ebert-Halle veranstaltet. Fahrgeschäfte und ein familienfreundliches Rahmenprogramm sind attraktive Anziehungspunkte. Höhepunkte im Festprogramm sind die Auftritte regionaler Bandgrößen wie die Anonyme Giddarische und das große Höhenfeuerwerk.

Seit über 60 Jahren vereinen sich die Narren aus Ludwigshafen und Mannheim jeweils am Faschnachtssonntag zum gemeinsamen **Fasnachtszug**. Vom Goerdelerplatz zur Mundenheimer Straße führt der Zug durch die Innenstadt. Rund 150.000 Menschen feiern fröhlich und friedlich mit den Zuggruppen.

Der Marketing-Verein trägt mit seiner finanziellen Unterstützung zur Umsetzung dieser Veranstaltungen maßgeblich bei.



# Größe, die verbindet.

- Mit 23 km ausgebauter Uferlänge, rund 900.000 m<sup>2</sup> Lagerfläche an drei Standorten entlang des Rheins, unserem logistischen Know-how und der cleveren Verknüpfung von Schiene, Straße und Wasserstraße in den Häfen, verbinden wir die Region mit der Welt.



**Häfen**  **Rheinland-Pfalz**  
weltweit für die Region

Zollhofstraße 4 · 67061 Ludwigshafen am Rhein  
Tel: 0621 5984-0 · Fax: 0621 5984-135 · [www.haefen-rlp.de](http://www.haefen-rlp.de)

# Gute Aussichten!

Hochschule Ludwigshafen – stark in BWL,  
Sozial- und Gesundheitswesen



[LUst-aufs-studium.hs-lu.de](http://LUst-aufs-studium.hs-lu.de)



Hochschule  
Ludwigshafen am Rhein

2018



2018



## AKTION SAUBERE STADT

Die erste Aktion des Marketing-Vereins wird 2018 in ihrer 20. Auflage durchgeführt. Die Zahlen der über die Jahre aktiven Helferinnen und Helfer lesen sich beeindruckend. Der Umfang der gesammelten Müllmenge ist aber vor allem Ausdruck einer ärgerlichen Unbedachtheit vieler Zeitgenossen.

Die Zahl der Mitwirkenden bei der Aktion Saubere Stadt stieg von 160 in 1999 bis auf 5.800 Teilnehmer im Jahr 2004. In den letzten 10 Jahren pendelte sich die Teilnehmerzahl zwischen 3.000 und 4.500 ein. Insgesamt haben bisher über 65.000 Ludwigshafenerinnen und Ludwigshafener bei der Aktion Saubere Stadt mitgemacht. Die gesammelte Müllmenge beläuft sich auf insgesamt über 3.000 m<sup>3</sup>.

2002  
—  
2018





## MITGLIEDEREVENTS

Die Mitgliederevents des Marketing-Vereins haben eine langjährige Tradition. Bis zu viermal im Jahr laden Mitgliedsunternehmen des Marketing-Vereins alle anderen Mitglieder zu sich ein. An eine Betriebsführung, die interessante Einblicke in die internen Abläufe des gastgebenden Unternehmens bietet, schließt sich ein geselliger Teil an, bei dem die Gastgeber regelmäßig unter Beweis stellen, dass sie ihren Standort in einer Region haben, in der Genießen groß geschrieben wird.

Die Vereinsmitglieder des Marketing-Vereins haben so beispielweise bereits Einblicke in die Produktionsabläufe von Industrialkoholen (Berkel AHK), leckeren süßen Teilchen (Bäckerei Görtz) und Hallenheizungen (Kübler GmbH) erhalten. Bei Besuchen beim BASF Tennis-Club oder bei den Eulen Ludwigshafen wurde erstklassiger Spitzensport geboten.

# MEINE PFALZ-TO-GO

Die flexible Art, RHEINPFALZ zu lesen.  
Regional. Kompakt. Digital.



