



LUST AUF EINE ZEITREISE?

DANN NIMM DIR ZEIT!



PASQUALINI

zeitsprung festival

1. BIS 3. AUGUST 2025
JÜLICH

DAS STADTFEST JÜLICH

WARUM NICHT WIE IMMER?

WEIL JÜLICH FÜR MEHR STEHT!

Qualität in Kultur, Geschichte und Fortschritt.

Wir müssen endlich selbstbewusst sein und **zeigen, was wir können** und worauf es in Jülich ankommt.



JÜLICH IST...

...das Herzstück im Rheinischen Revier. Jülich ist der **Motor des Strukturwandels** und hat sich einen Ruf als Stadt der Vielfalt erworben.

Das gilt für **kreative Köpfe** wie den Begründer der Landschaftsmalerei Johann Wilhelm Schirmer und kluge Köpfe wie den **Nobelpreisträger** Peter Grünberg. Jülich hat die größte erhaltene Zitadelle nördlich der Alpen, seinen napoleonischen Brückenkopf, wird verbunden mit dem **Forschungszentrum Jülich**, dem **Campus der FH Aachen** in Jülich, dem **Brainergy Park**.

Geprägt ist die Stadt seit der Gründung vor über 2000 Jahren durch das, was heute „**multikulti**“ heißt: Unsere Stadt war über die Jahrtausende Heimat für Italiener (Römer), Spanier, Franzosen – heute sind über **120 Nationen** in den Stadtgrenzen zu Hause.

Ein Grund zum Feiern!



ALESSANDRO PASQUALINI

DER NAMENSGEBER

Bekanntes bekannter machen: Jülich ist die HERZOG-Stadt, aber feiert die PASQUALINIsche Altstadt. Er ist der Macher, und wir machen mit.

Pasqualini ist die Identifikationsfigur. **Er wacht künftig vier Meter hoch über dem Marktplatz** und steht für Baukunst, Fortschrittsdenken, Raum zum Feiern. Pasqualini hat nicht klein gedacht, er hat Jülich groß gemacht: Die Festung und die Stadt hat Pasqualini als Ganzes geplant und umgesetzt – als Mensch der Renaissance. **Renaissance bedeutet: das Gute erhalten und das Neue wagen.**

NAMENSVORTEILE

- regionaler Bezug
- verortet im Stadtbild
- guter Wortklang
- vermittelt Inhalt
- funktioniert ohne Claim
- macht neugierig
- einprägsam
- vermittelt Spaß



GROSS DENKEN

DIE MESSLATTE

Pasqualini legt für uns die Messlatte an: Groß denken, das Ganze im Blick haben, das Gute erhalten, das Neue wagen. Nicht höher, schneller, weiter, sondern: besser, interessanter, vielseitiger.

Wir erfinden das Stadtfest in Jülich neu und geben ihm mehr Nutzen.

MEHR ALS EIN STADTFEST

DAS ZIEL

Ein Fest ist ein Fest und soll zur festen Größe mit Strahlkraft werden. Wer sich wohl fühlt, kommt gerne wieder – nicht nur zum Feiern, sondern auch zum Einkaufen, zum Leben, zum Arbeiten.

Die Marke „PASQUALINI zeitsprung festival“ wird den Bekanntheitsgrad von Jülich steigern.

Dieses Fest ist eine Investition in das Potential der Stadt Jülich über den Tag hinaus. Das hat Effekte auf die Wirtschaft, ist ein Argument für Mitarbeitergewinnung.

FAZIT: Ein Gewinn für alle. **Ein Fest, das sich auszahlt.**

ZIELGRUPPE



WIR GEBEN IHNEN EINE BZW. DREI BÜHNEN

DAS ZEITSPRUNGFESTIVAL

Ein Fest ist ein Fest und soll zur festen Größe mit Strahlkraft werden.

Kultur – **Wissenschaft** – **Geschichte**

lauten die drei Themenfelder. Nicht neu? Neu gedacht: Wir denken in Zeiten und in Arealen, in Räumen und Bühnenzeit. Wichtig ist die Wohlfühlatmosphäre vom historischen Dorfplatz-Charakter über den Wissenschaftsparcours bis zur Partymeile. Alles muss an die Messlatte heranreichen:

Wissen in „Zeitsprüngen“ sichtbar machen und dabei unterhalten.

