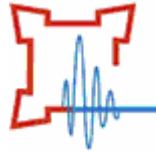


Stadtmarketing Jülich e.V.



Rechenschaftsbericht für das Jahr 2009

I. Allgemeine Einschätzung

1. Bemerkungen zur Stadtentwicklung 2009
2. Stadtmarketing 2009

II. Projekte des Vereins

1. Veranstaltungen
2. Infrastruktur-Projekte
3. LICHT(!)projekt Jülich
4. Marketingmaßnahmen
5. Arbeitskreise
 - a) Einkauf Innenstadt
 - b) Festungsstadt
 - c) Forschungsstadt
 - d) Marketing

III. Gremien des Vereins:

1. Mitgliederentwicklung
2. Mitgliederversammlung
3. Vorstand
4. Kuratorium
5. Weitere Mitstreiter

IV. Finanzen

Anhang: Indikatoren für Stadtmarketing

I. Allgemeine Einschätzung

1. Bemerkungen zur Stadtentwicklung 2009

2009 gab es drei Wahlen: Europa-, Bundes-, Kreis- und Stadtratswahlen. Anschließend mussten die Gremien neu besetzt werden.

U.a. dadurch fielen in diesem Jahr keine wegweisenden Entscheidungen in der Kommunalpolitik. Nur im Bereich Schulen passierte etwas: Die neue Schirmerschule wurde bezogen und nach langen Diskussionen beschloss der Stadtrat, das Schulzentrum zu sanieren und so zu erweitern, dass auch die Realschule dorthin umziehen kann. Eine dort neu zu bauende Sporthalle soll als Multifunktionshalle auch manche Stadthallenfunktion übernehmen.

Für die Zentralität der Innenstadt bedeuten beide Entwicklungen einen Frequenzverlust. Der Nutzen der Schülerzahlen von außerhalb für den Einzelhandel könnte durch direkten Busverkehr langfristig verloren gehen.

2. Stadtmarketing 2009

Change – das Motto von Obama könnte auch für Jülich im Jahr 2009 gelten, allerdings nur bezogen auf den Stadtmarketing-Verein.

Wegen der turnusgemäßen Neuwahlen wurden die Situation des Stadtmarketing-Prozesses und die Perspektive des Vereins diskutiert.

Dies mündete in einen Antrag an die Stadt Jülich und ein inhaltliches Grundsatzpapier, das von Kuratorium und Mitgliederversammlung unterstützt wurde. Darin wird eine aktivere Rolle der Stadt für ein professionelleres Stadtmarketing gefordert.

Da auch die neue Jülicher „Jamaika-Liste“ Stadtmarketing zu einer zentralen Aufgabe machen will, kann man auf einen Neustart für Stadtmarketing in Jülich hoffen.

II. Projekte des Vereins

1. Veranstaltungen

a) Jülicher Stadtgespräche

Seit 2008 führt unser Verein diese Veranstaltungen gemeinsam mit der Lokalredaktion der Jülicher Tageszeitungen durch, um Aspekte der Stadtentwicklung öffentlich zu diskutieren.

Nr. 3: 31. März: Schulpolitik in Jülich im PZ Linnicher Straße mit großer Beteiligung von Lehrern, Eltern und Schülern

Nr. 4: 20. August: Fraktionsspitzen vor der Kommunalwahl in der Blumenhalle des Parks

b) Jülich 2020

Um Eckpunkte einer mittelfristigen Perspektive für die Stadtentwicklung von externen Fachleuten zu erhalten, wurden ursprünglich Veranstaltungen zu den Themen Freizeit, Arbeitswelt, Innenstadt angedacht. Realisiert wurde am 27. Oktober das Thema Einkaufsstadt Jülich 2020 in Kooperation mit der Sparkasse Düren: Dr. Holl, Geschäftsführer der Marktforschungsfirma GMA, zeigte vor ca. 70 Gästen in der Schalterhalle der Sparkasse Perspektiven und Handlungsmöglichkeiten auf, wenn Jülich sich weiterhin als Mittelzentrum etablieren und verbessern möchte. Dazu gehörte Steigerung der Erlebnis- und Aufenthaltsqualität u.a. durch Außengastronomie, Darstellung der Besonderheiten und der Fachgeschäfte in der Stadt.

c) Neubürgerabende

Ausgehend vom Problem des Einwohnerverlustes und dem Erfolg der Neubürgerbroschüre luden wir über das Einwohnermeldeamt gezielt Neubürger zu Gesprächen über ihre neue Stadt ins Café Cortés ein. Zu fünf Gastgebern gesellte sich leider nur eine Neubürgerin, so dass der Versuch nach dem 2. Mal mangels Interesse eingestellt wurde.

2. Projekte zur Infrastruktur

a) Standortimmobliengemeinschaft SIG

Dieses Thema der MV 2008 erübrigte sich, als die Stadt ankündigte, alle Maßnahmen bei der Sanierung der Düsseldorfer Straße auch inkl. der Möblierung selber zu übernehmen. Außerdem war das Echo und damit wahrnehmbare Engagement der Hausbesitzer zu gering, um tatsächlich eine ernsthafte Initiative zu starten.

b) Düsseldorfer Straße

Bei der Planung der Sanierung der Düsseldorfer Straße als erstem neuen und damit beispielhaften Abschnitt einer Gestaltung, die in den Folgejahren auch auf andere Problemzonen der Innenstadt übertragen werden soll, wurden viele Details auf Drängen der Vereine FV Festung Zitadelle, Jül. GV, SG Kleine Rurstraße/Grünstraße, Werbegemeinschaft und Stadtmarketing vorgenommen. Die Ausschreibung ergab allerdings so hohe Kostensteigerungen, dass die Realisierung im Jahr 2009 nicht mehr begonnen werden konnte.

3. LICHT(!)projekt Jülich:

Wir luden im Februar zu einer Beiratssitzung ein, um den Fortschritt des Projekts zu beschleunigen: Stand der Projekte:

- Propsteikirche

Als Ergänzung zur Beleuchtung der Kirche konnte durch Propst Bongard und Dr. Lang die Illumination der Mariensäule in Betrieb genommen werden.

- Zitadelle

Viele Leuchtmittel und Lampen im Wallgraben wurden zu Beginn des Jahres erneut zerstört. Bis jetzt gibt es keine Finanzierungsinitiative zur Reparatur.

- Altes Rathaus

Dr. Lang erstellte ein Konzept mit einem Kostenvoranschlag zur Beleuchtung des Rathauses am Marktplatz. Nach ersten Zusagen wollte die Stadt Finanzierung und Umsetzung alleine regeln. Zum Ende des Jahres wurde die allerdings wegen zunehmender Haushaltsprobleme immer unrealistischer.

4. Marketingmaßnahmen:

- „Italienisches Jülich“ als Stadtfestmotto:

Wir unterstützten die Werbegemeinschaft durch die Entwicklung eines passenden Plakatentwurfs und durch ein Straßenbanner über die Kölnstraße.

- Reinigungsaktion „Schöneres Jülich“

wurde von uns in Vorgesprächen begleitet.

- Faltblatt „Die am häufigsten gestellten Fragen“

wurde entworfen.

- Eventwerbung

Unsere quadratmetergroßen Tafeln mit der Terminankündigung besonderer Jülicher Veranstaltungen wurden erstmals auch in den Forschungseinrichtungen, in der Sparkasse Düren, im Krankenhaus und anderen besucherrelevanten Orten aufgehängt.

- Internetpräsenz des Vereins

Insgesamt besuchten mit ca. 60.000 Menschen im Jahr 2009 doppelt so viele **Internetnutzer** unsere Seite wie im Vorjahr. Die Bemühungen, die Site auch ins Englische zu übersetzen, wurden noch nicht abgeschlossen.

Mehrere Aktualisierungen wurden in unserem Auftrag von Evelyn Wirtz vorgenommen.

- Massenwerbemedium

Unser „Lesezeichen“ wurde u.a. bei der Rheinlandschau verteilt.

- Veranstaltungsfaltblätter:

Es werden ständig neue Eindruckfaltblätter hergestellt, die aktualisiert die wichtigsten und interessantesten unregelmäßigen Veranstaltungen in Jülich auflisten. Immer ist es in der Buchhandlung Fischer erhältlich, manchmal auch bei einzelnen Mitgliedern.

- Rundwanderwege

Die Jülicher Rundwanderwege wurden auch 2009 wieder von Alwin Reiche kenntlich gemacht. Neue Aufkleber waren dafür notwendig. Diese wurden von der Buchhandlung Fischer gesponsert.

5. Arbeitskreise

a) AK Einkaufsstadt

1 Sitzung

Themen: Bauprojekte der Stadt Jülich, vor allem Baumarkt Linnicher Straße. Dazu wurde eine Stellungnahme erarbeitet.

Leitung: Frank Rutte-Merkel bis Mai 2009, seitdem vakant, kommissarisch: Hommel

b) AK Festungsstadt

1 Blindenführung

Ein Führungskonzept für Blinde und Sehbehinderte durch das Museum Zitadelle wurde entwickelt und getestet. Die Führung kann im Museumsbüro 02461 – 93 76 80 gebucht werden.

2 Internationaler Museumstag

Sonntag, 17.05.2009, 10-18 Uhr in der Zitadelle Jülich

3 Tag des offenen Denkmals

Sonntag, 13.09.2009, 11-18 Uhr in der Zitadelle Jülich

Der AK organisierte für und mit Unterstützung des Museums beide Veranstaltungen. Für die Besucher werden Führungen, ein Kindermitmachbereich und eine Cafeteria angeboten. Am Tag des offenen Denkmals wird zusätzlich soldatisches Leben aus vergangenen Epochen (Dreißigjähriger Krieg, Napoleonische Zeit) authentisch vorgeführt. Mit 280 (Museumstag) bzw. 390 Gästen (Denkmaltag) konnten die Besucherzahlen des Vorjahrs überboten werden.

4 Fledermausnacht in der Zitadelle

Samstag, 29.08.2009, 18-24 Uhr in der Zitadelle Jülich

Die zweijährliche Fledermausnacht in der Zitadelle zur Europäischen Fledermausnacht wird vom AK Fledermausschutz Kreis Aachen, Düren und Euskirchen (BUND / NABU / LNU) gemeinsam mit dem AK Festungsstadt organisiert. Mit ca. 850 Besuchern ist sie die größte Veranstaltung im Jahr. Angeboten wurden historische Führungen, Filme und Vorträge zum Artenschutz und zum Leben der Fledermäuse, Bilderbuchkino, Fledermausführung für Kinder, Live-Fütterung von Fledermauspflinglingen, Führungen durch die Lebensräume und die Jagdgebiete der Fledermäuse, Infostände, Essen vom Grill und Getränke.

Leitung: Dr. Christoph Fischer

c) AK Forschungsstadt
keine Sitzung 2009
Leitung: Jürgen F. Hake

d) AK Marketing

1 Sitzung im November, da viele Positionen von beteiligten Unternehmen wechselten, u.a. in SEG, Stadtwerken, FZJülich, Tageszeitung

Behandelt wurden die Themen: Gegenseitige Information, Möglichkeiten einer Stadtinformation auf einem Großbildschirm mittels Internetuploads, Präsentation der Einrichtungen der Forschungsstadt beim Jülicher Stadtfest.

