

SKI Vorhabenbezogene Daten**V00 Projektbeschreibung****Projekttitel**

V05 Stadtdialog

Projektthema <0100>

V06 Vom Dialog zur Realisierung - Der Innentadtdialog Ulm setzt Signale

Nach fast drei Jahren Innentadtdialog sind die Erwartungen an die Umsetzung hoch. Dazu gehören die Konkretisierung von Vorschlägen, etwa zur Mobilität oder zur Stärkung der Einzelhandelslagen wie auch sichtbare bauliche Maßnahmen

Kurzbeschreibung**Kurzbeschreibung des Projekts**

Innentadtdialog Ulm - Grüner, Leiser, Lebendiger

Die Innenstadt von Ulm mit dem weltberühmten, hochaufragenden Münster in der Mitte ist der zentrale Identifikationsort für Stadt und Region. Der Einzelhandel ist vergleichsweise noch stark. Aber Veränderungsprozesse, etwa Trading Down, Rückzug des Handels, Verlust der Branchenvielfalt und Leerstand sind besonders in den Nebenlagen unübersehbar. Corona hat den Trend zum Onlineshopping beschleunigt. Das Wohnen in der Innenstadt ist in Ulm traditionell eine zentrale und tragende Nutzung, die zugleich im Konflikt steht mit anderen Zielen, etwa die Belebung durch mehr Event, Kultur und Tourismus.

Der Innentadtdialog, der von Oberbürgermeister Gunter Czisch 2018 initiiert wurde, führt deshalb höchst unterschiedliche Gruppen (Stakeholder) zusammen, die im Normalbetrieb von Politik und Verwaltung meist nur ihre eigenen Interessen artikulieren. Ziel des Dialogs ist es, aufeinander zuzugehen, sich mit Respekt zuzuhören und gemeinsame Ideen zu entwickeln.

Der Innentadtdialog beteiligt: Vertreterinnen und Vertreter von Handel und Gewerbe, Hotellerie und Gastronomie, der Kultur und der Wohnbevölkerung, der lokalen Agenda, des BUND, der Stadtwerke und der Ulm/Neu-Ulm Touristik. Die Frauenbeauftragte sowie der Inklusionsbeauftragte sind ebenfalls dabei. Die Kommunalpolitik ist in einer eher zuhörenden Rolle in den Dialog involviert. Die Verwaltung ist mit einer sehr kleinen Geschäftsstelle schlank aufgestellt und wird fachlich extern unterstützt.

Der Innentadtdialog hat seit 2019 ein komplexes Paket von Maßnahmen erarbeitet, wie die Innenstadt sich im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel behaupten kann. Bislang sind folgende Handlungsfelder erarbeitet worden oder stehen kurz vor dem Abschluss:

Öffentlicher Raum,
Wirtschaftsstandort Innenstadt
Wohnen,
Digitalisierung
Mobilität

Die beiden umfangreichen Maßnahmenkataloge zum Wirtschaftsstandort Innenstadt und zur Gestaltung des öffentlichen Raumes, die der Innentadtdialog erarbeitet hat, sind vom Gemeinderat grundsätzlich beschlossen. Der Maßnahmenkatalog für das Handlungsfeld Urbane Mobilität ist in Arbeit und wird Ende 2021 abgeschlossen sein. Mit der Realisierung von Maßnahmen ist bisher leider nur in Ansätzen begonnen worden.

Deshalb kommt es jetzt darauf an, dass der Dialog Wirkung zeigt und viele Maßnahmen umgesetzt werden. Die für das Bundesprogramm ausgewählten Maßnahmen sollen eine langfristige integrierte nachhaltige Stadtentwicklung unterst

Inhalte und Ziele des Projekts im Überblick

Inhalte und Ziele des Projekts im Überblick

Die Maßnahmen, die mit Hilfe des Bundesprogramms umgesetzt werden sollen, fokussieren auf beides: Sie sollen zügig sichtbare, spürbare Verbesserungen bringen und zugleich langfristig sowie nachhaltig eine vielfältige, wirtschaftlich gesunde und lebendige Innenstadt entwickeln. Folgende Maßnahmenbereiche sind als Ergebnis des Innenstadtdialogs sehr wichtig:

- Neuaufstellung innenstadtrelevanter Konzeptionen. Das aus dem Jahr 2011 stammende Märkte- und Zentrenkonzept und das darin als Baustein enthaltene Innenstadtkonzept mit Zeithorizont 2030 zu aktualisieren.
 - Entwicklung des Städtetourismus in Ulm/Neu-Ulm, der konzeptionell systematisch angegangen werden soll. Aufgrund der Situierung der meisten Sehenswürdigkeiten (z.B. Ulmer Münster) und weiterer Anziehungspunkte in der Innenstadt hat der Städtetourismus für die Gastronomie und Hotellerie in den Innenstadtlagen eine herausragende Bedeutung.
 - Stabilisierung und Stärkung von Handelsquartieren abseits der 1a Lagen. Nicht zuletzt aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie zeigt sich hier ein besonderer Handlungsbedarf.
 - Konkretisierung von Ideen zur Citylogistik und zum Shuttle Verkehr innerhalb der Innenstadt
 - Personelle Stärkung des langjährigen Kooperationspartners Ulmer City Marketing
 - Hauptaufgabe der Stelle ist proaktives Leerstandsmanagement
 - Innenstadtmarketing mit modernen digitalen Instrumenten und lokalem Kolorit »Made in Ulm«
 - Verbesserung der Orientierung und Wegeführung sowie Schaffung einer Möglichkeit zur kurzfristigen und flexiblen Information durch digitale Infostelen in der Fußgängerzone
- * geringfügige baulich-investive Maßnahmen im Sinne der Programmausschreibung:
- atmosphärische Verbesserung des öffentlichen Raums durch deutlich mehr Grün und mobiles Stadtmobiliar
 - Verbesserung der Straßenbeleuchtung
 - Kennzeichnung von speziellen Geschäftslagen durch gestaltete Schilder
 - Qualitätssicherung des Dialogprozesses durch Installation eines Beirats Innenstadt

Ausgangssituation

Ausgangssituation

Die Innenstadt von Ulm ist wirtschaftlich und planerisch-konzeptionell sehr gut aufgestellt. Sie hat eine traditionell starke Position als Leuchtturm in der Region. Der vor kurzem fertiggestellte Neubau des gemischgenutzten Einkaufsquartiers Sedelhöfe direkt gegenüber dem Hauptbahnhof, am westlichen Zugang zur Fußgängerzone stärkt die Attraktivität des Handelsstandortes. Gastronomie und Hotellerie sind breit aufgestellt. Attraktive Dienstleistungen, wie Ärztehäuser sind vorhanden, Kulturelle Angebote sind vielfältig, wie Theater, Museen, Konzertsaal, Kinos, Tagungsangebote. Ein sehr wichtiger Faktor für den Arbeitsmarkt ist die Universität Ulm gemeinsam mit weiteren Hochschulen. Deutlich mehr als in vielen anderen Städten wird in der Innenstadt gewohnt.

Die Ulmer Innenstadt wurde in den vergangenen 35 Jahren kontinuierlich mit weit über Ulm hinaus bekannten städtebaulichen Projekten saniert und entwickelt. Zu nennen wären das Stadthaus auf dem Münsterplatz und die sogenannte Neue Mitte, der Rückbau einer Verkehrsschneise. Sehr wichtig war die sorgsame Sanierung der wunderschönen historischen Quartiere, wie etwa das Fischerviertel.

Der wirtschaftliche und gesellschaftliche Wandel im 21. Jahrhundert stellt die Innenstädte vor neue Herausforderungen:

- * Demokratisierung der Stadtentwicklung durch möglichst breit und frühzeitig organisierte Dialogprozesse
- * die Veränderung des Nutzungsspektrums der Innenstadt durch die Digitalisierung und das damit korrespondierende Wachstum des Onlinehandels
 - * geringere Kundenbindung als in der Vergangenheit
 - * Trend zum Home Office
 - * Anpassung an den Klimawandel
 - * Mobilitätsangebote, die der urbanen Dichte gerecht werden und praktikabel sind.

Der Innenstadtdialog Ulm 2030 hat sich die daraus resultierenden Handlungsfelder vorgenommen, immer fokussiert auf den Raum der historischen Altstadt.

