

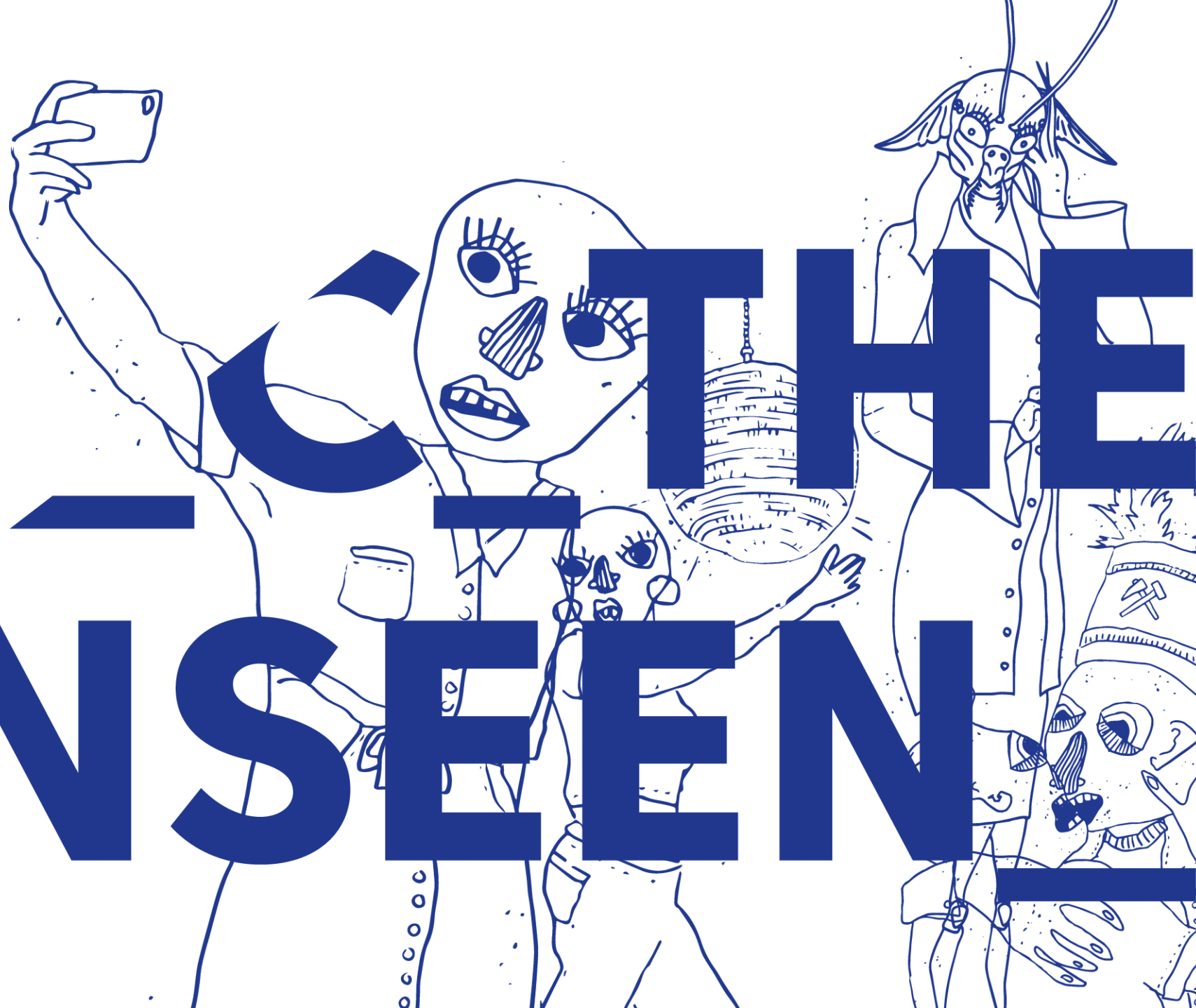
Chemnitz
European Capital
of Culture



SYBILLE SONNTAG

LEITUNG SPONSORING UND
VERTRIEBSMARKETING

UNSEEN



5

HAUPTPROJEKTE

260 PROJEKTE

367 BÜRGERBETEILIGUNGEN

ÜBER 2.000 EVENTS

ÜBER 900
INDIVIDUEN & ORGANISATIONEN

PARTNER:INNEN AUS 40
LÄNDERN

1.300 VOLUNTEERS

[18 JAN 2025]
OPENING

[29 NOV 2025]
CLOSING

Chemnitz
Kulturhauptstadt
Europas 2025

Volunteers



© Foto: Natalie Bley



© Foto: Johannes Richter



© Foto: Peter Rossner

#3000Garagen



GelebteNachbar- schaft



Makerhubs



© Foto: Johannes Richter



© Foto: Peter Rossner



© Foto: Luise Müller



© Foto: Christian Nopper

Purple Path





>10

Big Banners, Station Towers,
Large Screens & Ground Posters
an Bahnhöfen
(Chemnitz, Berlin, Dresden, Leipzig, München)

Chemnitz
Kulturhauptstadt
Europas 2025

~450

Plakatflächen und
Ganzsäulen
deutschlandweit

(Berlin, Bielefeld, Bremen, Duisburg, Dresden, Düsseldorf, Erfurt, Essen,
Frankfurt/Main, Hamburg, Hannover, Kassel, Kiel, Leipzig, Magdeburg,
München, Rostock) - analog und digital

