



1983 – 2023

WERBEGEMEINSCHAFT PADERBORN

40 Jahre
Einkaufen, Erleben, Genießen

***DAS JUBILÄUMSMAGAZIN** // Interviews zur Lage und Zukunftsaussichten im Handel // Chronik 40 Jahre Werbegemeinschaft // Kreativ durch Corona // Wunscherfüller Gutscheine*



1983 – 2023

Höffner[®]
Wo Wohnen wenig kostet!

Wir gratulieren der
WERBEGEMEINSCHAFT
zum **40-JÄHRIGEN JUBILÄUM!**

**HERZLICHEN
GLÜCKWUNSCH**

**GÜLTIG IM JUBILÄUMSZEITRAUM VOM
27.09. BIS 10.10.23**

40%
RABATT^{A)}



**IN ALLEN
ABTEILUNGEN!**

Gilt
auf alle mit
„Aktionspreis“
gekennzeichneten
Artikel mit Höffner
Kundenkarte
(Siehe A)



**1 Stück Jubiläumskuchen
mit einer Tasse Kaffee**

Höffner Möbelgesellschaft GmbH & Co. KG
Wilfried-Finke-Allee 2 • 33104 Paderborn • www.hoeffner.de

A) Höffner gewährt Ihnen in allen Abteilungen gegen Vorlage Ihrer Kundenkarte auf alle als „Aktionspreis“ gekennzeichneten Artikel 40% Rabatt auf den am Artikel ausgezeichneten Preis ohne Aktionsvorteil. Ausgenommen sind Kaufgutscheine, Bücher und alle Dienstleistungen. Insgesamt nehmen mindestens 50.000 Artikel an der Aktion teil. Kundenkartensofortrabatt ist bereits enthalten. Alle in Anzeigen und Prospekten angegebenen Preise sind Endpreise, die etwaige Rabatte und Aktionsvorteile bereits beinhalten. Keine Barauszahlung. Gültig für Neukäufe. Gültig vom 27.09. bis mindestens 10.10.2023.

Solange der Vorrat reicht. Verzehr nur im Restaurant. Nur gegen Vorlage des Coupons für Sie und Ihre Begleitung. Preis je Portion. Gültig vom 27.09. bis einschließlich 10.10.2023.

„40 JAHRE GEMEINSAM IM DIENSTE UNSERER STADT“

GRÜßWORT DES WERBEGEMEINSCHAFTS-VORSITZENDEN UWE SEIBEL

Liebe Leserinnen und Leser,

heute feiern wir ein bemerkenswertes Jubiläum – 40 Jahre Werbegemeinschaft Paderborn! Es ist eine Zeit des Rückblicks, der Anerkennung und des Ausblicks auf eine vielversprechende Zukunft für unsere geliebte Stadt. Es erfüllt mich mit großer Ehre und Stolz, heute als Vorsitzender für das Geburtstagskind sprechen zu dürfen.

Unsere Gemeinschaft, bestehend aus engagierten Einzelhändlern, Gastronomen und Dienstleistern und Ihnen, geschätzte Bürgerinnen und Bürger, hat Paderborn zu dem gemacht, was es heute ist – eine attraktive Stadt mit vielen Möglichkeiten. Seit vier Jahrzehnten arbeiten wir Seite an Seite, um das Gesicht und den Charme von Paderborn zu prägen.

Wir erinnern uns an die Anfänge unserer Werbegemeinschaft, als Einzelhändler aus der Innenstadt und Peripherie sich zusammenschlossen, um gemeinsam Ideen auszutauschen und Projekte zur Belebung unserer Stadt zu verwirklichen. Diese Entschlossenheit und natürlich auch Visionen treiben uns noch heute.

Unser Frühlingsfest, der Paderbrunch, Kunst trifft Garten, Die lange Nacht der Kirchen, Verkaufsoffene Sonntage und diverse kulturelle Veranstaltungen haben Paderborn zu einem Ort der Lebendigkeit gemacht. Sie haben Familien zusammengebracht, Freundschaften geschmiedet und die Grundlage für ein starkes Gemeinschaftsgefühl gelegt. Die Begeisterung unserer Bürgerinnen und Bürger während dieser Veranstaltungen ist die wahre Belohnung für unsere Bemühungen. Durch gezielte Maßnahmen die Stadt präsentieren, die Stärke der Unternehmen nutzen und somit die Position Paderborns als Standort stärken, sind seit 40 Jahren unsere Ziele. Unsere Leitlinie, sowohl damals als auch heute, lautet Aktivität, gemeinsames Leben und Handeln für Paderborn.

Doch unsere Werbegemeinschaft steht für mehr als Feierlichkeiten. Sie ist die Stimme der Unterstützung für lokale Unternehmen, eine Plattform für Kreativität und Innovation sowie ein Symbol für den Zusammenhalt, der unsere Stadt antreibt. Wir haben dazu beigetragen, Paderborn als lebendiges Zentrum für Handel, Kultur und Freizeit zu etablieren. Und wir sind stolz darauf, dass unser Einsatz auch dazu geführt hat, Arbeitsplätze zu schaffen und die lokale Wirtschaft anzukurbeln.

In diesen vier Jahrzehnten haben wir Herausforderungen gemeistert, Veränderungen durchlaufen und Chancen ergriffen. Unsere Entschlossenheit ist ungebrochen und unsere Leidenschaft für Paderborn ungezügelt. Wir sehen mit Freude auf die kommenden Jahre und darauf, unsere Mission fortzusetzen, unsere Stadt zu einer Bühne zu machen. Anlässlich dieses besonderen Jubiläums möchten wir Ihnen,

liebe Bürgerinnen und Bürger von Paderborn, unseren aufrichtigen Dank aussprechen. Ihre Unterstützung und Ihre Teilnahme haben unsere Werbegemeinschaft zu dem gemacht, was sie heute ist. Wir laden Sie herzlich ein, weiterhin Teil zu sein, während wir gemeinsam die nächsten Kapitel in der Geschichte von Paderborn schreiben.

In Vorfreude auf viele weitere Jahre des Erfolgs, des Wachstums und der Zusammenarbeit.

Herzlichst,
Uwe Seibel
1. Vorsitzender



Uwe Seibel ist Vorsitzender der Paderborner Werbegemeinschaft.

Foto: Jörn Hannemann



„WICHTIGE INSTITUTION FÜR HANDEL UND GEWERBE“

GRUßWORT DES PADERBORNER BÜRGERMEISTERS MICHAEL DREIER

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Leserinnen und Leser,**

die Werbegemeinschaft Paderborn e.V. ist nun seit 40 Jahren eine wichtige Institution für den Handel und das Gewerbe in unserer schönen Stadt. Bereits seit der Gründung im Jahr 1983 verfolgt die Werbegemeinschaft das Ziel, Handel, Gastronomie und Gewerbe aktiv zu fördern und die Stadt Paderborn als zentralen Einkaufsstandort attraktiv zu gestalten. So können wir mit Stolz sagen, dass die Werbegemeinschaft Paderborn, als einzige Werbegemeinschaft Deutschlands, Innenstadt und Peripherie zusammendenkt.

Eine attraktive Innenstadt lebt insbesondere von einem vielfältigen Einzelhandelsangebot in einem ansprechenden Umfeld. Dass dies hier bei uns in Paderborn vorangebracht wird, ist insbesondere den Aktiven der Werbegemeinschaft zu verdanken, die sich unermüdlich für die Beliebtheit und Attraktivität unserer Stadt einsetzen. Über 250 Mitgliedsbetriebe und eine stetig wachsende Mitgliederzahl zeigen, wie gut das Miteinander in der Gemeinschaft ist und welch starkes Netzwerk besteht.

Mit der Initiierung zahlreicher Projekte und Veranstaltungen, wie beispielsweise „Kunst trifft Garten“ oder das allseits beliebte Frühlingfest, das alljährlich am ersten Wochenende im Mai mit einem abwechslungsreichen Kulturprogramm und umfangreichem kulinarischen Angebot begeistert, schafft es die Werbegemeinschaft Paderborn immer wieder aufs Neue, Menschen für einen Besuch in unserer schönen Paderstadt zu begeistern.

Ich wünsche Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, nun viel Vergnügen beim Durchstöbern des Jubiläumsmagazins der Werbegemeinschaft Paderborn e.V. und verbleibe mit herzlichen Grüßen!

Michael Dreier
Bürgermeister



Der Paderborner Bürgermeister Michael Dreier.

Foto: Fotostudio Verena Neuhaus

**DIE
WERBEGEMEINSCHAFT
BEDEUTET FÜR
PADERBORN, ABER AUCH
FÜR MICH PERSÖNLICH**

...

... dass die Werbegemeinschaft Paderborn mit ihren vielfältigen Aktivitäten und Veranstaltungen ein wichtiger Impulsgeber für die Attraktivitätssteigerung der Stadt Paderborn ist. Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Akteuren der Werbegemein-

schaft ist für mich unverzichtbar, um hier vor Ort die Interessen des Handels optimal zu vertreten.

Kai Buhrke
(Geschäftsführer Handelsverband Ostwestfalen-Lippe e. V. – Geschäftsstelle „Hochstift Paderborn“)

**WIR SIND MITGLIED IN
DER
WERBEGEMEINSCHAFT,
WEIL**

...

.. wir Paderborner Handwerksbetriebe und Unternehmen unsere hochqualitative Leistungsvielfalt immer wieder gerne präsentieren möchten. Wir sind vor Ort, helfen direkt und kommen auch zu Ihnen nach Hause. Das Internet tut das nicht.

Dietmar Ahle (Geschäftsführer der Malermeister Ahle GmbH)

JETZT ZUGREIFEN!

DIE NEUESTEN TRENDS



ZUM SOFA COMPANY JOHANNKNECHT TIEFPREIS!
 OWLs größtes Polsterfachgeschäft – Tiefpreisgarantie – Top Aktionsangebote – Riesen Auswahl!



ECHT BEZOGENE RÜCKEN

INKLUSIVE!

BOXSPRING SONDERAKTION

Boxspringbett BJÖRN

1498.-



Polsterecke MONTREAL in trendigem Cord-bezug, Rücken echt bezogen, Stellmaß ca. 306x197 cm, Sitzhöhe ca. 45 cm. Kopfstützen sowie Zusatzfunktionen wie Sitztiefenverstellung und Bettfunktion sind auf Wunsch gegen Mehrpreis möglich. In vielen weiteren Zusammenstellungen, Farben, Stoffen zum individuellen Preis lieferbar. Ohne Kopfstützen, weitere Funktionen, Kissen und Deko.

SIE SPAREN **30%**
 statt ~~1713.-~~ UVP. **TIEFPREISOFFENSIVE**
1199.-
 mtl. Rate **24,98** bei 48 Monaten 0% Zinsen

AUF WUNSCH PRAKTISCHE FUNKTIONEN gegen geringen Mehrpreis



Prospekt gültig bis 30.09.2023

Das größte Polsterfachgeschäft in OWL! www.sofa-company.de

SOFA COMPANY

JOHANNKNECHT

Wir sind auch bequem per Bus mit den Linien 2, 28 und 58 zu erreichen



Musterring-Einrichtungshaus und Büroform Johannknecht GmbH & Co.KG • Frankfurter Weg 10 (A33 Ausfahrt PB-Zentrum) 33106 Paderborn • Tel. 0 52 51 / 779 80 32 • Mo. - Fr. 10.00 - 19.00 Uhr • Sa 10.00 - 18.00 Uhr • www.sofa-company.de

BESTE MARKEN ZUM BESTEN PREIS: Musterring KOLINOR "HUKLA" brühlö himolla couchliebe. SCHLARAFFIA EC CANDY Comfort REPUBLIC



„DEN HANDEL NEU DENKEN“

DER VORSITZENDE UWE SEIBEL ZUR AKTUELLEN LAGE UND MIT EINEM BLICK IN DIE ZUKUNFT

Hier die Innenstadt und da die Peripherie: Wie ist das Zusammenspiel?

Uwe Seibel: Der Weg, den die Gründungsväter der Werbegemeinschaft im Jahre 1983 eingeschlagen haben, die Peripherie und die Innenstadt zusammen zu denken, war und ist bis heute genau richtig. Wir sind dadurch viel stärker und viel dynamischer. Wir als Paderborner Handel können gemeinsam agieren und Marketing für Paderborn machen. Wir befruchten uns zudem gegenseitig: Die Menschen, die zur Peripherie fahren, kommen auch in die Stadt und andersherum. Ich bin froh und dankbar, dass das damals so erkannt wurde und man nicht konkurrierend gedacht hat. Auch das ist wieder eine einzigartige Stellung, die Paderborn da einnimmt. Dadurch sind wir nämlich eine der größten Werbegemeinschaften in Deutschland, zudem mit einem recht hohen Marketing-Budget, was wir ja auch immer wieder für die Feste und Veranstaltungen, die wir machen, nutzen. Wir wissen, dass wir prozentual mehr in die Innenstadt geben, aber uns allen, auch den Mitgliedern in der Peripherie, ist es wichtig, dass die Innenstadt funktioniert. Deshalb ist auch die hohe Akzeptanz der Paderborner Werbegemeinschaft gegeben.

Wie läuft die Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung. Stichwort zum Beispiel frühere Sperrzeiten zu Libori?

Seibel: Ich denke, da muss die Politik und die Verwaltung einen Spagat machen zwischen individuellen Bedürfnissen der Bürger und dem, was Schausteller und der Handel möchten. Ich denke, so wie Libori mit den Zeiten aufgestellt ist, ist es gut. Und in den neun Tagen hat man ausreichend Zeit, feiern zu gehen.



Der Slogan „Einkaufen, erleben, genießen“ ist aktueller denn je.

Die Stadt Paderborn muss angesichts der Haushaltslage sparen. Wie sieht es perspektivisch für die Veranstaltungen der Werbegemeinschaft aus? Stehen die auf wackligen Beinen?

Seibel: Wir haben nach Corona erkannt, dass die Feste, die wir machen, erheblich teurer geworden sind. Wir haben es zum Glück die vergangenen zwei Jahre noch hinbekommen, das hervorragende Frühlingsfest mit der Unterstützung des WESTFÄLISCHEN VOLKSBLATTES auf die Beine zu stellen. Ich mache mir Gedanken, wie wir das Frühlingsfest 2024 feiern werden.

lichen

GLÜCKWUNSCH
ZUM JUBILÄUM!

Regina Padberg

Grafik + Kommunikation
Haxterhöhe 2 · 33100 Paderborn
rp-grafik.de

VERTRAUENSVOLLES MARKETING

FÜR MESSBAREN ERFOLG

Ihre Werbeagentur für den Mittelstand



Isabelle Sonje, Geschäftsleitung

JETZT ANFRAGEN

- Webdesign
- Social Media Marketing
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Foto & Video
- Printprodukte



Frankfurter Weg 6 33106 Paderborn 05251 694 235 0

kontakt@gipfelstuermer-agentur.de

www.gipfelstuermer-agentur.de

Wobei es mir ein Anliegen ist, dieses Fest auch zu feiern, weil wir einfach sagen, die Menschen haben es verdient, dass wir Ihnen auch etwas zurückgeben, und weil dieser Auftakt in die Freiluft-saison für Paderborn wichtig ist. Das zeigen ja auch die 300.000 Menschen, die das Frühlingfest in Paderborn besuchen.

Wie ist die Perspektive der Werbegemeinschaft?

Seibel: Ich bin natürlich im Austausch mit anderen Werbegemeinschaften, aber auch etwas größer gezogen bundesweit unterwegs, damit man sich bespricht. Wir merken gerade, dass kleinere Städte es immer schwerer haben, eine Werbegemeinschaft im Ehrenamt darzustellen. Das betrifft leider auch Paderborn, wo es für die Ortsteile Elsen, Wewer und Schloß Neuhaus immer schwieriger wird, Menschen zu finden, die dieses Amt ausfüllen möchten und letztendlich auch die Zeit für so ein Amt haben. Das beschäftigt mich etwas mit Sorge, da ich es ganz wichtig finde, dass die Ortsteile eine eigene Identität für sich haben und die Bürger mitnehmen, zum Beispiel zum Dorffest in Elsen oder anderen Festivitäten. Aber ich merke, dass da etwas wegbrechen kann und ich hoffe nur, dass wir als Werbegemeinschaft in dieser Konstellation weiterhin unsere Berechtigung haben. Ich bin aber zugleich guter Dinge – wir haben in den vergangenen Jahren bei der Werbegemeinschaft Paderborn trotz Corona eine gute Entwicklung der Mitgliederzahlen. Wir wachsen noch. Das ist für mich ein Zeichen und Bestätigung, dass unsere Arbeit anerkannt und respektiert wird.

Wie sieht die Zukunft im Handel aus?

Seibel: Die Innenstadt befindet sich im Wandel. Bereits lange vor Ausbruch der Covid-Pandemie und der krisenbedingten Konsumzurückhaltung zeichneten sich Veränderungen bei den Besucherströmen ab – mit deutlich spürbaren Folgen für den innerstädtischen Einzelhandel. Das Gesicht der deutschen Innenstädte hat sich verändert. Ob diese Veränderungen dauerhaft sein werden und letztendlich zur besseren Durchmischung unterschiedlicher innerstädtischer Nutzungen führen werden, ist derzeit schwer abzuschätzen. Attraktive Innenstädte stehen für Lebensqualität und sind im Wettbewerb um Arbeits-, Fach- und Führungskräfte ein wesentlicher Standortfaktor. Damit sind sie nicht nur als Wirtschaftsstandort von hoher Bedeutung. Eine funktionierende, lebendige Innenstadt besteht aus vielen unterschiedlichen Elementen. Es ist ein Miteinander, das den Erfolg ausmacht: Geschäfte, Restaurants und Cafés, Büros, Kinos, Theater, Konzertsäle, urbane Produktion, aber auch Bildungseinrichtungen, medizinische Versorgung und (öffentliche) Institutionen sowie Wohnen. Da ist, wie erwähnt die Gastronomie sehr wichtig. Aber wir sind da in solch vielen Veränderungen wie zum Beispiel die Mehrwertsteuer-Erhöhung zum 1. Januar 2024 oder die Preise, die in den vergangenen Monaten nach oben geschwenkt sind: Das sind so die Herausforderungen, die wir haben. Und da appelliere ich immer an die gesamte Stadt-Gesellschaft. Wir haben es zusammen in der Hand, wie Paderborn sich entwickeln wird. Wir entscheiden mit den Füßen, wo wir einkaufen und wir entscheiden ebenso, wo wir das Geld lassen und wie wichtig uns der stationäre Einzelhandel ist.

Welches Statement würden Sie gern loswerden?

Seibel: Die Werbegemeinschaft ist politischer geworden. Sie wird sich auch zu vielen Themen noch weiter äußern. Ich vermisse manchmal in der Politik, wenn ich diese Kritik anbringen darf, das Miteinander. Es ist manchmal eine Einbahnstraße. Ich muss den Hörer in die Hand nehmen und ich wünsche mir einfach mehr Feedback oder mehr Kommunikation in beide Richtungen. So lange man alles auf einer Sachebene austrägt, sollte man sich auch schon mal intensiver über gewisse Themen unterhalten.

