Kunst – Kultur – Stadtmarketing

Universität / Religionskundliche Sammlung
- bessere Beschreibung
- bessere Konzepte zur Vermittlung von speziellen Themen, Sammlungen, Ausstellungen an die Allgemeinheit
- Universität generell als Akteur*in stärker in die Oberstadtgestaltung einbinden
- Angebote für die Allgemeinheit schaffen
  - Austausch zwischen Kulturamt und Kunstmuseum: Vermittlung von Kunst und Kultur an Interessierte, Besucher*innen, Tourist*innen
  - Umgang mit dem Vermittlungskonzept bedarf (Positives Beispiel: Museumspädagogik im Kunstmuseum), Personal und Öffnungszeiten müssten angepasst werden, fehlende Kapazitäten über Wissenschaftliche Hilfskräfte kompensieren
  - Entdeckungstour Marburg

Alleinstellungsmerkmale Marburgs greifbar und erlebbar machen
- emotionalen Mitnehmen der Besucher*innen: „Wenn ich durch Marburg gehe, werde ich zum Forscher, zur Geschichtenerzählerin, zum Dichter.“
- Markenbotschafter aus Marburg finden
- Quiz: „Welcher Marburg-typ bist du?“

Mehr Kulturprogramm
- Fortgeschrittene Ansätze: Kultur Mobil
- Überlegungen, insbesondere im Rahmen von MR800:
  - Themenlinie: erinnern, erleben, erfinden
  - Wissensduschen

Vielfalt in der Oberstadt

Was genau macht Marburg aus?

Schlossmuseum
Für Kinder werden die Themen Mittelalter und Gebrüder Grimm so aufbereitet, dass sie interaktiv und zum Anfassen sind.
- nachhaltig Emotionen erzeugen

Stadtteilfeste / Straßenfeste
- Feste als weniger kommerzielle Veranstaltungen: Sommer in der Stadt, Kulturmobil
- Förderung von Flohmärkten
  - Wo können in der Oberstadt Feste und Flohmärkte stattfinden?
Steinweg viel mehr aufwerten und als Location für kulturelle Veranstaltungen / Märkte besser nutzen.