Die Themengebiete finden ihren Platz in festen Bereichen verortet im Stadtbild. History z.B. ähnlich wie beim Martinsmarkt auf und um den Kirchplatz. Die BühnENZEITEN der flexiblen Bühne werden in Themenpakete gegliedert. Die Messlatte für die Zukunft ist jeweils eine Bühne pro Themengebiet.

EINE BÜHNE
MIT VIELEN GESICHTERN
FÜR DIE MARKE „JÜLICH“



DREI TAGE

BÜHNENPROGRAMM

Programmkoordinatoren: JENNY LORBACH (BKP), CORNEL CREMER (KUBA)



Im Zentrum stehen das Fest und die Lust an guter Laune.

Um die Hauptbühne gruppiert sich die klassische „Schlemmermeile“ und soll der Magnet bis in die späten Abendstunden sein. Hier finden tagsüber lokale Akteure und Familien ihre Bühne. Das Kinderprogramm lockt, und als Walking Acts begegnet der Nachwuchs KiKa-Ninchen, Biene Maja & Willi, Wickie.

Der Abend gehört der Musik:

1. Tag Freitag:

Zum Auftakt am Freitag sorgen Bands wie das lokale Herren-Gedeck für Stimmung.

2. Tag Samstag (Haupttag):

Als Top-Act wird eine namhafte Formation wie 1986zig, Querbeat, Knallblech oder größer engagiert.

3. Tag Sonntag:

Der Sonntag gehört Soft-Acts & Lokalmatadoren: vom Jülicher Jazzclub zum Frühschoppen, der Musikschule Jülich bis zum Highlight am späten Nachmittag.

DREI TAGE

BÜHNENPROGRAMM

Programmkoordinatoren: ARMIN GROSSEK (FZJ) + PHILIPP MÜHLHEIMS (SCO)



Das Leben ist ein Experiment

Seit Pasqualinis Zeiten steht Jülich für Moderne und Forschung – das zeigt sich in dem **Entdeckerprogramm**:

Es präsentiert sich die **Vielfalt der Forschungsstadt Jülich**:

DLR und seine Solartürme, Fachhochschule Campus Jülich zwischen Lehre und Forschung, Synlight mit der größten künstlichen Sonne der Welt, Synhelion mit seinem Treibstoff aus Sonne und neben ETC natürlich auch das Forschungszentrum Jülich als Patin der Bühne,

um mit **Diskussionsrunden & Mitmachstationen** Wissenschaft und Forschung erlebbar zu machen,

einem **Bühnenprogramm** z.B. **Die Physikanten** oder **Wissen macht Ah!**,
(bekannt aus dem TV)

und die **Musik** ist natürlich physikalisch / elektronisch:
vom **Theremin bis Techno** und immer zeitlich einordbar.

DREI TAGE

BÜHNENPROGRAMM

Programmkoordinator: GUIDO VON BÜREN



Jülich atmet **Geschichte**

Ein Programm, das vielmehr einen Platzcharakter mit historischem Flair hat.

Altes Handwerk, ein **angepasstes kulinarisches Angebot** von Stockbrot bis **Met** bilden mit einer kleinen Bänkelgruppe das atmosphärische Mittel.

Ein Geschichtsschreiber fertigt kaligrafische Postkarten als Gruß vom Fest.

Den Gästen begegnen der leibhaftige Herzog, Pasqualini und sein Leibarzt Dr. Weyer, die ins Gespräch vertieft sind.

Musik quer durch die Geschichte. Von Martin Peudargent, Kirchenmusiker und Hofkomponist am Jülich-Klevischen Hof, bis zu moderneren Tönen der 69er bis 00er Jahre.