Wird es ein 50-jähriges Jubiläum geben?

Seibel: Ich gehe davon aus, dass es das geben wird. Ob ich als Vorsitzender dann noch tätig bin, mag ich jetzt nicht zu beantworten. Seit 26 Jahren bin ich in der Werbegemeinschaft. Ich

mache es mit Herzblut und sehr gerne. Für mich steht Paderborn über allem. So lange man mich hier noch haben möchte, mache ich erstmal weiter. „Einkaufen, erleben, genießen“ ist seit 40 Jahren unser Slogan und der passt heute mehr denn je. Es ist der Einkauf, es ist das Erleben und es ist auch der Genussfaktor und ich hoffe, als Werbegemeinschaft bilden wir das nach wie vor mit unseren Mitgliedsbetrieben gut ab.

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. es ab jetzt darum geht, die erarbeiteten Stärken Paderborns zu wahren.

Ferdinand Klingenthal (Textilhaus F. Klingenthal)

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. Paderborn nur durch das Zusammenspiel von Innenstadt und Peripherie ein starkes Oberzentrum bleiben kann.

Volker Schäfers (Dören-Park)

At your side.
brother
JANOME
PFAFF
SINGER

Nur für kurze Zeit!

~~2099,-~~ **1699,-**

Sichern Sie sich jetzt die PFAFF quilt expression 720 ab sofort zum Preis der PFAFF expression 710! (solange Vorrat reicht)

Nähmaschinen - Overlocks - Stickmaschinen - Kurzwaren - Stoffe - Kam Snaps - Scheren - Schnittmuster - Bänder - Stricknadeln - Reißverschlüsse - Nähkästen - Knöpfe - uvm.

FACHWERKSTATT FÜR FAST ALLE FABRIKATE

Viele weitere tolle Angebote

DIE NÄHMASCHINEN PROFIS SEIT 1982

Nähzentren Habrock GmbH & Co. KG, Rosenstraße 12, 33098 Paderborn, 05251 - 27112, paderborn@dnp82.de



Der Vorstand im Jubiläumsjahr: (von links) Volker Schäfers (geschäftsführender Vorstand), Steffen Richert (erweiterter Vorstand), Frederik Driller (erweiterter Vorstand), Nils Asmis (geschäftsführender Vorstand), Dr. Philipp Hoffmann (erweiterter Vorstand, Mitgliederbetreuung), Tanja Huckemann (erweiterter Vorstand), Lin Thiele (geschäftsführender Vorstand), Karl-Heinz Miltzer (erweiterter Vorstand, Veranstaltungen), und Uwe Seibel (1. Vorsitzender, Finanzen und Gutscheine).

DIE WERBEGEMEINSCHAFT BEDEUTET FÜR PADERBORN, ABER AUCH FÜR MICH PERSÖNLICH

...

... das Image Paderborns als Einkaufs-, Freizeit-, Kultur- und Wohnstandort mit innovativen Veranstaltungen und Serviceangeboten zu fördern. Meine Familie und ich schätzen die Paderborner Innenstadt sehr. Sie hat eine Strahlkraft in den gesamten Kreis Paderborn und die Region hinein. Ich erinnere mich immer wieder gerne an meine Jahre der Mitarbeit in der Werbegemeinschaft. Sie hält zusammen und blickt gemeinschaftlich nach vorne. Das ist gerade in einer für die Innenstädte und

den Handel sehr schwierigen Zeit immens wichtig. Stehen Sie weiterhin zusammen! Ich setze auf eine bewährte Gemeinschaft, die Werbegemeinschaft Paderborn!

Christoph Rüter (Landrat Kreis Paderborn)



- E-Bikes
- Fahrräder
- Motorroller
- Motorräder

Frankfurter Weg 32a
33106 Paderborn

Telefon: **05251 / 75370**

www.2-rad-schwede.de

email: info@2-rad-schwede.de



Offizieller Social Media Partner der
Werbegemeinschaft Paderborn

Farbecht.

Strategie | Content | Performance

www.farbecht-medienagentur.de



Der Dom
KATHOLISCHES MAGAZIN IM ERZBISTUM PADERBORN

BESTELLUNGEN FÜR PRINT- UND E-PAPER
ONLINE UNTER:
WWW.DERDOM.DE/DER-DOM-ABONNEMENT
ODER PER TELEFON: 05251 / 153 - 204





Vorstandsfoto vom 1. Oktober 1986: (von links) Johannes Kropp (Werbeleiter), Ferdinand Klingenthal (stellvertretender Vorsitzender), Friedrich-Wilhelm Dany (Ehrenvorsitzender), Hans-Josef Bürger (stellvertretender Vorsitzender), Klaus Bruns (Vorsitzender), Heinz Homburg (Werbeleiter), Joachim Hentze, Rudolf Reiling, Horst Neiß und Franz-Josef Hambrock (Vorstandsmitglieder), Hermann Sittig (stellvertretender Vorsitzender).

AKTIONSGRUPPE ZUR GEPLANTEN WERBEGEMEINSCHAFT PADERBORN

Das waren die Männer der ersten Stunde, die sich zu dem Thema „Werbegemeinschaft“ versammelten.

Ferdi Klingenthal jun.

- Klingenthal Textilhaus

Herr Jacoby

- Jacoby Handarbeiten-Strickmoden

Herr Papenbreer

- es+pe

Herr Förster

- Feinbäckerei Zarnitz

Herr Helle

- Kaufhof AG

Herr Bruns

- Bruns Stoffe und Kindermoden KG

Herr Dany sen.

- Dany Partner-Kaufhaus

Hans-J. Bürger

- Volksbank Paderborn eG

DAS GRÜNDUNGSKOMITEE DER WERBEGEMEINSCHAFT

Dieses Komitee startete 1982 seine Arbeit, die zur Gründung (27. Juni 1983) der Werbegemeinschaft führte.

Dany Partner-Kaufhaus

- Herr Dany sen.

Bruns Stoffe und Kindermoden KG

- Herrn Bruns

Jacoby Handarbeiten-Strickmoden

- Herrn Jacoby

Feinbäckerei Zarnitz

- Herrn Förster

Schmidt Delikatessen

- Herrn Paul-G. Schmidt

Sittig GmbH Herrenmoden

- Herrn Sittig

Osthoff-Möbel KG

- Herrn Osthoff

Volksbank Paderborn eG

- Herrn Bürger

Rechtsanwaltsbüro Cramer/Ostermann

- Herrn Dr. Willaschek



AUTO ZELLERHOFF



- ✓ Reparatur- & Wartungsservice
- ✓ Karosserieinstandsetzung
- ✓ Caravan Service
- ✓ Behindertengerechte Fahrzeugumbauten
- ✓ Oldtimer Restaurierung



Auto Zellerhoff Michael Klaes GmbH & Co. KG
Friedrich-List-Str. 33
33100 Paderborn

Tel: 05251/ 55574

Fax: 05251/ 541536

Email: info@auto-zellerhoff.com

Web: www.auto-zellerhoff.de

@autozellerhoffpaderborn
@auto_zellerhoff

Wir gratulieren zum 40-jährigen Jubiläum

GETRÄNKE DRILLER

www.getraenke-driller.de

DIE CHRONIK

VOM FRÜHLINGSFEST BIS ZUM KULTURTAXI: ZAHLREICHE AKTIONEN IN VIER JAHRZEHNEN

1983 gründeten engagierte Kaufleute die Werbegemeinschaft mit dem Ziel, Handel und Gastronomie zu fördern und Paderborn als Einkaufsstandort attraktiv zu machen. Schon bei der Gründung wurde das Ziel ausgegeben, Innenstadt und Peripherie gemeinsam unter einem Dach zu vertreten.

1984 feierte eine Veranstaltung ihre Premiere, die eines der wichtigsten Markenzeichen der Werbegemeinschaft werden sollte: Das Frühlingsfest. Einkaufen, Open-Air-Konzerte und Kultur bei freiem Eintritt: Dieses Konzept überzeugte sofort.

Seit **1986** ist die Werbegemeinschaft auch in maßgeblichen Gremien vertreten und findet Gehör. Dazu zählen die IHK, der Verkehrsverein und der Einzelhandelsverband.

1989 wird die Fußgängerzone großflächig umgestaltet. Basis ist ein zukunftsweisendes Public-Private-Partnership-Konzept. Die Kosten für die Neugestaltung tragen zu jeweils einem Drittel das Land Nordrhein-Westfalen, die Stadt Paderborn und die Werbegemeinschaft.

1995 setzt sich die Werbegemeinschaft für das Großprojekt Libori-Galerie am Kamp ein. Seinerzeit galt das Konzept als zukunftsweisend für die Großstadt Paderborn.

1996 bereitet die Werbegemeinschaft den Weg für Kooperationsverträge mit Energie- und Kommunikations-Lieferanten.

1997 formulierte die Werbegemeinschaft ein deutliches Nein zur Ansiedlung eines Einkaufszentrums außerhalb der innerstädtischen Einkaufszone.

Eine neue Idee sorgte **1998** für Belebung. Mit der Einführung der Powerwoche im Herbst wurde der Handel gestärkt. Im selben

Jahr initiierte die Werbegemeinschaft die Aktion „Paderborn blüht auf“. Seither sorgt alljährlich Blumenschmuck an Straßentlaternen in der Innenstadt für bunte Farbtupfer.

Im selben Jahr lud die Werbegemeinschaft gemeinsam mit dem Bürgermeister erstmals zum VIP-Abend ins Rathaus. Das VIP steht dabei für Vielseitig Interessierte Paderborner. Hier treffen sich alljährlich maßgebliche Entscheider und tauschen sich zu aktuellen Themen aus. Im Mittelpunkt steht immer ein Vortrag eines prominenten Gastes. *Fortsetzung folgt auf Seite 12*

DIE WERBEGEMEINSCHAFT BEDEUTET FÜR PADERBORN, ABER AUCH FÜR MICH PERSÖNLICH

...

..., die Klammer und das Aushängeschild für den Paderborner Einzelhandel zu sein!

Dr. Carsten Linnemann (MdB, CDU-Generalsekretär)

**Wir gratulieren der
Werbegemeinschaft Paderborn
zum 40 jährigen Jubiläum und
bedanken uns für die gute
Zusammenarbeit.**



OWL Burger King Knust GmbH & Co. KG
Detmolder Str. 48 Industriestr. 1a
33100 Paderborn 34414 Warburg
Tel.: 05251 523552 Tel.: 05641 7443340

MDK Fast Food GmbH
Warburger Str. 105
33098 Paderborn
Tel.: 05251 8896377

info@owl-burgerking.de

Jubiläum 40 Jahre Werbegemeinschaft Paderborn e. V.

Herzlichen Glückwunsch!



Nitsch Sicherheitsdienste e.K.
Am Atlaswerk 18 • 33106 Paderborn
www.nitsch-sicherheitsdienste.de

Tel.: 05251 8787655



Lust auf spannende DIY-Projekte?

Kunst, Basteln, Dekoration oder Handarbeit?

Bei uns finden Sie alles, was Sie für Ihr nächstes Kreativ- oder Handarbeitsprojekt benötigen. Lassen Sie sich inspirieren oder von uns beraten – wir freuen uns auf Ihren Besuch!



Wolle Rödel



idee.

der creativmarkt



idee. Creativmarkt
Rosenstraße 2
33098 Paderborn
idee-shop.com

Wolle Rödel
Westernstraße 1
33098 Paderborn
wolle-roedel.com

Für Hingucker sorgen **2001** Paderborner Künstler. Sie gestalten zur Powerwoche Elefanten, die das Bild der Innenstadt bereichern.

Auch **2002** steht im Zeichen des Schönen. Lokale Kunstschaffende gestalten 20 x 30 cm große Zeichnungen. Die Werbegemeinschaft lässt daraus sechs Quadratmeter große Willkommensflaggen für die Fußgängerzone anfertigen.

2004 bringt auch die Werbegemeinschaft Paderborn ins Guinness Buch der Rekorde: Quer durch die Innenstadt wird der längste rote Teppich für Dienstbereitschaft gegenüber Kunden und Gästen verlegt. In diesem Jahr erzielt die Einkaufsstadt Paderborn ein weiteres Spitzenergebnis. Die BAG ermittelt an einem Tag 43.287 Gäste in der Fußgängerzone. Damit liegt Paderborn bundesweit auf einer Spitzenposition.



Der längste Rote Teppich.

2005 wird es international.

Unter dem Motto „Die Welt zu Gast in Paderborn“ schreibt die Werbegemeinschaft 160 Botschaften an und bittet um Überlassung einer Nationalflagge. Diverse Botschafter kommen nach Paderborn.

2006 initiieren die Werbegemeinschaft und das Unternehmen E.ON das Projekt e-Kunst. Künstlerinnen und Künstler gestalten zahlreiche Verteilerkästen im Stadtgebiet.

Zum NRW-Tag **2007** in Paderborn setzen die Werbegemeinschaft und die Stadt einmal mehr ein gemeinsames Projekt um. Mehr als 300 Städte und Gemeinden aus Nordrhein-Westfalen werden um Stadtsymbole oder Flaggen gebeten. Die daraus angefertigten Flaggen zieren viele Wochen als sichtbares Zeichen der NRW-Freundschaft die Fußgängerzone. Im selben Jahr gibt es eine weitere gute Nachricht: Die Einzelhandelskennziffer konnte durch Aktivitäten der Werbegemeinschaft auf 143 erhöht werden. In NRW liegt Paderborn damit an der Spitze.

2008 wird vermeldet, dass die Werbegemeinschaft seit Jahren durchschnittlich 1,2 Millionen Euro an Sachleistungen und Finanzmitteln in die Imagepflege der Stadt investiert. Das ist eine einmalige Erfolgsgeschichte in der Bundesrepublik.

2010 gibt es die nächste Premiere. Beim Frühlingserwachen mit verkaufsoffenem Sonntag präsentieren sich Gärtnereien, Blumenfachgeschäfte und Floristen in der Innenstadt. Kleinkünstler und offene Geschäfte sorgen für Einkaufsspaß mit besonderem Flair.

ICH BIN MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. wir alle daran arbeiten müssen, die Paderborner Innenstadt attraktiv zu halten. Und das gelingt nur mit einer starken Organisation wie der Werbegemeinschaft.

Birgit Sanetra (Juwelier Sanetra)

In eine ähnliche Richtung geht auch die **2011** erstmals durchgeführte Aktion „Kunst trifft Garten“. Unter der Schirmherrschaft von Sabine Paus präsentieren 16 Gartenbesitzer und 29 Künstler grüne Oasen und kreative Werke.

2012 sorgen lebendige Schaufensterpuppen beim Mitternachtsshopping für Staunen. Die Besucher prämiieren die besten Darbietungen. In diesem Jahr gibt es die zweite Auflage des Projektes e-Kunst. Zudem beginnen Gespräche zum Einzelhandelskonzept. Hier ist die Werbegemeinschaft maßgeblich beteiligt.

2013 feiert die Werbegemeinschaft einen runden Geburtstag: Im Rahmen des 30-jährigen Jubiläums lädt sie am 2. Juni zum Paderbrunch.

2015 findet die Aktion Paderbrunch schon zum dritten Mal statt. Ein Erfolgsprojekt hat das Laufen gelernt. In eine ähnliche Richtung geht auch die 2011 erstmals durchgeführte Aktion „Kunst trifft Garten“.

2016 wird der neu gestaltete Marktplatz teilweise eröffnet. Die Werbegemeinschaft feiert dies mit dem Paderbrunch vor der Kulisse des beeindruckenden Paderborner Doms.

Im selben Jahr beginnt eine weitere Zusammenarbeit zwischen der Werbegemeinschaft und der Stadt Paderborn: Uwe Seibel wird erster Paderborner Citymanager. Seitens der Stadt Paderborn hat das Amt für Öffentlichkeitsarbeit und Stadtmarketing die Zusammenarbeit mit dem Citymanager übernommen. Es findet ein regelmäßiger Austausch zwischen beiden Parteien statt. Mit Sitz in der Innenstadt steht der Citymanager für Anliegen, Fragen und Probleme, die die Innenstadt betreffen, allen zur Verfügung.

2017 steht erneut im Zeichen der Klassiker: Frühlingserwachen, Frühlingfest, „Kunst trifft Garten“, die „Lange Nacht der Kirchen“ und mehr sorgen für buntes Leben in der Stadt und begeistern die Menschen.

2018 ergänzen einige Neuerungen den traditionellen Veranstaltungsreigen. Im Frühjahr und im Sommer gibt es abends die Naschzeile: Streetfood auf dem Marktplatz lockt viele Gäste in die abendliche Innenstadt. Der Kinder-Decken-Flohmarkt auf dem Schulhof des Gymnasiums Theodorianum feiert seine Premiere und wird fester Bestandteil des Jahreskalenders.

2019 wird Uwe Seibel Nachfolger der 1. Vorsitzenden Anne Kersting. Ihm folgt als neuer Citymanager Heiko Appelbaum.

Neben den bewährten Veranstaltungen rund um das Frühlingfest gibt es wieder vier verkaufsoffene Sonntage in der Innenstadt. Die App smartmarket² wird als Forschungsprojekt mit der Uni Paderborn eingeführt.

2020 steht ganz im Zeichen der weltweiten Corona-Pandemie.



2019 Wechsel im Vorstand (von links) Uwe Seibel, Bürgermeister Michael Dreier, Anne Kersting und der Laudator und Bürgermeister a. D. Heinz Paus.
Foto: Heiko Appelbaum

Das Frühlingfest und weitere Veranstaltungen finden nicht oder digital statt. Einzelhandel, Gastronomie und andere Branchen leiden unter den auferlegten Einschränkungen.

2021 setzt eine behutsame Erholung der Lage ein. Schritt für Schritt kehrt die Normalität zurück und im September begeistert die Neuauflage von „Kunst trifft Garten“ die Menschen. Die „Lange Nacht der Kirchen“ lockt im Herbst zahlreiche Gäste in die Innenstadt.

2022 wird endlich wieder das Frühlingfest gefeiert. Neben vielen anderen Veranstaltungen prägt dieses Event das Wirken der Werbegemeinschaft.

2023 erblickt das Kulturtaxi das Licht der Paderborner Kulturwelt – Pop Up-Sound in der Innenstadt sorgt für Belebung und Begeisterung. Und neben den zahlreichen bewährten Veranstaltungen feiert die Werbegemeinschaft ihren 40. Geburtstag mit einem bunten Programm, das bis ins Jahr **2024** reichen wird.

40
JAHRE

Vier Jahrzehnte Erfolgsnetzwerk!

Wir gratulieren der Werbegemeinschaft Paderborn.

APOTHEKE SCHÖNE AUSSICHT | APOTHEKE AM LICHTENTURM | APOTHEKE AM NORDBAHNHOF
DOM APOTHEKE | APOTHEKE AUF DER LIETH

**Dr. Kesselmeier
& Dr. Hoffmann**
www.apotheken-paderborn.de



Partyborn: Beim Paderborner Frühlingsfest locken musikalische Top-Acts die Massen auf den Rathausplatz.

