

**Handlungsfeld 3:****»Sichtbarkeit kultureller Angebote nach innen und außen durch kooperatives Handeln stärken«**

<b>Ziele</b>	<b>Maßnahmen</b>	<b>Hauptakteur(e)</b>	<b>Priorität</b>
Ziel 1: Profilschärfung (»Der Kulturstadt Ulm eine Botschaft geben«)	Maßnahme 1: Erarbeitung von strategischen Zielen hinsichtlich der regionalen und überregionalen Sichtbarkeit (unter besonderer Berücksichtigung der Perspektive Europäische Kulturhauptstadt 2025 sowie entsprechender politischer Willensbildungsprozesse)	BM2 in enger Abstimmung mit Verwaltungsspitze und Gemeinderat Stadt Ulm / Kulturabteilung Stadt Ulm / Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT)	kurzfristig
	Maßnahme 2: Verständigung der Ulmer Kultur- und Tourismusakteure auf die Botschaft »Sehnsucht und Weitblick«	OB und Gemeinderat der Stadt Ulm / Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) / Kulturabteilung Stadt Ulm, in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren	kurzfristig
	Maßnahme 3: Konsequente Kommunikation der Botschaft »Sehnsucht und Weitblick« in der (touristischen) Darstellung der Kulturstadt Ulm	OB und Gemeinderat der Stadt Ulm / Zentrale Dienste/Öffentlichkeitsarbeit (ZD/ÖA) / Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) / Kulturabteilung Stadt Ulm / in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren	kurzfristig
	Maßnahme 4: Vermittlung der Botschaft »Sehnsucht und Weitblick« durch die Verknüpfung mit konkreten, bereits bestehenden Angeboten, z. B. Themenjahren, Sehenswürdigkeiten, Geschichten etc. (z. B. »Sehnsucht und Weitblick: damals das Münster, heute die Neue Mitte«)	Gemeinderat bzw. Kulturausschuss der Stadt Ulm / Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) / Kulturabteilung Stadt Ulm, in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren	kurzfristig
	Maßnahme 5: Entwicklung von z.B. Führungen unter dem Titel »Ulmer Sehnsuchts- und Weitblicksorte«	Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren, Kulturabteilung Stadt Ulm	mittelfristig
	Maßnahme 6: »kulturpunkt ulm« mit der Botschaft »Sehnsucht und Weitblick« aufladen (»inhaltliche Klammer«)	Kulturausschuss / Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing	kurzfristig
Ziel 2: Kulturkommunikation im »kulturpunkt ulm« bündeln und diesen in seiner Funktionalität für Kulturakteure und Kulturpublikum ausbauen	Maßnahme 1: Weiterentwicklung (z. B. Hintergrundberichte) und Verbesserung (mobile Ansicht) des gemeinsamen Veranstaltungskalenders	Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren, Kulturabteilung Stadt Ulm	kurzfristig
	Maßnahme 2: Einrichtung eines Kultur-Blogs (z. B. Berichterstattung von Veranstaltungen, aber auch kulturpolitischen Themen), der Bürger (»Kulturblogger«) zum Mitmachen motiviert (z.B. durch freien Eintritt, Blick hinter die Kulissen etc.)	Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing / »ulm 2.0« in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren	mittelfristig
	Maßnahme 3: Einrichtung von »Kultur-Hotspots«, so dass Kulturinformationen auch im öffentlichen Raum z. B. mit dem Smartphone jederzeit abgerufen werden können	Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing / Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) / »ulm 2.0«	mittelfristig
	Maßnahme 4: Entwicklung gemeinsamer Kundenbindungsinstrumente der beteiligten Kulturakteure (z. B. Bonuspunktesystem)	Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren	mittelfristig
	Maßnahme 5: Programmierung eines personalisierten Newsletters anhand der »Kulturtypen« und mit Veranstaltungskalender verknüpfen	Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing / »ulm 2.0« in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren	mittelfristig
	Maßnahme 6: Einführen einer digitalen »Kulturlandkarte« mit Filterfunktion auf der Grundlage der Netzwerkanalyse	Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing	mittelfristig
	Maßnahme 7: Vermittlung von kulturtouristischen Qualitätskriterien an die Kultureinrichtungen	Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT)	mittelfristig
Ziel 3: Sichtbarkeit von Kulturangeboten an zielgruppentypischen Orten bzw. durch zielgruppenspezifische Kanäle stärken	Maßnahme 1: Erteilung einer Plakatierungserlaubnis für Ulmer Kulturakteure in Neu-Ulm und vice versa sowie Vereinfachung des Plakatierungsantrags durch gemeinsame Koordination für beide Städte	Bürgerdienste der beiden Städte / Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT)	kurzfristig
	Maßnahme 2: Sichtbarmachung von Kulturinformationen an Shopping-Orten (z. B. Parkhäuser, Fußgängerzone) durch Kooperation mit Einzelhandel und City Marketing	Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) / Ulmer City Marketing e.V. sowie Einzelhandelsbetriebe, Kulturabteilung Stadt Ulm/ Kulturmarketing	mittelfristig
	Maßnahme 3: »kulturpunkt ulm«-Informationen mehrsprachig anbieten (für Migranten und ausländische Besucher)	Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing, Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT), Koordinierungsstelle Internationale Stadt in Zusammenarbeit mit Vertretern von Migrantenvereinen	mittelfristig