Auswahl des Projektgebiets

Projektgebiet <0900>

V07

Die Innenstadt ist in Ulm ein zweites Dialoggebiet, neben dem Projekt »Quartiersentwicklung Eselsberg«. Die Entscheidung, die Innenstadt für das Programm anzumelden, ist eindeutig, weil sich hier in hohem Maß entscheidet, wie gut die Stadt als ganzes in Zukunft dasteht. Starke Innenstädte entfalten eine immense Ausstrahlung über die Region hinaus. In der Folge der diversen Corona-Lockdowns ist es besonders wichtig, den Stadtentwicklungsmotor Innenstadt wieder sauber ins Laufen zu bringen. Wie die bisherige Erfahrung gezeigt hat, ist es wegen der vielfältigen, bisweilen kontroversen Interessen der Stakeholder ist es absolut ratsam, Ziele und Maßnahmen im Dialog zu entwickeln.

SKI Besondere Merkmale

Bitte stellen Sie im Folgenden die besonderen Merkmale Ihres Projekts, hinsichtlich der im Projektauftrag genannten Kriterien, dar.

Angaben zur Wirkung des Projekts, der einzelnen Aktivitäten und Maßnahmen im Projektgebiet, auf die Gesamtstadt/ Region

Erwartete Wirkungen

Der Innenstadtdialog sendet wichtige Signale in die kommunalpolitische Debattenkultur. Dialog heißt respektvoll miteinander umzugehen, Argumente auszutauschen, ein Verständnis für die andere Position zu entwickeln und gemeinsame Ziele und Maßnahmen zu entwickeln und zu vertreten. Dies ist bislang in sehr beachtlicher Weise gelungen. Die Berichterstattung in den Medien ist entsprechend positiv.

Zentral ist die Botschaft in Richtung Handel und Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie, dass die Stadt nach dem Lockdown alles tut, damit die Menschen wieder in die Innenstadt kommen. Aber es geht nicht allein um Corona; auch der allgemeine Strukturwandel wie auch der Onlinehandel muss als Herausforderung begriffen werden.

Wichtig ist das Signal nach außen, in Richtung Stadt und Region: Ulm ist sicher, Ulm hat an Atmosphäre zugelegt, die Innenstadt ist ein WoWohlfühlort, es lohnt sich wieder zu kommen. Es gibt neue, positive Überraschungen.

Beitrag des Projekts und der einzelnen Fördergegenstände zur Lösung der jeweiligen Probleme

Innovation

Post Corona sehnen sich die Akteure und Besucher der Stadt nach Normalität, nach einer Wiederaufnahme der sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Lebens der Stadt. Das Projekt soll sichtbare Verbesserungen bringen, die dennoch Bestand und Qualität haben.

Leerstand ist Gift. Deshalb ist die personelle Stärkung der Ulmer City Marketing sehr wichtig, um die kontinuierliche Bepflanzung der Erdgeschosse zu sichern. Auch in der Innenstadt von Ulm zeigen sich an zunehmend mehr Stellen Ladenleerstände. Hier muss gezielt gehandelt werden.

Für Sicherheit und Sauberkeit wurde viel getan. Mit einer Grünoffensive und modernem Mobiliar soll die Stadt neue Atmosphäre ausstrahlen. Für die dunkle Jahreszeit sind die Vorschläge zur Beleuchtung einschlägig. Die Innenstadt sollte auch frische Lebendigkeit vermitteln, deshalb darf es ruhig mehr Veranstaltungen geben.

Der Grundgedanke des Innenstadtdialogs, gemeinsame Projekte unterschiedlicher Stakeholder vorzuschlagen, sollte immer präsent sein.

Angaben zu Projektbeteiligten und deren Zusammenarbeit

(Hinweis: Die Nennung der geplanten Projektbeteiligten ist erforderlich. Falls Fördergegenstand 3 "Innenstadtbezogene Kooperationen" ausgewählt wird, kann auf diese Aussagen Bezug genommen werden.)

Projektbeteiligte

Projektbeteiligte bei der Umsetzung von Maßnahmen

Stadt Ulm, u.a. Abteilung Mobilität und Stadtplanung, Frauenbüro, Team Chancengleichheit und Vielfalt

Industrie- und Handwerkskammer Ulm

BUND

Ulmer City Marketing e.V.

Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH

Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm

Stadt Neu-Ulm

Dehoga

Regionale Planungsgruppen in der Stadt Ulm

Vereine der Stadt

Qualitätskontrolle und Verstetigung des Dialogprozesses:

Mitglieder des Beirats Innenstadt (voraussichtlich alle Mitglieder der Projektgruppe)

Ablauf- und Zeitplan

FKZ:

9

Online-Kennung:

Entwurf

Angaben zu Start- und Endtermin der einzelnen Fördergegenstände unter Beachtung der Förderlaufzeit 2021-2025.
Nennen Sie zudem wichtige Meilensteine der Projektumsetzung.

Ablauf- und Zeitplan

Start des Innenstadtdialogs 1. Sitzung der Projektgruppe	04.12.2018
Stadthausveranstaltungen Forum Innenstadtdialog	25.03. + 03.07.2019
Online Beteiligung zum Handlungsfeld Öffentlicher Raum	2019
Zwischenergebnis Gemeinderat	14.10.2020
Online Beteiligung zum Handlungsfeld Urbane Mobilität	2020
Umsetzung erster Maßnahmen	2021
Stadthausveranstaltung Urbane Mobilität	26.11.2021
Zwischenergebnis Gemeinderat	Sommer 2022
Abschluss der Projektgruppe Innenstadtdialog	Sommer 2022
Einrichtung Beirat Innenstadt	II. Halbjahr 2022
Realisierungsphase für Maßnahmen aus dem Programm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“	2022 - 2025
Detaillierung	bereits I. Halbjahr 2022, "Start Leerstandsmanager*in"
Wichtige Innenstadtprojekte außerhalb des Programms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“	
Fertigstellung Bahnhofsgarage und Bahnhofsplatz	2022
Projekt Neugestaltung Bahnhofstraße/Hirschstraße	2021-2026
Sanierung und Erweiterung Museum Ulm (Löwenmensch!)	2022
Sanierungsgebiet Dichterviertel	2015 - 2022/2023
Sanierungsgebiet Wengenviertel	2017 - 2022/2023
Sanierungsgebiet westliche Innenstadt	2021 - noch nicht bekannt
Neuordnung der Buslinien in der Innenstadt	2023 ff
Neubau Gänstorbrücke (straßenbahntauglich)	2022 -2023
Neubau Adenauerbrücke mit ÖV und Radspur	bis 2028
Erneuerung Gänstorbrücke UI/NU	bis 2025
Landesgartenschau zwischen Donau und Bundesfestung	2030

SKI Fördergegenstände

Hinweise:

Es werden keine Projektinhalte gefördert, die zu den Pflichtaufgaben der Kommunen gehören bzw. für die es bereits gesetzliche oder sonstige öffentlich-rechtliche Finanzierungsregelungen gibt.

Sollten bereits ein Zentrenmanagement, Verfügungsfonds oder integrierte Stadt(teil)entwicklungskonzepte für das Projektgebiet vorhanden sein, ist dies anzuzeigen und der darüberhinausgehende Bedarf zu begründen.

Die Kommune kann einen oder mehrere Fördergegenstände für ihr vorgesehenes Projekt auswählen.

Bitte ordnen Sie Ihre geplanten Maßnahmen den Fördergegenständen 1 bis 8 zu und füllen die entsprechenden Felder aus (mindestens 1 Feld, maximal 8 Felder).

1) Konzepte und Strategien zur Bewältigung des Strukturwandels

Welche Konzepte und/oder Handlungsstrategien sollen aus welchen Gründen erstellt bzw. weiterentwickelt sowie umgesetzt werden? Welche konzeptionellen Grundlagen liegen bereits vor?*

Konzepte und Strategien zur Bewältigung des Strukturwandels

Das Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Ulm aus dem Jahr 2011 soll von Grund auf neu aufgestellt werden. Durch den Strukturwandel, wegen der veralteten Datenlage und nach Eröffnung des Einkaufsquartiers Sedelhöfe am westlichen Zugang zur Hauptfußgängerzone in der Bahnhofstraße im Jahr 2020 ist ein grundlegendes Update dringend erforderlich.
(Kosten 90.000€)

Das Innenstadtkonzept 2020 ist nicht in allen Bereichen umgesetzt und sollte deshalb mit Zielhorizont 2030 aktualisiert werden. Dazu benötigt die kompetente Stadtplanung aus Kapazitätsgründen externe Unterstützung. Kosten: 50.000 €