Foto: Oliver Schwabe

SPEKTAKEL ZUM NULLTARIF

BEIM PADERBORNER FRÜHLINGSFEST TRIFFT MUSIK AUF KLEINKUNST, COMEDY UND SHOW

Drei Tage, drei Bühnen und ein verkaufsoffener Sonntag: Die Werbegemeinschaft Paderborn lädt Jahr für Jahr am ersten Wochenende im Mai zur wohl größten Frühjahrsparty in Ostwestfalen-Lippe ein. Beim Frühlingsfest – mittlerweile Paderborns sechste Jahreszeit – können Besucherinnen und Besucher alle Konzerte, Künste und Darbietungen zum Nulltarif erleben.

Auf den Bühnen in der Innenstadt verspricht das Frühlingsfest an allen Tagen ein attraktives Programm für Jung und Alt. Vor dem Rathaus geben sich abends jedes Jahr wahre Top-Stars die Ehre. Bei der 38. Auflage des Frühlingsfestes 2023 waren es die DJs YouNotUs und Philipp Dittberner. Zu Gast in Paderborn waren auch schon beispielsweise Glasperlenspiel, Max Mutzke, Frida Gold, Selig und Laith Al Deen.

Aber die Werbegemeinschaft sorgt nicht nur dafür, dass Musik in der Luft liegt. So dürfen sich die Frühlingsfestbesucher auch immer auf das „große Fest der kleinen Künste“ mit viel Straßentheater, Slapstick, Jonglage und Akrobatik freuen. Und zum krönenden Abschluss des Festes öffnen beim verkaufsoffenen Sonntag die Geschäfte in der Innenstadt ihre Türen.

Musik vom Feinsten trifft auf Kleinkunst, Comedy und Show beim Paderborner Frühlingsfest. Und das alles zum Nulltarif. In der Vergangenheit wurden mit dieser Mischung Jahr für Jahr 300.000 und mehr Besucher in die City gelockt. Nach dem Liborifest ist das Frühlingsfest zum größten Volksfest der Stadt angestiegen. Kein Wunder, dass viele Städte Paderborn um dieses Frühlingsfest beneiden!



Die Paderborner Fußgängerzone verwandelt sich in eine große Bühne für Kleinkünstler und Akrobaten.

Foto: Oliver Schwabe

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH

40 **JAHRE**
WERBEGEMEINSCHAFT
PADERBORN E.V.



MEHR ZUM SCP07
SOWIE TICKETS
GIBT'S HIER:





HIER WERDEN GÄRTEN ZU AUSSTELLUNGSRORTEN



Kunstvolle Gärten können üblicherweise nur vom Gehweg bestaunt werden. Bei der Werbegemeinschafts-Aktion „Kunst trifft Garten“ ist das aber anders: Hier öffnen Gartenbesitzer an einem Wochenende ihre privaten Pflanzenparadiese. Eingeladen sind Künstler, die Gelegenheit haben, ihre Kunst zu präsentieren – inmitten einer Blütenpracht. Gartenfreunde treffen also

auf Kreative und gestalten gemeinsam etwas Schönes. Das Besondere ist, dass dies nicht am Gartenzaun, sondern im Garten stattfindet. Es ist Tag des offenen Gartens. Dabei offenbaren sich die eine oder andere Blumenüberraschung, und sicherlich gibt es auch einen guten Dekorationstipp oder das Geheimnis des guten Gärtnerns wird gelüftet.

BESSER
BERATEN.
BESSER
HÖREN.



IHRE HÖREXPERTEN FÜR PADERBORN.

Paderborn Riemkestr. 12, 052 51.27480
Husener Str. 48 (MediCo), 052 51.1423607

► hoerakustik-vollbach.de





Was für ein Genuss! Der Paderbrunch der Werbegemeinschaft Paderborn findet jedes Jahr auf dem Marktplatz statt.

Foto: Heiko Appelbaum

ESSEN, TRINKEN, KLÖNEN

MIT DEM PADERBRUNCH AUF DEM MARKTPLATZ WIRD DAS MITEINANDER GEFÖRDERT

Essen, Trinken, Klönen und Geselligkeit genießen: Jährlich für Anfang Juni lädt die Werbegemeinschaft Paderborn zum großen Paderbrunch auf dem Marktplatz rund um den Neptunbrunnen ein. In diesem herrlichen Ambiente im Schatten des Paderborner Doms können alle angemeldeten Brunch-Gäste die bereitgestellten Tische und Bänke nutzen. Erfahrungsgemäß bilden sich im Vorfeld nach Absprache bunte Tischgemeinschaften. „Wir wollen das Miteinander fördern“, sagt Uwe Seibel. Der 1. Vorsitzende der Werbegemeinschaft Paderborn baut bei der Vorbereitung des Events auf sein Vorstandsteam, das den Brunch akribisch organisiert und auch für den Auf- und Abbau sorgt. „Da sind alljährlich viele helfende Hände nötig. Ich freue mich, dass der Paderbrunch von den Gästen so gut angenommen wird. Dies zeigt, dass sich unsere Mühe lohnt“, sagt

Frederik Driller, der den Paderbrunch seitens des Werbegemeinschaft-Vorstands federführend organisiert. Der Charakter der Veranstaltung hat sich in den vergangenen Jahren nicht geändert: Die Gäste ordern vorab ihre Plätze – seit dem vergangenen Jahr ist das bequem online möglich. Am Tag selbst bringen sie dann Speisen und Getränke mit, die vor Ort gemeinsam genossen werden. Die Werbegemeinschaft sorgt parallel für ein kulturelles Begleitprogramm und einen sorgenfreien Ablauf.

Ein dickes Lob für die Veranstaltung kommt auch von Paderborns Citymanager Heiko Appelbaum: „Der Paderbrunch ist eine außergewöhnliche Belebung der Innenstadt und das große Interesse an der Veranstaltung zeigt, wie wichtig den Menschen das Miteinander in bewegenden Zeiten ist.“

JOLMES
GEBÄUDEREINIGUNG

REINIGUNGEN IM OSMOSEVERFAHREN

- ✓ Glasreinigungen
- ✓ Fassadenreinigungen
- ✓ Photovoltaikreinigungen

📍 Karl-Schurz-Straße 17
33100 Paderborn

☎ 05251 8999 0



- ✓ Mit wasserführenden Carbonstangen bis zu 17 Meter Höhe erreichbar
- ✓ Keine Gerüst- und Steigerkosten

✉ info@jolmes.de

🌐 www.jolmes.de



Mit der „Lange Nacht der Kirchen“ ermöglicht die Werbegemeinschaft Paderborn einen spätsommerlichen Konzertspaziergang. Foto: Heiko Appelbaum

SAKRALE KONZERT(T)RÄUME

„LANGE NACHT DER KIRCHEN“ LÄDT ZUM SPÄTSOMMERLICHEN KONZERTSPAZIERGANG EIN

Das Paderborner Musikpublikum freut sich vollkommen zurecht Jahr für Jahr auf einen spätsommerlichen Konzertspaziergang durch die Innenstadt. In Zusammenarbeit mit der Werbegemeinschaft und dem Citymanagement Paderborn findet dann die „Lange Nacht der Kirchen“ statt – in diesem Jahr am Samstag, 16. September.

In beliebten und bewährten sakralen Konzerträumen und an einigen für dieses Format neuen und teils auch ungewöhnlichen Orten werden bei freiem Eintritt kleine Konzerte angeboten. Die

„Lange Nacht der Kirchen“ verspricht einen ganzen Abend oder besser eine ganze Nacht voller Musik. Und zwar in Form von Kirchenkonzerten: Vokalensembles aus den Chören der Dommusik, Organisten und weitere Künstlerinnen und Künstler spielen und singen kurze Konzerte in den atmosphärisch beleuchteten Kirchen der Paderborner Innenstadt. Und jeder kann an diesem Abend in seinem Tempo durch die Kirchen wandern, um sich ein ganz individuelles Konzert zusammenzustellen – die Reihenfolge ist frei wählbar.

Alles Gute zum 40-jährigen Jubiläum!
... wünscht der ASP.

[asp_paderborn_](https://www.instagram.com/asp_paderborn_) [ASPPaderborn](https://www.facebook.com/ASPPaderborn) www.asp-paderborn.de

ASP Abfallwirtschaftsamt Paderborn
Eigenbetrieb der Stadt Paderborn

Stadt Paderborn
Paderborn überregional

DAS IST DIE WERBEGEMEINSCHAFT

Mitglieder : 250

Branchen: Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleister aus Paderborn und angrenzenden Städten.

Ziel: Förderung der nachhaltigen Entwicklung von Paderborn als attraktiver Ort für Einheimische und Gäste mit dem Schwerpunkt Einzelhandel und Gastronomie.

Unser Engagement zählt! Wir haben innerhalb der Stadtgesellschaft eine starke Stimme, die auch auf Seiten von Politik, Verwaltung und anderen Entscheidungsträgern gehört wird. Wir sind beratend in zahlreichen Gremien tätig.

Netzwerk: Mitglieder der Werbegemeinschaft wissen sich in einem starken Netzwerk-gemeinsamer Austausch und Unterstützung in belangreichen Fragen zeichnen uns aus.

Die Werbegemeinschaft ist Veranstalter von Events wie Frühlingfest, Paderbrunch, Kinder-Decken-Flohmarkt, Kunst trifft Garten, Die lange Nacht der Kirchen, Pop Up Sound und vier verkaufsoffenen Sonntagen in der Innenstadt.

Die Werbegemeinschaft lässt Jahr für Jahr die Innenstadt mit Blumenschmuck aufblühen.

Der Gutschein: ein Erfolgsmodell für Paderborn. Umsätze werden in der Region und stationär gehalten.

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. wir ebenfalls auf den Teamgedanken setzen und gemeinsam mit allen anderen Beteiligten unsere schöne Stadt Paderborn nach vorne bringen wollen. Getreu unserem Motto sage ich gerne: Mit Herzblut. Werbegemeinschaft Paderborn.

Martin Hornberger (Geschäftsführer SC Paderborn 07)

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. Gemeinschaft einfach mehr schafft!

Frauke Hellenbrand (Vom Fass Paderborn)

FORD
ADVENTURE
WEEKS

Ford Kleine dankt für 40 Jahre
engagierten Einsatz für die
Paderborner Kaufmannschaft!

GROSSES ABENTEUER IN REICHWEITE.



Ford Mustang Mach-E



FORD MUSTANG MACH-E

Keyless Entry, Mustang LED-Rückleuchten, Premium Polsterung Sensico in Leder-Optik in Schwarz mit grauen Ziernähten, Aktiver Park-Assistent, Klimaanlage mit automatischer Temperaturkontrolle

54 monatliche Leasingraten von

€ 399,-^{1,2}

Anschaffungspreis (inkl. Überführungskosten)	51.900,- €
Leasing-Sonderzahlung	8.053,90 €
Nettodarlehensbetrag	51.900,- €
Laufzeit	54 Monate
Gesamtleistung	45.000 km
Sollzinssatz p. a. (fest)	2,99 %
Effektiver Jahreszins	3,03 %
Voraussichtlicher Gesamtbetrag ³	29.599,90 €
Finanzleasingrate	399,- €

Verbrauchswerte nach WLTP*: Mustang Mach-E: Stromverbrauch (kombiniert): 17,2 kWh/100 km; CO₂-Emissionen (kombiniert): 0 g/km; elektrische Reichweite (bei voller Batterie): bis zu 440 km**

FordStore KLEINE

Das freundliche Autohaus

Rathenastr. 79-83
33102 Paderborn
Deutschland

05251/208-0

**Neufahrzeuge
Gebraucht- und Jahreswagen
Fachwerkstatt
Autovermietung und CarSharing**

Beispielfoto eines Fahrzeuges der Baureihe. Die Leistungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeuges sind nicht Bestandteil des Angebotes. *Seit dem 1. September 2017 werden bestimmte Neuwagen nach dem weltweit harmonisierten Prüfverfahren für Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge (Worldwide Harmonised Light Vehicles Test Procedure, WLTP), einem neuen, realistischeren Prüfverfahren zur Messung des Kraftstoffverbrauchs und der CO₂-Emissionen, typgenehmigt. Seit dem 1. September 2018 hat das WLTP den neuen europäischen Fahrzyklus (NEFZ), das bisherige Prüfverfahren, ersetzt. Wegen der realistischeren Prüfbedingungen sind die nach dem WLTP gemessenen Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte in vielen Fällen höher als die nach dem NEFZ gemessenen. Die angegebenen Werte dieses Fahrzeugtyps wurden anhand des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt. **Gemäß Worldwide Harmonised Light Vehicles Test Procedure (WLTP) ist bei voll aufgeladener Batterie eine Reichweite bis zur genannten, zertifizierten elektrischen Reichweite – je nach vorhandener Serien- und Batterie-Konfiguration – möglich. Die tatsächliche Reichweite kann aufgrund unterschiedlicher Faktoren (z.B. Wetterbedingungen, Fahrverhalten, Streckenprofil, Fahrzeugzustand, Alter und Zustand der Lithium-Ionen-Batterie) variieren. Ein km-Leasing-Angebot für Privatkunden der Ford Bank GmbH, Henry-Ford-Str. 1, 50735 Köln. Das Angebot gilt für noch nicht zugelassene, berechnete Ford Neufahrzeuge und stellt das repräsentative Beispiel nach § 17 Preisangabenverordnung dar. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein Widerrufsrecht. ¹Gilt für Privatkunden. Gilt für einen Ford Mustang Mach-E 75,7 kWh Batterie Standard Range Elektromotor 198 kW (269 PS), Automatikgetriebe. ²Summe aus Leasing-Sonderzahlung und mtl. Leasingraten. Zzgl. bei Vertragsabschluss ggf. Mehr- oder Minderkilometer sowie ggf. Ausgleichsbeträge für etwaigen übermäßigen Fzg.-Verschleiß; Mehrkilometer 0,112 €/km, Minderkilometer 0,067 €/km (5.000 Mehr- oder Minderkilometer bleiben berechnungsfrei).



Uwe Seibel (links) und Jessica Schütte haben den Blumenschmuck in der Paderborner Fußgängerzone organisiert.

Foto: Heiko Appelbaum

BLÜHENDE AKZENTE SETZEN

PADERBORNER WERBEGEMEINSCHAFT SORGT SEIT JAHREN FÜR BLUMENSCHMUCK IN DER CITY

Die Innenstadt attraktiver zu gestalten ist eine Zielsetzung, die die Paderborner Werbegemeinschaft seit ihrer Gründung verfolgt. Ein ganz konkretes Beispiel, wie das gelingt: Seit vielen Jahren sorgt die Werbegemeinschaft für mannigfaltigen Blumenschmuck in der Fußgängerzone der Paderstadt. Im vergangenen Jahr kam erstmals finanzielle Unterstützung vom Amt für Umweltschutz und Grünflächen der Stadt Paderborn. Die neue Partnerschaft wurde 2023 fortgesetzt.

Längst erfreuen zahlreiche Blumenampeln die Menschen in der zentralen Fußgängerzone und steigern sichtbar die Aufenthaltsqualität. „Wir haben bereits viel Lob für diese Aktion erhalten und

ich danke der Stadt für die neuerliche großzügige Unterstützung“, sagt Uwe Seibel, Vorsitzender der Werbegemeinschaft Paderborn. Blühende Akzente würden für ein positives Gesamtbild sorgen und das Wohlfühlen fördern.

„Unsere Unterstützung ist ein Zeichen dafür, dass uns die Innenstadt am Herzen liegt und wir uns wünschen, dass sich die Gäste gerne hier aufhalten“, sagt Jessica Schütte, Leiterin des Amtes für Umweltschutz und Grünflächen Paderborn.

Ein Paderborner Unternehmen kümmert sich um die Pflege samt regelmäßiger Bewässerung, damit die Menschen lange Freude an den Blüharrangements haben.

 **OTTO SCHÜMER** SEIT 1900

 **PADERBORNER GLAS- UND GEBÄUDEREINIGUNG**

- ◆ NEUBAU- UND UNTERHALTSREINIGUNG
- ◆ GLAS- UND FASSADENREINIGUNG
- ◆ TEPPICH- UND POLSTERREINIGUNG
- ◆ PARKETT- UND STEINBODENSANIERUNG
- ◆ REINIGUNG UND PFLEGE VON COTTOFLIESEN
- ◆ HAUSMEISTER- UND WINTERDIENSTE

(0 52 51) 5 78 88 ◆ INFO@OTTO-SCHUEMER.DE

 **Bad Driburger**
NATURPARKQUELLEN

DIE PURE ERFRISCHUNG

BAD DRIBURGER APFEL-RHABARBER –
das Erfrischungsgetränk mit natürlichem Mineralwasser.

WWW.BAD-DRIBURGER.DE  

WERBEGEMEINSCHAFT FÖRDERT DEN NACHWUCHS



Traditionell am letzten Sommerferien-Samstag laden die Werbegemeinschaft Paderborn und das Citymanagement den Nachwuchs dazu ein, nicht mehr benötigte Spielsachen und Krimskrams im Rahmen des Kinder-Decken-Flohmarktes auf dem Schulhof des Gymnasium Theodorianum am Kamp zu verkaufen. Uwe Seibel, Vorsitzender der Werbegemeinschaft, freut sich darüber, dass die Veranstaltung auf großes Interesse stößt: „Unser Flohmarkt, der sich explizit an Kinder und Jugendliche

richtet, hat sich mittlerweile etabliert und zeigt, dass das Angebot wichtig ist. Zudem belebt er den Kamp und sorgt für Frequenz.“ Citymanager Heiko Appelbaum bringt das Thema Nachhaltigkeit ins Spiel: „Auf den Dachböden und in den Kellern schlummern viele Spielsachen, die nicht mehr benötigt werden und anderen Kindern eine große Freude bereiten können. Ein Flohmarkt ist ideal, um derartige Dinge zu verkaufen. Außerdem konnten Kinder hier erste Handelserfahrungen machen.“

www.happe-baustoffmarkt.de

Baustoff- markt **HAPPE**



Wir schaffen Lieblingsplätze ...

... mit unseren Fliesen und Kaminöfen namhafter Hersteller.



Individuelle Kamin- oder Kachelofenanlagen
(Aufbau durch Ofensetzermeister)

Große Auswahl hochwertiger Fliesen

Unsere attraktiven Ausstellungen in Paderborn und Delbrück sind auch sonntags geöffnet: **10 – 17 Uhr**
keine Beratung/
kein Verkauf



Paderborn
T.: 0 52 51 / 15 82-0

Delbrück
T.: 0 52 50 / 98 49-0

Schloß Holte-Stukenbrock
T.: 0 52 07 / 95 03-0

Bad Lippspringe
T.: 0 52 52 / 40 63



Der Frankfurter Weg hat sich zu einer beliebten Einkaufs- und Wirtschaftsmeile entwickelt.

Foto: Oliver Schwabe

BELIEBTE WIRTSCHAFTSMEILE

AM FRANKFURTER WEG WIRD FACHHANDEL UND INDUSTRIE VEREINT

Was wäre Paderborn ohne den Frankfurter Weg! Seit dem 17. Jahrhundert eine Handelsstraße, die das Rhein-Main-Gebiet mit der Nordsee verbunden hat. Und auch heute ist der Frankfurter Weg eine beliebte Einkaufsmeile im Herzen von Paderborn. Die Interessengemeinschaft Frankfurter Weg setzt sich aus ganz unterschiedlichen Mitgliedern zusammen, denn an der starken Wirtschaftsmeile wird Fachhandel und Industrie vereint wie sonst nirgends in Paderborn.