LEO



Als App für Smartphone und Tablet oder online als E-Paper.  
Weitere Infos unter [rheinpfalz-abo.de](http://rheinpfalz-abo.de) oder 0631 3701-6640

Wir leben Pfalz. **DIE RHEINPFALZ**



**20 Jahre Mitglied im Marketing-Verein Ludwigshafen e.V. – eine einfach geniale Entscheidung.**

**Herzlichen Glückwunsch sagt Prof. Dr. Hartmut Walz**

**Prof. Dr. Hartmut Walz** ist Gründungsmitglied des Marketing-Verein Ludwigshafen e.V. und hat mit viel Freude vor 20 Jahren eine Diplomarbeit über mögliche Strukturen des Marketing-Verein Ludwigshafen e.V. begleitet. – Er ist ein führender Verhaltensökonom und Entscheidungsexperte. Walz lehrt an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein und engagiert sich verschiedentlich für unsere Stadt.

**Mehr von und über Prof. Dr. Hartmut Walz**

auf seiner **Homepage**  
[hartmutwalz.de](http://hartmutwalz.de)



in seinem **Finanzblog**  
[schliesslich-ist-es-ihre-geld.de](http://schliesslich-ist-es-ihre-geld.de)



Schließlich ist es Ihr Geld!

**Und live:**

- „**Finanzgespräche**“  
die Vortragsreihe an der HS Ludwigshafen a. Rh.
- **Key-Notes und Vorträge**  
zu Entscheidungsfallen
- **Anti-LeO–Trainings**



**Ihre Finanzen!**

„Einfach genial entscheiden in Geld- und Finanzfragen“  
inkl. Arbeitshilfen

371 Seiten, farbig, gebunden  
Haufe-Verlag 2. Auflage 2018  
ISBN 978-3-648-11099-7  
19,95 Euro



**Der Klassiker!**

„Einfach genial entscheiden - Die 55 wichtigsten Erkenntnisse für Ihren Erfolg“

224 Seiten, farbig, gebunden  
Haufe-Verlag 2. Auflage 2015  
ISBN 978-3-648-08544-8  
19,95 Euro

# MARKETING-VEREIN LUDWIGSHAFEN

## AUSBLICK

### **Die Weiterentwicklung des Ludwigshafener Stadtmarketings**

Ludwigshafen am Rhein war eine der ersten Städte in Deutschland, die sich mit dem Thema Stadtmarketing intensiv befasst und Strukturen geschaffen hat, um Stadtmarketingprojekte auf professioneller Basis umzusetzen. Mit dem Marketing-Verein Ludwigshafen e.V., der über seine Mitglieder, seine Sponsoren und mithilfe des städtischen Zuschusses, die finanzielle Grundlage für die Stadtmarketing-Projekte legt, und der Abteilung Stadtmarketing der Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft, deren Mitarbeiter die Projekte operativ umsetzen, verfügt unsere Stadt über eine gut funktionierende Organisationsstruktur und ein fachlich kompetentes Team für die Realisierung der Aufgaben.

Das für das Stadtimage prägende Thema ist sicherlich die Ludwigshafener Innenstadt. In ihr zeigen sich die massiven Auswirkungen der sich in den letzten Jahrzehnten entwickelnden neuen Betriebsformen im Einzelhandel und den damit verbundenen Änderungen des Konsumentenverhaltens. War anfänglich ‚nur‘ die Mannheimer Innenstadt der Hauptkonkurrent, kamen über die Jahre die Geschäfte auf der ‚Grünen Wiese‘ und das Online-Shopping als weitere Mitbewerber um den Geldbeutel der Konsumenten hinzu.

In unserer Innenstadt wird es in Zukunft darum gehen, in zentralen Bereichen über einzelne wichtige Entwicklungsprojekte entscheidende Impulse für eine Stabilisierung der Situation zu generieren. Das wird dazu beitragen, inhabergeführten Fach-einzelhandel zu erhalten und auch wieder neu zu etablieren. Leerstände in Nebelagen werden in neue innovative Nutzungen überführt. Gemeinsame Aktionen mit der Stadtverwaltung, wie die Aktion Saubere Stadt, tragen dazu bei, eine saubere, sichere Innenstadt mit hoher Aufenthaltsqualität zu gewährleisten.

Die größte Herausforderung ist derzeit sicherlich die Baustelle Metropol. Mit der Entwicklung einer funktionierenden Immobilie an diesem zentralen Punkt unserer Stadt entsteht ein entscheidender Impuls für den ‚Südpol‘ rund um den Berliner Platz. Perspektivisch kommen die Auswirkungen der Hochstraßen-Baumaßnahmen dazu. Hier muss das Stadtmarketing eng mit dem Baustellenmarketing verzahnt werden, um negative Auswirkungen auf die Innenstadt so weit wie möglich zu minimieren.