Der Städtetourismus in die Doppelstadt Ulm/Neu-Ulm hat sich gut entwickelt, im Vergleich zu Städten wie Heidelberg und Freiburg ist noch viel Luft nach oben. Qualitätsvolle Hotelkapazitäten sind in den vergangenen Jahren entstanden. Die Gastronomie ist breit aufgestellt mit sehr viel Außenbewirtung in der schönen Innenstadt. Neben dem Münster ist die Weltsensation des eiszeitlichen „Löwenmenschen“ oder die Marke Geburtsstadt Albert Einsteins ein Ansatzpunkt für überregionale und internationale Aufmerksamkeit. Deshalb soll ein Tourismuskonzept aufgestellt werden, um die Spielräume innovativ auszuloten. Kosten 50.000 €

Die konzeptionelle Stärkung war intensiv Gegenstand der Beratungen in der Projektgruppe Innenstadtdialog und wird von allen Akteuren als erforderlich erachtet.

2) Machbarkeitsstudien, Beratungsleistungen, Gutachten, Planungen für die Aufwertung und Nachnutzung der Standorte

Welche Leistungen sind geplant? Welche konzeptionellen Grundlagen (Studien, Gutachten, Planungen etc.) liegen bereits vor?

Machbarkeitsstudien, Beratungsleistungen, Gutachten, Planungen für die Aufwertung und Nachnutzung der Standorte

Konkret für das Einkaufsquartier Hafengasse sollen die Chancen und Möglichkeiten, einen Frequenzbringer, z.B. Lebensmittelsupermarkt oder Drogeriemarkt zu platzieren, in einer Machbarkeitsstudie untersucht werden, die kombiniert städtebaulich und handelsspezifisch aufgestellt wird. Die Angelegenheit wurde im Innenstadtdialog breit diskutiert. Kosten 30.000 €

Aus dem Bereich Urbane Mobilität wollen wir zwei Themen herausgreifen, die in der Projektgruppe Innenstadtdialog diskutiert wurden:

* Durch das Wachstum an Liefervorgängen gibt es in den zum Teil schmalen Gassen der Innenstadt viel Verkehr von Sprintern u.ä., meist verbunden mit der Suche nach Lade- und Entladezonen. In einer Machbarkeitsstudie sollen die Chancen einer effizienteren Citylogistik ausgelotet werden.
Kosten: 50.000 €.

* innerhalb der weitläufigen Innenstadt können mit dem regulären Linienverkehr keine sinnvollen ÖPNV Angebote für kurze Strecken gemacht werden. Durch eine Machbarkeitsstudie soll untersucht werden, ob ein Shuttle Betrieb angeboten werden kann. Dafür sollen auch elektrisch angetriebene, autonom fahrende Fahrzeuge betrachtet werden. Kosten 60.000 €.

3) Aufbau von neuen oder Ausbau bestehender innenstadtbezogener Kooperationen (z.B. Zentrenmanagement)

Welche Kooperationen und Beteiligungen sollen in welchem Format aufgebaut bzw. intensiviert werden (Aufgaben, Rollenverteilung, Organisationsstruktur etc.)? Werden auch neue Institutionen (Vereine, Gremien etc.) gegründet?

Aufbau von neuen oder Ausbau bestehender innenstadtbezogener Kooperationen (z.B. Zentrenmanagement)

Seit Jahrzehnten besteht eine enge Kooperation zwischen der Stadt Ulm und der Ulmer City Marketing, die im Innenstadtdialog einen wichtigen Platz als Stakeholder einnimmt, als Vertretung der Interessen von Handel und Gastronomie. Bei der Ulmer City Marketing soll eine Stelle für das Leerstandsmanagement eingerichtet werden, zunächst befristet bis 31.08.2025, entsprechend der Projektlaufzeit. Hauptaufgaben sind die Koordination der Aktion „Läden aktiv in Ulm“, initiieren von Pop Up und Start Up Stores, Prüfung und Organisation von Zwischennutzungen und temporärer Schaufenstergestaltung, Kontaktvermittlung zu möglichen Mietern, Gespräche mit Eigentümern zur Notwendigkeit der Optimierung des Branchenmix.

Kosten während der gesamten Projektlaufzeit 240.000 €

Mit zwei Minijobs soll dafür gesorgt werden, dass das mobile Mobiliar abends geordnet im öffentlichen Raum steht und Verschmutzungen, Mängel sowie Schäden beseitigt werden. Kosten insgesamt 30.000 €

Mit Hilfe lokaler Gärtnereien soll das mobile Stadtgrün (Kübelpflanzen) saisonal angepasst bepflanzt sowie besser gepflegt werden. Kosten 50.000 €

Diese o.g. drei Vorhaben sind sehr wichtige Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe Innenstadtdialog.