Die Mitglieder fühlen sich wohl am Frankfurter Weg. Sie lieben die Nähe zur Innenstadt von Paderborn und genießen trotzdem alle Vorzüge, die der Frankfurter Weg bietet. Dazu zählen vor allem die großen Verkaufs- und Ausstellungsflächen, die eine riesige Sortimentsauswahl mit sich bringen, und ein großzügiges kostenloses Parkplatzangebot für alle Kunden.

Und was wäre der Frankfurter Weg ohne das ebenso bekannte wie beliebte Frankfurter Weg-Fest, welches jährlich den Frühling einläutet? Es zieht jedes Jahr mehrere 10.000 Menschen aus der Umgebung nach Paderborn. Einen ganzen Tag wird der Frankfurter Weg zur autofreien Zone, um sich so in eine der größten Flaniermeilen in der Region zu verwandeln. „Auch in den vergangenen Jahren hat sich die Anzahl der Mitglieder in der Wirtschaftsmeile Frankfurter Weg vergrößert“, freut sich Ulrike Zygmont über den Erfolg der ortsansässigen Interessenvertretung. „Dies zeigt uns deutlich, wie positiv unser Engagement gewürdigt wird. Jeder, der etwas tut, um die Wirtschaftsmeile Frankfurter Weg unternehmerisch voranzubringen und aufzuwerten, ist bei uns willkommen“, so Ludger Glass, Vorstand der Interessengemeinschaft Frankfurter Weg.

Besuchen Sie uns im Raiffeisen-Markt in Ihrer Nähe.

Angelsport 	Garten 	Regionale Lebensmittel
Schuhe 	Reitsport 	Textil
Alles fürs Tier 	Brennstoffe 	Pflanzenschutz

Wir wünschen der Werbegemeinschaft Paderborn alles Gute zum 40-jährigen Jubiläum!



Hier geht's zu unserer Standortübersicht



Raiffeisen Westfalen Mitte
Gemeinsam stark in der Region



HÖFFNER SEIT 2020 IM STEDENER FELD



Im Sommer 2020 eröffnete das Möbelhaus Höffner den Standort in Paderborn. Höffner verbindet auf einer Ausstellungsfläche von etwa 40.000 qm handwerkliche Wurzeln mit modernem, stationärem Handel in der Region. Hier gibt es eine vielfältige Auswahl an Möbeln und Küchen in allen Preissegmenten und man

kann sich von kompetenten Einrichtungsberatern seine Wohnträume erfüllen lassen. Kulinarisch werden die Kunden im Restaurant „Kochmütze“ mit regionalen Küchenspezialitäten sowie mit Kaffee und hausgemachten Kuchen verwöhnt. Die kleinen Kunden von morgen werden liebevoll im Kinderland betreut.



Handel und Erlebnis in Paderborn.

Wir gratulieren der Werbegemeinschaft Paderborn zu 40 Jahren erfolgreicher Arbeit für unsere Stadt und danken für die partnerschaftliche Zusammenarbeit.

sparkasse-pdh.de

 **Sparkasse Paderborn-Detmold-Höxter**



Gewerbegebiet Dören-Park in Paderborn.

Foto: Jörn Hannemann

DÖREN-PARK

WIE AUS ETWAS KLEINEM ETWAS GROSSES WERDEN KANN

Wer hätte Anfang der 90er Jahre gedacht, dass aus einem Handwerksbetrieb mit Glaserei und Spiegel-Studio und einigen anderen Gewerbebetrieben ein Publikumsmagnet am östlichen Stadtrand Paderborns entstehen würde?

Einzelhandel im Dören-Park heißt bequemes Einkaufen ohne Parkplatzprobleme. Von Lebensmitteln über Schreibwaren, Freizeit- und Spieleartikeln bis hin zu Kleidung, Schuhen, Möbeln und Küchen stehen der Kundschaft auf über 40.000 qm Einzelhandelsgeschäfte zur Verfügung.

Aber Einzelhandel ist mehr als Kaufen und Verkaufen. Der ortsansässige Handel bringt Leben in die Städte und ist unverzichtbar für die Menschen, weil sie hier individuell beraten und informiert werden. Der Internethandel lässt Vieles vermissen was den stationären Einzelhandel auszeichnet und kann ein Einkaufserlebnis mit Ruhezeiten, Imbissmöglichkeiten und einem sozialen Austausch nicht ersetzen. Wenn eine kreative Verknüpfung

von offline und online gelingt und der Internethandel nicht als Wettbewerb, sondern als Möglichkeit angesehen wird, dem Kunden mehr Service und mehr Information anbieten zu können, ist der stationäre Einzelhandel auch zukünftig stark.

Ganz wichtig für eine erfolgreiche Einzelhandelsbilanz ist für Paderborn das Zusammenspiel von Innenstadt und Peripherie. Eine starke Innenstadt und ein starker Außenbereich machen Paderborn auch weiterhin attraktiv.

Die Paderstadt hat einen hohen Wohlfühlfaktor dank ihres historischen Stadtkerns und kurzer Wege in der Einzelhandelslandschaft. In Paderborn gibt es die Mischung aus Großstadt mit all ihren Möglichkeiten und einem „dörflichen“ und bürgernahen Stadtcharakter. Auch in Zukunft wünschen sich Kundinnen und Kunden vom Einzelhandel einen ausgewogenen Branchenmix, eine bequeme Erreichbarkeit der Geschäfte, kundenfreundliche Öffnungszeiten sowie eine nette und kompetente Beratung.

Einkaufen im
DÖREN-PARK

Wir gratulieren zu
40 Jahre Werbegemeinschaft!

Paderborn · Senefelderstraße · www.doeren-park.de

ATTRAKTIVE VIELFALT IM PADERBORNER WESTEN



Mit einem ebenso attraktiven wie abwechslungsreichen Branchenmix punktet das Paderborner Gewerbegebiet Benhauser Feld. Die ansässigen Unternehmen sind dort optimal zu erreichen und bieten Kunden die Möglichkeit, direkt vor der Tür kostenlos zu parken. Handel und Dienstleistungen sind hier im Wes-

ten der Stadt besonders vielfältig. Einige Beispiele aus dieser reichhaltigen Palette sind: Gartenmärkte, Fahrrad-, Auto- und Motorrad-Service sowie Handel, traditionsreiche Handwerker-Unternehmen, Imbiss-Angebote, Getränkemarkt und Tierbedarf.

Foto: Oliver Schwabe

Römhild
FAMILY

+

Linnemann
Mehr als Bücher

Ranzen Woche




 **NOTIEREN!**



Weitere Infos
und Ankündigungen
@roemhild_family

**Vom 29.01.-03.02.2024
im Südring Paderborn**



EINE PADERBORNER ERFOLGSGESCHICHTE

VERLÄSSLICHER BESTANDTEIL DER PADERBORNER HANDELSLANDSCHAFT

Als im Februar des Jahres 1969 das Süd-
ring-Center im Süden der Paderstadt erst-
mals seine Türen öffnete, stand die ganze
Region Kopf. Die Eröffnung war eine echte
Sensation. Die Handelsform war neu und
die Dimension von 10.000 Quadratmetern
auf einer Ebene sprengte in jenen Jahren
nahezu alle Vorstellungen.

Die Idee für den Süd-
ring kam Ferdinand
Klingenthal Senior während einer Reise
durch die USA. Dort interessierte er sich
vor allem für die gerade boomenden
Supermärkte und die damit verbundenen
Änderungen im Einkaufsverhalten der
Menschen. So etwas wollte er gern auch in
Paderborn realisieren: Eine sehr große
Produktauswahl zu günstigen Preisen, ver-
bunden mit einem umfangreichen Service-
Angebot und kostenlosen Parkplätzen di-
rekt vor der Tür. Ungefähr zur gleichen Zeit
entwickelte Friedrich Wilhelm Dany, ein
weiterer Paderborner Kaufmann, eine ähnliche Idee. Auch er
wollte den Paderbornern die neue Handelsform näherbringen.
Letztendlich war es der damalige Stadtdirektor Wilhelm Sasse,
der die beiden Kaufleute zusammenbrachte und die Lage des
Süd-
ring-Centers in der Stadt festlegte.



*Der Süd-
ring ist in fast 55 Jahren mehrmals von Grund auf modernisiert worden. Foto: Dietmar Flach*

Seitdem ist das Süd-
ring-Center ein fester und verlässlicher Be-
standteil der Paderborner Handelslandschaft, das sich immer
wieder durch bauliche und strukturelle Veränderungen dem
Wandel im Handel angepasst hat. Auch heute, fast 55 Jahre
später, hat das Süd-
ring-Center nichts von seiner Attraktivität ver-
loren. Kein Wunder, wird doch seit jeher das eigene Wirken des
familiär geführten Hauses streng nach den Wünschen und Be-
dürfnisse der Kunden ausgerichtet. „Der Einkauf im Süd-
ring soll
praktisch, einfach und zeitsparend sein“, so Center-Leiter Stef-
fen Richert. „Dabei finden die Besucherinnen und Besucher ein
höchst attraktives Waren-, Dienstleistungs- und Gastronomie-
angebot vor, das es so in Deutschland wohl nicht noch einmal
gibt.“

Schon seit Anbeginn des Süd-
rings wird großer Wert auf eine gu-
te Zusammenarbeit mit der Stadt Paderborn und eine gute Ein-
bindung in den Einzelhandelsstandort Paderborn gelegt. Die
Centerverwaltung arbeitet eng mit der Werbegemeinschaft zu-
sammen, deren Gründung vor 40 Jahren aktiv unterstützt wur-
de.



*Zur Eröffnung im Jahr 1969 strömten Tausende Menschen aus der gan-
zen Region nach Paderborn.*



KANZLEI AM ROSENTOR
Frisch und Kollegen

Wir sind die Adresse für
Erb-, Familien- und
Wirtschaftsrecht
in Paderborn.

Rosenstraße |
Franziskanermauer 1A

33098 Paderborn
Tel.: 05251 12310

www.kanzlei-am-rosentor.de

„ICH HABE KEINE MINUTE BEREUT“

DER 1. VORSITZENDE UWE SEIBEL ZU SEINEN PERSÖNLICHEN ERFAHRUNGEN

Seit vier Jahren sind Sie im Amt. Wie oft haben Sie es schon bereit, den Posten des 1. Vorsitzenden übernommen zu haben?

Uwe Seibel: Nicht eine Minute. Seit 26 Jahren bin ich in der Werbegemeinschaft, erst als Mitglied, dann im Vorstand und später als Geschäftsführer, ehe ich 2019 1. Vorsitzender wurde. Dass durch Corona, den Krieg in der Ukraine und die Energiekrise im Einzelhandel auf einmal Veränderungsprozesse kamen, die so eine Dynamik entwickelten, war nicht absehbar. Dennoch habe ich es nie bereut, sondern bin froh und dankbar für den engen Austausch mit den Händlern, den Gastronomie-Betrieben und den Dienstleistern. Gerade durch diesen engen Kontakt sehe ich Paderborn vielleicht auch besser aufgestellt als andere Kommunen oder Städte.

Was war die größte Herausforderung?

Seibel: Ich musste sehr schnell erkennen, dass die bisherige

Werbegemeinschaft so mit den Themen und Inhalten nicht mehr funktioniert. Wir haben andere Aufgaben erhalten. Notgedrungen erhalten. Neben den Events, die wir planen und neben dem guten Einvernehmen zu Politik und Verwaltung, das wir immer gepflegt haben, taten sich auf einmal ganz andere Themen auf. Sorgenvolle Themen der Händlerschaft wurden an mich herangetragen. Während der Corona-Pandemie hat man sich mit vielen Einzelhändlern bei Videokonferenzen oder Telefonaten, wo man die Sorgen und Nöte mitbekommen hat, unterhalten. Als ich auf einmal betriebswirtschaftliche Analysen der Betriebe einsehen konnte und diskutiert habe, funktioniert das Geschäftsmodell noch in der Form. Was passiert nach Corona? Wie geht es weiter? Wie verändern sich auch Städte? Wird Einzelhandel in der Form noch funktionieren? Wird Paderborn noch ein begehrliches Oberzentrum sein? Also viele, viele Themen, die man im Vorfeld noch nicht absehen konnte, die absolut spannend und herausfordernd waren, aber die wir, glaube ich, gemeinsam sehr gut gelöst haben.

Fortsetzung folgt auf Seite 28

ICH BIN MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. ich in diesen herausfordernden Zeiten mehr denn je überzeugt davon bin, dass eine positive Standortentwicklung nur durch das konsequente Zusammendenken von Handel und Gastronomie gelingen kann. Die Werbegemeinschaft Paderborn setzt sich dafür in vorbildlicher Art und Weise ein.

Nicolas Hüser (Geschäftsführer Weekend Cocktails)

Unser  schlägt für Paderborn!

40 Jahre gute Ideen für unsere Paderstadt – wir gratulieren zum Jubiläum.

 **Volksbank Paderborn**
Zweigniederlassung der VerbundVolksbank OWL eG

**Wie wichtig ist das Team?**

Seibel: Wir sind natürlich im Vorstand im sehr engen Austausch und arbeiten wirklich als Team, was auch sehr wichtig ist, denn ich brauche auch immer Rückkoppelung aus den verschiedenen Bereichen, in denen der Vorstand angesiedelt ist. Da ist Steffen Richert, Geschäftsführer Südring, der als peripherer Center-Leiter ganz anders denkt als ein Innenstadt-Akteur. Da ist Lin Thiele, der den Blick einer Bank auf das Ganze hat. Da ist Dr. Philipp Hoffmann, der als Apotheker und Diensthändler einen ganz anderen Blick auf den Handel hat. Da ist der Goldschmied Nils Asmis, der in Bezug auf den Kampf und die Grube sehr viel Erfahrung mitbringt und da sehr hilfreich ist. Da ist Volker Schäfers vom Dören-Park, der dann wieder eine ganz andere Sicht auf die Stadt hat. Von gastronomischer Seite haben wir Karl-Heinz Militzer im Vorstand, Urgestein der Gastronomie, der im Veranstaltungsbereich sehr, sehr hilfreich ist und innerhalb der Gastronomie in der Dehoga ein gutes Netzwerk hat sowie Frederik Driller, der als Getränke-Großhändler einen Einblick in die gesamte Gastroszene hat. Tanja Huckemann von der Bonifatius-Buchhandlung ist neu im Vorstand. Es ist die Mischung, die es macht. Wir haben uns während der Corona-Pandemie, als wir uns nicht zu den Vorstandssitzungen treffen konnten, per Video-Konferenz ausgetauscht, aber jetzt, da wir uns wieder persönlich sehen, ist die erste Frage, die ich immer wieder stelle, wie sieht es aus, schildert mal eure Situation, wie entwickelt sich welche Handelsform.

Im Gespräch zu bleiben, ist das Wichtigste. Geht es dabei nur um die Sorgen oder sind auch schöne Momente dabei?

Seibel: Es gibt natürlich auch schöne Momente. Es sind wirklich die Gespräche, die es ausmachen. Zur Verwaltung herrscht auch ein enges Miteinander. Ich bin mit im Gremium für IMOK und für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept sowie im Gremium für den Paderborner Radverkehr. Das sind die Sachen, die die Verwaltung nach den politischen Vorgaben umsetzen möchte, wobei wir immer als Ratgeber gefragt sind. Und auch zur Politik herrscht ein reger Austausch. Die Politik sieht und hat erkannt, wie wichtig Einzelhandel für die Entwicklung einer ganzen Stadt ist. Ansonsten haben wir noch das Netzwerk der Industrie- und Handelskammer mit Jürgen Behlke, Kai Buhrke vom Handelsverband, Melanie Cramer vom Arbeitgeberverband. Das ist ein gutes Netzwerk. Und nicht zuletzt gibt es auch eine Wirtschaftstelefonkonferenz, initiiert durch Bürgermeister Michael Dreier, auf der wir uns in regelmäßigen Abständen austauschen, und wobei Dr. Carsten Linnemann oder Daniel Sieveke zugeschaltet werden, um auch bundes- oder landespolitische Themen diskutieren zu können.

Können Sie sich als 1. Vorsitzender bei der Arbeit für die Werbegemeinschaft auch etwas selbst einbringen?

Seibel: Ich habe ganz schnell erfahren, dass kein Tag so endet, wie man es geplant hat. Dafür passiert am laufenden Tag einfach zu viel, wo man dann schnell reagieren muss und auch möchte, um Hilfe zu leisten. Es sind aber ebenso die vielen netten Gespräche, die ich durchaus zwischendurch habe, bei denen auch Erfolgsgeschichten gemeldet werden, oder wo sich neue Formate im Handel oder der Gastronomie auf tun, die funktionieren, was mich natürlich immer freut.

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. der Einzelhandel nur als Gemeinschaft stark ist und wir alle auch zukünftig unseren Kunden ein attraktives Einkaufserlebnis bieten wollen.

.. die Werbegemeinschaft mit den vielfältigen super organisierten Angeboten die perfekte Präsentationsfläche für jeden Einzelhändler ist.

Simone Ortwein (Höffner, Hausleitung Paderborn)

DIE WERBEGEMEINSCHAFT BEDEUTET FÜR PADERBORN, ABER AUCH FÜR MICH PERSÖNLICH

...

.., eine ganze Menge. Sie ist ein bedeutender Aktivposten für den Handelsstandort aber auch für das Bild der Stadt weit über die Region hinaus. Vieles ist in den vergangenen Jahrzehnten möglich geworden, weil Stadt und Werbegemeinschaft ihre Kräfte gebündelt haben.

Heinz Paus (Bürgermeister a. D.)

Arosa Hotel Paderborn



Ihr Zuhause in Paderborn

Westernmauer 38
33098 Paderborn
Telefon: 0 52 51 - 12 8 - 0

[Lead.me/ArosaFirstFloor](https://lead.me/ArosaFirstFloor)
www.firstfloor-paderborn.de
www.arosa-paderborn.de

RESTAURANT FIRST FLOOR STEAKS & MORE



SHOPPEN MIT MUSIK

PADERBORNER KULTURTAXI BELEBT INNENSTADT UND PERIPHERIE

Das Paderborner Kulturtaxi bringt im Jubiläumsjahr der Paderborner Werbegemeinschaft Musik in die City und an die Peripherie: An bislang vier Samstagen gab es an vier Standorten zwischen Westerntor und Dom unter dem Motto „Pop up Sound aus dem Kulturtaxi“ Straßenmusik von hochklassigen Bands. Das Taxi machte zudem Halt beim Möbelhaus Höffner an der Wilfried-Finke-Allee. Mit der Aktion möchten das Citymanagement und die Werbegemeinschaft die Innenstadt und die Peripherie beleben und Aha-Effekte erzielen. „Unser Ziel, ungewöhnliche Erlebnisse beim Shoppen zu erzeugen, die Shoppenden zu überraschen und für ausgelassene Stimmung zu sorgen, haben wir wohl erreicht“, resümiert Uwe Seibel nach nunmehr vier Kulturtaxi-Terminen.

Die Premiere gestaltete Mitte April die erfolgreichste Paderborner Band der vergangenen Jahre: „Singin' in the rain“ – dieser Welthit von Gene Kelly passte perfekt, als die Goodbeats in Duo-Besetzung Besucherinnen und Besucher in der Innenstadt mit etwa 20-minütigen Auftritten trotz des strömenden Regens in ausgelassene Stimmung versetzten. Frontsänger und Gitarrist Thilo Pohlschmidt ist begeistert von der Aktion: „Das ist, was die Werbegemeinschaft ausmacht. Die Mitglieder sind immer bemüht, den Menschen mehr zu bieten als das reine Einkaufserlebnis. Und genau das kann im Kampf gegen den Online-Handel helfen.“ Das Goodbeats-Konzerttaxi ist übrigens ein Format aus der Coronazeit. „Da es keine Veranstaltungen gab, wollten wir Konzerte zu den Menschen nach Hause bringen“, erinnert sich Thilo Pohlschmidt. Kurzerhand bauten die Musiker

ein Duo-Setup in ihren Bulli ein. So braucht es lediglich einen Stromanschluss für ein unterhaltsames mobiles Konzerterlebnis. Das Konzept hat sich über die Coronazeit hinaus etabliert und die Goodbeats sind mittlerweile deutschlandweit mit ihrem Konzerttaxi unterwegs.



Einkaufsbummel mit Musik: Das Goodbeats-Konzerttaxi um Sänger und Gitarrist Thilo Pohlschmidt eröffnete im strömenden Regen die neue Kulturtaxi-Reihe von Werbegemeinschaft und Citymanagement.

GLÜCKSWUNSCH

ZU 40 JAHREN WERBEGEMEINSCHAFT PADERBORN E.V.

SCHAUSTELLERVEREIN PADERBORN e.V.

www.kirmes-paderborn.de

[f](#) [@](#) **kirmespaderborn**



Voll, voller, verkaufsoffen: Zum sonntäglichen Einkaufsvergnügen strömen die Massen in die Innenstadt.

Foto: Oliver Schwabe

EINKAUF WIRD ZUM ERLEBNIS

VIERMAL IM JAHR LOCKEN VERKAUFSOFFENE SONNTAGE IN DIE PADERBORNER INNENSTADT

Mit den verkaufsoffenen Sonntagen schafft die Werbegemeinschaft Paderborn echte Publikumsmagnete. Mittlerweile locken diese viermal im Jahr Menschenmassen in die City. Die verkaufsoffenen Sonntage werden an Veranstaltungen gekoppelt, damit die Kunden wie auch die Akteure einen Mehrwert haben. Los geht es zum Paderborner Frühlingsfest. Auch zu Libori und Herbstlibori öffnen die Einzelhändler in der Innenstadt zum sonntäglichen Shoppingvergnügen. Beim vierten Termin in der Adventszeit besteht dann die Möglichkeit, den Einkaufsbummel

mit einem Besuch des stimmungsvollen Paderborner Weihnachtsmarktes zu verbinden. Egal zu welchem der vier Termine – die Besucher erleben die Vielfalt der Paderborner Innenstadt in einer außergewöhnlichen Kombination von Einkauf, Erlebnis und Familienausflug. Die nächsten beiden verkaufsoffenen Sonntage sind zu Herbstlibori am 29. Oktober und am ersten Adventswochenende am 3. Dezember. Geöffnet sind die Geschäfte in der Paderborner Innenstadt dann jeweils von 13 bis 18 Uhr.

WUR  seit 1954
IHR REISEEXPERTE - 8x IN OWL

 **TUI ReiseCenter Paderborn**

Rosenstraße 9 | 33098 Paderborn
05251 – 28360 | paderborn2@tui-reisecenter.de

www.westfalen-urlaubsreisen.de

BABYSHOP
HUNSTIG 



Große Auswahl und kostenlose Beratung.
Fachhändler für Kinderwagen und Kindersitze
seit 1937.

Kostenlose Parkplätze direkt vor der Tür.
www.babyshop.de
Westernstr. 40, 33098 Paderborn

FORSCHUNGSPROJEKT SMARTMARKET² IN PADERBORN ERFOLGREICH BEENDET

Vor rund fünf Jahren haben Wissenschaftler der Universität Paderborn unter der Leitung von Prof. Dr. Daniel Beverungen von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften gemeinsam mit ihren Projektpartnern die Service-Applikation smartmarket² vorgestellt. Eng eingebunden in das Projekt war die Werbegemeinschaft Paderborn.

Die Lösung war als Erlebnis-App projektiert, mit der Einzelhändlerinnen und Einzelhändler Kundinnen und Kunden vor Ort auf befristete Angebote aufmerksam machen konnten.

Großes Lob zollte Prof. Dr. Daniel Beverungen allen Beteiligten: „Beim Projekt smartmarket² handelte es sich um ein sehr anwendungsnahes Forschungsvorhaben, das Wissenschaft und Praxis auf vielen Wegen zusammengebracht hat. Wir haben wertvolle Erkenntnisse gewonnen und gezeigt, was technisch möglich ist.“

Uwe Seibel, Vorsitzender der Werbegemeinschaft Paderborn, lobt den einfachen Zugang: „Die teilnehmenden Unternehmen hatten die Chance, ohne große technische Kenntnisse Angebote einzustellen und zu bewerben.“

„Vor allem kleinere Unternehmen haben oft nicht die finanzielle Möglichkeit, eine App entwickeln zu lassen. Hier setzte die smartmarket²-App an: Gemeinsam haben wir für den inhabergeführten Einzelhandel, die Gastronomie und andere Partner neue, digitale Möglichkeiten geschaffen, um Kunden zu gewinnen und zu halten.“

In der Projektlaufzeit haben insgesamt 2445 Nutzer die App smartmarket² auf ihrem Smartphone installiert. Die eingestellten

Angebote wurden täglich bis zu 8000 Mal aufgerufen. Besonders groß war der Zuspruch während der Sonderveranstaltungen (Libori, Weihnachtsmarkt). Am aktivsten waren Gastronomen und Schausteller bei der Einstellung attraktiver Angebote. Stark nachgefragt waren seitens der Nutzer Rabattangebote und Bonusgaben.



Nutzen die App (von links): Alexandros Sarmas (Referent Hoher Dom), Dompropst Monsignore Joachim Göbel, Uwe Seibel (Vorsitzender der Werbegemeinschaft Paderborn), Prof. Dr. Daniel Beverungen und Citymanager Heiko Appelbaum.
Foto: Karl Heinz Schäfer

Nachhaltige Finanzen

In Ihrem Depot und
täglich bei uns gelebt.
Für Sie. Für die Zukunft.

ethisch-nachhaltige Anlagestrategie
transparenter Nachhaltigkeitsfilter
ESG-Portfolioscreening · Engagement
Anlagerichtlinien · ethische Wertorientierung

40 Jahre

Werbegemeinschaft
Paderborn e.V.

*Wir gratulieren
herzlich!*

 **Bank für
Kirche und Caritas eG**



VERANSTALTUNGEN 2023 UND 2024

ZAHLREICHE TOLLE AKTIONEN ZUM 40-JÄHRIGEN JUBILÄUM

6. September bis 1. Oktober:

Jubiläumssquiz in teilnehmenden Geschäften.
Zu gewinnen gibt es Einkaufsgutscheine im Wert von
1 x 400 Euro
2 x 200 Euro
5 x 40 Euro

16. September:
Lange Nacht der Kirchen

SHOPPING-FESTIVAL

30. September:

Großes Jubiläumsfest mit kulturellen Highlights
Straßentheater, Artistik, Clownerie, Musik und Ausstellungen
Kleinkünstler in der City
Kunstmeile am Kamp
Herbstmeile der Schausteller
Kinderaktion im Südring-Center
Lasershow vor dem Rathaus

2. Oktober:

Avenger-Figuren in der Innenstadt und dem Möbelhaus Höffner
Kunstmeile am Kamp
Herbstmeile in der Innenstadt
Aktionen in der Peripherie

29. Oktober:
Verkaufsoffener Sonntag zu Herbstlibori

3. Dezember:
verkaufsoffener Sonntag zum 1. Advent

Januar bis April 2024:

Aktionen zum Jubiläum

Ganzjährig in 2024:
Monatlich Pop-Up-Sound (Kultur-Taxi)

3. bis 5. Mai 2024:
Frühlingsfest

2. Juni 2024:
Paderbrunch

4. August 2024:
Verkaufsoffener Sonntag zu Libori

September und Oktober 2024:

Aktionen zum Jubiläum

27. Oktober 2024:
Verkaufsoffener Sonntag zu Herbstlibori

1. Dezember 2024:
Verkaufsoffener Sonntag zum 1. Advent

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. uns schon traditionell die Stadt Paderborn als starker Einkaufsstandort am Herzen liegt und wir somit auch eine treibende Kraft bei der Gründung der Werbegemeinschaft Paderborn vor 40 Jahre waren.

Felix Klingenthal (Geschäftsführer Klingenthal Südring GmbH)

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. wir Paderborner Schützen unsere Heimatstadt lieben und die Werbegemeinschaft unserem Paderborn gut tut!

Thomas Spieker (Schützenoberst, Paderborner-Bürger-Schützenverein zu Paderborn gegründet 1831)

**Wir gratulieren der
Werbegemeinschaft
zum Jubiläum !**



Kamp 1 - 33098 Paderborn
info@asmis.de





ROMBERG GROUP



Full-Service Mobile Stromversorgung

Die **ROMBERG MOBILITY GMBH** kann auf 25 Jahre Erfahrung in der mobilen Stromversorgung für Baustellen und Veranstaltungen wie z.B. Kirmes, Wochenmärkte, Stadtfeste, Konzerte etc. verweisen. Einrichten, Aufstellen, Anschließen, Warten, Abrechnen. Full-Service für Veranstalter und Abnehmer.



KREATIV WEGEN CORONA

2020 WERDEN ALTERNATIVE LÖSUNGEN FÜR VERANSTALTUNGEN GEFUNDEN

Beim **Paderbrunch** der Werbegemeinschaft Paderborn und des Citymanagements gab es 2020 gleich zwei Premieren. Da die Veranstaltung coronabedingt vom Marktplatz in die Wohnungen der Brunchenden verlegt wurde, war den Organisatoren das Wetter schlichtweg egal. „Im Normalfall hätte uns die Wettervorhersage im Vorfeld Sorgenfalten auf die Stirn gebracht“, sagte Uwe Seibel, Vorsitzender der Werbegemeinschaft damals. Aber dann waren die angekündigten Regenschauer nicht von Bedeutung. Denn die zweite Premiere betraf den Charakter des Paderbrunches: Im Vorfeld hatten die Veran-



Paderbrunch findet 2020 digital statt.

stalter dazu aufgerufen, sich zu individuellen Videokonferenzen zu verabreden. Eingebettet wurden die Zoom-Meetings in eine offizielle Eröffnung durch Uwe Seibel sowie den Paderborner Bürgermeister Michael Dreier und den Dompropst Monsignore Joachim Göbel.

Mit-Organisatoren der Veranstaltung waren Olaf Menne von der Paderborner Agentur Lautstrom und Volker Schäfers aus dem Werbegemeinschafts-Vorstand.

Im Laufe des Vormittags schalteten sich zu einigen Konferenzgruppen die Schauspielerin und Kabarettistin Antje Huißmann sowie der Sänger und Frontmann der Band Goodbeats, Thilo

Pohlschmidt mit dazu. Der Paderbrunch hatte 2020 nicht nur seine digitale, sondern auch seine internationale Premiere: Der Deutsch-Englische Club Paderborn hatte eine Delegation aus der Partnerstadt Bolton zum Digitalen Treffen eingeladen und so wurde online und zweisprachig gebruncht.

„Unter dem Motto very british haben die Mitglieder des Clubs und die Gäste aus Bolton sehr stilvoll - trotz der Entfernung - ein tolles gemeinsames Event erlebt“, freute sich Angie Reeh, die Vorsitzende des Deutsch-Englischen Clubs. „Die Auftritte von Thilo Pohlschmidt und Else Mogesie haben uns alle begeistert und spontan zu einer Einladung der beiden nach Bolton geführt“, so Reeh. Neben dem Paderborner Bürgermeister Michael Dreier war aus Bolton David Hayes, Leiter des Bürgermeisterreferats, zugeschaltet. Zudem hatte Linda Thomas, die Bürgermeisterin von Bolton, allen Paderbornern die besten Wünsche per Videobotschaft übermittelt.

Der **Libori-Pottmarkt** fand 2020 doppelt statt – einerseits im Internet auf der Seite libori.digital – andererseits ganz analog in veränderter Form und an anderer Stelle als gewohnt. Statt auf dem Marktplatz und auf den Domplätzen boten Händlerinnen und Händler ihre Waren in Paderborner Geschäften feil. Initiatorin dieses dezentralen Pottmarktes war die Werbegemeinschaft Paderborn. Deren Vorsitzender Uwe Seibel hatte die Idee von Caroline Brockmann, Inhaberin von Porzellan Brockmann in der Rathauspassage, aufgegriffen und mit Unterstützung des Paderborner Stadtmarketings eine Reihe interessierter Pottmarktbesucher angesprochen. „Das Interesse seitens der Standbetreiber war sehr groß und unsere Idee wurde mit großer Dankbarkeit aufgenommen“, sagte Uwe Seibel.

Stadtmarketing-Leiter Jens Reinhardt freute sich über die gemeinsame Aktion: „Die in der Werbegemeinschaft organisierten Einzelhändler, die Pottmarkt-Besucher und das Stadtmarketing ziehen auch bei diesem Projekt an einem Strang und sorgen damit für ein weiteres Stück Libori-Atmosphäre.“



Libori-Pottmarkt zieht 2020 in die Geschäfte.

**GERMETA
GRATULIERT
HERZLICH**

*40 Jahre Teampower
und Kreativität - ein
Grund zum Feiern!*

[germeta_meinequelle](https://www.instagram.com/germeta_meinequelle)

GERMETA
Meine Quelle seit 1679.

SCHÄFERMEIER
SEIT 1965

QUALITÄT | REGIONALITÄT | VIELFALT

Sie finden uns hier:

PB-Innenstadt, Westernstraße 27
PB-Elsen, Dionysiusstraße 5
PB-Sande, Sennelagerstraße 25

Ein Teil der Paderborner Fußgängerzone verwandelte sich wie zuvor schon im Frühling vom 19. bis zum 31. Oktober 2020 in mehrere Genuss-Orte: Schausteller und Werbegemeinschaft präsentieren zwischen Rathausplatz und Westerntor die **Herbstmeile**. An acht Ständen wurden typische Kirmes-Spezialitäten angeboten. Ein Kinder-Karussell rundete das Angebot ab. „Gemeinsam mit den Schaustellern haben wir die Idee entwickelt, um die Attraktivität der Innenstadt im Herbst zu steigern und gleichzeitig den Standbetreibern die Möglichkeit zu geben, sich zu präsentieren“, sagte Uwe Seibel.

Über das gemeinsame Projekt in der Corona-Zeit freute sich Hans-Otto Bröckling, Vorsitzender des Schaustellervereins Paderborn: „Die Fußgängerzone wird seit vielen Jahren im Rahmen von vielen Veranstaltungen



Der Verlauf der Herbstmeile wird besprochen.

von uns bespielt und wir haben viele Stammkunden, die uns gerne besuchen. Die Herbstmeile ist eine gute Möglichkeit, der Öffentlichkeit zu zeigen, dass es uns gibt.“ Seibel und Bröckling dankten den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Stadtverwaltung und insbesondere des Ordnungsamtes, die im Vorfeld „starke Unterstützung gegeben haben“.

„Das Experiment kann beginnen. Am Freitag öffnet das **Tivoli Wunderland** in Schloß Neuhaus. Im Freizeitpark sollen sich Familien in den Schulferien vergnügen und die von der Corona-Pandemie gebeutelten Schausteller wenigstens etwas Geld verdienen“, hieß es im WESTFÄLISCHEN VOLKSBLATT am 9.

Juli 2020. „Wir sind sechs Wochen lang hier und haben die Option zu verlängern“, sagte der Chef der Paderborner Schausteller Hans-Otto Bröckling.



Hans-Otto Bröckling, Bethel Thelen, David Lütcke, Andy Kohlweg und Dennis Hartmann (von vorn) blicken auf den „Tivoli“.
Foto: Oliver Schwabe

Die Werbegemeinschaft verlor damals exklusive Familien-Tickets für das Tivoli-Wunderland in Schloß Neuhaus.

Viele Einzelhändler und Gastronomen litten während Corona unter Beschränkungen. Daher hatte die Werbegemeinschaft kurzerhand auf der Internet-Plattform hasentaler.de viele Anbieter und deren Serviceangebote gebündelt. „**Hasentaler** ist unser Angebot an Handel, Gastronomie und Dienstleister, sich online unter einem großen Dach zu präsentieren und sichtbarer zu werden“, sagte Uwe Seibel, Vorsitzender der Werbegemeinschaft Paderborn. Er betonte, dass Interessenten sich kostenlos eintragen lassen können und eine Mitgliedschaft in der Werbegemeinschaft nicht nötig sei: „Wir sahen die Plattform als Unterstützung für Betroffene, die seinerzeit ihre Kundenschaft stationär nicht erreichten. Hasentaler lebte seit dem Start von den Anregungen aus der Bevölkerung“, erklärte Uwe Seibel. Er unterstrich den offenen Charakter der Plattform. Gleichzeitig bildete die Plattform auch die Vielfalt der Geschäftswelt in Paderborn ab.



Der Hasentaler.



stadtwerke paderborn



JETZT
BERATEN
LASSEN!

NEUGIERIG GEWORDEN?

Wir beraten Sie gern rund um das Thema Fördermöglichkeiten für Ihre eigene Ladeinfrastruktur zu Hause oder im Betrieb.

Besuchen Sie uns in unserem Kundenzentrum
Stadtwerke Paderborn GmbH
 Rolandsweg 80
 33102 Paderborn
 T 05251 / 18548-0
www.stadtwerke-pb.de





ECHT. STARK. VOR ORT.