Große Bannerflächen an Flughäfen

6 Monate - Prag
12 Monate - Berlin,
Leipzig, Dresden

2 vollfolierte Straßenbahnen
in Leipzig und Dresden

3 Großflächig folierte Züge
der Erzgebirgsbahn





23.000 ERWÄHNUNGEN
IN PRESSE & MEDIA

300 NATIONALE AND
INTERNATIONALE JOURNALISTEN

1.700 MEDIA-VERÖFFENTLICHUNGEN
IN DEUTSCHLAND & **200**
INTERNATIONAL

86 VIEWS DER CHEMNITZ
2025' SOCIAL MEDIA
MIO

Chemnitz
Kulturhauptstadt
Europas

2025



Sehenswürdigkeiten und
Denkmäler

_ DAS NEUE BILD VON CHEMNITZ

VOGUE

„Schon mal in Chemnitz gewesen? Nein? Dann los!“

Frankfurter Rundschau

„Die graue Stadt vergoldet sich“

Berliner Zeitung

„Warum Chemnitz der unterschätzte Geheimtipp für Berliner ist“

Handelsblatt

„Chemnitz reduziert die schlechte Laune“

DIE ZEIT

„Chemnitz ist das neue New York“

Süddeutsche Zeitung

„Wer will schon in den Westen“

Frankfurter Allgemeine

„Im Osten was Neues“

 **stern**

„Dickes C“

TAGESSPIEGEL

„Chemnitz strahlt als Kulturhauptstadt“



25 % ANSTIEG DER
ÜBERNACHTUNGEN IN CHEMNITZ

1.300 STADTFÜHRUNGEN
(STEIGERUNG UM 300 %)

65.000
KONGRESSGÄSTE (STEIGERUNG UM 200 %)

30 INTERVENTIONSFLÄCHEN

90.000 BESUCHENDE IN DER
HARTMANNFABRIK
(BESUCHS- &
INFORMATIONEN-ZENTRUM)

3,5 MIO GÄSTE
|

Chemnitz
Kulturhauptstadt
Europas **2025**

C_THE_
UNSEEN

_ NEUES SELBSTVERSTÄNDNIS

- _ Gestärktes Selbstwertgefühl der Bürger:innen in unserer Stadt und Region
- _ Neue Perspektive auf Vertrautes und bisher Ungesehenes: „**Ich habe meine eigene Stadt neu entdeckt.**“
- _ Viele Chemnitzer:innen werden gemeinsam aktiv



_CHEMNITZ WIRKT WEITER

C_THE_ _UNSEEN_

**_ Kulturhauptstadt als Inkubator
für nachhaltige Weiterentwicklung**

_ Kulturhauptstadt-Gefühl lebendig halten

**Mitmachen.
Weitertragen.
Gestalten.**

Theater der Welt

18. Juni bis 5. Juli 2026

Chemnitz
Kulturhauptstadt
Europas 2025

9

Internationale Kurator:innen aus
Argentinien, Australien, China,
Griechenland, Indien, Kanada, Saudi-
Arabien, Senegal und Südafrika

33

Stücke aus allen Kontinenten

17.000

Besucher:innen
und 91,8 Prozent
Auslastung

3

Uraufführungen

11

Europapremieren

18

Deutschlandpremieren

200

Veranstaltungen

über

400

Künstler:innen

KOSMOS 2026

Chemnitz
Kulturhauptstadt
Europas **2025**

29. August 2026

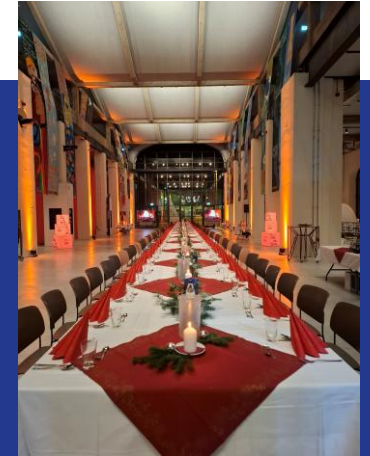
über **250** Programmpunkte

5 Säulen: Gesellschaft, Musik, Sport,
Kunst und Wirtschaft

75.000 Besucher:innen



HARTMANNFABRIK



Verantwortungsbereiche der Legacy-Gesellschaft ab 2027

C THE UNSEEN BIENNALE

Verantwortung für die Biennale als zentrales Nachfolgeformat der Kulturhauptstadt Europas Chemnitz 2025

Die erste Ausgabe ist für 2027 vorgesehen

VOLUNTEERS- PROGRAMM

Langfristiger Erhalt und Ausbau des im Kulturhauptstadtjahre enamtlichen Netzwerks

MIKRO- PROJEKTE

Steuerung und Fortführung der Mikroprojekte, die aus dem Kulturhauptstadtprozess hervorgegangen sind und weiterhin niedrigschwellig bürgerschaftliches Engagement fördern sollen

PURPLE PATH

Ausbau der Kooperationen zwischen Stadt Chemnitz und Kulturhauptstadtregion
Entwicklung regionaler Beteiligungs- und Vermittlungsformate
Touristische Inwertsetzung in Kooperation mit DMOs
Überregionales Marketing

HARTMANN- FABRIK

Strategische Weiterentwicklung der Hartmannfabrik als zentralem Ort der Legacy, insbesondere als Plattform für Kultur, Kreativwirtschaft, zivilgesellschaftliche Initiativen und internationale Kooperationen

Pflege und Ausbau europäischer Netzwerke und Partnerschaften