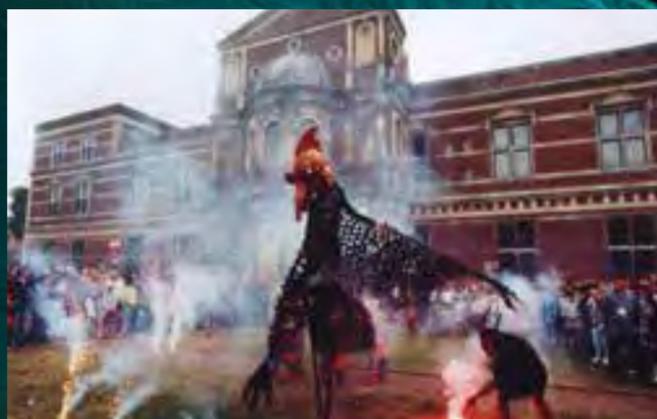
Marktweiber – Geflüster mit der Bühne 80
OpenAir-Kurzfilm: „Die letzte Hexe“ (gedreht in Jülich)

WIR KÖNNEN NOCH MEHR!

AUSBLICK



Schlossplatz



Zitadelle



Wallgraben

ÜBER DIE GRENZEN GEHEN

Die Innenstadt macht sich durch das jüngste Sanierungs- und Handlungskonzept festtauglich: Mit dem **Marktplatz** als Herzstück, dem **Kirchplatz** als erweiterter Bühne und schließlich auch dem **Schlossplatz** als wichtigem Begegnungs- und Mittelpunkt für Feiernde ist die Grenze noch nicht erreicht. Anknüpfen an Traditionen:

Das PASQUALINI zeitsprung festival kann den Faden von bereits Gelungenem wieder aufnehmen. Wir sind nicht nur stolz auf die best erhaltene **Zitadelle** nördlich der Alpen, wir rücken sie auch mit in den Blick. Die spektakuläre Ostfassade mit der **Schlosskapelle** kann Kulisse sein für Bühnenaufführungen, Spiel, Spaß, Begegnung.

Weiter geht es! Der **Wallgraben** als Bühne ist möglich!?

Hautnah kann Geschichte erlebt werden. Im Schatten der imposanten Festungsmauern bietet sich viel Raum zur Gestaltung.

„**Denk-mal weiter**“ lautet die Aufforderung, kreativ mit vorhandenen Räumen umzugehen, die ein Alleinstellungsmerkmal zu mehr machen als einem Anschauungsobjekt.

Das PASQUALINI zeitsprung festival soll sich entwickeln, Perspektiven eröffnen für das, was in Jülich möglich ist und möglich gemacht werden kann.

WEIL WIR'S KÖNNEN

FESTE FEIERN & VERANSTALTEN



Epochenfest – 15.000 Besucher jährlich



Weinfest – 25.000 Besucher jährlich



Herbstlichter – 30.000 Besucher jährlich

WO VIELFALT LOCKT UND LEBEN PULSIERT

Seit jeher zieht Jülich Menschen aus der ganzen Welt an.

Früher um die Zitadelle zu bauen oder einzunehmen, heute um die historischen Bauwerke und die modernen Forschungsstätten zu erleben.

Aber nicht nur Historie oder Forschung locken Menschen nach Jülich – auch die vielfältigen Kulturangebote, die über das Jahr verteilt stattfinden.

So begrüßen wir zum **Epochenfest** jährlich rund **15 Tausend Menschen**, die zwischen Kelten, Preußen und Highlander in die Vergangenheit eintauchen. Beim **Weinfest** probieren sich **25 Tausend Genießer** durch kleine Leckereien und außergewöhnliche Rebsorten. Die dunkle Jahreszeit wird bei den **Herbstlichtern** bunt. Die alten Wälle des Brückenkopfparks erstrahlen für **30 Tausend Menschen** in zauberhaft, mystischer Stimmung.

Das PASQUALINI zeitsprung festival soll noch mehr Menschen nach Jülich locken und ihnen Jülichs Vorzüge präsentieren.

DER ZEITSPRUNG DRUMHERUM

DIE AUSSTELLER

Der Zeitsprung kann nur funktionieren, wenn sich auch die Aussteller an die Themenbereiche anpassen und neu / kreativ denken.

Wenn **Autoschau**, dann von Oldtimern bis E-Autos.

Wenn **Pommes**, dann „gekesselte“.

