



Bericht Ulmer City Marketing e.V. über die Jahre 2020 bis 2022.

Das Ulmer City Marketing hat sich bereits seit einigen Jahren von einer reinen Interessensvertretung der Mitglieder aus Handel, Gastronomie und Dienstleistung hin zu einem wichtigen innerstädtischen Sparringspartner entwickelt, wenn es um die Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität in Ulm geht.

Neben zahlreichen Eigenevents zur Stärkung des Netzwerks und des Austausches war das Ulmer City Marketing unter anderem in folgenden Arbeitskreisen und Sitzungen aktiv:

Städtische Sitzungen und Arbeitskreise 2020-2022

- Innenstadtdialog
- Projektteam „Im Herzen von Ulm“
- Steuerungskreis Verkehr
- Jour Fixe Bürgerdienste
- Jour Fixe Polizei
- Jour Fixe Städtische Teststationen
- Runder Tisch Gastgewerbe, Club Kultur
- Fachbeirat Neugestaltung Fußgängerzone
- Fachbeirat Landesgartenschau 2030
- Arbeitskreis Mobilität
- Arbeitskreis Mehrweggeschirr

Wir freuen uns sehr über die Einbindung bei den städtischen Sitzungen und Arbeitskreisen. Dies zeigt unserer Meinung nach die sehr gute Zusammenarbeit zwischen der Stadt Ulm und dem Verein Ulmer City Marketing auf. Bei diesen Arbeitskreisen sind wir nicht nur Ansprechpartner, Interessensvertreter und Berater, sondern vor allem auch Informationsübermittler an die Mitglieder des Ulmer City Marketings.

Sonstige Runden und Arbeitskreise 2020-2022

- Ulm/ Neu-Ulm Touristik GmbH Beiratssitzungen
- Bürgerbeteiligungen Innenstadtdialog, Neue Fußgängerzonen
- Regelmäßiger Austausch und enge Zusammenarbeit mit der Messe Ulm GmbH
- Unterstützung von Liegenschaften und Wirtschaftsförderung bei Sonderprojekten (Eisbahn, Tag der Familie) und im Leerstandsmanagement
- Werbeausschuss des Ulmer Wochenmarktes



- Händlerrunde IHK
- Baustellenkoordinationsgespräche IHK
- Verein „Leben in der Stadt“
- Jour Fixe mit W.I.N. Neu-Ulm und Austausch mit anderen Citymanagements (z.B. Esslingen, Aalen, Ravensburg)

In Zusammenarbeit mit den städtischen Tochtergesellschaften und anderen Stakeholdern geben wir unser Bestes, um gemeinsam mit neuen Ideen und Anstrengungen die Innenstadt zu stärken.

Mitgliederanzahl

Die Mitgliederanzahl entwickelt sich sehr positiv. In den letzten drei Jahren konnte das Ulmer City Marketing die Mitgliederanzahl von 268 im Oktober 2020 auf 309 Mitglieder im November 2022 steigern. Dies bedeutet eine **Steigerung um 15 %**, auf die wir speziell trotz der politischen und wirtschaftlich schwierigen Umstände sehr stolz sind. Dies ist aus unserer Sicht ein wichtiges Zeichen dafür, dass unsere Arbeit innerhalb der Innenstadt sehr geschätzt wird.

Citygutschein

Auch die Verkäufe der Citygutscheins haben sich sehr positiv entwickelt. Wir konnten den **Gutscheinumsatz von 1,9 Mio €** in den Jahren 2019, 2020, 2021 **auf 2,3 Mio € im Jahr 2022 steigern** und somit noch mehr Umsatz in der Region binden.

Zuschuss der Stadt Ulm

Der Ulmer City Marketing e.V. erhält von der Stadt Ulm einen **jährlichen Personalkostenzuschuss in Höhe von 70.000 €** sowie einen **Marketingkostenzuschuss in Höhe von 21.000 €**.

Die Verwendung der genehmigten Mittel wurde in den Jahren 2020 bis 2022 zur Unterstützung des Corona-gebeutelten Handels, zur Belebung und Stärkung der Innenstadt sowie zur Bewerbung von Ulm als attraktive Shoppingdestination eingesetzt.