Das Ludwigshafener Stadtmarketing verfolgt den Ansatz, bestehende Events auch in Zeiten rückläufiger finanzieller Ausstattung durch kreative Ansätze und mit Unterstützung von Sponsoren kontinuierlich im Detail zu verbessern. Ein gutes Beispiel dafür ist das vom finanziellen Umfang größte Projekt, die Weihnachtsbeleuchtung ‚Ludwigshafener Lichterzauber‘. Hier gelingt es seit Jahren mithilfe des Sponsors TWL immer wieder neue Lichtakzente in der Innenstadt zu setzen und die Aktion qualitativ in jedem Jahr weiterzuentwickeln.

Die Idee, die Hochschule in die Innenstadt zu holen, ist nach wie vor bei allen Akteuren präsent, auch wenn der ‚große Wurf‘ jetzt auf dem Hochschul-Campus direkt umgesetzt wird. Durch die Diskussion ist ein wichtiger Impuls für eine bessere Vernetzung der Hochschule mit den Akteuren in unserer Stadt entstanden. Eine Intensivierung der Zusammenarbeit von Hochschule und Stadtmarketing in den nächsten Jahren verfolgt das Ziel einer weiteren Aufwertung des Hochschulstandortes Ludwigshafen.

Ludwigshafen am Rhein ist eine wachsende moderne Industriestadt mit mehr als 100.000 Arbeitsplätzen und mehreren Tausend Unternehmen, hochwertigen Angeboten im Bereich Kultur und Freizeit und einem guten, bezahlbaren Wohnangebot, das für unsere Stadt im Wachstum weiter ausgebaut wird.

Ludwigshafen hat mit seiner Lage innerhalb der Metropolregion Rhein-Neckar ein großes Potential für eine erfolgreiche Entwicklung. Die in den vergangenen 20 Jahren aufgebauten Strukturen und Netzwerke sind eine gute Ausgangsposition für eine auch in Zukunft erfolgreiche Arbeit des Marketing-Vereins.

Die Mitglieder des Marketing-Vereins und seine zahlreichen Sponsoren und Unterstützer werden dieses Potential zu nutzen wissen.

# MARKETING-VEREIN LUDWIGSHAFEN

## VORSTAND IM ZEITVERLAUF

### VORSTAND

#### 1998

Vorsitzender  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeister Dr. Wolfgang Schulte  
Michael Cordier  
Werner Severin  
Bernd Flickinger  
Heinrich Hagenbucher  
Dr. Knut Weber

#### 2000

Vorsitzender  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeister Dr. Wolfgang Schulte  
Michael Cordier  
Werner Severin  
Heinrich Hagenbucher  
Dr. Werner Regenber  
Dr. Knut Weber

#### 2001

Vorsitzender  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeister Dr. Wolfgang Schulte  
Michael Cordier  
Rolf Settelmeier  
Heinrich Hagenbucher  
Dr. Werner Regenber  
Dr. Wolfgang Schubert

#### 2002

Vorsitzende  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse  
Michael Cordier  
Rolf Settelmeier  
Heinrich Hagenbucher  
Dr. Werner Regenber  
Dr. Wolfgang Schubert

#### 2005

Vorsitzende  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse  
Michael Cordier  
Rolf Settelmeier  
Heinrich Hagenbucher  
Dr. Werner Regenber  
Detlef Tuttlies

**2009**

Vorsitzende  
Stellvertretender Vorsitzender  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse  
Michael Cordier  
Heinrich Hagenbucher  
Dr. Rüdiger Linnebank  
Marcus Endlich  
Tina Krauß  
Dr. Werner Regenberg  
Detlef Tuttlies  
Hans Ziegler

**2012**

Vorsitzende  
Stellvertretender Vorsitzender  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse  
Georg Amling  
Heinrich Hagenbucher  
Dr. Rüdiger Linnebank  
Marcus Endlich  
Tina Krauß  
Ernst Merkel  
Dr. Werner Regenberg  
Hans Ziegler

**2015**

Vorsitzende  
Stellvertretender Vorsitzender  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse  
Marcus Keller-Leist  
Dr. Werner Regenberg  
Dr. Rüdiger Linnebank  
Mathias Berkel  
Marcus Endlich  
Tina Krauß  
Ernst Merkel  
Hans Ziegler