Ziele	Maßnahmen	Hauptakteur(e)	Priorität
Ziel 3 (Fortsetzung)	Maßnahme 4: Einführung eines »Kultur-Passes« mit Eintrittsmöglichkeiten zu allen »kulturpunkt«-Einrichtungen und Organisation von Kurtouren durch Museen etc., um Tages- und Kurzurlaubstouristen, aber auch Ulmer vor Ort anzusprechen	Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) in Zusammenarbeit mit beteiligten Kulturakteuren / Kulturabteilung Stadt Ulm/ Kulturmarketing	mittelfristig
	Maßnahme 5: Einsatz von »Local Heroes« als Multiplikatoren in den verschiedenen Communities (z. B. Migranten verschiedener Herkunft, Jugendliche, Senioren etc.)	Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing in Zusammenarbeit mit Interessensvertretungen (z. B. Jugendparlament, Seniorenrat)	mittelfristig
	Maßnahme 6: Einrichtung eines gemeinsamen Kultursemesterprogramms verschiedener Kulturanbieter in Kombination mit Angeboten der Mitgebörse, z. B. spezifische Formate für Studenten	Kulturreferent der Universität Ulm in Zusammenarbeit mit der Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing und mit den beteiligten Kulturakteuren	kurzfristig
	Maßnahme 7: Beantragung neuer Kultursäulen für Hochschulorte	Wall AG / Fachbereich Bau der Stadt Ulm / Kulturabteilung Stadt Ulm/Kulturmarketing / Kulturreferent der Universität Ulm	mittelfristig
	Maßnahme 8: Nutzung der Mensa-Infomonitoring des Studentenwerks an den Hochschulen durch Kulturanbieter	Kulturreferent der Universität Ulm / Studentenwerk	mittelfristig
Impulsprojekte zur Stärkung transformatorischer Ansätze im Handlungsfeld »Sichtbarkeit nach innen und außen durch kooperatives Handeln stärken« ermöglichen			
Ziel 4: Initiierung eines sparten- und sektorenübergreifenden Modellprojektes (als »Lenkraketenprojekt« zur Sichtbarmachung des Aufbruchs)	Maßnahme: Diskussion und Auswahl der eingebrachten Vorschläge für ein Modellprojekt	Kulturabteilung Stadt Ulm in Zusammenarbeit mit Kulturakteuren	mittelfristig