Ein Beirat Innenstadt soll eingerichtet, sobald die Arbeit der bestehenden Projektgruppe Innenstadtdialog beendet wird, voraussichtlich ab Mitte 2022. Aufgabe des Beirats werden insbesondere sein: Qualitätssicherung, Kontrolle der Umsetzung des Maßnahmenpakets, Faktencheck, ob etwa durch zwischenzeitliche Veränderungen Maßnahmen angepasst oder neu definiert werden müssen. Der Beirat wird zunächst bis 31.08.2025 befristet. Kosten 40.000 €

4) Verfügungsfonds für investive und nicht-investive Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums

Für welche Maßnahmen soll ein Verfügungsfonds eingerichtet werden? Wie ist die Finanzierung des Fonds (z.B. Wirtschaft, Private, zusätzliche Mittel der Kommune) geplant? Wie soll die Verwendung erfolgen?

Verfügungsfonds für investive und nicht-investive Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums

Es soll ein Verfügungsfonds mit einer Größenordnung von 300.000 € eingerichtet werden. Die genaue organisatorische Zuordnung muss noch geklärt werden.

Verwendungszweck könnten kleinere Maßnahmen oder etwa kulturelle Veranstaltungen, die der Attraktivitätssteigerung der Innenstadt dienen.

Die Stärkung des Lokalkolorits durch das Angebot lokaler Spezialitäten und Produkte, „Made in Ulm“, ist für die Kunden in Ulm und Region als auch für den Städtetourismus von Bedeutung. Ziel ist, das vielfältige Angebot der Märkte und Gastronomie zu einer Marke „Genussregion Ulm“ zu entwickeln. Die Aufgabe ist auch in Zusammenhang mit Leerstand zu sehen, wo man entsprechend Läden mit Produkten „Made in Ulm“ aufbauen könnte.

Als winterliche Attraktion hat der Innenstadtdialog die Einrichtung einer privat betriebenen Eislauffläche auf einem öffentlichen Platz, z.B. Judenhof oder Marktplatz vor dem Museum vorgeschlagen. Der Betrieb ist voraussichtlich nicht kostendeckend. Die Maßnahme könnte aus dem Verfügungsfonds unterstützt werden.

5) Vorübergehende Anmietung von leerstehenden Räumlichkeiten

Welche Räumlichkeiten (Förderung bis 300qm, auch bei größeren Räumlichkeiten) sind bereits in den Blick genommen? Wie erfolgt die Auswahl der Immobilien? Welche Nutzungen sind in den Räumlichkeiten angedacht? Um wieviel Prozent wird der bisherige Vermieter die bisherige Miete reduzieren (mind. 15%)? Wie lange soll die Anmietung durch die Kommune erfolgen (max. 2 Jahre)?

Vorübergehende Anmietung von leerstehenden Räumlichkeiten

Die Anmietung leerstehender Räumlichkeiten durch die Stadt ist geplant, in Kooperation mit dem Leerstandsmanagement bei der Ulmer City Marketing. Damit soll erreicht werden, dass zügig Nachnutzungen, auch über den Weg der Zwischennutzung erreicht werden und Trading Down Effekte

ausgebremst werden. Diese Idee ist ebenfalls im Innenstadtdialog intensiv diskutiert worden. Kosten ca 150.000 € (Rechenansatz: ca. 2000 qm zu 30 € über zwei Jahre)

6) Zwischenerwerb von Immobilien mit besonderer Bedeutung für das ausgewählte Projektgebiet

Welche Immobilien sind bereits in den Blick genommen? Wie erfolgt die Auswahl der Immobilien? Welche Nutzungen sind angedacht? Wie lange stehen die Immobilien im Erdgeschoss schon leer (mind. 12 Monate)? Wie lange soll der Zwischenerwerb dauern (max. 3 Jahre)?

Zwischenerwerb von Immobilien mit besonderer Bedeutung für das ausgewählte Projektgebiet

Ein Zwischenerwerb ist nicht vorgesehen

7) Innenstadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit

Welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings zur Aufwertung des Projektgebiets sind geplant und wie grenzen sich diese zu evtl. bereits bestehenden Maßnahmen des Stadt-/Tourismusmarketings ab?

