



AK: „Ulm nach vorne“

Tätigkeitsbericht



**Ulmer City Marketing e. V.
Radgasse 15
89073 Ulm
Tel. 0731/22181
www.ulmercity-ev.de**

20. Oktober 2008

INHALTSVERZEICHNIS

1.0	Gründung	1
2.0	Ziel und Zweck des AK „ulm nach vorne“	1
3.0	Aufgaben	1
4.0	Geschäftsführung	2
5.0	Personelle Zusammensetzung	2
6.0	Entwicklung der Themen	4
7.0	Aktuelle Projektthemen	6
7.1	Standorte und Kapazitäten von Abstellanlagen für Fahrräder und motorisierte Zweiräder	6
7.2	Familienfreundliche Innenstadt	7
7.3	Visualisierung von Schwerpunktveranstaltungen in der Innenstadt durch Erhöhung der Anzahl von Flaggenstandorten	8
7.4	Bestandsaufnahme und Weiterentwicklung der Besucherinformation an den Stadteingängen	8
7.5	Qualität und Quantität von Nutzung der öffentlichen Fläche rund um den Berblinger Brunnen und in der Bahnhofstraße	10
7.6	Bessere Koordination von Baustellen welche die Erreichbarkeit der Ulmer Innenstadt einschränken, insbesondere auch mit Neu-Ulm	10

8.0	Bisherige Ergebnisse	12
8.1	Bahnhofsunterführung	12
8.2	Fußgängerleitsystem in der Innenstadt	12
8.3	Shoppingtourismus	13
8.4	Weihnachtsbeleuchtung und Beleuchtungskonzept Innenstadt	13
8.5	Qualität und Quantität von Außenverkaufsflächen	14
8.6	Grün in der Stadt	15
8.7	Stärkere Einbindung der Donau in das Stadtgeschehen	15
8.8	Nutzungskonzept Schuhhaus	16
9.0	Ausblick	17

1.0 Gründung

Auf Einladung von Herr BM Wetzig trafen sich am 13.05.2005 Herr Raabe (IHK Ulm, a. D.), Herr Riedmüller (Ulmer City Marketing e. V.) Frau Sautter (Stadt Ulm, Wirtschaftsförderung) und Herr Jescheck (Stadt Ulm, Stadtplanung, Baurecht und Umwelt) zu einem Gespräch über eine eventuelle Fortschreibung bzw. Entwicklung des Einzelhandelsgutachten / Zentrenkonzept der GfK aus dem Jahre 2000. Daraus entwickelte sich die Idee des Arbeitskreises „ulm nach vorne“.

2.0 Ziel und Zweck des AK „ulm nach vorne“

Ulm soll als zentraler Ort der Region für Handel, Gastronomie, Dienstleistung, Kultur und Tourismus nach vorne gebracht werden. Der Arbeitskreis soll als informelle Plattform zwischen den verschiedenen Akteuren und der Stadt Ulm dienen.

3.0 Aufgaben

1. Informationsaustausch unter den Akteuren
2. Aktivitäten und Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Stadt und zum Marketing anregen
3. Gemeinsame Maßnahmen für Ulm als Marke identifizieren und als Impulsgeber die Umsetzung anstoßen

Der Arbeitskreis fasst keine Beschlüsse, er formuliert Empfehlungen zu den diskutierten Themen.

4.0 Geschäftsführung

Ursprünglich sollte die Geschäftsführung bei Herrn Raabe liegen. Da sein Wechsel in den Ruhestand absehbar war, wurde in der ersten konstituierenden Sitzung des AKs, am 22. Juli 2005, die Geschäftsführung an den Ulmer City Marketing e. V. übertragen. Der Arbeitskreis trifft sich in der Regel vierteljährlich.

5.0 Personelle Zusammensetzung

Die Zusammensetzung des Arbeitskreises repräsentiert die Nutzungs- und Standortvielfalt der Stadt Ulm, die relevanten Akteure aus den verschiedenen Bereichen engagieren sich hier.