Wenn **Cocktails**, dann im Reagenzglas serviert.



DESIGN, KOMMUNIKATION, PR & WERBUNG

FÜR FESTIVAL UND STANDORT


PASQUALINI
zeitsprung festival



**KOMM AUF
EINEN SPRUNG
VORBEI**



Um sowohl das Festival als auch die Stadt Jülich inkl. Partnern erfolgreich zu vermarkten und zur Weiterentwicklung sowie Imagesteigerung der Marken beizutragen, haben wir folgende Marketingmaßnahmen berücksichtigt...

MARKETINGMASSNAHMEN

1. Strategische Planung und Positionierung

Markenidentität entwickeln: Wir definieren eine klare Markenidentität für das Festival, die die Säulen Kultur / Musik, Geschichte und Forschung vereint und den regionalen Bezug hervorhebt.

Zielgruppenanalyse: Wir identifizieren die verschiedenen Zielgruppen (Einwohner von Jülich, Familien, Geschichtsinteressierte, Kultur- und Musikliebhaber, Wissenschaftler...) und passen unsere Marketingstrategie entsprechend an.

2. Integrierte Marketingkommunikation

Website und Social Media: Wir erstellen eine ansprechende Website und nutzen Social Media Plattformen (Facebook, Instagram, YouTube), um regelmäßig Inhalte zu teilen und das Festival zu bewerben. Auch lokale Influencer und Blogger werden einbezogen.

Content-Marketing: Wir produzieren hochwertige Inhalte wie Blogposts, Videos, Interviews und Podcasts, die die verschiedenen Aspekte des Festivals beleuchten.

E-Mail-Marketing: Wir nutzen Newsletter, um regelmäßige Updates und spannende Geschichten rund um das Festival zu teilen. E-Mail-Adressen sammeln wir über die Festival-Website und Social Media.

3. Event-Marketing und PR

Pressearbeit: Wir kooperieren mit lokalen und regionalen Medien, um Berichterstattung zu sichern. Journalisten laden wir zu einer Pressekonferenz oder einem Vorab-Event ein.

Eröffnungsevent: Wir planen ein spektakuläres Eröffnungsevent, das lokale Prominenz, Politiker und Medienvertreter anzieht und für große Aufmerksamkeit sorgt.

Partnerschaften: Wir arbeiten mit lokalen Institutionen zusammen, um das Programm zu erweitern und deren Netzwerke zu nutzen.

4. Lokale Gemeinschaft einbinden

Volunteering-Programme: Wir binden die lokale Gemeinschaft durch Freiwilligenprogramme ein. Dies stärkt die Verbindung zum Festival und fördert die Mundpropaganda.

Lokale Unternehmen: Wir kooperieren mit lokalen Unternehmen und Gastronomen, um spezielle Festivalangebote zu entwickeln und das Event in der Stadt zu verankern.

5. Nachhaltigkeit und soziales Engagement

Nachhaltigkeitskonzept: Wir entwickeln ein Konzept für Nachhaltigkeit (Müllvermeidung, Nutzung erneuerbarer Energien), um das ökologische Bewusstsein zu stärken.

Soziale Projekte: Wir initiieren soziale Projekte im Rahmen des Festivals, z.B. Workshops für benachteiligte Gruppen oder Bildungsprogramme für Schüler.

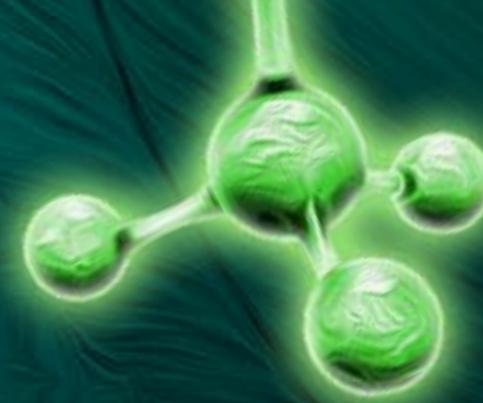
6. Evaluation und Weiterentwicklung

Feedback einholen: Wir sammeln Feedback von Teilnehmern und Partnern, um das Festival kontinuierlich zu verbessern.