WIR FEIERN 20 JAHRE

20%* AUF ALLES

* Gilt nicht für reduzierte Artikel



SUNDERMEIER

FREIZEIT & OUTDOOR

Rathausplatz 4 · 33098 Paderborn

DER GUTSCHEIN

EIN WUNSCHERFÜLLER

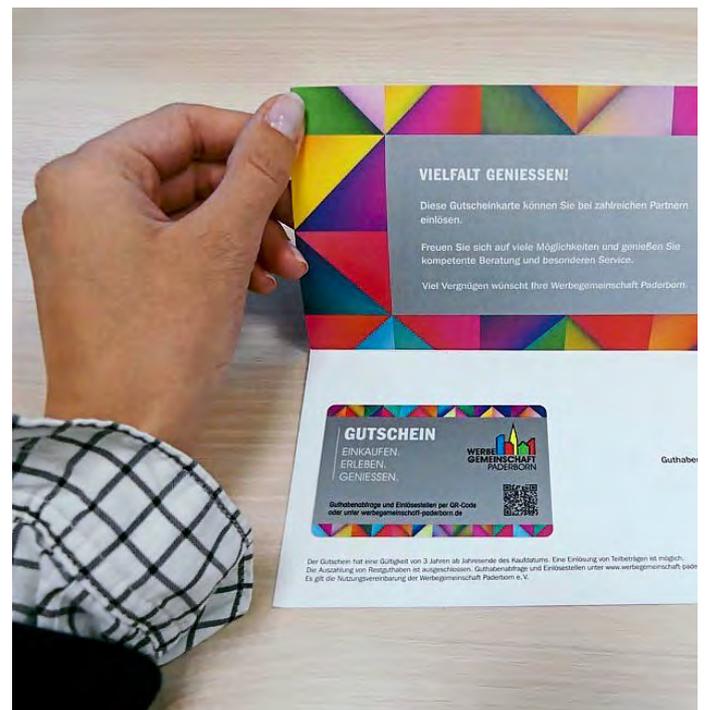
Ein Thema bereitet dem 1. Vorsitzenden der Werbegemeinschaft Paderborn e. V., Uwe Seibel, besonders viel Freude: Der Einkaufsgutschein. Gemeinsam mit seinem Vorstandskollegen Lin Thiele ist er unermüdlich dabei, diesen Umsatzmotor für an-



Start der digitalen Gutscheinkarte während der Corona-Pandemie.
Foto: Werbegemeinschaft Paderborn

geschlossene Unternehmen zu optimieren und ihn weiterhin nach vorne zu bringen. Vor knapp drei Jahren folgte auf den Papier-Gutschein die Plastikkarte. Sie bietet unter anderem im Handling vor Ort eine Menge Vorteile: Die Einlösung selbst bei Kleinstkäufen ist möglich. „Es ist kein Problem, beim Bäcker das Brötchen damit zu bezahlen“, sagt Uwe Seibel. Auch die Abrechnung der Umsätze für den Handel und die Gastronomie wird enorm erleichtert. Von den Kundinnen und Kunden wird die Digitale Lösung gelobt: „Weg von der Zettelwirtschaft hin zur smarten Karte“, sagt Lin Thiele. Für den Erfolg spricht auch, dass immer mehr Unternehmen den Gutschein akzeptieren – die Liste der teilnehmenden Gut-

scheineinlöser wird ständig erweitert. Der „Ableger“ des Gutscheins – die Jobkarte – erfreut sich ebenso wachsender Beliebtheit. Die Jobkarte ist ein wiederaufladbarer Gutschein zum Bezug steuerfreier Sachleistungen für Mitarbeitende. Ob Digitaler Einkaufsgutschein oder Jobkarte: Es geht immer um die Stärkung der angeschlossenen Akzeptanzstellen. „Wir wollen, dass der Umsatz vor Ort und nicht online getätigt wird“, sagt Uwe Seibel. Der digitale Gutschein bietet den Kundinnen und Kunden die ganze Vielfalt des Paderborner Einzelhandels und der Gastronomie auf einer Karte. Die Gutscheinkarte kann mit individuell bestimmbar Beträgen aufgeladen werden. Eine Einlösung von Teilbeträgen ist möglich. Das System erfüllt höchste Sicherheitsstandards und auch der Datenschutz ist gewährleistet. Verkauft wird der Digitale Gutschein an den Ausgabestellen Textilhaus Klingenthal in der Westernstraße, Der Outdoorladen am Markt, Südring Center am Pohlweg, Tourist-Information in der Innenstadt, dem Westfälischen Volksblatt in der Rosenstraße und bei Michelbrink im Dören-Park. Er kann auch per E-Mail an christiane.moeller@wergemeinschaft-paderborn.de bestellt werden. Die Gutscheine werden dann per Post zugestellt. Unternehmen, die sich für die Jobkarte interessieren, finden in Uwe Seibel den Ansprechpartner (E-Mail: uwe.seibel@wergemeinschaft-paderborn.de).





KLOKE

WERT ERHALTEN,
WERTE SCHAFFEN.

**Neue Inspirationen für Ihre
Innenraumgestaltung**





www.kloke-malermeister.de



DAS WIR GEWINNT

KOMMENTAR ZUM 40-JÄHRIGEN JUBILÄUM

Wenn Eheleute 40 Jahre lang verheiratet sind, feiern sie die Rubinhochzeit, denn ach dieser langen Zeit ist eine Ehe so wertvoll wie ein Edelstein. 40 Jahre ist in diesem Jahr auch die Werbegemeinschaft Paderborn geworden und hat allen Grund wie ein Rubin zu strahlen. Im Juni 1983 wurde diese lang anhaltende Liaison von Handel und Gastronomie, von Innenstadt und Peripherie eingegangen und das Band, das sie zusammenhält, ist nach vier Jahrzehnten dicker als zuvor. Denn die Mitgliederzahl der Werbegemeinschaft Paderborn, die ohnehin schon eine der größten in Deutschland ist, steigt weiter an.

Eine Gemeinschaft, in der sich so viele Menschen mit Geschäften, Lokalen und Dienstleistungen so unterschiedlicher Art und Größe zusammentun, ist einer Zeit, in der sich die Gesellschaft immer mehr vereinzelt und dass Ich mehr zu zählen scheint als das Wir, kann nicht hoch genug gewürdigt werden. Denn zudem bringt die Werbegemeinschaft mit ihren Veranstaltungen und Aktionen zahlreiche Menschen zusammen.

Auch gegen einen anderen Trend setzt die Werbegemeinschaft ein starkes Zeichen: So vieles wird heutzutage als selbstverständlich angenommen. Wir wollen uns amüsieren und Feste feiern, wir wollen in unserer Stadt etwas erleben, die Stadt soll schön aussehen und keine Leerstände haben. Aber wer küm-

mert sich darum, wer organisiert und bezahlt das alles? In Zeiten von allgemeinem Personalmangel und kommunalem Sparzwang mehrtägige Feste auf die Beine zu stellen, die City mit Blumen zu schmücken sowie Kunst und Kultur für alle kostenlos zugänglich zu machen: Das macht die Werbegemeinschaft, oftmals in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung.

2001 gestalten Künstler 39 Elefanten und erschaffen ein einzigartiges Bild in der Stadt, Paderborn errang 2004 mit dem längsten Roten Teppich einen Eintrag ins Guinnessbuch der Weltrekorde und 2005 sorgen 130 Nationalflaggen, die in der Innenstadt aufgehängt wurden, für Hingucker. Und als zu Corona gerade im Handel und der Gastronomie so viel eingeschränkt war, dachten sich die Frauen und Männer der Werbegemeinschaft Alternativen aus und veranstalteten zum Beispiel den Libori-Pottmarkt in den Geschäften. So konnten Umsätze generiert und uns ein bisschen Normalität vermittelt werden. Hier wurde geholfen, wie in einer guten Ehe eben „in guten und in schlechten Zeiten“.

Um beim Bild zu bleiben: Das Geheimnis einer langen Ehe ist sicherlich auch, dass man im Gespräch bleibt, immer ein offenes Ohr für die Probleme des anderen hat. Auch hierfür steht die Werbegemeinschaft, insbesondere in Person des 1. Vorsitzenden Uwe Seibel. Kommunikation und Austausch untereinander stehen bei ihm ganz vorn und sind ein Schlüssel zum Erfolg.

Also: Ohne die Werbegemeinschaft wäre die Stadt weniger bunt, es wäre weniger los und wir würden dort seltener zusammenkommen. Sorgen wir alle dafür, dass es so bleibt. Denn Uwe Seibel hat recht: Wir alle haben es in der Hand, ob wir das alles weiter genießen können, indem wir mit den Füßen abstimmen und die Arbeit von Handel, Gastronomie und Dienstleistern, die sechs oder gar sieben Tage die Woche für uns da sind, so würdigen, indem wir in unsere Stadt Paderborn kommen.

Herzlichen Glückwunsch zum glänzenden Jubiläum.

Markus Schlotjunker

DIE WERBEGEMEINSCHAFT BEDEUTET FÜR PADERBORN, ABER AUCH FÜR MICH PERSÖNLICH

...

„... eine engagierte Gemeinschaft von Paderbornerinnen und Paderbornern, die „der Stadt Bestes“ (Jer 29,7) will und nach Kräften fördert.“

Monsignore Joachim Göbel (Domprobst)

DIE WERBEGEMEINSCHAFT BEDEUTET FÜR PADERBORN, ABER AUCH FÜR MICH PERSÖNLICH

...

„... sich auf ein starkes Netzwerk verlassen zu können, das den attraktiven Standort Paderborn beständig weiterentwickelt.“

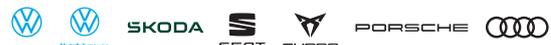
Birgitt Riegraf (Präsidentin Universität Paderborn)

die **thiel** gruppe.

40

automobile Leidenschaft seit 1929.

**Wir gratulieren der
Werbegemeinschaft Paderborn
zum 40-jährigen Bestehen.**



Paderborn | Schloß Neuhaus | Bad Driburg | Rheda-Wiedenbrück | Delbrück

www.thiel-gruppe.de



„DEN BLICK NACH VORN“

MARTIN JOHANNKNECHT IM INTERVIEW

Sein Vater Gerhard siedelte das Unternehmen Johannknecht 1961 am Frankfurter Weg an, als dieser tatsächlich noch einer war: Ein Weg und drumherum, außer einer Gartenbaufirma, grüne Wiese. Seit dem ist viel passiert. Am Standort vereint das Unternehmen heute die „Sofa-Company“ und „Büroform“. Martin Johannknecht (59), der zusammen mit seinem Sohn Felix (30) und Guido Schütte, der 2008 dazukam und die Sofa-Company nach vorn brachte, das Unternehmen leitet, ist seit über 30 Jahren im Geschäft und hat zu vielen Themen eine Meinung.

Wann ist das Unternehmen Johannknecht in die Werbegemeinschaft eingetreten?

Martin Johannknecht: Mein Vater Gerhard Johannknecht ist bei der Gründung mit eingetreten, also 1983. Die Firma Johannknecht ist allerdings schon älter, sie wurde 1961 gegründet.

Was hat ihren Vater damals motiviert, der Werbegemeinschaft beizutreten?

Johannknecht: Die Motivation ist die gleiche wie heute: Den Standort Paderborn gemeinschaftlich mit allen Einzelhändlern, allen anderen Gewerbetreibenden und inhabergeführten Unternehmen zu stärken.

Das ist auch passiert, wenn Sie zurückschauen?

Johannknecht: Unbedingt. Die Werbegemeinschaft Paderborn kann sich ja grundsätzlich schon als erfolgreichste Werbegemeinschaft Deutschlands bezeichnen. Ich glaube, sie ist ja auch die größte. Der Auftritt aller Gewerbetreibenden zusammen, die dabei sind, das ist schon ein beeindruckender. Die Werbegemeinschaft hat auch eine gewisse Power. Nur leider

wird es uns von außen schwer gemacht, diese Stärke und den Standortvorteil einer starken Werbegemeinschaft auszubauen.

Das heißt konkret was?

Johannknecht: Dass wir die verkaufsoffenen Sonntage, die wir hier in der Peripherie, wo es ja einige Mitglieder der Werbegemeinschaft gibt, vor einigen Jahren zusammen mit der Kernstadt Paderborn nach ausführen konnten, nicht mehr abhalten dürfen. Das hat uns die Gewerkschaft Verdi ja untersagt, was absolut nicht zeitgemäß ist. Verdi möchte nicht, dass wir hier unsere Stärke ausbauen und Paderborn weiter nach vorne bringen. Die verkaufsoffenen Sonntage für die gesamte Stadt Paderborn waren die größten Events, als von nah und fern die Leute hierher kamen, um in Paderborn einzukaufen und so mancher blieb in der Peripherie hängen. In der Frage haben die Stadt Paderborn, die Werbegemeinschaft und die Peripherie zusammengehalten, aber letztlich hat es nichts genutzt. Für mich ist das ein großes Anliegen: Das muss die Werbegemeinschaft mit der Politik wieder hinbekommen, um diese Verkaufspower wieder generieren zu können.



Martin Johannknecht, Felix Johannknecht und Guido Schütte (von links).

Apropos Peripherie: Konzentriert sich zu viel auf die Innenstadt?

Johannknecht: Die Werbegemeinschaft wurzelt schon in der Kernstadt Paderborn. Das ist einfach so. Hier in der Peripherie sind aber viele Händler und Gewerke, die in der Kernstadt nicht unbedingt ihre Heimat finden würden, aufgrund der Größe und

Schuhhaus Wüseke GmbH



LUST AUF SCHÖNE SCHUHE?

Marienplatz 15 • 33098 Paderborn

Shoes by Nr. 10

Rosenstraße 10 • 33098 Paderborn



*Wir gratulieren zum
40-jährigen Jubiläum!*

des Sortiments. Damit können wir aber auch leben. Hier und da wünschten wir uns aber, dass wir mehr gemeinschaftlich machen könnten, und dass hier keine künstlichen Grenzen aufgezogen werden. Nicht zu sagen; Hier ist Peripherie, da ist Kernstadt. Es sollte vielmehr ineinander übergehen. Das ist schwer, klar. Hier und da aber vielleicht auch möglich. Es gibt ja hier die Interessengemeinschaft Frankfurter Weg, die mit der Werbegemeinschaft Paderborn zusammenspielt. Es gibt also schon Zusammenarbeit, die müssten man in den einzelnen Gebieten vielleicht mehr konzentrieren. Wichtig ist, eine Werbegemeinschaft ist stark durch gemeinschaftliches Handeln. Zum Beispiel in Form von Aktionstagen oder verkaufsoffenen Sonntagen.



Büroform ist der Partner für Wohlfühl-Büros.

Welches Thema müsste unbedingt mal angepackt werden?

Johannknecht: Als Peripherie-Mitglied wünschte ich mir eins der Dauerthemen: Eine breitere Öffnung der Sortimente, was aber eher ein Thema für die Stadt ist, genau so wie das Thema Lebensmittel-Verkauf an den Frankfurter Weg zu bekommen. Dafür kämpfen wir seit Jahrzehnten.

Wie sehen Sie die Zukunftsaussichten?

Johannknecht: Ja, wie kriegen wir die Zukunft hin? Dass wir es schaffen, auch inhabergeführte Unternehmen in die Zukunft zu führen. Nicht jeder hat den Vorteil wie ich, da mein 30-jähriger Sohn Felix schon ins Unternehmen eingetreten ist, der hier die dritte Generation stark macht. Das wünschte ich mir für so viele andere Unternehmen auch.

Es liegen schwere Jahre hinter dem Handel, oder?

Johannknecht: Es ist immer schwer. Ich mache das hier schon über 30 Jahre, und wenn ich mal zurückblicke, war es mal leichter und mal schwerer, aber es war nie komplett leicht oder komplett schwer. Auch ich sehe Zukunft für uns, gar keine Frage. Nur anders. Nichts ist mehr im Wandel als der Handel. Wir müssen uns aber vor der Zukunft keine Sorgen machen. Ich bin ein sehr positiver Mensch, mache mir aber schon Gedanken, wie man die Zukunft gestalten muss, Sorgen mache ich mir jedoch nicht. Ich gucke grundsätzlich nur nach vorne. Das Negative bringt uns nicht weiter. Wir sollen die Wahrheit nicht wegdrücken, aber wir sollten alle mal etwas positiver darüber denken, wie gut es uns geht.

Worauf sollte der Handel in Zukunft mehr Wert legen?

Johannknecht: Service. Es wird der Einzelhandel weiter existieren, der es schafft, das Produkt in Verbindung mit einem Service nach vorne zu bringen. Dienstleistung, Service und Produkt müssen zusammenspielen. Wir müssen es schaffen, Menschen zu finden, die mit unserer Philosophie und Begeisterung verkauf-

fen, dann habe ich auch keine Angst. Wir finden für unser Unternehmen auch junge Leute, was ich sehr positiv sehe und für uns spricht. Wir müssen Trends erkennen, wir müssen das richtige Produkt einkaufen, mit den richtigen Menschen verkaufen und zum Kunden bringen. Das war vor 100 Jahren wichtig und wird in Zukunft wichtig sein.

Was war in den vergangenen Jahrzehnten die größte Veränderung?

Johannknecht: Das Atmen des Unternehmens mit den Zeiten. Mal wurde man kleiner, mal wurde man wieder größer. Man hat ständig umgebaut. Den Bedürfnissen der Kunden entsprechend hat man Ladenbau gemacht. Dann versucht man im Haus Wohlfühlzonen zu schaffen. Kurzum, es muss im Kontakt mit den Kunden menschen. Der Mensch muss sich hier im Geschäft wohlfühlen.

Wie ist das Verhältnis zur Werbegemeinschaft?

Johannknecht: Da befruchtet man sich gegenseitig. Ich habe engen Kontakt zum Vorstand. Wenn Gesprächsbedarf da ist, findet man Zeit. Man hat ein offenes Ohr. Ich wünschte mir nur, dass es in Zukunft mehr Leute gäbe, mit denen man sprechen kann. Es gibt ja inzwischen immer weniger den persönlichen Einzelhändler. Ob in Paderborn oder Deutschland. Dass der, dessen Name draußen dransteht, auch drinnen arbeitet. Da muss heutzutage nach gesucht werden. Die Filialleiter haben in der Regel ja nichts zu sagen.

Gibt es in der Werbegemeinschaft jemand, der sie besonders beeindruckt hat?

Johannknecht: Ich war in den 00er Jahren aktiv, als Klaus Bruns Vorsitzender war. Damals war ich auch ein paar Jahre im Vorstand. Man hat damals schon geschaut, dass auch jemand aus der Peripherie Vorstandsarbeit macht, um eine Verbindung herzustellen. Klaus Bruns habe ich immer sehr geschätzt, genau so wie danach Anne Kersting, die es fantastisch gemacht hat. Und jetzt mit Uwe Seibel ist ein Vertreter am Ruder, der wie seine Vorgänger Handel gelebt hat und Händlerblut in sich hat. Keine Theoretiker, sondern Pragmatiker. Was wir nach wie vor auch brauchen.

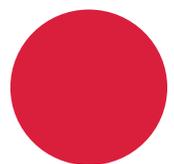
40 Jahre Werbegemeinschaft, knapp 62 Jahre Johannknecht: Zwei Erfolgsgeschichten?

Johannknecht: Absolut, zwei Erfolgsgeschichten, aber ganz klar mit Zickzack-Kurve nach oben. Ich wünsche der Werbegemeinschaft immer ein gutes Händchen in der Zusammenarbeit der Mitglieder, des Vorstands, der Politik und der Stadt Paderborn. Und immer den Blick nach vorne. Positiv nach vorne sehen. Wir müssen positive Atmosphäre schaffen.

Wir gratulieren und danken für 40 Jahre Engagement!

Porzellan **Brockmann**

Rathauspassage Paderborn



ALESSI



stelton





Willkommen bei der ausgezeichneten Gruppe der Weltrekord-Halter.



CERTIFICATE

Measuring 1,327 m (4,353 ft), the longest red carpet was unrolled in Paderborn, Germany in October 2004 in cooperation with Werbegemeinschaft Paderborn. The carpet was 1 m (3.2 ft) wide and was used by customers and visitors to the local shopping centre

Keeper of the Records
GUINNESS WORLD RECORDS LTD

SARASPORT

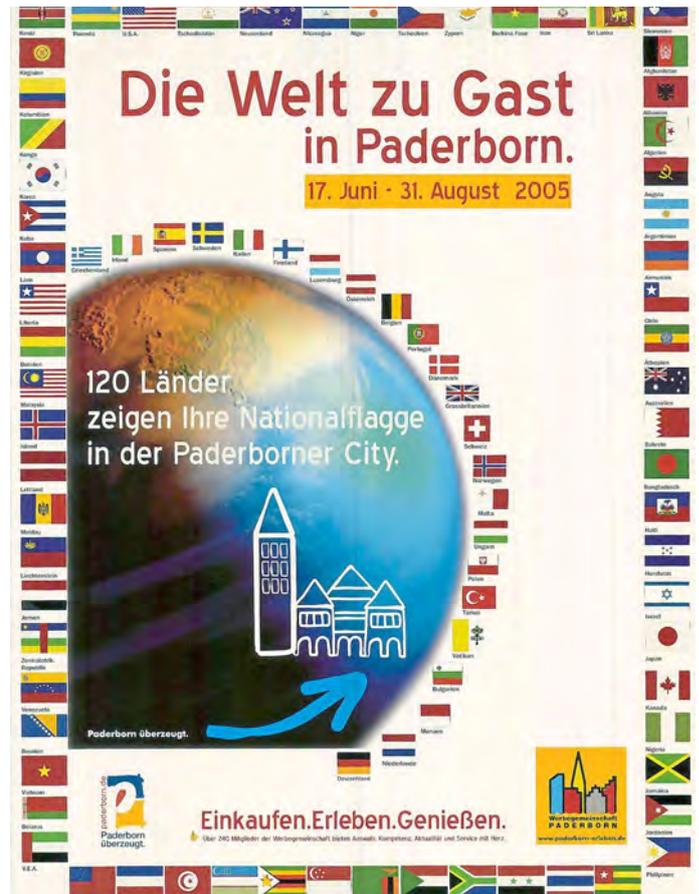
230 Mitglieder der Werbegemeinschaft Paderborn sind Weltrekord-Halter.



1.327 m (4.353 fuss) messend, wurde der längste rote Teppich in Paderborn, Deutschland im Oktober 2004, in Kooperation mit der Werbegemeinschaft Paderborn, ausgerollt. Der Teppich war 1 m (3.2 fuss) breit und wurde von Kunden und Besuchern in den örtlichen Haupteinkaufstraßen genutzt.

Einkauf

2004 wurden die Mitglieder mit der Aktion des längsten Roten Teppichs Weltrekordhalter. Foto: Stadt und Kreisarchiv Paderborn



2005 erneut eine herausragende Aktion in der Paderborner Innenstadt, die für Furore sorgte. Foto: Stadt- und Kreisarchiv Paderborn

POSTER, PLAKATE UND POSTKARTEN ZU DEN EVENTS DER WERBEGEMEINSCHAFT



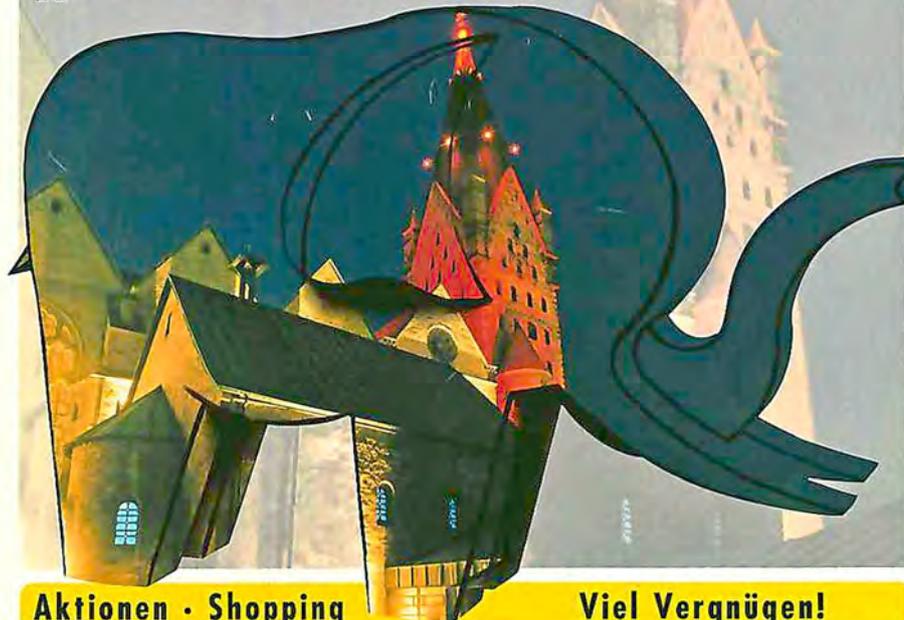
Mit dieser Postkarte wurde die „Lebendige Krippe“ vor dem Rathaus beworben.

Foto: Stadt- und Kreisarchiv Paderborn

4. Paderborner Power Woche

29. September - 6. Oktober 2001

„Kunst auf dicker Haut“



Aktionen · Shopping

Viel Vergnügen!

39 Künstler schaffen in einer einmaligen Aktion 39 Kunstwerke

39 bekannte Künstler der Region haben die Elefanten in ihrer „ureigenen Handschrift“ bereits gestaltet. 25 Paderborner Einzelhändler sind Paten dieser Kunstwerke, die sie während der Power-Woche in Ihren Geschäften ausstellen. Dort können Sie die unterschiedlichsten

Kunstwerke bewundern und evtl. auch kaufen. Wählen Sie Ihren Lieblingselefanten. Dieser „Elefanten-Kür“ verlosen wir eine Afrika im Werte von 6.000,-DM.

Sonder-Öffnung
Samstag, 29. September bis
18.00 Uhr verkaufsoffen

Paderborn
...ist einfach toll!

Service mit Herz

Die 4. Paderborner Power Woche steht ganz im Zeichen des Service und der Dienstleistungen. In der gleichnamigen Broschüre haben wir eine umfangreiche Sammlung der verschiedensten Services unserer Mitglieder zusammen gestellt. Ihr Interesse haben wir mit 100 Einzahlungsgutscheinen im Gesamtwert von 2.000,-€ erfüllt. Sie einfach die Rückseite dieser Karte ein.

Paderborn überzeugt...



Schicken Sie uns die Karte (Bitte ausreichend frankieren) bis zum 30. November wieder zurück. Sofern Sie ausgeglichen kritisch. Der Inhalt Ihrer Aussage hat keinen Einfluss auf die Gewinn-Chance.

Service, wie hier auf der Postkarte, ist immer ein großes Anliegen für die Mitglieder der Werbegemeinschaft. Foto: Stadt- und Kreisarchiv Paderborn

KREATIVITÄT
UND KUNST
TREFFEN BEI
DEN VIELEN
EVENTS DER
WERBEGEMEINSCHAFT
OFT ZUSAMMEN

2. Paderborner POWER-WOCHE 2.-9 Okt. '99

Erleben Sie
die Faszination des Orients. Gewinnen Sie eine märchenhafte Reise an den Persischen Golf - in die Vereinigten Arabischen Emirate (für zwei Personen, Wert 5000,- DM). Sowie drei Reisegutscheine à 1.000,- DM und vier Reisegutscheine à 500,- DM. Füllen Sie die Karte hier im Geschäft wieder ab. Teilnahme kostenlos, Rechtsweg ausgeschlossen. Mitglieder der Werbegemeinschaft und deren Mitarbeiter dürfen nicht teilnehmen.
Eine Reise der Westfalen Urlaubreisen/



Preisfrage:
Die Paderborner PowerWoche - was ist das?
 Eine Werbewoche für den Paderborner Kraftsport?
 Eine Aktion der Paderborner Werbegemeinschaft mit vielen attraktiven Aktionen des Einzelhandels?
 Die Einführungskampagne für einen neuen Energie Drink?

2001 eine einmalige (Kunst-) Aktion, 1999 wird mittels Postkarte (rechts) auf die Powerwoche aufmerksam gemacht. Foto: Stadt- und Kreisarchiv Paderborn

ERSTKLASSIG. UNABHÄNGIG. LEIDENSCHAFTLICH.

Ihr zuverlässiger Partner für betriebliche Lösungen.



OWL Versicherungskontor
Eine Tochter der VerbundVolksbank OWL eG



www.owl-versicherungskontor.de



„DIE WERBEGEMEINSCHAFT WIRD NOCH WICHTIGER“

INTERVIEW MIT KIENE VOM HOTEL AROSA, DAS DIESES JAHR 50-JÄHRIGES JUBILÄUM FEIERT

Seit 40 Jahren besteht die Werbegemeinschaft Paderborn, seit 50 Jahren das Best Western Plus Arosa Hotel. Da liegt es nahe, den Eigentümer, Herrn Rudolf Kiene, dazu ein paar Fragen zu stellen.

Seit wann sind Sie Mitglied in der Werbegemeinschaft? Was war die Motivation dort mitzumachen?

Rudolf Kiene: Das Arosa Hotel ist seit 2002 Mitglied der Werbegemeinschaft. Die Motivation war, das Hotel damals bekannter zu machen.



40 Jahre Werbegemeinschaft – 50 Jahre Hotel Arosa: eine gemeinsame Erfolgsgeschichte?

Kiene: Ja, Mitglieder der Werbegemeinschaft empfehlen uns an ihre Kunden und Gäste weiter.

Die Inhaber des Best Western Plus Hotels: Torsten (rechts) und Rudolf Kiene. Foto: Leniger Fotografie

Wie profitieren Sie von der Werbegemeinschaft? Wie wichtig ist die Zusammenarbeit von Handel und Gastronomie in Form der Gemeinschaft?

Kiene: Veranstaltungen der Werbegemeinschaft – wie zum Beispiel das Frühlingsfest und weitere Aktionen – sind ein Anziehungspunkt für auswärtige Gäste, die dann auch im Hotel übernachten. Gegenseitiges Austauschen mit den Mitgliedern über die Situation in Paderborn und wie das Image der Stadt weiter gehalten und verbessert werden kann, sind wichtige Punkte. Zudem können Gutscheine der Werbegemeinschaft bei uns im Restaurant First Floor eingelöst werden.

Hat Sie jemand aus der Werbegemeinschaft besonders beeindruckt oder gibt es ein besonderes Erlebnis?

Kiene: Der längste Rote Teppich, der in der Paderborner Innenstadt verlegt wurde. Diese Aktion lockte sehr viele Besucher nach Paderborn und brachte der Werbegemeinschaft einen Eintrag in das Guinnessbuch der Rekorde.

Wie sehen Sie die Zukunft der Werbegemeinschaft?

Kiene: Wir denken, dass die Werbegemeinschaft in Zukunft noch wichtiger werden wird und allen Betrieben wichtige Impulse geben kann. Dem Verein und allen Mitgliedern wünschen wir für die kommenden Jahre alles Gute, viel Glück und Erfolg. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.



Tag der offenen Tür am 20. August.

Foto: Medienagentur Paderborn



Das Best Western Plus Arosa Hotel.

Foto: Leniger Fotografie

BAR TRATTORIA
Il Postino
 RATHAUSPASSAGE

JÜHENPLATZ 1-3, 33098 Paderborn
 Telefon: 05251 296170
 E Mail: info@trattoria-ilpastino.de

25 Jahre
 1998-2023

Als Mitglied gratulieren wir herzlich zu
40 Jahre Werbegemeinschaft



Kamp 10 • Paderborn • 05251 3877414
 kitzgams.de



Thisaut 4 • Paderborn • 05251 8786000
 thi-brunnen-pb.de

„MOPS“ EIN VORLÄUFER

PROJEKT ZUR GRÜNDUNG EINER WERBEGEMEINSCHAFT KURZ NACH DEM KRIEG

Wenn vom Mops die Rede ist, denkt jeder an einen Hund, wohl kaum jemand weiß, dass „MOPS“ fast eine Art Vorläufer der Werbegemeinschaft war.

„MOPS“ stand für die Städte Münster, Osnabrück, Paderborn und Soest, die sich Ende 1949 zusammaten, um eine Einrichtung „wieder zum Leben zu erwecken“, die es vor dem Zweiten Weltkrieg schon mal gab: eine Werbegemeinschaft der vier Mittelalter-Städte.

Schnell kam man überein, dass das Projekt überregional bekannt gemacht werden müsse, um die nötige Aufmerksamkeit zu erlangen. Erstes Medium dafür war seinerzeit die Zeitung. So wurden neben den örtlichen Pressevertretern, wie die vom WESTFÄLISCHEN VOLKSBLATT, auch zahlreiche andere von namhaften Organen (zum Beispiel Die Zeit, Frankfurter Allgemeine) für den 14. bis 17. Mai 1950 zu einer „Reise durch Deutsches Mittelalter“ in die vier Städte eingeladen.

Am Dienstag, 16. Mai 1950, sollte der Tross laut Plan um 10.45 Uhr in Paderborn eintreffen, für 15 Uhr war die Weiterfahrt nach Soest angesetzt. Mittagessen wurde bei Rudolf Koch serviert. Es gab eine Suppe (Brühe mit Spargel) vorweg, als Hauptgericht eine Westfalen-Platte mit Kartoffel- und Erbsenpüree, Ripp-

speer, Mettwurst und Eisbein sowie als Nachtisch Schokoladenpudding mit Schlagsahne.

Die Wirkung der Pressefahrt wurde anschließend als „sehr anstrengend, aber auch sehr eindrucksvoll“ beschrieben, sie „habe einen tiefen Eindruck hinterlassen“. So wurde das Projekt auch weiterverfolgt und am 11. Januar 1951 bei einer Zusammenkunft von „MOPS“ im Paderborner Hof in Paderborn beschlossen, weitere Werbemaßnahmen zu starten. Es wurden Presstexte in verschiedenen Zeitungen lanciert, ein Preisausschreiben im „Mittag“ veröffentlicht, eine Reliefkarte des „MOPS“-Gebietes erstellt und an einer Gaststätten-Messe teilgenommen.

Doch schon im April 1952 war angesichts des Plans mit Minden eine weitere Stadt einzubinden, von Zersplitterung die Rede. Die Werbegemeinschaft habe „sich totgelaufen“, man müsse sparen und das Gebiet sei auch viel zu groß und nicht in sich geschlossen, so dass sich „kein wirklicher Erfolg einstellen werde“.

„MOPS“ verlief nach kurzer Zeit im Sande. Mehr als drei Jahrzehnte später gründete sich am 27. Juni 1983 mit der Paderborner Werbegemeinschaft eine ungleich langlebigere Gemeinschaft.

(Quelle: Stadt- und Kreisarchiv Paderborn, B 2639)

WIR SIND MITGLIED IN DER WERBEGEMEINSCHAFT, WEIL

...

.. die Werbegemeinschaft mehr für Paderborn und uns macht, als in einem Satz zu beschreiben ist.

Isa Yadel (Celona Paderborn)



Unsere herzlichen Glückwünsche zum Jubiläum!



WIR GRATULIEREN ZUM 40-JÄHRIGEN JUBILÄUM!

GASTSTÄTTE
BOBBERTS
SEIT 1740

Qualität und Atmosphäre – damit überzeugt das Restaurant Bobberts im Herzen von Paderborn. Genießen Sie unsere gehobene regionale Küche mit frischen, saisonalen Gerichten.

Egal, ob in unserem Restaurant oder auf unserer Terrasse auf dem Neuen Platz – wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Ihr Bobberts-Team

Bobberts Gastro GmbH

Neuer Platz 3
33098 Paderborn
Tel. +49 (0)5251 1844-227
info@bobberts.de
www.bobberts.de

Öffnungszeiten:

Montags
11:30 Uhr - 15:00 Uhr
abends geschlossen

Dienstags bis Samstags
11:30 Uhr - 15:00 Uhr
17:30 Uhr - 22:00 Uhr

Sonntags Ruhetag
(Buchungen gerne auf Anfrage)




„Wir gratulieren zu 40 Jahren Werbegemeinschaft“



SCHÜTZENHOF PADERBORN
Raum für Veranstaltungen

Ihre Eventlocation mitten im Grünen

IDEAL FÜR HOCHZEITEN, FAMILIEN- & BETRIEBSFEIERN
www.schuetzenhof.de

Das Kulturprogramm für Paderborn und die ganze Region



PADERHALLE

Tickets & Gutscheine auf www.paderhalle.de

1983: POLITIK UND ZEITGESCHEHEN

Bundespräsident Karl Carstens löste den Bundestag auf und bestimmte den 6. März zum Termin für Neuwahlen.

Auf dem SPD-Bundesparteitag in Dortmund wurde Hans-Jochen Vogel zum Kanzlerkandidaten nominiert.

Bei den vorgezogenen Neuwahlen zum 10. Bundestag erreichte die CDU/CSU 48,8 % der Stimmen und die FDP erzielte trotz innerparteilicher Auseinandersetzungen um ihren Wechsel von der sozial-liberalen Koalition zur

christlich-liberalen Koalition noch 6,9 %. Die SPD fiel mit 38,2 % erstmals seit 1965 unter die 40 %-Marke. Erstmals zogen die Grünen mit 5,6 % der Stimmen in den Bundestag ein.

Mit der Wahl des CDU-Politikers Rainer Barzel zum neuen Bundestagspräsidenten nahm der 10. Deutsche Bundestag seine Arbeit auf.

Wie ein Paukenschlag ging der Fund der Hitler-Tagebücher durch die Presse. Der Stern gab ihn exklusiv bekannt, hatte er sie doch für 9,3 Millionen D-Mark dem Maler Konrad Kujau abgekauft. Ebenso spektakulär war die Meldung, dass es sich um eine Fälschung handelte. Kujau hatte sich bereits einen Namen als „anerkannter“ Kunstfälscher gemacht.

Das erste Mobiltelefon kam in Amerika auf den Markt, ein Motorola DynaTAC 8000X. Es wog 800 Gramm.

Papst Johannes Paul II. traf zu einem siebentägigen Besuch in Warschau ein. Am 23. Juni empfing der Papst den Anführer der verbotenen polnischen Gewerkschaftsbewegung „Solidarnosc“, Lech Walesa.



Bundestagspräsident Rainer Barzel (Mitte).

Foto: IMAGO/United Archives/Sven Simon



Der angebliche Sensationsfund.

Foto: imago sportfotodienst

1983: KULTUR UND ÖFFENTLICHES LEBEN

In Deutschland breitete sich zu dieser Zeit die „Neue Deutsche Welle“ aus. Geier Sturzflug kreiste mit dem Song „Bruttosozialprodukt“ auf Platz fünf, während Nena mit „99 Luftballons“ ihren ersten Durchbruch in den Charts hatte.

Bands wie Duran Duran, Culture Club und Spandau Ballett dominierten auch über die Grenzen hinaus in den europäischen Charts. Auch Modern Talking, die viel diskutierte Band von Dieter Bohlen und Thomas Anders, wurde im Jahre 1983 gegründet.

Kein geringerer als Udo Lindenberg sorgte sich um die Deutsch-Deutschen Beziehungen und brachte mit „Sonderzug nach Pankow“ einen Hit heraus, der sich Wochen in den Charts hielt. Gleichzeitig schickte er einen Begleitbrief zum Titel an Erich Honecker, welcher für Aufsehen bei der DDR-Führung sorgte. Am 25. Oktober trat Lindenberg dann tatsächlich im Ost-Berliner Palast der Republik auf.

In den USA veröffentlichte Madonna ihr erstes Album und schafft mit der Single „Holiday“ den Durchbruch. Michael Jackson stand mit seinem Album Thriller 37 Wochen auf Platz 1 der amerikanischen Album-Charts. Thriller wird das erfolgreichste Album der Popgeschichte mit über 140 Millionen verkauften Einheiten werden.

Der deutsche Zehnkämpfer Jürgen Hingsen stellte mit 8779 Punkten einen neuen Weltrekord auf.



110 m Hürden im Rahmen des Zehnkampfs (von links): Guido Kratschmer, Jürgen Hingsen und Sigfried Wentz

Foto: imago sportfotodienst

DIE WERBEGEMEINSCHAFT PADERBORN BEDEUTET FÜR PADERBORN, ABER AUCH FÜR MICH PERSÖNLICH

...

.. eine verlässliche Stütze und waschechten Kümmerer für Handel, Gastronomie und die erfolgreiche Zukunft unserer Heimatstadt.

Marc Lürbke (Mitglied des Landtags NRW, Stellvertreter der Vorsitzender FDP-Landtagsfraktion NRW)

Freude, maßgeschneidert!

Neben unseren Leistungen als Servicepartner für BMW und MINI bieten wir Ihnen auch den Verkauf von Gebrauchtwagen und Jahreswagen sowie die Vermittlung von Neuwagen an.

Sprechen Sie mit uns!
Wir beraten Sie gerne!

Utzel & Littmann GmbH

BMW Service + MINI Service + BMW i Service
Detmolder Str. 60 • 33100 Paderborn
Tel.: 052 51 / 69 98 9 - 0



Eine Erhebung ergab, dass ein Drittel des deutschen Waldes krank ist. Bundeslandwirtschaftsminister Ignaz Kiechle konstatierte, dass sich die Schäden gegenüber 1982 vervierfacht haben. Er forderte private Initiativen gegen das Waldsterben, der Staat sei überfordert.

In München wurde die erste öffentliche Zapfsäule für bleifreies Benzin von Bundesinnenminister Friedrich Zimmermann in Betrieb genommen. Die Bundesregierung beschloss die Einführung von bleifreiem Benzin ab 1. Januar 1986, und dass alle Neuwagen mit einem Katalysator ausgerüstet sein müssen. Der Physiker Ulf Merbold nahm als erster Bundesbürger an einem Raumflug mit der Weltraumfähre Columbia teil.

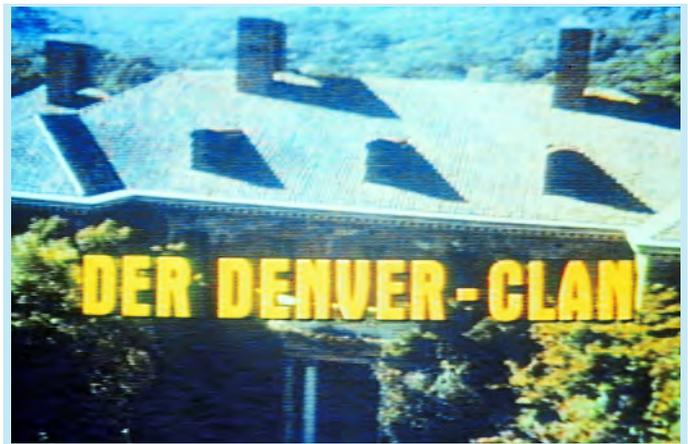


Ulf Merbold (oben rechts) ist der erste Deutsche im Space Shuttle.
Foto: imago sportfotodienst

Als erste Gemeinde führte Buxtehude in seiner Innenstadt versuchsweise „Tempo 30“ ein.

Gegen die Stimmen von SPD und Grünen beschloss der Bundestag, am NATO-Doppelbeschluss festzuhalten.

Der Führer der polnischen Gewerkschaftsbewegung „Solidarnosc“, Lech Walesa, erhielt den Friedensnobelpreis.



Die TV-Serie Denver-Clan startet. Foto: IMAGO/United Archives / IFTN Plus

Alphaville wurden gegründet.

Die ersten offiziellen Leichtathletik-Weltmeisterschaften fanden statt.

Auf der Comdex in Las Vegas kündigte Microsoft die Computer-Software Windows 1.0 an.

Im ZDF lief die US-amerikanische Erfolgsserie „Denver-Clan“ an.

Die Bundespost begann mit der bundesweiten Einführung von Bildschirmtext (Btx).



Alphaville werden 1983 gegründet.
Foto: imago stock&people (Btx).

Gemeinsam für Paderborn!

Wir gratulieren der Werbegemeinschaft Paderborn zum 40-jährigen Jubiläum.

Tourist Information Paderborn



Informationen über Paderborn
Veranstaltungshinweise
Radfahr- und Wanderinfos
Souvenirs und Gastgeschenke
Zimmervermittlung

Öffnungszeiten:
April bis Oktober
Mo-Fr 10-18 Uhr
Sa 10-16 Uhr
November bis März
Mo-Fr 10-17 Uhr
Sa 10-14 Uhr

Königsplatz 10 · 33098 Paderborn
Telefon 05251 8812980
tourist-info@paderborn.de
www.paderborn.de/tourismus



Happy Birthday!

Werbegemeinschaft
Paderborn e.V.

Die Neue Westfälische gratuliert der Werbegemeinschaft

Paderborn e.V. herzlich zum **40-jährigen Bestehen**,

wir bedanken uns für vier Jahrzehnte Vertrauen

und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

1./2. MAI 2008 unabhängig • bürgerlich PREIS: 1,00 EURO

WETTER IN PADERBORN Schauer bis 16 Grad Leicht unbeständig

Heiß auf Mini-EM Sebastian Frank (links) und Daniel Rajc können es kaum mehr erwarten...



SCP: Koen und Röttger gehen Zweitligist SC Paderborn bastelt weiter am neuen Kader...

PADEBORN Farberfrohe Welt Großes Gartenfest in Kleiner Dählheim Penibel prüfen

Paderborn lädt zum Frühlingfest Paderborn zeigt Herz beim Frühlingfest...



Wir suchen das schönste Gesicht in OWL Anrufen und Auto gewinnen

SPORT AKTUELL Bayern in Bestbesetzung

GUTEN MORGEN Mai-Vater-Tag



Guten Morgen Sieg-Hattrick Glück muss der Mensch haben

Paderborner Perspektiven Rüdiger Kache Alle Ziegen an einem Strang

Frühlingfest ist der City-Hit Schon die Premiere 1984 ein Erfolg



Mädchen hat Unfall erlitten 83-Jähriger die Tasche entrisen

Kinder lenken Mutter ab Unfall Paderborn 17. Mai hat bei den Kindern mit dem Sommer...

MVA: Detmold will jetzt alles penibel prüfen

So erreichen Sie Ihre Zeitung Geschäftsstelle Paderborn

Copyright © 2008 Westfälisches Volksblatt. Alle Rechte vorbehalten.

ARTIKEL VOM 1./3. MAI 2008 UND 5. APRIL 2013 ZUM 25- UND 30-JÄHRIGEN JUBILÄUM



Täter treten am Boden auf Opfer ein Fucht ohne Beute Eltern (WV) Die einen nachts überfallen in Ebert...

1500 Meter Paderborn Werbegemeinschaft feiert Geburtstagsparty in der Innenstadt am langen Tisch

Die neuen Schuhe von: wolky Paderborn (WV) Die Werbegemeinschaft bittet zu Tisch... 300 Tische für jeweils acht Personen...

Baby1one 35 Jahre advertisement with logo, stars, and text: '11.-12.09. Cybex Mega Deals', '13.-14.09. Britax Römer Mega Deals', '15.-17.09. Joie, Nuna, Graco Mega Deals'.



Mitglieder der Werbegemeinschaft

Banken

Bank für Kirche u. Caritas
Deutsche Bank
Sparkasse Paderborn-Detmold
Verbundvolksbank OWL

Dienstleistungen

Abflusssdienst Menke
E.ON Kundencenter
Event:ware Veranstaltungstechnik
Event-Catering Hora & Jöring
Fielmann – Ihr Optiker
FIRST Reisebüro
Gebäudereinigung Otto Schümer
Goesmann Consulting
Hörakustik Vollbach
Jobware
Jolmes Gebäudedienstleistung
Kanzlei am Rosentor Frisch und Kollegen
Kosmetik am Theater – natürlich schön
Kosmetik Schöne Aussicht – natürlich schön
Lean-Pro Veranstaltungstechnik
LEONEX Internet
Nitsch Sicherheitsdienste
Optik am Dom
Optik Schiller
OWL Versicherungskontor

Paderborner Knigge Akademie
PaderEnergy
Rechtsanwältin Susanne Höpfner
Regina Padberg Grafik + Kommunikation
RLS Jakobsmeier
Romberg Projekttechnik
Societät Schäfers –
Rechtsanwälte + Notare
Sound Linear
Stadtwerke Paderborn
tbz Technologie- und Berufsbildungszentrum
Thie
TUI ReiseCenter –
Wend Urlaubsreisen
Westfalen WIND
woelke it-solution

Einzelhandel

123gold Trauringzentrum Paderborn
B+B Hausgeräte
Baby One
Babyshop Hunstig
Baustoffmarkt Happe
Bernd Cassau Atelier
Betten Wegener
Bettenwelt
Blue Mountains-Outdoor
Bonifatius Buchhandlung
Buchspiegel
Cecil
Combi Verbrauchermärkte
Die Nähmaschinenprofis Nähzentren
Habrock
dm-drogerie markt
Douglas
EDEKA Windmann Wewer
EDEKA Windmann Elsen
Einkaufszentrum Dören-Park
electroplus küchenplus Scheid

Expert Beverungen
Gärtnerei Harth am Ostfriedhof
Gärtnerei Potthast
Goldschmiede Asmis
Hagebaumarkt
Hermann Römhild
Höffner
IdeenRaum
Jack Wolfskin Store
Juwelier Christ
Juwelier Jasper
Juwelier Sanetra
Kirwald Holz. Möbel. Design
Klingenthal
Krix Hausgeräte Technik
Lederwaren Schlink
Marktkauf Thomas Lehr
Moden Hambrock
Musik Aktiv Instrumente Schallenberg
Musterring-Einrichtungshaus & Büroform Johannknecht
Outdoorladen
Peek & Cloppenburg Paderborn (Hauptsitz Peek & Cloppenburg KG, Hamburg)
Poco
Porzellan Brockmann
Raiffeisen-Markt
SCHUBACK
Schuhhaus Wüseke
Schuhhaus Zumnorde
SCHUHKAY
Sittig Modehaus
Sophies Welt
Südring Center Paderborn
Sundermeier Freizeit und Outdoor
Tap holding (Wolle, Rödel, Idee)
Thalia
Thamm – erholsam liegen & sitzen
Violas
vom Fass
Wegener Baustoffhandel
Werbegemeinschaft Libori Galerie



Mitglieder der Werbegemeinschaft

Gastronomie

Bad Driburger Naturparkquellen
 Bar Trattoria Il Postino
 Bäckerei Lange
 Bärln Döner
 Broer's Currywurst
 Burger King
 Café - Restaurant Ostermann
 Cafe & Bar Celona
 Dominos Pizza
 Drugshop
 Feuer & Flamme - Flammkuchenhaus
 »First Floor«
 im Best Western Plus Arosa Hotel
 Fleischerei Schäfermeier
 Gaststätte Zeitgeist
 Getränke Driller
 Getränke Kriegesmann
 Getränke Waldhoff & Voß
 Goeken backen
 Eisklang
 Gustav Grün
 Heil- und Mineralquellen Germete
 Hemingway's
 Kitzgams
 Kultur Bar Lenz
 KÖ13
 McDonalds Heiderich
 Pinsta Foodlovers International
 Restaurant BOBBERTS
 Road House
 Schützenhof - Restaurant - Saalbetrieb
 Weekend Cocktailbar-Cafe-Restaurant
 Wok to go - der Wokmeister
 Wohlsein

Gesundheit

Apothek Am Lichtenturm
 Apotheke Auf der Lieth
 Apotheke Schöne Aussicht
 Dom Apotheke Am Theater
 Drei Hasen Apotheke
 Marien Apotheke
 MediCo-Apotheke am Brüderkrankenhaus
 Praxisklinik für orale Kieferchirurgie und
 Implantologie
 Sanitätshaus Brinkmann

Handwerk

Franz Brocke
 Gebr. Koch
 Glahe Sauerland Holz
 Jaeger Ausbau
 Kloke Malermeister
 Leniger Sanitär-Heizungstechnik
 Malermeister Ahle
 MWI Metallwerk Ikemeyer
 Schröno Polstermöbelfabrik
 GmbH & Co. KG

Hotels

Best Western Plus Arosa Hotel
 Hotel zur Mühle

Immobilien

D&S Schulz Immobilien
 Engel & Völkers Immobilien
 Grund-Invest
 Haus Wieseler, Sonja Peters-Meier
 Immig Immobilien Management
 Immo2.0
 Immobilien Beverungen
 Klaholt-Heiermeyer
 Pathera - QUARTIER VON WYDENBRÜCK
 RE/MAX PB Immobilien Service
 Spar- und Bauverein Paderborn
 thater IMMOBILIEN

Kultur

Heimatbühne Paderborn
 PaderHalle
 Pollux by Cineplex
 Theater Paderborn
 UCI Kinowelt

Medien

HEGGEMANNMEDIEN
 Neue Westfälische Zeitung
 Radio 2 biz
 Radio Hochstift
 Westfälisches Volksblatt

Mobilität

2-Rad Schwede
 Aral Tankstelle Bernoth
 Auto Zellerhoff

Autohaus Rosier
 Autohaus Vollmari
 Automobile Hillebrand
 B&K
 Bauer & Bickmeier Opel
 Flughafen Paderborn/Lippstadt GmbH
 FordStore KLEINE
 Löckenhoff & Schulte GmbH
 PaderSprinter
 SMAFO
 Utzel & Littmann
 Volkswagen Zentrum Paderborn

Schausteller

Altdeutsche Bierstube
 Karussell- und Eisbetriebe Nessel
 Petter's Mandelbrennerei
 Schaustellerbetrieb Bröckling
 Schaustellerbetrieb D. Lüdtko
 Schaustellerbetrieb Thelen
 Schaustellerbetrieb W. Perl

Vereine und Institutionen

Golfclub Paderborner Land
 Kreishandwerkerschaft Paderborn-Lippe
 Paderborn Baskets 91
 Paderborner Squash Club
 Paderborner-Bürger-Schützenverein
 SC Grün Weiß 1920 e.V. Paderborn
 SC Paderborn 07
 Stadtarchiv
 Verkehrsverein Paderborn

Verschiedene

PaderBowling (Libori-Galerie)
 Tanzschule Stüwe-Weissenberg
 Westfalen-Therme am Vital Hotel



BERND WOLF *Lieblings Schmuck*
 Birgit Sanetra
 Rathauspassage PADERBORN
 Rosenstr. 13-15
 Tel 05251 8703030
 berndwolf@paderborn.com

So ein 
 Theater!

www.theater-paderborn.de



1983 – 2023

WIR SAGEN DANKE!

WERBE GEMEINSCHAFT PADERBORN



IMPRESSUM

Magazin:
40 Jahre Werbegemeinschaft

Chefredaktion:
Ulrich Windolph

Redaktion und Produktion:
Julia Queren und
Markus Schlotjunker

Verantwortlich für Anzeigen:
Andreas Düning

Anzeigenpreisliste Nr. 35
vom 01.08.2023

Logistik: Wieland Staub

Geschäftsführung:
Frank Best, Dennis Ha-
gen, Marc Zahlmann

Verlag:
Zeitungsverlag für das
Hochstift Paderborn
GmbH
Senefelderstraße 13
33100 Paderborn
Telefon: 05251/896-0

Druck: Bonifatius GmbH
Karl-Schurz-Straße 26
33100 Paderborn

Wir gratulieren der
Werbegemeinschaft Paderborn
zu 40 erfolgreichen Jahren!



Westfälisches Volksblatt
die Lokalzeitung



40 Jahre Werbegemeinschaft Paderborn

Mit uns *live* dabei!



Dienstag, 19.09.2023 | 19 Uhr | Aula Theodorianum

Premierenlesung: Sven Pistor

„Alleine kannst du nicht gewinnen“

Vvk. 10 EUR



Dienstag, 26.09.2023 | 19 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Kinderbuchwelten

Unsere Buchtipps für junge Leser

Eintritt frei.



Donnerstag, 28.09.2023 | 19 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Bilderbuchwelten

Die aktuellsten Bilderbücher für Sie vorgestellt.

Eintritt frei.



Donnerstag, 05.10.2023 | 19 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Arno Strobel

„Der Trip“

Vvk. 5 EUR



Samstag, 21.10.2023 | Fahrt + Eintritt

Fahrt zur Frankfurter Buchmesse

49 EUR



Donnerstag, 02.11.2023 | 19 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Freundinnen-Advent

Zusatztermin aufgrund der großen Nachfrage.

Eintritt frei.



Donnerstag, 09.11.2023 | 19 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Mord zwischen den Zeilen

Krimi- und Thriller-Tipps mit Gänsehautgarantie.

Eintritt frei.



Donnerstag, 16.11.2023 | 19 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Literatur-Quiz

Als Team quizzern – mit und gegen andere.

Eintritt frei.



Donnerstag, 23.11.2023 | 19 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Spätlese

Buchmesse-Neuheiten und hausgemachte Bestseller.

Eintritt frei.



Samstag 25.11.2023 | 17 Uhr | Buchhandlung Bonifatius

Caroline Wahl

„22 Bahnen“

Vvk. 5 EUR



Eintrittskarten und weitere Informationen in unseren Buchhandlungen

Buchhandlung Bonifatius

Paderborn – Zentrum

☎ (0 52 51) 153 142

www.bonifatius-buchhandlung.de



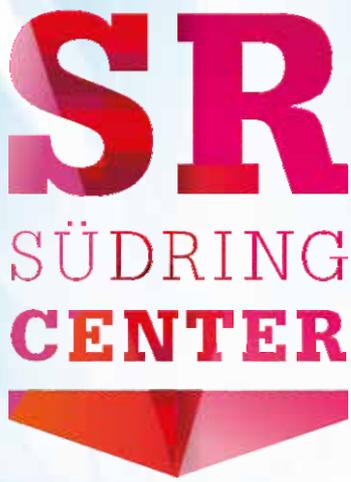
Buchhandlung Linnemann

Südring-Center

☎ (0 52 51) 66 321

www.linnemann-buecher.de





Mein Haus: Fit in die Zukunft

Messe zur Haus-
modernisierung
im SÜDRING-CENTER



Noch bis zum 9. September 2023



müller | Küchen

