

22. November 2017

›TourismusFonds Ulm/Neu-Ulm‹ ist gestartet

Mit 39 Partnern aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Handel ist der ›TourismusFonds Ulm/Neu-Ulm‹ erfolgreich gestartet. Ziel des Fonds ist es, mit generierten Mitteln von Leistungsträgern der lokalen Tourismuswirtschaft, des Handels und Beiträgen der Städte Ulm und Neu-Ulm, die Schlagkraft der Tourismuswerbung deutlich zu erhöhen.

Insgesamt legten die touristischen Betriebe 35.000 EUR in den gemeinsamen Marketingtopf, ein Betrag, der vereinbarungsgemäß durch die beiden Städte verdoppelt wurde. Somit steht aktuell ein zweckgebundenes, eigenständiges Gesamtbudget von 70.000 EUR pro Jahr für zusätzliche, gemeinsam beschlossene Marketingmaßnahmen bereit. Ein aus dem Bündnis der Partner gebildeter Kreativkreis erarbeitet zusammen mit der Werbeagentur ›burkert ideenreich‹ die entsprechenden Aktivitäten.

„Ulm und Neu-Ulm wurden in den vergangenen Jahren aufgrund neuer Freizeit- und Kultureinrichtungen, städtebaulicher Maßnahmen und verschiedener Alleinstellungsmerkmale immer sehens- und erlebenswerter. Um diese Attraktionen nachhaltig zu präsentieren und Gäste in die Städte einzuladen, sind kräftige werbliche Anstrengungen notwendig. Diese waren allein mit dem jährlichen Budget der UNT immer schwieriger umzusetzen“, erklärt Wolfgang Dieterich, Geschäftsführer der Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT).

Um sich nicht mit den Unwägbarkeiten einer Bettensteuer auseinanderzusetzen zu müssen, die in einigen Städten in Deutschland eingeführt wurde und vielerorts für Kritik und juristische Streitigkeiten sorgt, suchte die UNT nach Alternativen. Nach Gesprächen mit lokalen Leistungsträgern, politischen Gremien und vor allem auch mit Kollegen aus anderen Orten hat man sich für das Modell ›TourismusFonds‹, das die Stadt Nürnberg ähnlich bereits seit vielen Jahren erfolgreich praktiziert, entschieden.

„Wir freuen uns, dass 39 Betriebe als Partner von der Notwendigkeit und den Vorteilen eines solchen Fonds überzeugt waren und freiwillig einen Beitrag leisten“, so Karin Krings, Vorsitzende des Hotel- und Gaststättenverbandes Ulm und mit dem Hotel Goldenes Rad am Fonds beteiligt. „Es verdeutlicht, dass unsere Branche aktiv ist und so gemeinsam mit städtischen Akteuren zusätzliche Impulse setzt. So können wir verstärkt zeigen, wie attraktiv unsere ›zweilandstadt‹ ist.“

›zweilandstadt‹ ist auch der Slogan unter dem die ersten Maßnahmen nun erstellt worden sind. Hierbei steht das Spiel mit der Grenze (bzw. der Verbundenheit) der Städte und der beiden Bundesländer Bayern und Baden-Württemberg im Vordergrund und wird spielerisch mit Humor und Augenzwinkern künftig in vielen Facetten dargestellt.

Die Laufzeit des Fonds ist zunächst auf drei Jahre festgelegt, über diesen Zeitraum haben sich die Partner verpflichtet. „Gerne begrüßen wir aber noch weitere Kollegen in unserem Kreis“, wünscht sich Dieterich. „Der Fonds ist keine geschlossene Gesellschaft“.

Für Baden-Württemberg ist dieser Fonds übrigens ein Novum: Ulm ist die erste Stadt im südwestlichen Bundesland, die ein solches freiwilliges Finanzierungsmodell im Tourismus erfolgreich initiiert hat und umsetzt.

Partner im Fonds sind (Stand Juli 2017):

B&B Hotel Ulm
Barfüßer Allgäu GmbH & Co. KG
Barfüßer Gastronomie-Betriebs GmbH & Co. KG
Best Western Plus Atrium Hotel
Brauerei und Gasthaus Schlössle
Brickstone Hostel
Café Ulmer Münz
City-Hotel Garni
Comfor Hotel
ECONOMY Hotel
Gastronomiebetriebe Becker
Golden Tulip Parkhotel Neu-Ulm
Henry's Coffee World AG
Hirsch GmbH & Co. KG
Hotel Bäumle
Hotel Blaubeurer Tor
Hotel Gasthof Löwen
Hotel Goldenes Rad
Hotel Restaurant Löwen Söflingen
Hotel Schiefes Haus
InterCityHotel Ulm
Josi Café & Food
Kaffeehaus, Konditorei & Restaurant Konzertsaal
Maritim Hotel Ulm
Meinl Hotel & Restaurant OHG
Restaurant Zur Lochmühle
Spanische Weinstube
Ulmer City Marketing e.V.
Ulmer Messsecatering & Events GmbH & Co. KG
Ulmer Münster Hotel
ZunftHaus der Schiffler