Erfolg messen: Wir setzen KPIs (z.B. Besucherzahlen, Medienreichweite, Social Media Engagement) und analysieren die Ergebnisse, um den Erfolg der Marketingmaßnahmen zu bewerten.

Durch eine umfassende und integrierte Marketingstrategie, die die Einzigartigkeit des „Pasqualini – Zeitsprungfestivals“ betont und die regionale Bedeutung in den Vordergrund stellt, können wir so erheblich zur Imagesteigerung und Weiterentwicklung der Marke Jülich inkl. Projektpartner beitragen.

PROSQUALINI



” AXEL FUCHS

BÜRGERMEISTER DER STADT JÜLICH

Möchte man eine Tradition in die Zukunft tragen, muss man sie weiterentwickeln. Das Jülicher Stadtfest wollen wir gemeinsam zum „PASQUALINI zeitsprung festival“ fortentwickeln. In Jülich sind Geschichte, Kultur, Forschung und Wirtschaft eng miteinander verbunden. Mit zahlreichen Beteiligten aus diesen Bereichen werden wir dies zukünftig noch besser sichtbar machen.



” RICHARD SCHUMACHER

STADT JÜLICH

Ein Festival, das Jülich in all seinen Facetten erlebbar macht, bietet die einmalige Chance, die „Marke Jülich“ auch im kulturellen Bereich überregional bekannt zu machen und zu etablieren.

Mit dem PASQUALINI zeitsprung festival erhält das Jülicher Stadtfest ein neues Gesicht – wenn auch der Namensgeber Pasqualini ein alter Bekannter ist – und erreicht eine neue Dimension:

In Zusammenarbeit mit vielen Akteuren und Multiplikatoren sollen Geschichte, Kultur und Wissenschaft auf erfrischende und moderne Art in Szene gesetzt und ein abwechslungsreiches Programm für Jung und Alt geboten werden.

Die Neugestaltung der einst von Alessandro Pasqualini geplanten Jülicher Innenstadt eröffnet der „Zukunftsstadt Jülich“ in diesem Zusammenhang neue Perspektiven, so dass der Stadt nicht nur optisch, sondern durch das Festival auch und vor allem kulturell neues Leben eingehaucht wird.

PROSQUALINI



” GUIDO VON BÜREN

HISTORIKER – VORS. JÜLICHER GESCHICHTSVEREIN 1923 E.V.

Die Neukonzeption des Jülicher Stadtfestes hin zu einem Festival mit Eventcharakter hat das Potential dazu, weit über die Stadt Jülich hinauszuwirken. Zudem bietet es die Möglichkeit, die spannende Geschichte von Stadt und Herzogtum Jülich in breiten Bevölkerungskreisen bekannter zu machen.



” ARMIN GROSSECK

FZJ – LEITER STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

Jülich ist eine Stadt voller Forscher und Entdecker. Die Dichte an Wissenschaftseinrichtungen ist groß. Diese Forschung und ihre Potentiale für die Gesellschaft erlebbar zu machen, kann ein echtes Alleinstellungsmerkmal für das Zeitsprungfestival sein.

PROSQUALINI



” HACKY HACKHAUSEN

LA MECHKY PLUS – AGENTUR FÜR DESIGN & KOMMUNIKATION

Ein Stadtfest in Jülich mit Fokus auf Kultur, Geschichte und Wissenschaft hätte positive Auswirkungen auf Stadtmarketing, Tourismus, Image, Gemeinschaft und Wirtschaft. Durch vielfältige Aktivitäten würde es Besucher anlocken und die Stadt überregional bekannt machen, was den Tourismus belebt. Es präsentiert Jülich als bildungs- und kulturorientierte Stadt mit reicher Vergangenheit und zukunftsweisender Innovation. Dies zieht nicht nur Besucher, sondern auch Unternehmen und Investoren an. Die Veranstaltungen fördern Gemeinschaftsgefühl, stärken den Stolz der Einwohner und bieten eine Plattform für lokales Talent. Langfristig könnte das Fest zur jährlichen überregionalen Attraktion werden, Umsatz steigern, Arbeitsplätze schaffen und Arbeitskräfte anlocken.