Innenstadtmarketing und der Öffentlichkeitsarbeit

Die Orientierungstafeln der Innenstadt sind in die Jahre gekommen. Digitale interaktive Stelen, die es erleichtern, Orte oder Unternehmen des Handels, der Gastronomie, Kultur, Hotels zu finden sowie schnell und flexibel Informationen im öffentlichen Raum zu vermitteln, waren wiederholt Gegenstand der Beratungen des Innenstadtdialogs. Eine Agentur für Kommunikationsdesign soll konkrete Vorschläge erarbeiten. Insgesamt sind für Innenstadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit einschließlich Anschaffung der Stelen Kosten von 300.000 € vorgesehen.

Zwischensumme: 1.440 000 € Kosten

8) Geringfügig baulich-investive Maßnahmen

Welche baulich-investiven Maßnahmen sind mit welchem Finanzvolumen für eine zukunftsfähige Transformation des Projektgebiets vorgesehen?

Das Volumen dieser Maßnahmen soll grundsätzlich nur einen geringfügigen Anteil (30 %) betragen.

Geringfügig baulich-investive Maßnahmen

Grüner, leiser, lebendiger - Das ist das Motto, das die Ergebnisse des Innenstadtdialogs auf eine ganz kurze Formel bringt. Mehr Grün und mehr bequemes Stadtmobiliar gehörte zu den Top-Forderungen des Dialogprozesses. Es ging den Dialogpartnern vor allem auch darum, Angebote ohne Konsumtionsverpflichtung machen zu können. Beim Grün ist mehr Atmosphäre wichtig, eine klimatisch relevante Wirkung kann damit selbstverständlich auch verbunden sein. Dankenswerter Weise wurden 2021 einige Stühle und Loungeliegen zur Möblierung der Fußgängerzone und als Sitzmöglichkeiten ohne Konsumzwang angeschafft. Das reicht aber nicht aus in der weitläufigen Innenstadt. Die Abteilung Grünflächen kümmert sich fachlich sehr gut um mehr Stadtbäume, für bewegliches Grün (vulgo: Pflanztröge) ist das finanzielle Kontingent und das verfügbare Personal jedoch ausgereizt. Kosten für Anschaffung von mobilem Mobiliar und mobilem Grün 120.000 €.

Eine kleine, aber imageprägende Maßnahme ist die Kennzeichnung von Geschäftslagen mit gut gestalteten, auffälligen Zugangsschildern, welche eine entsprechende Signalwirkung haben. Kosten 30.000 €

Von dem Lichtkonzept der Stadt Ulm sind nur wenige Bausteine umgesetzt. Mit dem Förderprogramm könnte z.B. der Bereich Rathaus/Stadtbibliothek realisiert werden. Kosten 100.000 €

Die Weihnachtsbeleuchtung ist technisch völlig veraltet und deckt nur sehr kleine Bereiche der Innenstadt ab. Die 1a Lage hat schon lange gar keine Weihnachtsbeleuchtung mehr. In einem ersten Schritt sollen 270.000 € investiert werden.

Zwischensumme: 490.000 € Kosten

Summe: 1.930.000 €
Kosten

Anteil Förderung 75 %: 1.447.500 €
Stadt 25% 482.500 €

SKI Schwerpunkte und Städtebauförderung

Schwerpunktthemen in der Innenstadt/ im Zentrum

An welchen Schwerpunktthemen soll im geförderten Projekt vorwiegend gearbeitet werden?

Schwerpunkt 1:

Aufbau und Ausbau
von
Akteurskooperationen

Schwerpunkt 2:

Arbeiten (Handel,
Gewerbe, Büro etc.)

Schwerpunkt 3:

Soziales und Freizeit
(Bildung, Kunst &
Kultur, Tourismus etc.)

Schwerpunkt 4:

Verkehr
(Mobilitätskonzepte,
Sharing-Angebote,
ÖPNV etc.)

Schwerpunkt 5:

Freiraum und Grün

Städtebauförderung

Liegt Ihre Kommune bzw. das ausgewählte Projektgebiet in einem Gebiet der Städtebauförderung?*

Städtebauförderung:

Im Projektgebiet wird
ein Antrag zur
Städtebauförderung im
vorgesehenen
Projektzeitraum
geplant.