**2018**

Vorsitzende  
Stellvertretender Vorsitzender  
Stellvertretender Vorsitzender  
Schatzmeister  
Beisitzer

Oberbürgermeisterin Jutta Steinruck  
Rolf Haselhorst  
Marcus Keller-Leist  
Thomas Traue  
Mathias Berkel  
Marcus Endlich  
Franz-Josef Reindl  
Wolfgang van Vliet  
Petros Xylouris

**GESCHÄFTSFÜHRER**

**1998 bis 2010**  
**2010 bis dato**

Ulrich Gaißmayer  
Michael Cordier

## MITGLIEDER UNTERNEHMEN

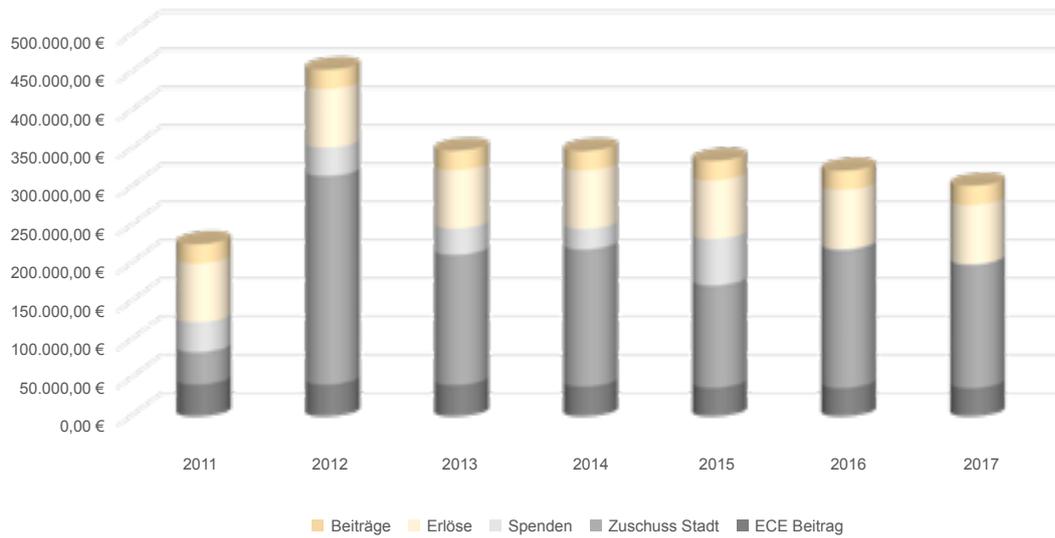
AbbVie GmbH & Co. KG, Alltreu Revision und Treuhand GmbH, asensus GmbH, Auto Bähr GmbH & Co. KG, Autohaus Bayer KG, Autohaus Ivancan GmbH, Autohaus Klaus Scheller GmbH, Autohaus Peugeot Koch GmbH, Baist GmbH, BASF SE, BASF Wohnen + Bauen GmbH, Berkel AHK Alkoholhandel GmbH & Co. KG, BG Kliniken Ludwigshafen und Tübingen gGmbH, BK Giuliani GmbH, BKK Pfalz, Blumenhaus Jean Kullmann, CDU Ludwigshafen, cyperfection GmbH, Decathlon Sportspezialvertriebs GmbH, Dr. Rossa & Partner Zahnmedizinisches Versorgungszentrum, Druckerei Wiedmann oHG, ECE Projektmanagement GmbH & Co KG Rathaus-Center Ludwigshafen, Einzelhandelsverband Rheinhessen/Pfalz - Zweigstelle Ludwigshafen, Europa Hotel Ludwigshafen GmbH, Event Connection e.K., Fasihi GmbH, Felix Bowling GmbH, Frank Schönholz GmbH, Franz Kehl Betriebs-GmbH, GAG Ludwigshafen am Rhein AG, Gesundheitlicher Förderkreis e.V., Gesundheitsnetz Rhein-Neckar-Dreieck e.V., Globus Handelshof St. Wendel GmbH & Co. KG Betriebsstätte Ludwigshafen, GML Abfallwirtschaftsgesellschaft mbH, Hafenbetriebe Ludwigshafen am Rhein GmbH, Hans Kohlhoff GmbH & Co. KG, Hasan Dogan GmbH, Haus & Grund Ludwigshafen e.V., HEADLINE24 GmbH & Co. KG, Hochschule Ludwigshafen, HTS GmbH, IHK für die Pfalz, Interessengemeinschaft der Ludwigshafener Gewerbevereine, iperdi GmbH, Joblinge MRN gAG, Joseph Vögele AG, Juwelier Josef Räth, Kamp Reisen GmbH & Co. KG, Keipp elektro-bau-technik GmbH, Dr. Henning Madsen Kieferorthopädie, Klinikum der Stadt Ludwigshafen gGmbH, Kübler Hallenheizung GmbH, Kuthan-Immobilien, Leuchtfeuerhof, Ludwigshafener Sport-Club 1925 e.V., LUKA GmbH, LUKOM GmbH, LUMEDIA GmbH, Mannheimer Morgen Großdruckerei & Verlag GmbH, MEC METRO-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG, Metro Cash & Carry Deutschland GmbH, Nino Druck GmbH, Northwind Filmagentur GmbH, OBI GmbH & Co. Deutschland KG, OrgaMAXX.IT GmbH, Pelzhaus Chr. Schad GmbH & Co. KG, Peter Muhlert GmbH, Pfalzwerte AG, Privatbrauerei Gebr. Mayer GmbH & Co. KG, Pro Concept Holding AG, Rhein-Neckar Fernsehen GmbH, Rheinpfalz Verlag und Druckerei GmbH & Co. KG, RPR Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH & Co. KG, Saint-Gobain Isover G+H AG, Schmalz Umzugsunternehmen GmbH & Co. KG, Schmitt Mode für Männer, Schuh-Keller KG, Sensus GmbH, SHE Informationstechnologie AG, Sparkasse Vorderpfalz, Süddeutsche Bewachung GmbH, Sunshine Gastro-Team GbR, SÜWE Vertriebs- und Dienstleistung GmbH & Co. KG, T & K Wohnstudio GmbH, Türkisch-Deutscher Unternehmerverband-Pfalz e.V., TSG Ludwigshafen-Friesenheim Bundesliga Handball GmbH, Technische Werke Ludwigshafen AG, TZL - Technologie Zentrum Ludwigshafen am Rhein GmbH, VR Bank Rhein-Neckar eG, W.E.G. WirtschaftsEntwicklungsGesellschaft Ludwigshafen am Rhein mbH, Werner Böhn GmbH, Wiederaufbau Gesellschaft mbH, Willer Sanitär + Heizung GmbH, Ziegle GmbH