Stadt Ulm

Alexander Wetzig	Bürgermeister
Volker Jescheck	Stadtplanung, Umwelt und Baurecht
Ulrike Sautter	Wirtschaftsförderung

Ulmer City Marketing e. V.

Anna- Maria Dietz Citymanagerin

Handel

Bernd Bleicher Modehaus Walz

Thomas Seibold Galeria Kaufhof / Stadtverband im EHV

Oliver Mertens IKEA

Jörg Knöfel Werbegemeinschaft Blautal Center

Gastronomie / Hotellerie

Eberhard Riedmüller Barfüßer – Das kleine Brauhaus GmbH

Walter Heiligenstätter Maritim Hotel Ulm / DEHOGA

Dienstleister

Timo Ried Engel – Apotheke

IHK

Josef Röhl Handelsreferent IHK Ulm

Kultur / Marketing

Ralf Milde KulturConstulting

Tourismus

Wolfgang Dieterich Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH

6.0 Entwicklung der Themen

Im Rahmen der Aufgabenstellung des AK „ulm nach vorne“ wurde zunächst über die Notwendigkeit, die Möglichkeiten und Grenzen von Stadtmarketing sowie die Marke „ulm“ aus unterschiedlichen Blickwinkeln diskutiert. Unter Berücksichtigung der Ziele des AK „ulm nach vorne“, bemängelten die Teilnehmer die Situation, dass zu viele Marketingmaßnahmen parallel und / oder ohne Abstimmung mit anderen Akteuren durchgeführt werden. Dies stellt ein Problem für die konzentrierte Vermarktung dar. Eine zentrale Koordinationsstelle für Stadtmarketingaktivitäten wird auch heute noch befürwortet.

Für die weitere Arbeit des AK „ulm nach vorne“ erstellte jeder Teilnehmer aus seiner Sicht ein Stärken-Schwächen-Profil, das in einem gemeinsamen Arbeitspapier zusammengefasst wurde. Daraus konnten einzelne Handlungsfelder identifiziert und mittels einer Projektliste priorisiert werden. Die weitere Bearbeitung findet, je nach Thematik, in spezifischen Arbeitsgruppen statt.

Es kristallisierten sich folgende Schwerpunkthemen heraus:

- Bahnstufentunnel, Bahnstufensystem
- Fußgängerleitsystem in der Innenstadt
- Shoppingtourismus

- Weihnachtsbeleuchtung und Beleuchtungskonzept Innenstadt
- Qualität und Quantität von Außenverkaufsflächen
- Qualität und Quantität von Nutzung der öffentlichen Fläche rund um den Berblinger Brunnen und in der Bahnhofstraße
- Visualisierung von Schwerpunktveranstaltungen in der Innenstadt, z. B. durch Erhöhung der Anzahl von Flaggenstandorten
- Standorte und Kapazitäten von Abstellanlagen für Fahrräder und motorisierte Zweiräder
- Grün in der Stadt
- Stärkere Einbindung der Donau in das Stadtgeschehen
- Bessere Koordination von Baustellen welche die Erreichbarkeit der Ulmer Innenstadt einschränken, insbesondere auch mit Neu-Ulm
- Familienfreundliche Innenstadt
- Bestandsaufnahme und Weiterentwicklung der Besucherinformationen an den Stadteingängen

Darüber hinaus berichtet Herr BM Wetzig in den Sitzungen fortlaufend über den aktuellen Stand zu den Projekten City Bahnhof und Sedelhof Galerie. Die Arbeitsgruppen stellen jeweils die erzielten Fortschritte und Ergebnisse vor.