” DOROTHÉE SCHENK

PRESSEBÜRO SCHENK & SCHENK / HERZOG MAGAZIN

Renaissance – Wiedergeburt! Das Gute erkennen und bewahren und Neues wagen. Das ist etwas, wofür Jülich als Renaissancestadt stehen soll und auch steht. Das gilt auch für ein einzigartiges Stadtfest, das die Marke Jülich und seine Vielfalt sichtbar machen wird: Die Verbindung des Besten in Kultur, Wissenschaft und Feierfreude über die Zeitsprünge hinaus. Dieser Haltung fühlt sich auch der HERZOG verbunden und unterstützt die neuen Wege zum PASQUALINI zeitsprung festival.

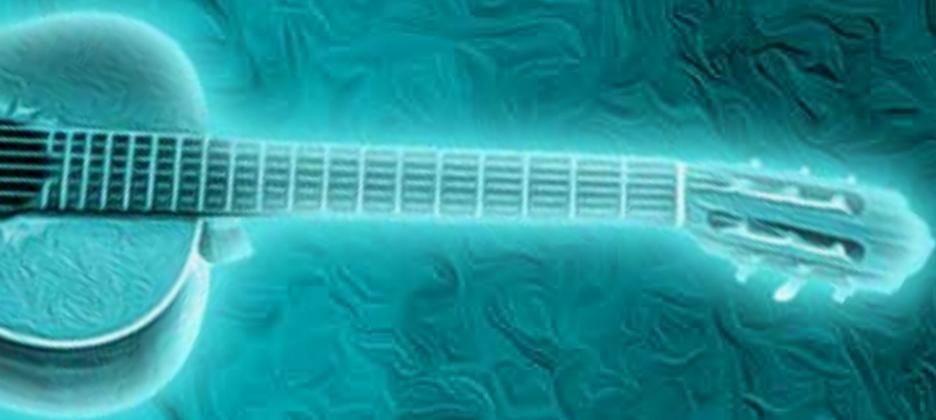
PROSQUALINI



” JENNY LORBACH

VERANSTALTUNGSMANAGEMENT BRÜCKENKOPF-PARK GGMBH

In einer Zeit, in der Zusammenarbeit und Gemeinschaft mehr denn je gefragt sind, möchten wir die Stärke und das Potenzial unserer Stadt hervorheben. Die Kooperation zwischen den verschiedenen Institutionen in Jülich ist der Schlüssel zu unserem gemeinsamen Erfolg. Wir sind überzeugt, dass wir noch viel mehr erreichen können, indem wir unsere Kräfte bündeln und neue Wege gehen. Gemeinsam eine neue Dimension des Feierns schaffen – ein Festival, das die Herzen der Jülicher verbindet und gleichzeitig Gäste aus der Umgebung anzieht. Jülich hat viel zu bieten, und das können wir nur gemeinsam verwirklichen!





VIELENDANK!


PASQUALINI
zeitsprung festival

Brückenkopf Park

VOL. I

PASQUALINI

zeitsprung festival

FREITAG - SONNTAG
1.-3. AUGUST 2025
JÜLICH STADT

EINTRITT FREI

JETZT FOLGEN UND NICHTS VERPASSEN

WWW.PASQUALINI-FESTIVAL.DE

früh KÖLSCH

KREIS DÜREN

START JÜLICH

RUR-KULTUR-TAGE

Hans-Lamius-Stiftung

HERZOG

LA MECHY

KLEINGEDRUCKTES

Die in dieser Präsentation erarbeiteten Gedanken sind geistiges Eigentum der Projektgruppe Stadtfest und unterliegen dem Urheberrecht. Jede ganze oder teilweise Vervielfältigung oder Weitergabe an Dritte ist nicht ohne Zustimmung gestattet. Die Verwendungsrechte und deren Vergabe obliegen der Projektgruppe. Alle enthaltenen Texte und Abbildungen dienen nur zur Veranschaulichung der Vision des neuen Stadtfestes und stellen keinen Vertrag oder Rechtsanspruch dar.

Ihr Ansprechpartner:

