



Tätigkeitsbericht für das Jahr 2024 des Rates für Stadtmarketing Eupen

**Rathausplatz 14
4700 Eupen**

www.eupenlives.be

Tätigkeitsbericht 2024 des Rates für Stadtmarketing

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Situation	4
Tätigkeiten im Auftrag der Stadt Eupen und des Verwaltungsrates	5
Allgemeiner Auftrag der Stadt Eupen an den Rat für Stadtmarketing	6
Auftrag der Stadt Eupen an den RSM auf Basis des Geschäftsführungsvertrages 01.01.2023 – 31.12.2025	
• Bereich Tourismus	7
• Bereich Stadtmarketing	8
 A. Strategische Planungen	
1. Konzept 2020	9
2. TIS Klasse I – Markenkontaktpunkt	10
3. Mitgliedschaften	10
3. Leader Projekt – LAG Zwischen Weser und Göhl	11
4. IFH-Köln Umfrage Vitale Innenstädte	13
 B. Projekte Rat für Stadtmarketing zur Erfüllung der Zielsetzungen des Geschäftsführungsvertrages 01.01.2023 – 01.01.2025	
1. Wir für Eupen – Botschafter	14
2. Eupen Treuekarte	15
3. Veröffentlichungen Rat für Stadtmarketing	17
4. Eupen handelt V.o.G	18
5. Präsentkörbe mit regionalen Produkten	19
6. Eupener Klostertröpfchen	19
7. City-Info-Tafeln	20
8. Teilnahme Tourismusmessen	20
9. Präsenz Facebook	22
10. Eupen Fair Trade Gemeinde	22
11. Plastikfreie Stadt - Nutzung von Mehrwegbechern	22
12. Public Viewing	23
13. 31. Lambertusmarkt	23
14. Bauernhof zum Anfassen mit großem Erntedankumzug	24
15. 52. Weihnachtsmarkt	24
16. Objectif Proximité	25

17. Zwergenweg	25
18. Unterhalt Wanderknotenpunktnetz	26
19. www.eupenlives.be	26
20. Digitale Stadtführungen	27
21. Cera GoodWalk	28
22. Seitenstraße – Lesen hinter'm Tresen	29
23. Sonderbriefmarke 350 Jahre Stadtrechte	29

C. Arbeitskreise

1. Arbeitskreis Wanderer	29
2. Arbeitskreis Kultur	30

Allgemeine Situation

Zum 01. Januar 2017 hat der Rat für Stadtmarketing auf Wunsch der Stadt Eupen und des Verkehrsvereins die geschäftlichen Aktivitäten des Verkehrsvereins Eupen V.O.G. mit allen Verpflichtungen und Verantwortungen übernommen. Dementsprechend wurde das angestellte Personal des Verkehrsvereins unter Berücksichtigung aller schriftlichen Absprachen und Anerkennung sämtlicher erworbener Rechte übernommen.

Der RSM hat ebenfalls alle bestehenden Vereinbarungen und Verträge übernommen.

Der Verkehrsverein ist in seinem Fortbestand nicht gefährdet und konzentriert sich auf seine Kernaufgaben (Aktivitäten zur Verschönerung und Belebung der Innenstadt), sowie auf eine Beraterrolle und Ideengeber. Das Augenmerk soll auf der Beibehaltung bestehender Aktivitäten und auf der Entwicklung neuer Ideen liegen. Die laufenden Aktivitäten sind folgende:

- Weihnachtsmarkt
- Lambertusmarkt
- Vermietung der Weihnachtsbuden, die das Eigentum des VV bleiben

In diesem Zusammenhang hat der Rat für Stadtmarketing die Verantwortung und Leitung des Tourist-Info Büros übernommen ohne dass sich an den Angeboten für Touristen und Besuchern, sowie den bekannten und geschätzten Dienstleistungen des Tourist-Info etwas geändert habe .

Der Rat für Stadtmarketing wird im Rahmen seines zur Verfügung stehenden Budgets die Veranstaltungen des Verkehrsvereins (Lambertusmarkt, Weihnachtsmarkt,...) finanziell unterstützen.

Personalsituation

Geschäftsführer Alain Brock – Vollzeit

Mitarbeiterinnen Brigitte Haag 80%

Marion Decker 80%

Julia Palm 50% hat den Rat für Stadtmarketing am 15.12.2024

Steffi Mengels 50%

80% seit dem 01.04.2024 aufgrund der Leaderprojekte

Die Stelle von Julia Palm wurde durch die Deutschsprachige Gemeinschaft mit 50% bezuschusst (LBA). Mittlerweile ist das System auf Aktiv bzw. Aktiv+ umgestellt worden. Die Bezuschussung deutlich geringer und die Zulassbedingungen verschärft. Erschwerend kommt der ausgesetzte Indexsprung von 2022 hinzu. Die finanziellen Möglichkeiten des Rates für Stadtmarketing erlauben es nicht, die vakante Stelle neu zu besetzen.

Die Aufstockung von Steffi Mengels von 50% auf 80% ist durch die Gelder des Leaderprojektes ermöglicht.

Allgemeine Tätigkeiten des Geschäftsführers im Auftrag der Stadt Eupen und des Verwaltungsrates des Rates für Stadtmarketing :

- Erledigung der täglich anfallenden Arbeiten (Tagesgeschäft) bei der Durchführung der regulären Öffnungszeiten des Touris-Info Büros
- Geschäftsführung des Rates für Stadtmarketing : Verwaltung, Budgetplanung, Buchhaltung, Terminplanung, Schriftverkehr, ...
- Wöchentliche Teambesprechung mit den Mitarbeiterinnen – diese findet jeden Freitag ab 08.30 statt.
- Teilnahme an Versammlungen und Konferenzen
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer im Redaktionsteam von „Eupen erleben“ vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer und durch die Mitarbeiterin Steffi Mengels im Kommunikationsteam der Stadt Eupen vertreten
- Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer in der Arbeits- und Steuerungsgruppe Fair Trade Gemeinde Eupen vertreten
- Regelmäßiger Austausch zwischen Gemeindegremium (Schöffe Lucas Reul)) und dem Rat für Stadtmarketing (Geschäftsführer Alain Brock). Dieser Austausch findet nach Absprache Montags im Anschluss an das Gemeindegremium statt.
- Redaktion der wöchentlichen RSM-Neuigkeiten
- Einholen von Sponsoring
- Planung und Schaltung von Werbeanzeigen in Fachzeitschriften regional und überregional um die Vermarktung Eupens voranzutreiben.
- Organisation und Führung der verschiedenen Arbeitskreise
- Vorbereitung der Verwaltungsratssitzungen und der Generalversammlung
- Erstellen der Protokolle
- Planung, Entwicklung, Umsetzung und Begleitung von Projekten
- Pflege der Kontakte nach außen, Geschäfts-, und Kulturwelt, Verwaltungen

Allgemeiner Auftrag der Stadt Eupen an den Rat für Stadtmarketing V.O.G bei dessen Gründung

Der Rat für Stadtmarketing V.O.G hat das Ziel die positive Wahrnehmung Eupens

- Als touristisches Ziel mit all seinen architektonischen Trümpfen und seiner naturnahen Lage
- Als attraktiven Wohnort
- Als breitgefächerte Kultur- und Sportstätte
- Als Einzelhandelsstandort
- Als diversivierten Wirtschaftsstandort
- Als lebenswerte Stadt am Fuße des Hohen Venns

zu festigen und auszubauen und dies in einem Umfeld wachsender Konkurrenz von regionalen, nationalen und internationalen Standorten, die um die Gunst der Besucher werben.

Der derzeitige Auftrag der Stadt Eupen an den Rat für Stadtmarketing basiert auf dem laufenden Geschäftsführungsvertrag vom 13. Dezember 2022 und definiert die Zielsetzungen des Stadtmarketings bis zum 31.12.2025

Der Rat für Stadtmarketing hat das Ziel die Stadt Eupen zu einem attraktiven und hochwertigen Wirtschafts-, Tourismus- und Wohnstandort innerhalb der wachsenden, regionalen und internationalen Standortkonkurrenzen weiter zu entwickeln und zu positionieren. Die Umsetzung dieses Ziels orientiert sich an den Leitlinien und Leitbildern des Stadtentwicklungsplanes des Strategiekonzeptes 2020 und des neuentwickelten Strategiekonzeptes 2030

Eine kohärente Marketingstrategie basierend auf den seitens des Rates für Stadtmarketing, der Stadt Eupen und der Bevölkerung erarbeiteten Alleinstellungsmerkmalen und Markenzeichen soll hier als Grundlage dienen :

Eupen's Markenzeichen

- Eupen liegt am Schnittpunkt der romanischen und germanischen Kulturen. Nicht nur die Mehrsprachigkeit ist gegeben, sondern auch eine gesunde Mischung von Lebensqualität.
- Eupen ist von Kriegsschäden verschont geblieben und verfügt über eine mehr als ansehnliche Bausubstanz aus dem 18. und 19. Jahrhundert und kann auf eine mehr als 800jährige Geschichte zurückblicken.
- Nicht nur Wälder umringen die Stadt. Eupen ist auch das Tor zum Hohen Venn, einer außergewöhnlichen Moorlandschaft

- Eupen ist die Hauptstadt der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens, eine der bestgeschützten Minderheiten in Europa
- Eupen liegt im Herzen der Euregio und verfügt über eine hervorragende Verkehrsanbindung. Lüttich, Maastricht, Köln und Aachen sind nur einen Katzensprung entfernt.
- Eupen liegt am Zusammenfluss von Weser und Hill
- Eupen ist multikulturell und bunt
- Eupen ist ein hervorragender Industriestandort. Zahlreiche mittelständische Unternehmen haben sich hier und in der direkten Umgebung niedergelassen und suchen motivierte und zuverlässige Mitarbeiter
- Eupen verfügt über ein eigenes Krankenhaus und eine dementsprechende Gesundheitsversorgung
- Eupen verfügt über ein breitgefächertes Kulturangebot
- Eupen bietet eine hervorragende Sportinfrastruktur. Sämtliche Sportarten werden in Eupen praktiziert.
- Eupen verfügt über zahlreiche Möglichkeiten zur Kleinkindbetreuung. Zahlreiche Schulen und Bildungsstätten bieten ein hohes Maß an unterschiedlichen Ausbildungsmöglichkeiten.
- Eupen verfügt ebenfalls über ein breites Angebot an gesellschaftlichen und sozialen Dienstleistungen. Die Wege zu den verschiedensten Diensten und Einrichtungen sind kurz.
- Eupen hat Zentrumscharakter

Folgende Zielsetzungen und Aufgabenbeschreibungen wurden im laufenden Geschäftsführungsvertrag für die folgenden drei Jahre(2023 – 2025) in den Bereichen Tourismus festgelegt.

Bereich Tourismus :

- Empfang von Besuchern
- Ausarbeitung Informationsmaterial und eigenen Veröffentlichung in den drei Landessprachen
- Vermarktung der Stadt Eupen als touristisches Ziel
- Gewährleistung des Markenkontaktpunktes
- Digitalisierung der touristischen Angebote vorantreiben.
- Aktive Ausarbeitung von nachhaltigen und familienfreundlichen touristischen Angeboten sowie den entsprechenden Kommunikationsmitteln

- Enge Zusammenarbeit mit dem städtischen Kommunikationsdienst unter Berücksichtigung der Vorgaben des städtischen Kommunikationskonzeptes
- Kontaktaufnahme und aktive Zusammenarbeit mit allen Vertreibern touristischer Angebote im betreuten Erlebnisraum
- Mitgliedschaften in nationalen oder internationalen Städtischen und touristischen Verbänden, die zur Weiterentwicklung der Tätigkeiten beitragen, anstreben und pflegen.
- Gewährleistung des Markenkontaktpunktes
 - Kontakte zu den verschiedenen Akteuren im Erlebnisraum
 - Aktive Nutzung des Claims für die Tourismusregion Ostbelgien
 - Verwendung der Standortmarke Ostbelgien und der Logos der Gemeinden als untergeordnete Marken
 - Organisation des Gästeempfangs des Markenkontaktpunkts und Unterordnung der lokalen Ebene
 - Unterstützung Leuchtturm-Projekte
 - aktive Unterstützung der TAO im Destinationsmanagement
 - Digitale Erreichbarkeit 24/24 Stunden über digitales Endgerät
 - Sonntags geöffnet zu Ferienzeiten in Belgien
 - Personalaustausch mit lokalen touristischen Informationsstellen
 - Visuelle Sichtbarkeit der Kennzeichen des Erlebnisraums Ostbelgien (über Farbgebung und Material) in den eigenen Räumen
 - Aktive Unterstützung regionaler Produkte als Handelspartner von „Made in Ostbelgien“
 - Eigene Veröffentlichungen in den 3 Landessprachen
 - Ruhe- und Begegnungszone für die Gäste

Bereich Stadtmarketing :

- Bedarfsanalyse
- Definieren und Zusammenführen der Akteure für die Ausführung des Auftrags
- Vermarktung des Standorts Eupen :
 - Zurverfügungstellung von Plattformen
 - Entwicklung neuer Vermarktungsmöglichkeiten für den Einzelhandel
 - Koordination und Verwaltung der Plattformen und Möglichkeiten
- Enge Zusammenarbeit mit dem städtischen Kommunikationsdienst unter Berücksichtigung der Vorgaben des städtischen Kommunikationskonzeptes
- Begleitung von städtischen Entwicklungskonzepten und Austausch mit den städtischen Diensten
- Statistische Erfassungen in Kooperation mit anderen Diensten:
 - Zusammenarbeit bei der Erfassung der Ist-Situation
 - Austausch von Informationen bei der Auswertung: Bedarfsanalyse und Entwicklungsmöglichkeiten
- Austausch von Informationen bei der Auswertung der Auswirkung der ergriffenen Maßnahmen

A. Strategische Planungen, Aktivitäten und Projekte des Rates für Stadtmarketing

1. Konzept 2030

Basierend auf seinem bereits in 2012 und 2020 erarbeiteten Strategiekonzepten hat der Rat für Stadtmarketing sein Strategiekonzept 2030 vorgestellt.

Zielsetzung : Position Eupens als attraktive Stadt in der Euregio festigen und ausbauen

Im Rat für Stadtmarketing ist die organisierte Zivilgesellschaft vertreten. Dies beinhaltet das Engagements der verschiedenen Vereine, Verbände und vielfältige Formen von Initiativen und sozialen Bewegungen. Dazu zählen alle Aktivitäten, die nicht von parteipolitischen Interessen sind

Der Rat für Stadtmarketing, als zivilgesellschaftliche Organisation, verfügt über eine organisierte Struktur, deren Mitglieder in einem demokratischen Prozess dem allgemeinen Interesse dienen.

Eine solche Organisation tritt als Vermittler zwischen den gesellschaftlichen Partnern auf.

Die Stadt Eupen verfügt mit dem Rat für Stadtmarketing über ein Gremium, das in Konsultation mit den verschiedenen gesellschaftlichen Partnern Positionen zu stadtrelevanten Themen erarbeitet. Der Rat für Stadtmarketing, als beratendes Gremium, ermöglicht der Stadt in ihren Entscheidungen eine größtmögliche gesamtgesellschaftliche Akzeptanz zu erreichen.

Um die Position der Stadt Eupen als attraktiven Standort zu festigen und auszubauen ist die Zusammenarbeit sämtlicher Partner und Stakeholder unserer Stadt zwingend erforderlich. Es bedarf gemeinsamer Anstrengungen um diese Zielsetzungen zu erreichen. Eine attraktive Stadt zeichnet sich u.a. durch ein attraktives und gepflegtes Stadtzentrum aus. Ganz nach dem Motto: Erleben, Flanieren, Verweilen, Genießen, Einkaufen.

All unsere Initiativen sind der Nachhaltigkeit unterworfen und beziehen globale Entwicklungen mit ein. Dies setzt auch grenzüberschreitende Zusammenarbeit und Partnerschaften voraus.

Es gilt eine langfristige Bindung von Einheimischen, Zugezogenen, Besuchern, Touristen und Gästen zu schaffen um die Attraktivität unserer Stadt zu steigern und die Verweildauer im Zentrum und damit auch die Kaufbereitschaft zu erhöhen.

Ein koordiniertes Zusammenspiel sämtlicher Partner und Stakeholder schafft die Voraussetzungen für einen attraktiven Standort.

2. Touristische Informationsstelle Klasse 1 und Markenkontakt

Im Rahmen des Umzuges zum Rathaus und der getätigten Renovierungsarbeiten wurde das Tourist-Info-Büro Eupen, dessen Leitung und Führung dem Rat für Stadtmarketing seit 2017 obliegt, in die Klasse 1 für touristische Informationsstellen Beginn 2022 eingestuft und fungiert seitdem als Markenkontakt für den Norden der Deutschsprachigen Gemeinschaft.

Der Markenkontaktpunkt bewirbt Eupen, Lontzen, Kelmis und Raeren als eine Destination.

Die Einstufung in die Tourismuskategorie 1 zieht zudem zahlreiche Sonntagsöffnungen nach sich. So ist das Tourist-Info Büro an allen Sonntagen der Ferien in Belgien (Wallonie und Flandern) geöffnet. Dies ist personaltechnisch eine große Herausforderung.

Durch den Umzug vom Marktplatz in die größeren und renovierten Räumlichkeiten ins Rathaus hat der Rat für Stadtmarketing endlich die Möglichkeiten die Besucher gebührend zu empfangen. Auch können die regionalen Produkte, Wanderkarten und Broschüren viel besser präsentiert werden.

In 2024 zählte das Tourist-Info Büro insgesamt 24.052 Besucher

In 2023 zählte das Tourist Info Büro insgesamt 26.928 Besucher

In 2022 zählte das Tourist Info Büro insgesamt 20.713 Besucher

In diese Statistik fließen auch die Besucher an unseren Messeständen und die Teilnehmer der Gruppenreisen ein.

3. Mitgliedschaften

• Bundesverband City- und Stadtmarketing Deutschland

Seit 2012 ist der Rat für Stadtmarketing Eupen das einzige ausländische Mitglied im Bundesverband City- und Stadtmarketing Deutschland. Diese Mitgliedschaft ermöglicht dem Geschäftsführer die Teilnahme an interessanten Seminaren und Vorträgen..

Teilnahme Tagungen und Treffen 2024

- Deutscher Stadtmarketingtag in Wuppertal vom 21. – 23. April 2024
- Treffen Landesverband Nordrhein-Westfalen in Leverkusen am 06. März
- Deutsche Stadtmarketingbörse in Hanau vom 22. – 24. September 2024
- Treffen Landesverband Nordrhein-Westfalen in Köln am 8. November 2024

• Visit Wallonia

Visit Wallonia ist die Nachfolgeorganisation der Wallonie Bruxelles Tourisme. WBT hat sich aufgrund einer politischen Entscheidung in Wallonie und Bruxelles aufgeteilt. Visit Wallonia ist nun zuständig für die touristische Vermarktung der Wallonie.

Am

- Association du Management de Centre-Ville

4. Leader Projekt – Lokale Aktionsgruppe „Zwischen Weser und Göhl“

Der Rat für Stadtmarketing hat einen effektiven Sitz in der Generalversammlung „Zwischen Weser und Göhl“ seit 2018. Der Geschäftsführer Alain Brock bekleidet im Vorstand das Amt des Kassierers seit Dezember 2018 und tagt auch im Verwaltungsrat.

Die erste Leader-Förderperiode ist zum 31.12.2023 ausgelaufen. Die folgende Leader-Förderperiode hat zum 01.01.2024 begonnen und läuft bis zum 31.12.2026

Der Rat für Stadtmarketing hatte als Projektautor zwei Projekte in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen des Markenkontaktpunktes aus Lontzen, Raeren und Kelmis als Projektträger bei der LAG „Zwischen Weser und Göhl“ eingereicht. Kelmis hat im September 2024 nun doch noch zugestimmt sich an den beiden Projekten zu beteiligen.

Projekt A : Angebotsentwicklung und Angebotserarbeitung für die verschiedenen Touristengruppen, die unsere Region besuchen samt Bewerbung für die Erlebniswelt Nord in Einklang mit der Strategie der Tourismusgastur zur Bewerbung der Destination Ostbelgien

In den vier Gemeinden im Norden der Deutschsprachigen Gemeinschaft, Kelmis, Raeren, Lontzen und Eupen, gibt es ein Netz von Stiegeln, also von Hecken- oder Zaundurchtritten, die es Wanderern erlauben, Wiesen und Weiden zu überqueren, ohne dem Vieh ein Ausbrechen zu ermöglichen. Diese Stiegel haben unterschiedlichste Formen, z.B. Drehkreuze, Holzgatter oder die sicher ältesten Stiegel aus aufrecht gestellten rohen Blausteinquadern, sogenannten „Hünensteinen“.

Die Verbindungspfade von Stiegel zu Stiegel waren für die lokale Bevölkerung seit je her ein typischer Bestandteil ihres Alltags, die kürzeste Verbindung zum Beispiel zur Schule, zum Dorfzentrum, zum Hof, zur Kirche. Sei es in Form von Gerechtsamen, Vizinalwegen oder als gemeindeeigene Wege sind diese Wiesenpfade heute beliebte Wanderwege durch die für unsere Region typische Hecken-, Wiesen- und Weidelandschaft. Ihre Bedeutung für die Naherholung der hiesigen Bevölkerung wurde gerade in der Zeit der Corona-Pandemie nochmals unterstrichen.

Allerdings werden diese Wege von den Nutzern mehrheitlich nur innerhalb der jeweiligen Gemeinde begangen. Jede Gemeinde hat ihr eigenes Hinweissystem und auch das zur Verfügung gestellte Karten- und Dokumentationsmaterial ist von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich.

In einigen Ortschaften ist das Netz sehr gut ausgebaut und gekennzeichnet, in anderen Orten kann dies noch verbessert werden. Das neu eingeführte und ausgeschilderte Wanderknotenpunktsystem nutzt diese Stiegelpfade nur selten.

Die Projektidee entwickelte sich aus der Initiative der Dorfgruppe Kettenis heraus, die 2016 mit der Anfrage einer Inwertsetzung der Stiegel und ihrer Verbindungspfade zur Neubelebung des lokalen Wegenetzes in Kettenis an die Stadt Eupen herangetreten ist. Gemeinsam mit der Stadt Eupen wurden dann Stiegeltore erneuert, Signalstangen als Orientierungshilfen im Gelände

aufgesetzt und ein Faltblatt mit dem Netz der Stiegelpfade rund um Kettenis herausgegeben. Dieses Projekt wurde im Rahmen des Kommunalen Naturentwicklungsplan der Stadt Eupen realisiert und finanziert. Die erfolgreiche Umsetzung basierte wesentlich auf dem engen und persönlichen Kontakt der Initiatoren, der Dorfgruppe, mit den betroffenen Eigentümern und Landwirten. Im Zuge dieses Projektes entwickelte sich bei der Dorfgruppe Kettenis die Idee, eine gemeindeübergreifende Vernetzung der Wegenetze anzustreben. Sie hat infolge ihrer Initiative und Kontaktaufnahme alle vier Gemeinden für eine gemeinsame Vorgehensweise zur gemeindeübergreifenden Vernetzung der Stiegelpfade gewinnen können.

Das Projekt wurde durch den Rat für Stadtmarketing, der als Projektkoordinator fungiert eingereicht und durch die Wallonische Region genehmigt.

Für die Umsetzung des Projektes wurde ein Budget von 94.090,24€ genehmigt. 10% der Projektsumme sind als Eigenbeteiligung durch die 4 teilnehmenden Gemeinden (Eupen, Lontzen, Raeren und Kelmis) zu tragen. Mit den zuständigen Schöffen wurde abgesprochen, diese Summe durch 4 zu teilen.

In 2024 wurde Großteil der Stiegel durch die Projektverantwortliche Steffi Mengels erfasst und dokumentiert und eine gemeindeübergreifende Karte erstellt.

Projekt B : Erlebniswelt Ostbelgien-Nord

Angebotsentwicklung und Angebotserarbeitung für die verschiedenen Touristengruppen, die unsere Region besuchen samt Bewerbung für die Erlebniswelt Nord in Einklang mit der Strategie der Tourismusagentur zur Bewerbung der Destination Ostbelgien

Am 13. Dezember 2021 ist die touristische Informationsstelle Eupen (Tourist-Info) seitens des Ministeriums für Tourismus in die Kategorie 1 für touristische Informationsstellen in der Deutschsprachigen Gemeinschaft eingestuft worden und organisiert sich als Markenkontaktpunkt der Naturerlebnisregion Ostbelgien. Der Rat für Stadtmarketing ist Träger der Tourist-Info Eupen. Als Markenkontaktpunkt Ostbelgien deckt die touristische Informationsstelle Eupen das gesamte Informations- und Beratungsangebot für den gesamten Norden der Deutschsprachigen Gemeinschaft (Lontzen, Raeren, Kelmis und Eupen) ab. Die touristische Informationsstelle Eupen fungiert als Informations- und Servicestelle sowie Einstiegspunkt für den Erlebnisraum Ostbelgien Nord . Sie organisiert gemeindeübergreifend die touristische Animation und die buchbaren Leistungsangebote (z. Bsp. Events, Touren, Gruppenreisen,...) wofür sie eng mit den lokalen touristischen Informationsstellen zusammenarbeitet. Das Informations- und Beratungsangebot deckt mehrere Gemeinden ab. Die Touris-Info Eupen unterstützt aktiv regionale Produkte als Handelspartner des Labels „Made in Ostbelgien“.

In einem gemeindeübergreifenden Projekt soll die gesamte Region im Norden der DG als eine Destination beworben werden. Als roter Faden dient hierbei die Venntrilogie die ausgehend vom Dreiländerpunkt unsere Region bis hinunter nach Malmedy durchquert. Die verschiedenen Gemeinden haben die Möglichkeit eine Themenwanderung basierend auf dem Knotenpunktsystem einzubringen, Auch werden die Sehenswürdigkeiten, die Freizeitmöglichkeiten, die Horecabetriebe präsentiert. Im Schulterschluss mit den anerkannten Kulturträgern sollen auch die Veranstaltungen, die ein überregionales Publikum anziehen beworben werden. Gleiches gilt für die Sportveranstaltungen auf höchstem Niveau. Das Projekt wurde durch den Rat für Stadtmarketing, der als Projektkoordinator fungiert eingereicht und durch die Wallonische Region genehmigt. Für die Umsetzung des Projektes wurde ein Budget von 103.501€ genehmigt. 10% der Projektsumme sind als Eigenbeteiligung durch die 4 teilnehmenden Gemeinden (Eupen, Lontzen, Raren und Kelmis) zu tragen. Mit den zuständigen Schöffen wurde abgesprochen, diese Summe durch 4 zu teilen.

In 2024 wurde seitens der Projektverantwortlichen Steffi Mengels die anerkannten Übernachtungsbetriebe, die Sehenswürdigkeiten und die Freizeitmöglichkeiten der Region erfasst.

5. IFH-Köln Untersuchung „Vitale Innenstädte 2024“

Eupen hat, durch den Rat für Stadtmarketing, im Oktober 2024 als eine von 111 Städten (110 aus Deutschland und Eupen) an der Umfrage „Vitale Innenstadt 2024“ des Institutes für Handelsforschung Köln teilgenommen. Für Eupen war es nach 2016, 2018, 2020, 2022 die fünfte Teilnahme. Im Oktober 2024 wurden die Besucher der Eupener Innenstadt durch die Mitglieder des ASV Werth zu folgenden Themen befragt:

- Attraktivität der Innenstadt
- Bedeutung von On-line Angeboten
- Änderung des Einkaufsverhalten durch Online-Shopping
- Aufenthaltsdauer und Besuchshäufigkeit
- Wohnort, Alter und Geschlecht

Die erhaltenen Umfrageergebnisse ermöglichen einen Vergleich mit unseren Resultaten aus 2020 und 2022 sowie ein Vergleich mit dem Ortsgrößendurchschnitt.

Eupen wurde der Ortsgröße bis 50.000 Einwohnern zugeteilt.

Die Besucher der Innenstadt wurden zu ihrem Einkaufsverhalten, zum Eupener Einzelhandelsangebot, zur Entwicklung der Attraktivität und der zu treffenden Maßnahmen, zu ihrem Besuchsanlass, zu ihren Anforderungen und Wünschen, zur Erreichbarkeit des Standortes,

zu ihrem Online-Shopping und ihrer Aufenthaltsdauer befragt. Die Interviews wurden Ende Oktober durch die durch die Mitglieder des ASV Werth geführt. Ende Januar 2025 werden wir die Resultate seitens des Institutes für Handelsforschung erhalten

B. Projekte des Rates für Stadtmarketing

Die Projekte des Rates für Stadtmarketing sind im Einklang mit der im Geschäftsführungsvertrag mit der Stadt Eupen vereinbarten Aufträgen.

Der Rat für Stadtmarketing Eupen hat mit denselben Problemen wie andere Citymanagements zu kämpfen. Es gilt den Spagat zu schaffen zwischen Eventorganisation und strategischer Denkfabrik. Die Organisation von Veranstaltungen ist für die Sichtbarkeit und die Wahrnehmung des RSM von größter Bedeutung.

Projekte des Rates für Stadtmarketing in den Bereichen Stadtmarketing und Tourismus zur Erfüllung der Zielsetzungen und Aufgaben des Geschäftsführungsvertrages (2023-2025)

1. Wir für Eupen – Botschafter

Im Zuge der Realisierung einer positiven Wahrnehmung unserer Stadt im regionalen und euregionalen Umfeld (Strategiekonzept 2020) wurde im Jahre 2014 die Initiative : „Wir für Eupen – Botschafter“ lanciert. Dieses auf fünf Jahren angelegte Projekt sollte ursprünglich Ende 2019 auslaufen. Es wurde allerdings auf Wunsch vieler Botschafter um 5 Jahre verlängert.

Wir alle wünschen uns doch eine blühende und lebendige Innenstadt mit interessanten Geschäften; eine Stadt, die für eine kulturelle Vielfalt steht und für ihre sportlichen Aktivitäten bekannt ist; eine Stadt, die naturnah gelegen und architektonisch wertvoll ist; eine Stadt, in der soziales Engagement gelebt wird; eine Stadt, die einfach lebenswert und besucherfreundlich ist, die zum Verweilen und Genießen einlädt, und für jeden Geschmack etwas zu bieten hat.

Die Botschafter zahlen einen jährlichen Beitrag in Höhe von 150€. Der Gesamtbetrag fließt in die Vermarktung unserer Stadt ein und wird beispielsweise für die Veranstaltungskosten von Events genutzt oder für die Erstellung von Broschüren oder das Schalten von Anzeigen.

Wie gehen wir vor?

Die seitens des RSM, der Stadt Eupen und der Bevölkerung erarbeiteten Alleinstellungsmerkmale stehen im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie.

Was die Schaffung einer positiven Wahrnehmung im euregionalen Umfeld betrifft sind bzw. sind wir auf einem guten Weg.

In 2016 wurden 23.170 Übernachtungen registriert.

Für das Jahr 2017 wurden in Eupen 37.455 registrierte Übernachtungen gezählt.

In 2018 stiegen die registrierten Übernachtungszahlen auf 37.201.

Für 2019 wurden insgesamt 42.142 Übernachtungen gezählt.

In 2020 kam es dann zu einem Corona geschuldeten Einbruch der Übernachtungszahlen. Diese sanken auf 24.412.

Durch die Flutkatastrophe im Juli 2021 wurde das Hotel Ambassador schwer beschädigt und ist seitdem unbewohnbar. Dies hat natürlich einen großen Einfluss auf die Übernachtungszahlen.

Nichtsdestotrotz sind die Übernachtungszahlen in 2021 auf 30.472 gestiegen. Auch in 2022 hat sich die positive Entwicklung fortgesetzt; wurden doch 37.166 Übernachtungen gezählt.

In 2023 wurden 37.455 Übernachtungen gezählt

In 2018 wurden 103 Gruppenreisen über den RSM/Tourist Info mit 2.794 Besuchern betreut.

In 2019 wurden die Zahlen quasi verdoppelt auf 200 Gruppenreisen mit 5.825 Besuchern.

Leider hat dann Corona ab 2020 einen Strich durch eine weitere positive Entwicklung gemacht.

So haben 2020 und 2021 praktisch keine Bus- und Gruppenreisen stattgefunden.

In 2022 hat es dann einen deutlichen Aufschwung gegeben. So konnten wir wieder 128 Gruppen mit insgesamt 2.819 Personen begrüßen. Bei den Gruppenreisen gilt es weitere Anstrengungen zu unternehmen und Einnahmen zu generieren.

In 2023 konnten wir 199 Gruppen mit 3.953 Besuchern begrüßen.

2. Projekt Eupen Treuekarte – Gutscheine der Eupen Treuekarte

Das Projekt der Eupener Treuekarte erfreut sich trotz Corona weiterhin großer Beliebtheit. Treue Kunden werden für ihre Einkäufe belohnt und erhalten außerdem die Möglichkeit bei den 4 jährlichen Ziehungen tolle Preise zu gewinnen.

Seit Beginn der Aktion haben bis zum 31. Dezember 2024 bereits 57 (!) Ziehungen stattgefunden.

Das Projekt Eupen Treuekarte ist ein Hauptaugenmerk des RSM gerade vor dem Hintergrund der neugestalteten Innenstadt hat sie eine Vielzahl von Funktionen :

- Bindung der Kundschaft und der Kaufkraft

- Solidarität der teilnehmenden Geschäftsleute
- Signal an die Kundschaft „Bleiben Sie uns treu“
- Belohnung der Kundschaft durch 5€ Ermäßigung (vollgeklebte Karte) und Teilnahme an vier interessanten Verlosungen pro Jahr.

Dieses Projekt ist natürlich auch mit großem Aufwand für den RSM verbunden :

- Buchhaltung
- Werbung
- Erstellung von Plakaten
- Organisation der Verlosung (Preise bestimmen, Einsammeln der Karten, Listing erstellen,...)

Die Kosten für die teilnehmenden Geschäftsleute belaufen sich auf 1,33% vom Umsatz. Für eine Treuekarte ist dies ein sehr günstiger Prozentsatz. Daher ist es verwunderlich, dass nicht mehr Geschäftsleute an dieser Aktion teilnehmen.

Mitte 2011 hat der Rat für Stadtmarketing die Gutscheine der Eupen Treuekarte eingeführt. Die Gutscheine können ab einem Einkaufswert von 10€ im Tourist-Info erworben werden und können in allen teilnehmenden Geschäften eingelöst werden. Es besteht zudem die Möglichkeit gegen die Zahlung eines Aufpreises von 2,50€ eine hochwertige Geschenkbox mit mehreren Gutscheinen zu erwerben. Eine ideale Geschenkidee. Die Treuekartengutscheinbox. Verschenken Sie Freude zu jedem Anlass : Geburtstag, Kommunion, Weihnachten, ...

Beginn 2013 hat das Gemeindegremium beschlossen, die Bargeldgeschenke seitens der Stadt Eupen bei Jubiläen, Geburtstagen, Geburten, ... abzuschaffen und stattdessen Gutscheine der Treuekarte zu verschenken. Mit dieser Entscheidung wird der Eupener Einzelhandel unterstützt, da die ausgezahlten Prämien in Eupen bleiben.

Auch werden die Gutscheine zu Weihnachten, Geburtstagen,... stets mehr und mehr verschenkt
So wurden 2017 für insgesamt 16.430€ Gutscheine verkauft.

Für das Jahr 2018 wurden Gutscheine im Wert von 25.920€ verkauft

Für das Jahr 2019 wurden Gutscheine im Wert von 27.050€ verkauft

Für das Jahr 2020 wurden Gutscheine im Wert von 42.100€ verkauft

Für das Jahr 2021 wurden Gutscheine im Wert von 50.700€ verkauft

Für das Jahr 2022 wurden Gutscheine im Wert von 54.420€ verkauft

Für das Jahr 2023 wurden Gutscheine im Wert von 52.800€ verkauft

Am 31.12.2024 zählt die Eupen Treuekartekarte 50 aktive teilnehmende Geschäfte

Von Januar bis Dezember 2024 haben 4 Verlosungen der Eupen Treuekarte stattgefunden :

Tätigkeitsbericht 2024 des Rates für Stadtmarketing

- Weihnachtsziehung 15. Februar 2024
Eingereichte Treuekarten : 668
70 Preise im Wert von 3.675€ wurden verlost
- Frühjahrsziehung : 24. Mai 2024
Eingereichte Treuekarten : 879
30 Preise im Wert von 1.600€ wurden verlost
- Sommerziehung 23. August 2024
Eingereichte Treuekarten : 663
50 Preise im Wert von 2.625€ wurden verlost
- Herbstziehung 22. November 2023
Eingereichte Treuekarten : 707
30 Preise im Wert von 1.475€ wurden verlost

In 2024 wurden insgesamt 2.917 Treuekarten eingereicht. Dies entspricht einem Umsatz von 1.458.500€. Auch wurden Preise im Wert von 9.375€ verlost.

In 2023 wurden insgesamt 2.565 Treuekarten eingereicht. Dies entspricht einem Umsatz von 1.282.500€. Auch wurden Gutscheine im Wert von 5.725€ verlost.

In 2022 wurden insgesamt 2.803 Treuekarten eingereicht. Dies entspricht einem Umsatz von 1.401.500€

In 2021 wurden insgesamt 2.611 Treuekarten eingereicht. Ein deutlicher Aufwärtstrend. 2.611 Treuekarten entsprechen einem Umsatz von : 1.305.500.

Der Rat für Stadtmarketing hat 2021 Preise in Gutscheinform im Wert von 7.275€ verlost. Diese Gutscheine sind bei den teilnehmenden Geschäften einzulösen.

Im Jahr 2020 wurden seitens der Eupener Geschäftsleute 2.073 vollgeklebte Treuekarten eingereicht. Im Jahr 2019 waren 2.737 Treuekarten. Diese negative Entwicklung ist natürlich durch die Coronakrise und die damit verbundene Geschäftsschließungen während des Lockdowns zu erklären.

3. Veröffentlichungen RSM

A. Eupen Info

Auch in 2024 hat der Rat für Stadtmarketing die Eupen Info Broschüre (digital und analog) herausgegeben. Diese Broschüre vermittelt alle relevanten Informationen bezüglich unserer Heimatstadt Übernachtungsmöglichkeiten, Restaurants, Konditoreien, Freizeitbeschäftigungen,...

B. Eupen Sightseeing

Unsere Broschüre mit den Eupener Sehenswürdigkeiten wurde ebenfalls überarbeitet und neu aufgelegt.

Wir haben 1.000 Stück drucken lassen.

C. Lambertusroute

Der Eupener Museums- und Geschichtsverein hat im April 2022 seine Lambertusroute offiziell eingeweiht. Die Lambertusroute hat eine Länge von 4 km und führt nicht nur auf historische Spuren der Tuchmacher, sondern präsentiert auch weniger auffallende aber dennoch prägende Denkmäler und Plätze.

Die Lambertusroute wurde durch in den Gehweg eingelassene Nägel, denen es zu Folgen gilt, markiert. Auch wurde ein Flyer mit Informationen und eine Broschüre mit zahlreichen Erläuterungen und Erklärungen herausgegeben.

Der Rat für Stadtmarketing hat den Eupener Museums- und Geschichtsverein bei seinem Projekt „Lambertusroute“ unterstützt und legt die Broschüre nach wie vor im Tourist-Info aus.

D. Gruppenbroschüre

Die Gruppenbroschüre wurde ebenfalls in 2024 überarbeitet und im Rahmen der Zusammenarbeit im Markenkontaktpunkt um zusätzliche touristische Attraktionen in Lontzen, Raeren und Kelmis ergänzt. So wurde die Distillerie Radermacher in Raeren, der Bahnhof in Herbesthal, der europäische Skulpturenweg in Lontzen, in die Broschüre integriert.

Die Broschüre wurde in einer Neuauflage von 1.000 Exemplaren gedruckt. Die niedrigere Druckanzahl erlaubt es uns auf Veränderungen im touristischen Angebot reagieren zu können.

E. Stadtplan

Ein neuer Stadtplan wurde seitens des Rates für Stadtmarketing aufgelegt und in einer Stückzahl von 15.000 Stück produziert. Zahlreiche Einzelhändler und Unternehmer wurden kontaktiert um eine Anzeige zu schalten. Dies hat sich als sehr langwierig herausgestellt und die Produktion des Stadtplanes deutlich in die Länge gezogen.

Da wir mittlerweile einen Sightseeing-Guide herausbringen, haben wir die Sehenswürdigkeiten auf der Rückseite des Stadtplanes entfernt um Raum für Gastronomen und Übernachtungsbetriebe zu schaffen. Leider hielt sich das Interesse mehr als in Grenzen und wir die Anzeigen anderweitig vergeben haben.

4. Eupen handelt V.O.G. – Veranstaltungen mit den Einzelhändlern

Seit ihrer Gründung in 2018 vertritt der Geschäftsführer das Stadtmarketing in der Vereinigung der Eupener Geschäftsleute „Eupen handelt“ und nimmt an deren Versammlung teil. Durch die Mitgliedschaft des RSM in diesem Gremium ist der direkte Informationsfluss gewährleistet. Auch ist der Rat für Stadtmarketing als Partner verschiedener Veranstaltungen von „Eupen handelt“ aufgetreten

- Local Shopping Day am 31. August
- OHArt - Kunst in der Stadt im September und Oktober
Der Rat für Stadtmarketing hat auch 3 Führungen zu den mit Kunstwerken versehenen Blumenkübeln im Oktober organisiert
- Weihnachtsglück 2024

5. Präsentkörben mit regionalen Produkten

Die Eupen Produkte werden unter dem Label „Gutes aus Eupen“ seit Beginn 2013 durch den Rat für Stadtmarketing vermarktet. Das Angebot wird kontinuierlich erweitert und umfasst nun folgende Produkte : Eupener Platz, Eupener Bier-Wurst, Honig, Kräuteröl, Biere der Eupener Brauer (Damian, My Day, Neau,...), Eupener Klostertröpfchen, Café Le Gourmet (Fair Trade Kaffee in Eupen geröstet) Chutney , Salze, Brotaufstriche, Marmeladen, Eupen Gläser, Eigene Produkte sind für die Vermarktung einer Stadt von größter Wichtigkeit stellen diese doch ein Alleinstellungsmerkmal da und sorgen für eine Identifikation der Eupener Bürger mit ihrer Stadt.

Plakate wurden entworfen und weisen nun auf die Produkte hin. Regelmäßige Zeitungsanzeigen, Presseberichte und Gewinnspiele helfen bei der Vermarktung.

Im Tourist-Info Büro sind Präsentkörbe in allen Preisklassen, gefüllt mit diesen Produkten zu erwerben. Diese Präsentkörbe erfreuen sich wachsender Beliebtheit.

6. Eupener Klostertröpfchen

Im Rahmen der 800jahr Feier der Stadt Eupen hat der Rat für Stadtmarketing im Jahr 2013 das Eupener Klostertröpfchen auf den Markt gebracht.

Beim Eupener Klostertröpfchen handelt es sich um einen Liqueur bestehend aus 21 regionalen Kräutern mit einem Alkoholgehalt von 35% hergestellt durch die Distillerie Radermacher nach einer einzigartigen Rezeptur.

Das Klostertröpfchen erfreut sich größter Beliebtheit.

So konnten in 2024 neue Verkaufsstellen erschlossen werden. Das Klostertröpfchen wird nun auch in den Bäckereien Kockartz an der Herbesthaler Straße, in Raeren und Hauset sowie im Kloster Heidberg angeboten.

Das Restaurant an der Talsperre hat das Klostertröpfchen in seine Karte aufgenommen.

Da unser Stock zu Ende ging wurde eine neue Produktion in Auftrag gegeben.

Das Layout des Etikettes wurde überarbeitet.

Die letzte Charge wurde in einer Flaschengröße von 0,35 Liter abgefüllt. Diese Größe stand bei der Destillerie Radermacher allerdings nicht mehr zur Verfügung und wir haben uns für eine Flaschengröße von 0,5 Liter entschieden. Die Änderung der Flaschengröße sowie die allgemein gestiegenen Kosten führen allerdings zu einer Preiserhöhung. Die neue Flasche Klostertröpfchen wird zu einem Verkaufspreis von 22,50€ angeboten werden.

Auch wird das Klostertröpfchen erstmals in kleinen Fläschchen von 5cl angeboten.

Produziert wurden 1.198 Flaschen in der Größe von 0,5 Liter und 1.056 Flaschen in der Größe von 5 cl.

Um unsere Liquidität nicht zu gefährden wurde der Investitionsbetrag bei unserer Hausbank finanziert. Dauer 36 Monate.

Zum 31. Dezember 2024 verfügen wir noch über einen Stock von 270 Flaschen in der Größe von 0,35 Liter.

7. Projekt City-Info-Tafeln (LED-Tafeln)

Die Programmierung der drei City-Info-Tafeln (2 auf der Herbesthaler Straße und eine in Kettenis) mit den Veranstaltungshinweisen geschieht durch den Geschäftsführer.

Buchhaltung und Rechnungsstellung

Die Bewerbung einer kulturellen Veranstaltung auf den 3 Tafeln kostet 25€ pro Woche, die Bewerbung einer kommerziellen Veranstaltung 75€ pro Woche.

Auch wenn die Einkünfte hinter den Erwartungen zurückliegen, bleiben die Led-Tafeln doch eine wichtige Informationsquelle.

Für das Jahr 2017 beliefen sich die Einnahmen auf 920€, in 2018 betrug der Umsatz 1.225€. und in 2019 wurden 1.245€ eingenommen.

In 2020 beliefen sich die Einnahmen auf 1.700€

In 2021 beliefen sich die Einnahmen auf 2.450

In 2022 beliefen sich die Einnahmen auf 1.640€. Diesen Einnahmen standen aber leider ungeplante Reparaturarbeiten in Höhe von 1.930€ (Austausch Modems) gegenüber.

In 2023 beliefen sich die Einnahmen auf 2.190€

8. Messeteilnahmen

• Euregio Wirtschaftsschau 2024

Auch in 2024 hat der Rat für Stadtmarketing an der Euregio-Wirtschaftsschau in Aachen (Chio-Gelände) im Zeitraum vom 02.03 – 10.03 teilgenommen.

Traditionsgemäß wurden wir von den Schülern der Kommunikationsabteilung des RSI unterstützt. Wir haben unseren Stand erneut im Rahmen des Markenkontaktpunktes betrieben. Unsere Teilnahme war erneut ein voller Erfolg, konnten wir doch 7.208 Besucher an unserem Stand begrüßen.

Erneut hatte uns Hotelbetreiber Arthur Genten einen Preis gestiftet, zwei Übernachtungen im Doppelzimmer mit Frühstück. Mehr als 1.400 Besucher der Messe haben an unserem Gewinnspiel teilgenommen.

Eine Teilnahme an der Euregio Wirtschaftsschau 2025 ist in Planung.

- **Tourismusmesse Antwerpen**

Seit 2013 betreiben der Rat für Stadtmarketing und die Stadt Sankt Vith einen gemeinsamen Stand auf der Tourismusmesse in Antwerpen.

Unsere diesjährige Teilnahme (26.01 – 28.01.2024) an der Tourismusmesse in Partnerschaft mit St. Vith war erneut ein voller Erfolg und die Zusammenarbeit am gemeinsamen Stand mit St. Vith hat hervorragende funktioniert.

Auch für den Markenkontaktpunkt Ostbelgien-Nord war es ein wichtiges Projekt. Neben unseren Broschüren, und den Broschüren der TAO haben wir auch die Informationen und Dokumentation über Lontzen verteilt.

Insgesamt konnten wir an den drei Tagen 2.875 Besucher an unserem Stand begrüßen. 444 Besucher haben zudem an unseren Gewinnspielen teilgenommen. Wir haben jeden Tag einen Präsentkorb mit regionalen Produkten verlost.

Auch in 2025 wird der Rat für Stadtmarketing in Zusammenarbeit Sankt Vith an der Tourismusmesse in Antwerpen teilnehmen..

- **Tourismusmesse Noord-Limbourg in Hamond-Achelt 20.01 – 21.01.2024**

In Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverein haben wir an der Tourismusmesse in Hamond-Achelt teilgenommen. Der Schwerpunkt dieser Messe lag auf Angebote für Gruppenreisen.

- **Neos-Cultur & Tourismushappening**

Am 08.03.2024 haben wir in Gent am Neos-Cultur & Tourismushappening teilgenommen.

Neos Vereinigungen gibt es überall im niederländischsprachigen Teil des Landes. Man kann es mit Pensioniertenvereinigungen oder Freundschaftsbünden vergleichen. Hier lag der Schwerpunkt auf Tagesausflügen für Gruppen.

- **BUS-Idee in Boskoop**

In Zusammenarbeit mit dem Kloster Heideberg haben wir an der „Bus-Idee-Dag“ in Boskoop bei Den Haag teilgenommen. In einer Win-Win-Situation hat das Kloster Heidebergs sich als Seminar- und Tagesstätte und wir uns als Destination für Tagesausflüge mit dem Bus vorgestellt. Die Kosten haben wir geteilt.

9. **Facebookpräsenz**

Seit November 2011 ist der RSM auch auf Facebook vertreten. Wichtige Neuigkeiten und Informationen rund um den Rat für Stadtmarketing und seine Veranstaltungen werden regelmäßig gepostet.

Im Zuge der Übernahme der geschäftlichen Aktivitäten des Verkehrsvereins durch den RSM haben wir die beiden bestehenden Facebookpräsenzen von Verkehrsverein und Rat für Stadtmarketing unter dem Namen Eupen lives zusammengeführt um ein Zeichen nach Außen zu setzen. Seit Juli 2017 wird diese Facebookpräsenz nun beworben. Diese Seite erfreut sich wachsender Beliebtheit. Gerade die Coronakrise hat zu einer spürbaren Steigerung geführt, da viele interessante Neuigkeiten auf unsere Seite gepostet wurden.

31. Dezember 2017 zählten wir 621 likes.

31. 12 Dezember 2018 waren es 1241 likes.

Am 31. Dezember 2019 zählt unsere Seite 1.604 likes.

Am 31. Dezember 2020 sind es 2.284 likes

Am 31. Dezember 2021 zählen wir 2.700 likes und 3.016 Abonnenten/Followers

Am 31. Dezember 2022 zählen wir 2.992 likes und 3.396 Abonnenten/Followers

Am 31. Dezember 2023 zählen wir 3.038 likes und 3.522 Abonnenten/Followers (38,40% Männer und 61,60% Frauen)

Am 31. Dezember 2024 zählen wir 3.135 likes und 3.706 Abonnenten/Followers (38,30% Männer und 61,70% Frauen)

10. Eupen Fair Trade Gemeinde

Eupen hat den Titel einer Fair Trade Gemeinde in 2015 erhalten. Der RSM ist durch seinen Geschäftsführer in der Steuerungsgruppe vertreten und nimmt an den regelmäßigen Versammlungen teil.

Die im letzten Jahr durch die Steuerungsgruppe organisierte Kleidertauschbörse wird ab dem kommenden Jahr durch die JCI (Juniorenkammer) organisiert.

In 2024 hat die Steuerungsgruppe eine Karikaturenausstellung mit dem Thema „Glänzende Aussichten“ im Alten Schlachthof an verschiedenen Wochenenden im Mai und Juni organisiert. 44 Karikaturen zu Klima, Konsum und anderen Katastrophen wurden ausgestellt.

Parallel zur Ausstellung wurde am 12. Mai eine Tauschparty für Saatgut und Jungpflanzen organisiert.

Knapp 400 Besucher haben sich die Ausstellung angeschaut.

11. Plastikfreie Stadt – Nutzung von Mehrwertbechern bei Veranstaltungen im öffentlichen Raum

Seit dem 01. Januar 2020 müssen bei Veranstaltungen im öffentlichen Raum auf dem Eupener Stadtgebiet Mehrwegbecher verwendet werden. Verfügt der Veranstalter über keine eigenen Becher, so kann er die Becher beim Rat für Stadtmarketing ausleihen. Es wird keine Mietgebühr fällig. Der Veranstalter muss nur die Endreinigung bezahlen.

Die Endreinigung wird in Zusammenarbeit mit der beschützenden Werkstätte realisiert. Pro Becher zahlt der Veranstalter einen handelsüblichen Betrag von 12 Cent pro Becher. Dieser Betrag wird direkt durch die BW berechnet. So wird in diesem Projekt eine Synergie mit einem Sozialbetrieb geknüpft. Die beschützende Werkstätte sucht nach dem Wegfall ihres langjährigen Partners der Firma Jacques nach zusätzlichen Einnahmequellen.

Gereinigt werden sämtliche ausgeliehene Becher. Diese können in einem Vielfachen von 500 ausgeliehen werden.

Die Anmietung der Becher läuft über den Rat für Stadtmarketing.

Die Becher werden in einer Lagerhalle der BW Eupen aufbewahrt. Der Rat für Stadtmarketing zahlt eine handelsübliche Miete.

Der Veranstalter holt die benötigten Becher bei der beschützenden Werkstätte ab und bringt diese nach Ende der Veranstaltung, innerhalb von 48 Stunden, zurück.

Nicht zurückgebrachte Becher werden dem Veranstalter zu einem Preis von 1,50€ durch den RSM berechnet.

Dies dürfte für den Veranstalter kein großes Problem darstellen, da er für jeden Becher ein Pfand in Höhe eines Getränkebogens (mindestens 2€) verlangt.

Mit den eigenommenen Beträgen zahlt der Rat für Stadtmarketing die Miete für die Lagerung und schafft eine finanzielle Reserve für die Anschaffung von neuen Bechern und Transportkisten.

Mittlerweile werden die Becher regelmäßig für Veranstaltungen im öffentlichen Raum angemietet : Tanz in den Mai, Weihnachtsmarkt,...

Infolge der Umsetzung des Projekts «Zeo-Waste-Gemeinde-2024» konnte der RSM 3.000 Mehrwertbecher nachbestellen. Bezahlt wurde die Investition von Intrade.

Zum 31.12.2024 stehen so wieder insgesamt 10.155 Becher zur Verfügung. Die bei den verschiedenen Vermietungen verlorengegangenen Becher konnten wieder angeschafft werden.

12. Public Viewing – Fußball Europameisterschaft in Deutschland

Anlässlich der Fußball Europameisterschaft in Deutschland (14.06 – 14.07.2024) hat der Rat für Stadtmarketing bereits zum 5. Male gemeinsam mit dem GrenzEcho und der Stadt Eupen ein Public Viewing in der Eupener Innenstadt organisiert. Übertragen wurden die 4 Spiele der belgischen Nationalmannschaft.

Montag 17.06	18.00	Belgien – Slowakei (Parkplatz Bergstraße)
Samstag 22.06	21.00	Belgien – Rumänien (Kirmes - Am Clown)
Mittwoch 26.06	18.00	Ukraine - Belgien (Parkplatz Bergstraße)
Montag 01.07	18.00	Frankreich – Belgien (Parkplatz Bergstraße)

Durch das Erreichen des 8. Telfinales und dem hohen Sponsorenaufkommen konnten die Kosten mehr als gedeckt werden. Bei den Übertragungen kam es zu keinerlei Zwischenfällen. Es herrschte eine friedliche Stimmung und die Veranstaltung hat erneut zur Belebung der Innenstadt bei. Wir konnten insgesamt 5.000 Fans an den 4 Spieltagen begrüßen.

13. 31. Lambertusmarkt

Der Rat für Stadtmarketing hat in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverein Eupen und Eastbelgica den 31. Lambertusmarkt am Samstag den 14. September organisiert. Aufgrund des Erfolges im Vorjahr wurde auch der diesjährige Lambertusmarkt als Abendmarkt durchgeführt. Durch eine Auslagerung des Unterhaltungs- und Animationsprogrammes an Eastbelgica konnten die Kosten im Vergleich zum Vorjahr gesenkt werden. Ein Defizit bleibt allerdings nach wie vor, was bei einer solchen Art von Veranstaltung auch nicht verwunderlich ist. Hohe Standmieten können den Händlern nicht mehr abverlangt werden, da diese sonst nicht mehr anreisen. Sinn und Zweck der Veranstaltung ist die Belebung der Innenstadt. Und dies ist erneut mehr als gelungen.

14. Bauernhof zum Anfassen mit großem Erntedankumzug

Gemeinsam mit seinen Partnern (Grüner Kreis, Stadt Eupen, den Freunden der Kaltblutpferde, den Ländlichen Gilden, Bauernbund, Agrar-Ost) hat der Rat für Stadtmarketing am Sonntag, den 29. September in der Zeit zwischen 11.00 und 18.00 den diesjährigen Bauernhof zum Anfassen auf dem Gelände des Parkplatzes Bergstraße und im Josephine Koch Park organisiert. Da das gewohnte Datum, zweiter Sonntag im Oktober, durch die Stadtratswahlen belegt war, hatte sich das Organisationsteam auf das letzte Wochenende im September als Veranstaltungsdatum verständigt.

Zum ersten mal seit der Coronakrise wurden am Samstag, 28. September, in Zusammenarbeit mit dem Grünen Kreis und Bauernhofpädagogin Ayleen Croé landwirtschaftliche Ateliers für die Jugendgruppen des Eupener Landes angeboten. Mehr als 300 Kinder haben teilgenommen und waren von den Ateliers begeistert.

Unter anderem angebotene Ateliers :

- Frischkäse zubereiten
- Apfelsaft pressen
- Basteln mit Stroh und Heu – Die Schablonen, die für die Bastelarbeit genutzt wurden, wurden im Vorfeld durch die Besucher des Seniorenzentrums „Mittendrin“ zurecht geschnitten. Eine Win-Win-Situation für alle
- Futtermischrationen für Kühe zubereiten

Die verschiedenen Ateliers konnten auch am Sonntag genutzt werden.

Der Erntedankumzug mit zahlreichen geschmückten Traktoren und Pferdegespannen war erneut enorm imposant und hat tausende Zuschauer angelockt.

Auch der „Bauernhof zum Anfassen“ auf dem Parkplatz Bergstraße war ein riesiger Erfolg. Alle Händler waren sehr zufrieden. Die verschiedenen, durch den Bauernbund und den Landwirten vom Grünen Kreis, angebotenen Ateliers konnten einen großen Zulauf feststellen.

Dank der gestiegenen Werbe- und Sponsoringeinnahmen und der hohen Verzehrsätze konnten wir die Kosten decken.

15. 52. Weihnachtsmarkt in Eupen

Am dritten Adventswochenende hat in der Eupener Innenstadt der 52. Weihnachtsmarkt organisiert durch den Verkehrsverein Eupen und den Rat für Stadtmarketing stattgefunden. Der RSM hat die Veranstaltung tatkräftig unterstützt.

Der Weihnachtsmarkt war ein voller Erfolg. Über 80 Stände und Buden konnten an vermietet werden. Die Händler und die Besucher waren sehr zufrieden bezüglich der Organisation und lobten das Ambiente und das Veranstaltungsprogramm. Der Eupener Weihnachtsmarkt ist einer der schönsten in der gesamten Euregio.

16. Projekt Objectif Proximité

Objectif Proximité ist das Nachfolgeprojekt des Créashop-Plus der Wallonischen Region, welches Ende 2022 ausgelaufen ist. Der vom RSM eingereichte Antrag zur Teilnahme wurde seitens der Wallonischen Region genehmigt.

Neben neuen Geschäftseröffnungen in den, bereits für Créashop festgelegten Geschäftsstraßen (Paveestraße, Marktplatz, Kirchstraße, Klosterstraße, untere Bergstraße, Klötzerbahn und Gospert) werden nun sowohl Sortimentserweiterungen als auch eine weitere Geschäftseröffnung eines selben Inhabers innerhalb des Perimeters mit 6.000€ gefördert.

Nachdem im Mai 2023 Corinne Margrève und Jan Broichhausen mit ihrem Restaurant L'Officine ausgezeichnet wurden und eine Prämie in Höhe von 6.000€ erhielten, konnte in Oktober diesen Jahres Daniela Pieretti mit ihrem Geschäft «Delikatessen und Weinhandel Pieretti» die Jury überzeugen. Das neue eröffnete Geschäft ist eine Bereicherung für die Eupener Geschäftswelt. Aufgrund einer Änderung des Erlasses erhielt Daniela Pieretti eine Prämie in Höhe von 7.500€.

Leider wurde das Projekt Objectif Proximité aufgrund von Sparmaßnahmen Ende des Jahres 2024 vorzeitig beendet.

17. Zwergenpfad

Der Ende Oktober 2023 eröffnete Zwergenweg erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit, gerade bei Familien mit kleinen Kindern ob Einheimische oder Touristen. Es handelt sich um einen kindgerechten Wanderweg, der die große Trimm-dich-Pfad-Runde als Grundlage hat und ist kinderwagentauglich. Das Projekt richtet sich an Kinder im Alter von 3 – 7 Jahren.

Der Zwergenweg ist ein Familienspaziergang, der besonders für die Kinder im Alter von 3 bis 7 Jahren angelegt ist. Die Kinder gehen mit den Zwergen auf Abenteuerreise.

Auf ihrem Spaziergang stoßen die Kinder immer wieder auf Zwerge, die verschiedene Aufgaben stellen.

Zu Beginn der Strecke werden wir ein Schild mit sämtlichen Informationen.

Am Ende der Strecke wurde wir eine Fotowand platziert um den Teilnehmern die Möglichkeit zu geben Erinnerungsfotos zu schießen.

Alle Erklärungen und Fragen werden in den drei Landessprachen gegeben bzw. gestellt.

Die Vermarktung des Projektes übernimmt der Rat für Stadtmarketing/Tourist-Info.

Im Büro des Stadtmarketings/Tourist-Info erhalten die teilnehmenden Kinder einen Rucksack, ein Informationsheftchen zum Ausmalen, ein Begleitheft t (verfügbar in drei Landessprachen), Malstifte, ein Tütchen mit Blumensamen, sowie eine Lupe um verschiedene Aufgaben zu lösen. 40 Zwerge, hergestellt und bemalt durch den Sozialbetrieb Intego, stehen am Wegesrand und warten darauf von den Kindern entdeckt zu werden.

Die verschiedenen Zwerge und das Begleitheft wurden durch die Graphikerinnen Bea Kolvenbach und Cynthia Dispas entworfen.

In Zusammenarbeit mit dem Sozialbetrieb „Alternative“ wurde eine Zwergenmütze entworfen und nach wie vor auf unsere Anfrage hin produziert.

Gegen einen kleinen Geldbetrag von 9€ ist der komplette Rucksack samt Zwergenmütze zu erwerben. Ohne Zwergenmütze kostet der Rucksack 5€.

Das Projekt ist eine gemeinsame Initiative von engagierten jungen Müttern (Nadine Streicher und Mirja Osseman) und dem Rat für Stadtmarketing.

Das Ministerium für Tourismus der DG hat das Projekt mit 2.500€ unterstützt.

Der Rest hat der RSM mit Eigenmitteln bestritten, wobei ein Teil der Kosten durch den Verkauf der Rucksäcke samt Inhalt zurückfließt.

Dieses Projekt ist ein Paradebeispiel für Bürgerbeteiligung. Ohne die Synergien zwischen den zahlreichen Partnern, hätte dieses tolle Projekt nicht realisiert werden können.

18. Unterhalt Wanderknotenpunktnetz

Gemeinsam mit dem Bauhof zeichnet der Rat für Stadtmarketing verantwortlich für den Unterhalt des Wanderknotenpunktnetzes.

Meldungen über Schäden (abgerissene Markierungsschilder, beschädigte oder umgefallene Holzpfeile,...) werden dem RSM mitgeteilt. Bei kleinen Reparaturarbeiten im direkten Umfeld des Rathauses werden wir selbst aktiv; sonst beauftragen wir den Bau den Unterhalt bzw. die Reparatur vorzunehmen.

19. www.eupenlives.be

Die Internetpräsenz des Rates für Stadtmarketing wird kontinuierlich in Zusammenarbeit mit Cloth Kreativbureau weiterentwickelt. So wurde in 2023 der Stadtplan und der virtuelle Rundgang hinzugefügt.

Clickzahlen :

2021	66.000 Aufrufe
2022	75.000 Aufrufe
2023	84.000 Aufrufe
2024	

Es gilt festzuhalten, dass alle Nutzer, die Cookies blockieren nicht mehr erfasst werden.

20. Digitale Stadtführungen

Als Reaktion auf die Umfrageergebnisse „Vitale Innenstadt 2018“ wo die Sehenswürdigkeiten und deren In-Szene-Setzen sehr schwach bewertet wurden, hat der Rat für Stadtmarketing zwei digitale Stadtführungen in 2022 realisiert.

.

a. Jooks Smart Run Eupen

Das Projekt wurde nochmals überarbeitet und die Eupener Laufrunde ist nun offizieller Bestandteil der App JOOKS. Dort sind alle teilnehmende Städte erwähnt. Einfach die JOOKS-App herunterladen. Dann erscheint sofort der Eupen Smart Run. Die Eupener Runde ist 8,1 km lang und kann laufend bzw. wandernd zurückgelegt werden und ist kinderwagentauglich. Die Runde führt vom Rathaus über die Promenade nach Kettenis, weiter via Talstraße und Katharinenweg nach Nispert. Über den Ostpark und Judenstraße gelangt man via Moorenhöhe zur Bergkapelle. Über Lootenpark und Josephine Koch Park geht es durch die Innenstadt wieder zum Rathaus. Die Strecke wurde durch die Mitglieder des Arbeitskreises Wanderer erarbeitet.

Einheimische und Touristen haben nun neben der Wanderstrecke „Eupen rundherum“ eine weitere Strecke zur Erkundung Eupens zur Verfügung. Während des Laufes oder der Wanderung werden neben den Richtungsangaben die auf GPS-Daten basieren auf dem Weg liegende Sehenswürdigkeiten erklärt. Der Weg wird auf der App angezeigt so kann man jederzeit die eingeschlagene Richtung kontrollieren. Alle Informationen (Laufrichtung und Angaben Sehenswürdigkeiten) sind in 4 Sprachen abrufbar : deutsch, französisch, niederländisch und englisch (je nach Spracheneinstellung auf dem Handy)

Das Projekt wurde mit Geldern der Provinz Lüttich Bereich Tourismus über die Bürgermeisterkonferenz finanziert und in einer Zusammenarbeit von Rat für Stadtmarketing und Stadt Eupen umgesetzt.

Ausliegende Flyer im Tourist-Info Büro weisen die Touristen auf den Run hin. Zudem werden alle Nutzer der Jooks-App bei einem Besuch in Eupen auf die Route aufmerksam gemacht.

In 2023 haben 850 Personen das Angebot genutzt.

In 2024 haben 260 Läufer die Eupen Run Route zurückgelegt.

b. Visitites Virtuelles 360°

Bei diesem spannenden Projekt, dass im Mai 22 abgeschlossen wurde, handelt es sich um eine virtuelle Stadtführung die via Rechner, Laptop oder Smartphone vorgenommen wird. Ausgehend vom Rathaus wir man durch die Klosterstraße, Marktplatz, untere Bergstraße zum Clown geführt. Und von dort via Klötzerbahn, Gosperstraße zum Werthplatz. Insgesamt 15 360° Aufnahmen erlauben einen tollen Einblick in die Sehenswürdigkeiten unserer Stadt. Bei der virtuellen Besichtigung werden Informationen zu den Sehenswürdigkeiten vermittelt. Diese Stadtführung soll Appetit auf einen Besuch in Eupen machen. Die Stadtführung wird in den drei Landessprachen angeboten. Wir sind die erste Stadt in Belgien sein, die eine solche Stadtführung angeboten haben. Diese innovative Stadtführung ist unter www.eupenlives.be abrufbar.

c. Virtueller Rundgang Räumlichkeiten RSM/Tourist-Info

Im Rahmen der permanenten Überarbeitung und Weiterentwicklung unserer Webseite wurde im August 2023 in Zusammenarbeit mit dem Eupener Unternehmen Newsky (Geschäftsführer Sven Breuer) ein virtueller Rundgang durch die Räumlichkeiten vom Rat für Stadtmarketing/Tourist-Info realisiert. Dieser Rundgang ist auf unserer Webseite www.eupenlives.be abrufbar und wird es bis auf weiteres auch bleiben

21. Cera GoodWalk – Nachhaltige Stadtführung in Eupen

Die Vereinigung Good Planet und die Cera Foundation kreieren sind einigen Jahren Stadtführungen der besonderen Art. Neben den markanten Gebäuden und Sehenswürdigkeiten werden vor allen nachhaltige und soziale Projekte (die durch die Cera Foundation unterstützt wurden) in die Streckenführung eingebaut. Jedes Jahr in einer anderen belgischen Stadt. So wurden bereits Brügge, Louvain-la-Neuve, Mecheln, Genk, Namur Saint-Gilles, Kortrijk und Gent in den letzten Jahren beworben. Da die Stadt Eupen schon seit einigen Jahren das Label Fair-Trade-Gemeinde trägt, zahlreiche nachhaltige Projekte umgesetzt hat und zahlreiche Projekte in Eupen durch die Cera Foundation unterstützt wurden (Temsepark-Pavillon, Ephata, ...) hat der Rat für Stadtmarketing sich beworben. Da der Cera GoodWalk noch nicht in der Deutschsprachigen Gemeinschaft stattgefunden hat, wurde Eupen für das Jahr 2025 ausgewählt. In Zusammenarbeit mit Alex Hilgers (Umweltdienst der Stadt Eupen) wurde eine Streckenführung erarbeitet, die sowohl die Ober- als auch die Unterstadt, und neben den Sehenswürdigkeiten und versteckte Ecken auch die sozialen und nachhaltigen Projekte in den Vordergrund rückt. Die Streckenlänge beträgt zirka 8 km.

Die Verantwortlichen von Cera Goodwalk werden eine Broschüre mit allen Informationen herausbringen. Wir müssen nur die Inhalte liefern und verschiedene Angebote für die Besucher erarbeiten. Der Cera Goodwalk 2025 wird von Mai bis September in Eupen stattfinden. Cera Goodwalk rechnet mit 7.000 – 10.000 zusätzliche Besucher in Eupen.

Der Großteil der Kosten wird durch Cera GoodWalk übernommen. Neben der Organisation eines Empfangs ist der RSM ist angehalten Partner zu finden die den auswärtigen Teilnehmern

spezielle Angebote machen. So werden die Besucher im Tourist-Info ein kleines Fläschchen Klostertröpfchen zum Vorzugspreis (-1€) erhalten. In der Broschüre befindet sich ein Voucher. Gegen Vorlage des Vouchers erhält der Besucher das Fläschchen gratis. Cera Foundation übernimmt die Kosten. Auch die Bäckerei Kockartz beteiligt sich mit einem Vorzugspreis für den Eupener Platz.

22. Seitenstraße – Lesen hinter'm Tresen

Das Tourist-Info Büro war im November zum zweiten Mal Veranstaltungsstätte bei der Seitenstraße. Der aus Raeren stammende Autor Stephan Haas hat aus seinen Werken rund um den belgischen Kriminalinspektor Piet Donker vorgelesen.

Die beiden Lesungen waren ausverkauft. Den Besuchern wurde seitens des RSM Getränke und etwas zu knabbern angeboten. Unser Büro eignet sich hervorragend für derartige Aktivitäten.

23. Sonderbriefmarke zum Jubiläum 350 Jahre Stadtrechte Eupen

In Zusammenarbeit mit dem Kommunikationsdienst hat der Rat für Stadtmarketing eine Sonderbriefmarke zum Jubiläum 350 Jahre Stadtrechte der Stadt Eupen entworfen. Die Briefmarke zeigt das Wappen der Stadt Eupen umrahmt von den Zahlen 1674 – 2024. Produziert wurde die Briefmarke für die innerbelgischen Postzusendungen von Bpost – Abteilung My Stamp in einer Auflage von 1.000 Stück. Auch eine positive Art und Weise unsere Stadt zu vermarkten.

C. Arbeitskreise

1. Arbeitskreis Wanderer

Diesem Arbeitskreis gehören Vertreter folgender Vereinigungen und Gruppierungen an :

Tourismusschöffe Stadt Eupen	Lucas Reul
Sektion Sonnentau	Hans Ernst
Stadtführer /Wanderführer	Alfred Cormann
Private Wanderer	Horst Michels, Norbert Wetten, Roger Bollen, Günter Pluymen
Rat für Stadtmarketing	Alain Brock, Marion Decker

- Die Wanderung „Rund um Eupen“ ist das Vorzeigeprojekt des Arbeitskreises

Wandere und wurde 2016 umgesetzt. Dieser Wanderweg bietet auf der festgelegten Route einen tiefen Einblick in Eupens Sehenswürdigkeiten : Wald, Wiesen, Wasser (Talsperre), alte und neue Industrie und Architektur.

In 2018 hat der Arbeitskreis, dem Wunsche vieler Eupener entsprechend, die Wanderung „Rund um Eupen“ auch in entgegengesetzter Richtung markiert.

Im Frühjahr und Herbst 2024 hat die Arbeitsgruppe die Markierungen der Wanderung in beide Richtungen überprüft und ergänzt.

- Instandsetzung Monumente

Im August 2024 hat der Arbeitskreis 2 Monumente in der Unterstadt (Hütte und Schwarze Brücke) instandgesetzt. Es handelt sich um das Panzerdenkmal an der Hütte (erinnert an die Gefangennahme von 3 deutschen Fallschirmjägern bei der Ardennenoffensive) und das Denkmal zur Erinnerung an den im Bereich der Schwarzen Brücke im Jahre 1900 ermordeten Förster Michel Toussaint. Da beide Monumente sich auf Baelener Gebiet befinden, wurde die Instandsetzung in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Baelen (Bauhof) realisiert.

Bei dem Monument zur Erinnerung an die bei einem Unwetter umgekommenen italienischen Gastarbeiter an der Soortalsperre sind die Instandsetzungsarbeiten noch nicht beendet. Das Denkmal wurde durch die Verantwortlichen der Eupener Talsperre von Grund auf gesäubert. Nun muss noch die Inschrift (Namen der Verstorbenen) erneuert werden. Diese Arbeit ist für 2025 geplant.

Die Arbeitsgruppe Wanderer war maßgeblich an der Erschließung der Lauf- und Wanderstrecke „Jooks – Eupen Smart“ beteiligt und hat diese erarbeitet. Die Strecke gibt einen Einblick in die Sehenswürdigkeiten in Eupen und Kettenis.

2. Arbeitskreis Kultur

Vertreten in diesem Arbeitskreis sind die Kulturträger, die über eine feste Struktur verfügen und Personal beschäftigen :

Chudoscnik Sunergia :

Kulturelles Komitee :

Ostbelgien Festival :

Ikob

Irene K. :

Sylvain Stiftung

Stadtmuseum Eupen

Eastbelgica –

RSM

René Janssen

Albert Piel

Steven Gass

Frank Thorsten Moll

Claudia Leffin, Yvonne Klein

Norbert Kreusch

Catherine Weisshaupt

Simen van Mensel

Brigitte Haag, Alain Brock

Ziel des Arbeitskreises ist die Bündelung der Akteure mit gemeinsamen kulturellen Interessen, um sich auszutauschen, um nach Synergien zu suchen, um Probleme zu besprechen und um gegebenenfalls gemeinsame Aktionen zu definieren.

Die Treffen dieses Arbeitskreises finden in der Regel alle 3 bis 4 Monate statt.

Der Arbeitskreis Kultur hat im Oktober 2024

bereits zum 13. Mal unter der Schirmherrschaft von Ministerpräsident Oliver Paasch und mit Unterstützung der Service Clubs Rotary Eupen und Kiwanis Eupen den Kreativtag für alle Schüler der 4. Schuljahre sämtlicher Eupen und Ketteniser Schulen organisiert. Der Kreativtag hat sich zur Aufgabe gemacht die Schüler für Kultur und Kreativität zu begeistern. Der diesjährige Kreativtag hat zum ersten Mal an zwei Tagen stattgefunden.

Am 18. Oktober haben alle Schüler einem Konzert der Lütticher Philharmoniker in der Pop-Up Location Eastbelgica beigewohnt. Zu den 306 Kindern der 4. Schuljahre gesellten sich noch 400 Kinder aus verschiedenen Schulen aus Ostbelgien die den beiden Konzerten (eines im Vormittag und eines im Nachmittag) beiwohnten. Mehr als 700 Schüler haben also die beiden

Am 25. Oktober wurden dann die Viertklässler (306 Kinder) in insgesamt 22 Ateliers kreativ : Töpfern, Flechten, Zeichnen, Tanzen, Achtsamskeit-Yoga, Theater, Filzen, Häkeln,...