In die Kampagnen „ulm.erleben“ bzw. „**Im Herzen von Ulm**“ haben wir in den Jahren **2020, 2021 und 2022 jeweils 30.000 €** eingebracht.

Folgende Aktionen und Events fanden im Jahr 2020 statt:

Aufgrund des Lockdowns mussten die meisten der geplanten Events und Veranstaltungen im Jahr 2020 abgesagt werden – dafür haben wir andere Maßnahmen ergriffen: Im ersten Halbjahr 2020 wurde der **Citykurier** ins Leben gerufen, um die Waren der Händler an die Kund*innen auszuliefern und somit den Geldfluss in der Region zu halten. Des Weiteren wurde im Rahmen der gemeinsamen Kampagne ulm.erleben mit der Stadt Ulm und der SWU eine **Coronasicherheits- sowie eine Urlaubskampagne** umgesetzt. Letzteres, um für Städtetrips in Ulm zu werben.

Erste Events waren im Herbst 2020 möglich. Mit dem **Fachhändlermarkt** am 19.9.2020 sowie dem **Herbstklopfen mit langer Einkaufsnacht** am 23./24. Oktober wurde in die City zum Bummeln, Shoppen und Verweilen eingeladen.



An Weihnachten 2020 konnte mit großer Unterstützung der Stadt Ulm die **neue Weihnachtsbeleuchtung in der Platz-, Herrenkeller- und Dreikönigsgasse** angeschafft und erstmalig installiert werden. Weitere weihnachtliche Aktionen sowie der **Weihnachtskurier** (analog zum Citykurier) wurden ins Leben gerufen, um den Händlern während des Lockdowns im entgangenen Weihnachtsgeschäft unter die Arme zu greifen.

Folgende Aktionen und Events fanden im Jahr 2021 statt:

Ab Januar 2021 bewarb das Ulmer City Marketing die **Click&Collect** Möglichkeiten der Ulmer Handels- und Gastrolandschaft über alle Kommunikationskanäle. Kleinere Aktionen zu **Ostern** und zur **Wiedereröffnung der Geschäfte** haben für Belebung und Mut zum Durchhalten gesorgt.

Im Juni 2021 startete die Kampagne „**Im Herzen von Ulm**“, die gemeinsam mit der Stadt Ulm und der SWU auf den Weg gebracht wurde. Zielsetzung hierbei war es, nach der schwierigen Zeit eine emotionale Einladung in die Innenstadt auszusprechen und diese mit **herzlichen Aktionen zur Belebung** zu untermauern. **Künstler, Attraktionen und Promotion in den Gassen** wurden von den Gästen sehr positiv wahrgenommen.

Unsere Traditionsveranstaltungen wie das **Weinfest** im August sowie der **verkaufsoffene Sonntag** am 10. Oktober schafften unter Corona-Bedingungen ein Gefühl von Normalität und belebten die Innenstadt. Beim **Rübengeisterumzug** am 29. Oktober im Quartier Platzgasse merkte man den hunderten Menschen und Kindern an, wie gerne sie wieder in die Ulmer Innenstadt kommen und die Angebote nutzen. Weihnachtliche Aktionen wie die **Ulmer City Adventsfenster** in Handel und Gastronomie, die **Weihnachtsbeleuchtung** in den Gassen und ein verkürzter **Weihnachtsmarkt** haben zumindest ein wenig Weihnachtsstimmung und Frequenz in der Innenstadt aufkommen lassen.

Durch unsere **Einführung des Ulmer City Pass-Stempels** am 4. Adventswochenende in Ulm konnten wir dem Handel die Umsetzung der 2G-Regelung erleichtern und unseren Besucher*innen und Kund*innen ein angenehmeres Weihnachts-Shoppingerlebnis bieten. Anfang Januar 2022 war zudem eine Ausweitung des Stempels auf die Gastronomie möglich, was von den Gästen dankend angenommen wurde.

Folgende Aktionen und Events fanden im Jahr 2022 statt:

Im Jahr 2022 war ab dem Frühjahr wieder Betrieb unter Normalbedingungen möglich. Unsere Traditionsveranstaltungen wie die **verkaufsoffenen Sonntage** im April und Oktober, der **Kleinbrauermarkt**, das **Blümchenverteilen** beim **Paradekonzert am Muttertag**, der **Tag der Rose** und das **Ulmer Weinfest**, der **Rübengeisterumzug** und das **Weihnachtsbaumstellen** konnten endlich wieder regulär stattfinden. Neue Events wie der **Oster-Antikmarkt**, der **Familientag der Vereine**, den wir unterstützen durften, der **Gässlesmarkt** im Quartier Platzgasse und auch die **Eisbahn**, die vom Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ gefördert wurden, fanden einen Platz im vollen Terminkalender. Aktionen wie zum Beispiel der **Ulmer City Girl's Day**, die **Teilnahme der Händler am Equal Pay Day** und das **Citygewinnspiel** mit Donau 3 FM sorgten dafür, dass Ulm eine breite Aufmerksamkeit erhielt.



Zudem konnte im März gemeinsam mit der AG Mehrweg des Agendabüros ein **gemeinsames Mehrwegsystem** für die Doppelstadt auf den Weg gebracht werden.

Über die Kampagne „**Im Herzen von Ulm**“ haben wir im Sommer 2022 **Liegestühle zum Verweilen** (und Mitnehmen) in der Innenstadt platziert. Gemeinsam mit Piano Fischer und 7 Händlern als Paten konnten wir die **Aktion „Jetzt mal ganz Piano“** realisieren und die Innenstadt musikalisch erklingen lassen. Viel Herz zeigte die gemeinsame Kampagne im Dezember mit **Engeln und Nikoläusen**, die unseren Besucher*innen passend zur Energiekrise mit wärmenden GiveAways ein Lächeln schenkte. **Decken, Wärmflaschen und Schokoherzen** sorgten für glückliche Gesichter. Gleichzeitig luden wir dank großzügiger städtischer Unterstützung aktiv über eine **Radio- und Social Media Kampagne** in die Innenstadt ein. Unterschiedliche Zielgruppen und die Unterstützung durch Frau Malischewski als Testimonial machten die Kampagne sehr authentisch und sympathisch. Vielen Dank!

Für das kommende Jahr stehen vor allem die **Finalisierung des digitalen Citygutscheins**, ein frischer Anstrich für unsere **Traditionsveranstaltungen** und eine **lange Einkaufsnacht** an oberster Stelle – zusätzlich zu unseren Aktionen an besonderen Tagen und regulären Events.

Aktueller Status und Ausgaben

All diese Arbeitskreise, Aktionen, Maßnahmen und Events lassen sich nur in einem starken Team realisieren. Aus diesem Grund haben sich auch die Arbeitsstunden des Ulmer City Marketings in den vergangenen Jahren erhöht. Wurden im Jahr **2009 noch 170 Monatsstunden** im Ulmer City Marketing eingesetzt (bei einem Personalkostenzuschuss in Höhe von **60.000 €**), liegen wir mittlerweile **bei 750 Monatsstunden** (bei einem Personalkostenzuschuss in Höhe von **70.000 €**). Dementsprechend haben sich seither nicht nur die Arbeitsstunden vervierfacht, sondern auch die Personalkosten.

In Summe hatten wir im Jahr **2022 Personalausgaben in Höhe von 224.000 Euro** und **Marketingausgaben** inkl. Citygutschein **in Höhe von 187.000 Euro**. Dem gegenüber steht der **städtische Personalkostenzuschuss in Höhe von 70.000 Euro** und der **Marketingkostenzuschuss von 21.000 Euro**.

Um weiterhin die Personalressourcen und Mittel zu haben, um in den anstehenden Themen und Aufgaben zur Stärkung der Innenstadt aktiv und kreativ unterstützen zu können, **bitten wir höflichst um eine Erhöhung des Personalkostenzuschusses um 30.000 €** und **eine Erhöhung des Marketingkostenzuschusses um 40.000 €**.

Wir wissen sehr zu schätzen, dass sich innerhalb der Verwaltung das Bewusstsein um die Erhaltung der Standortattraktivität und das damit verbundene Engagement in den vergangenen Jahren deutlich erhöht hat und freuen uns sehr darauf, auch in Zukunft weiterhin gemeinsam an einem Strang zu ziehen. **Vielen Dank für die Berücksichtigung.**

Gez. Sandra Walter

Citymanagerin

Ulm, 14.02.2023