## MITGLIEDER EINZELPERSONEN

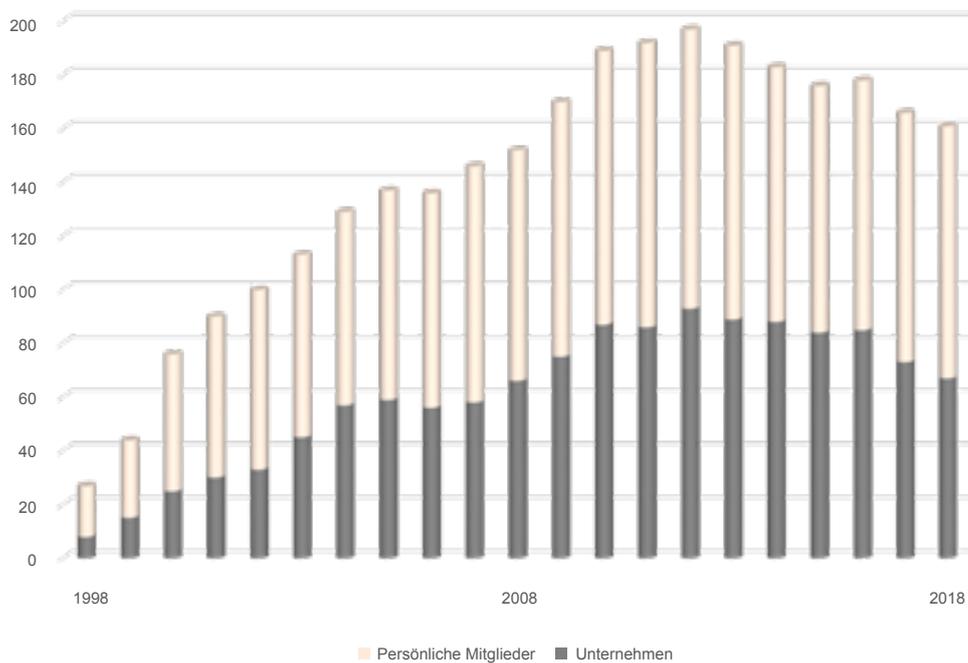
Bernd Albert  
Silvia Asel-Kaufmann  
Jürgen Baader  
Dirk Battau  
Sebastian Bäumler  
Martin Becker  
Ljubov Birkle  
Gudrun Brendel-Utzinger  
Markolf Georg Buchta  
Michael Cordier  
Matthias Darstein  
Professor Dr. Günter Dhom  
Marcus Endlich  
Barbara Endlich  
Frank Fischer  
Norbert Fücks  
Ottmar Gerum  
Edna Gilbert  
Peter Görtz  
Charlotte Hallbach  
Karin Hartinger-Marasek  
Martin Hick  
Stephan Kirsch  
Heike Knapp  
Barbara Kohlstruck  
Elke König  
Dr. Elke Koser  
Tina Krauß  
Andreas Landwehr  
Heiko Lehmann  
Dr. Rüdiger Linnebank  
Oliver Mark  
Hans-Jürgen Mendel  
Walter Mittag  
Novica Momčilovic  
Udo Müller  
Petr Orsuliak  
Ria Pelikan