Zusätzlich werden neue Themen in den Sitzungen aktuell behandelt, wie z. B. der Einfluss der geplanten Glacis Galerie in Neu-Ulm auf den Handelsstandort Ulm und auf die geplante Sedelhof Galerie. In diesem Zusammenhang wurde bspw. auch die zukünftige Nutzung des Schuhhauses diskutiert und die Idee für das Nutzungskonzept als Gründerzentrum für den inhabergeführten Facheinzelhandel entstand.

7.0 Aktuelle Projektthemen

7.1 Standorte und Kapazitäten von Abstellanlagen für Fahrräder und motorisierte Zweiräder

Vor zwei Jahren beschäftigte sich der Arbeitskreis schon einmal mit den Standorten und der Auslastung der Abstellanlagen für Fahrräder und motorisierte Zweiräder. Zu diesem Zeitpunkt konnte die Situation für Fahrräder noch als zufrieden stellend eingestuft werden. Im Hinblick auf die wachsende Zahl an motorisierten Zweirädern wurden die Stellplätze hierfür an einigen Stellen erhöht.

Die wachsende Zahl an Nutzern von Fahrrädern und motorisierten Zweirädern, darunter vor allem die Motorroller, in der Innenstadt, zeigen uns heute ein anderes Bild als noch vor zwei Jahren.

Vom UCM wurde im Auftrag des AK „Ulm nach vorne“ nun zu diesem Thema eine Foto-Dokumentation erstellt.

Diese zeigt deutlichen Handlungsbedarf. Die derzeitigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen begünstigen sicher auch die verstärkte Nutzung dieser Verkehrsmittel in der Zukunft.

Ganz aktuell gibt es zusätzlich die Forderung, dass die Stadtverwaltung mobile Fahrradständer zum temporären Gebrauch anbieten soll, da ein wildes Abstellen der Fahrräder im Umfeld von innerstädtischen Veranstaltungen, in immer größerem Ausmaß zu beobachten ist.

7.2 Familienfreundliche Innenstadt

Eine Kommunikation als „familienfreundliche Stadt“ wird nicht bewusst wahrgenommen. Der AK „ulm nach vorne“ hat sich mit der Thematik unter Berücksichtigung folgender Fragestellungen auseinandergesetzt:

- Was bedeutet Familienfreundlichkeit aus Sicht des Handels, der Besucher und für die Freizeitgestaltung?
- Welche Bedürfnisse haben Familien als Besucher?
- Was können wir zur Familienfreundlichkeit beitragen?

Im Rahmen einer Arbeitsgruppe wurde die Komplexität des Themas unter den übergeordneten Aspekten wie Verkehr, Waren- und Dienstleistungsangebote, Qualität der Aufenthaltsorte und spezielle Serviceleistungen behandelt.

Auf Grund der Vielzahl der beteiligten Akteure und einer entsprechend großen Vorlaufzeit für zusätzliche Projekte, werden die einzelnen Vorschläge möglicher Maßnahmen derzeit noch abgearbeitet.

7.3 Visualisierung von Schwerpunktveranstaltungen in der Innenstadt durch Erhöhung der Anzahl von Flaggenstandorten

Immer wieder fällt auf, dass insbesondere Schwerpunktveranstaltungen in der Stadt zu wenig visualisiert sind. Die Erhöhung der Anzahl an Flaggenstandorten könnte hier Abhilfe schaffen.

Unter dem Aspekt, dass die Beflaggung in einer Stadt immer nur auf wirklich besondere Anlässe hinweisen soll, wurden die bestehenden Standorte gesichtet und Vorschläge für mögliche neue erarbeitet. Eine endgültige Entscheidung steht noch aus, da zunächst die Prüfung der Wirkung auf das Umfeld mit einfachen, bereits vorhandenen Fahnsystemen erfolgen soll.

7.4 Bestandsaufnahme und Weiterentwicklung der Besucherinformationen an den Stadteingängen

Über den Zustand und die Ausstattung der Standorte für die Besucherinformationen an den Stadteingängen wurde von der UNT eine Erhebung durchgeführt.

Dabei fiel auch auf, dass zwischen Eichplatz und Seligweiler ein weiterer Standort dringend erforderlich ist.

Im AK „ulm nach vorne“ herrscht Einigkeit darüber, dass die statischen Informationen an Stadteingängen immer weniger nachgefragt werden. Zukunftsfähiger scheinen hier die elektronischen Informationen, die sich die Menschen über Navigationssysteme oder Mobiltelefone besorgen.

Eine Verlagerung des Orts der Informationsbeschaffung geht damit zwangsläufig einher. Für die Funktion und die Ausstattung mit Informationen an den Stadteingängen ergeben sich somit drei Bausteine

1. Ein Stadtplan für die Übersicht und lokale Orientierung
2. Eine Begrüßungsformel, Willkommensgruß
3. Ausstattung mit Hot Spot zur elektronischen Informationsbeschaffung

Diese Erkenntnisse werden im AK „ulm nach vorne“ derzeit weiter bearbeitet. In den nächsten Sitzungen sollen Ideen für Realisierungsmöglichkeiten der genannten Bausteine gesammelt und auf ihre Umsetzungschancen geprüft werden.

7.5 Qualität und Quantität von Nutzung der öffentlichen Fläche rund um den Berblinger Brunnen und in der Bahnhofstraße

Die qualitative und quantitative Nutzung der öffentlichen Fläche rund um den Berblinger Brunnen und in der Bahnhofstraße führt immer wieder zu Unmut bei den Anliegern.

Derzeit wird in Zusammenarbeit mit den Bürgerdiensten sondiert, welcher Rechtsanspruch für die Antragsteller bezüglich Umfang und Art der Nutzung zur Erteilung der Sondernutzungserlaubnis besteht.

Die Ergebnisse aus diesen Gesprächen werden in die nächsten Sitzungen des AK „ulm nach vorne“ einfließen.

7.6 Bessere Koordination von Baustellen welche die Erreichbarkeit der Ulmer Innenstadt einschränken, insbesondere auch mit Neu-Ulm

Immer wieder führen Baustellen in und um Ulm zu einer erheblich eingeschränkten Erreichbarkeit der Ulmer Innenstadt. Dies führt zu Frequenz- und Umsatzverlusten und birgt die Gefahr, dass Kunden in der Zukunft den Einkaufs- und Erlebnisstandort Ulm meiden.

Hier ist es den betroffenen Teilnehmern ein dringendes Anliegen, die Informationspolitik zu verbessern um den Kunden Alternativen der Wegeführung rechtzeitig aufzeigen zu können.

Als positives Beispiel ist hier die Kampagne zu Beginn der Baumaßnahme Tunnelsanierung an der B 10 zu nennen.

Die mangelnde Abstimmung mit Baumaßnahmen in Neu-Ulm, welche einen direkten Einfluss auf die Verkehrssituation in Ulm haben, muss dringend verbessert werden.

Konkrete Ergebnisse in erheblichem Umfang konnten hier noch nicht erzielt werden, der AK „ulm nach vorne“ wird das Thema aber weiter verfolgen.

8.0 Bisherige Ergebnisse

8.1 Bahnstufunterführung

Deutlich verbesserte Anmutungsqualität der Bahnstufunterführung durch erhöhten Reinigungsrythmus sowie verbessertes Reinigungsverfahren.

Die Deckensanierung und ein neues Beleuchtungskonzept in der Bahnstufunterführung sind aus Sicht des AK „Ulm nach vorne“ dringend notwendige Investitionen, da der Zeitraum bis zur Realisierung des neuen City Bahnhofs viel zu lange ist, um die Besucher Ulms mit einem so schlechten Entrée zu empfangen.

8.2 Fußgängerleitsystem in der Innenstadt

Das Fußgängerleitsystem in der Innenstadt wurde von der UNT durch die Neugestaltung der Stelen und die Erhöhung der Anzahl der Standorte wesentlich verbessert.

Die Kartenausschnitte mit Quartiersplan im Bezug zur Gesamtübersicht, die neue farbliche Gestaltung und die Erweiterung der besucher- und tourismusrelevanten Informationen sind optimal gelungen.

8.3 Shoppingtourismus

Die stärkere Vermarktung des Einkaufstourismus ist unbedingt notwendig. Dies war auch ein wesentliches Ergebnis der Diplomarbeit zum Thema „Shoppingtourismus in Ulm“, die in Kooperation mit der UNT verfasst wurde. Geeignet dafür sind Events wie z. B. der Verkaufsoffene Sonntag und der XXL Einkaufsabend um mittel- bis langfristig ähnliche Touristenströme wie zum Weihnachtsmarkt zu generieren.

Im Sales Guide 2008 und 2009 (UNT- Werbebroschüre für Reiseanbieter) wurden die Werbebotschaften für „Einkaufen in Ulm“ stärker in den Vordergrund gestellt. Im Sommer 2008 entwickelten UNT und UCM gemeinsam den Flyer „KultTour Shopping in Ulm“. Der Versand erfolgte an 1300 Adressen von Busreisenveranstalter. Weitere 500 Stück wurden über andere touristische Vertriebswege durch die UNT verteilt.

8.4 Weihnachtsbeleuchtung und Beleuchtungskonzept Innenstadt

Das Baumbeleuchtungskonzept unter dem Motto „Ulm leuchtet“ fand und findet immer noch sehr guten Anklang. Bisher sind jedes Jahr Bäume an strategisch wichtigen Standorten dazu gekommen. Ein wichtiges Signal für das Engagement der Händler, Gastronomen und Dienstleister ist dabei der Investitionskostenzuschuss durch die Stadt Ulm. Hier besteht der Wunsch, diese Unterstützung auch in den nächsten Jahren noch zu gewähren.

Der Wunsch der Anlieger aus der Herdbruckerstraße sowie der Platz- und der Hafengasse nach einer Alternative für die kostenintensiven Überspannungen konnte bisher noch nicht erfüllt werden. Trotz intensiver Suche bei den entsprechenden Anbietern wurde keine kostengünstigere Lösung gefunden, die sich auch im Hinblick auf die Integration in ein neues Beleuchtungskonzept für die Innenstadt realisieren ließe. Derzeit besteht die Hoffnung, dass sich aus der Entwicklung des neuen Lichtkonzeptes für die Innenstadt, ein neuer Lösungsansatz ergibt.

8.5 Qualität und Quantität von Außenverkaufsflächen

Dass Außenverkaufsflächen vom Handel benötigt werden, steht außer Frage. Aber sie müssen als gestalterisch bestimmende Elemente im öffentlichen Raum bezüglich der Einhaltung von Anzahl und Größe der benutzten Flächen besonders beobachtet werden.

Darüber, sowie über die Ausführung der Warenträger, verständigen sich die Bürgerdienste und Herrn Schmitz vor Ort mit den Antragstellern. Dies gilt auch für die Aufstellung von Passantenstoppnern als Werbeträger. Die Kontrolle über die Einhaltung der erteilten Genehmigungen erfolgt fortlaufend durch die Bürgerdienste und Herrn Schmitz mittels regelmäßiger Begehungen an den entsprechenden Standorten.

8.6 Grün in der Stadt

Dazu wurde von Herrn BM Wetzig die Aktion „Ulm blüht“ ins Leben gerufen. Im Unterschied zu einer früheren Initiative verbleiben hier die Pflanzkübel im Besitz der Stadt Ulm, nur die Bepflanzung und die Pflege obliegt den Vertragspartnern aus Handel, Dienstleistung oder Gastronomie.

Aus verschiedenen Vorschlägen für die Stilrichtung der Bepflanzung kann ausgewählt werden. Im Rahmen einer Kooperation mit einer Gärtnerei wird die Bepflanzung im regelmäßigen Rhythmus ausgetauscht und jahreszeitlich angepasst. Dies schützt vor einer Verwahrlosung der Pflanzkübel, wie sie leider an manchen Standorten in der Stadt anzutreffen ist. Ein Problem bei der Motivation der Vertragspartner stellt immer wieder die Angst vor Vandalismus dar. Vor allem in den Nächten an Wochenenden, werden die Pflanzkübel immer wieder verwüstet.

8.7 Stärkere Einbindung der Donau in das Stadtgeschehen

Außer zum „Nabada“ und anlässlich des „Internationalen Donaufests“ ist die Donau zu wenig im Stadtgeschehen eingebunden. Zwar wird das Donauufer durch die unterschiedlichsten Nutzer wie Radfahrer, Spaziergänger, Jogger, Walker und Skater ebenso bevölkert wie die Donauwiese als grüner Freizeitraum, aber das Bewusstsein für Ulm, als Stadt am Fluss, ist zu gering ausgeprägt.

Die Initiative von Herrn BM Wetzig, durch seine Vortragsreihen und Ausstellungen zu diesem Thema, neue Konzepte und Möglichkeiten für eine stärkere Integration des Flusses in der Stadt Ulm zu erarbeiten, muss aus Sicht des AK „Ulm nach vorne“ unbedingt weiter konkretisiert und realisiert werden.

8.8 Nutzungskonzept Schuhhaus

Die Stadt Ulm ist eine sehr beliebte Einkaufsstadt. Dies liegt vor allem an der außergewöhnlich reizvollen und gesunden Mischung an Filialisten und inhabergeführten Facheinzelhandelsgeschäften mit Sortimenten, die es in anderen Städten schon lange nicht mehr gibt.

Allerdings muss man sich die Frage stellen, wie lange diese Situation noch bestehen wird. Die schlechten Umsatzentwicklungen der letzten Jahre im Einzelhandel und die Tatsache, dass einigen Betrieben in den nächsten Jahren eine ungewisse Nachfolgeregelung bevorsteht, sind ernst zunehmende Anzeichen einer möglichen Negativentwicklung für den innerstädtischen Einzelhandel.

Hier bietet ein Gründerzentrum für Einzelhandelsunternehmen die einmalige Chance, neue Ideen und Konzepte für den inhabergeführten Ladeneinzelhandel zu fördern und den Einkaufsstandort Ulm mit seiner Vielfalt an Einkaufsmöglichkeiten in einem attraktiven städtebaulichen Umfeld zu erhalten.

Das Schuhhaus in der Kramgasse bietet sich mit seiner Lage und seinen baulichen Voraussetzungen für ein solches Projekt geradezu an. Ob es realisiert werden kann, werden in Bälde die entsprechenden Gremien entscheiden.

Selbst wenn sich das Konzept nicht im Schuhhaus verwirklichen lässt, sollte man die Idee weiter verfolgen.

9.0 Ausblick

Die Aufenthalts- und Wohlfühlqualität in einer Stadt setzt sich aus vielen Faktoren zusammen. Nicht nur große und öffentlich deutlich wahrnehmbare Projekte tragen dazu bei, dass Besucher und Bürger sich gerne in einer Stadt aufhalten und die Innenstadt bewusst aufsuchen.

Die Aufgabe, die sich der AK „ulm nach vorne“ gestellt hat, gemeinsame Maßnahmen für Ulm als Marke zu identifizieren und als Impulsgeber die Umsetzung anzustoßen, ist bisher gut gelungen. Durch den regelmäßigen Informationsaustausch und das Engagement der Teilnehmer in den verschiedenen Arbeitsgruppen konnten bereits einige gute Ergebnisse erreicht werden, die dem Ziel, Ulm nach vorne zu bringen, in idealer Weise entsprechen.