Patrick Pierau  
Sven Piske  
Barbara M. Pitz  
Peter Rauschenberg  
Professor Dr. Jürgen F. Riemann  
Karl-Heinz Ries  
Winfried Ringwald  
Alfred Schaar  
Holger Scharff  
Martin Schreiber  
Professor Dr. Wolfgang Schrott  
Dr. Wolfgang Schubert  
Gregor Seelinger  
Stefan Seitz  
Anke Simon  
Kurt Sippel  
Frank Stauder  
Manfred Treptau  
Steffen Unfricht  
Dr. h.c. Julius Waldkirch  
Professor Dr. Hartmut Walz  
Martin Wegner  
Alessandra Weigand  
Hans Joachim Weinmann  
Roger Werlich  
Sylvia Winkler  
Barbara Ziegler  
Ralf Zimmermann

## EINNAHMENENTWICKLUNG 1998 - 2018



## MITGLIEDERENTWICKLUNG 1998 - 2018





20 Jahre

**Marketing-Verein**  
Ludwigshafen e.V.

## EIN GEMEINSAMES ZIEL

FORTSCHRITT UND VIELFALT  
IN LUDWIGSHAFEN AM RHEIN

.... WIR GRATULIEREN!



# DAS\* HAB ICH JETZT DAVON!

Genossenschaftliche Beratung zu meinem Besten.

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

**\* Durchatmen, loslassen, frei sein!**  
Ich genieße unbesorgt das Leben –  
denn bei der VR Bank Rhein-Neckar  
sind meine Finanzen in besten  
Händen.

[vrbank.de](http://vrbank.de)

**VR Bank  
Rhein-Neckar eG**



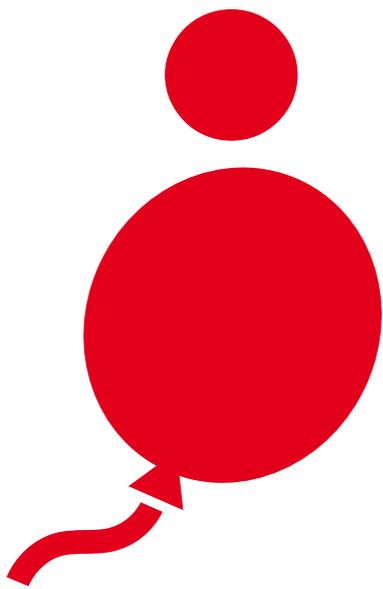


# Die Mariachi-Kapelle war leider ausgebucht.

Deshalb gratulieren wir dem Marketing-Verein  
Ludwigshafen e.V. auf diese Weise zum 20. Jubiläum.



# Jubilieren ist einfach.



**Wenn man auf 20 Jahre  
Marketing-Verein  
Ludwigshafen e.V.  
zurückblicken kann.  
Wir gratulieren zum  
Jubiläum!**