Leitung: Wolfgang Hommel (kommissarisch)

III. Gremien des Vereins:

1. Mitgliederentwicklung

	31.12.2005	01.01.2007	1.1.2008	31.12.2008	31.12.2009
Fördermitglieder	10	9	9	9	9
Gastronomie	7	5	5	4	4
Hotels und Pensionen	9	10	10	8	7
Gewerbliche	15	13	13	14	14
Handelsbetriebe	14	14	13	12	11
Jur. Mitglieder	6	6	6	6	6
Vereine	8	7	7	8	8
Einzelpersonen	21	21	20	19	19
Summe	89	85	83	80	78

Die Mitglieder wurden mit drei Rundbriefen über die Aktivitäten informiert.

2. Mitgliederversammlung

22 anwesende Mitglieder wählten am 1.10. einen neuen Vorstand und verabschiedeten, dass ein Antrag an die Stadt zwecks Neuausrichtung des Stadtmarketing erarbeitet wird.

3. Vorstand

Es fanden acht Vorstandssitzungen statt.

13.1., 10.3., 21.4., 6.5., 25.6., 13.8., 22.9., 23.10,

Vorstand:

Vorsitzender Wolfgang Hommel	bis 2012
Stellv. Vorsitzender Jürgen F. Hake	bis 2012
Schatzmeister: Rainer Frings	bis 2011
Schriftführerin: Mariele Egberts	bis 30.9.2009
Dorothee Esser	bis 30.9.2009

Christoph Helsper	neuer Schriftführer seit 1.10.	bis 2012
Frank Rutte-Merkel		bis 30.6.2009
Franz-Josef Wick		bis 30.9.2009
Katarina Esser		ab 1.10.2009 bis 2012
Sunita Gupta-Lessmann		ab 1.10.2009 bis 2012
Franz-Josef Köhne		ab 1.10.2009 bis 2012
Peter Schmitz		ab 1.10.2009 bis 2012

Der Leiter des AK Festungsstadt, Christoph Fischer, nahm regelmäßig an den Sitzungen teil.

Im Vorstand wurden die Vereinsgeschäfte und größere Projekte beschlossen, die Arbeit der Arbeitskreise koordiniert sowie die Außenvertretung geregelt; dazu gehört u.a. die Teilnahme an den Sitzungen des Aufsichtsrates der Brückenkopf-Park GmbH.

Schwerpunkt der intensiven Diskussionen waren die Perspektiven des Vereines, die Neubesetzung des Vorstands, Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung der Stadtentwicklung und Erstellung der entsprechenden Papiere.

4. Kuratorium

Die Kuratoriumssitzung fand auf Einladung von Prof. Bachem im Forschungszentrum statt. Die besonderen Potentiale der Forschungseinrichtungen, besonders des FZ Jülich, müsse mit professioneller Unterstützung genützt werden.

5. Weitere Mitstreiter

Gisela Urban übernimmt weiterhin zuverlässig die Schreibarbeiten des Vereins und Korrespondenz mit den Mitgliedern.

Alwin Reiche sorgte für die Vollständigkeit der Markierung der Jülicher Rundwanderwege im Gelände und setzte die Infotafel auf dem Schlossplatz in stand.

IV. Finanzen

Die Rücklagen sind notwendig, um die Finanzierung geplanter Projekte auch im Folgejahr gewährleisten zu können.

Wegen der (kostenfreien) Strategiediskussion wurden 2009 weniger Maßnahmen und damit auch Ausgaben getätigt.

Geldbestand	31.12.2009	1.1.2009
Festgeld	13.696,46	9572,57
Girokonto	591,46	702,96
Summe	14.287,92	10.275,53
Entwicklung	+ 4.012,39	

Einnahmen	2009	Ausgaben	2009
Mitgliedsbeiträge	9.510,00	Raumkosten	300,00
Sonstige	156,71	Werbematerial	3.152,99
		Sonstige	2.201,33
Summe	9.666,71	Summe	5.354,32
		Überschuss	4.012,39

Anhang

Indikatoren für Stadtmarketing

„Stadtmarketing“ muss auch an konkreten Indikatoren gemessen werden. Hier sind dazu einige Daten aufgeführt, die auch in Zukunft erhoben und ergänzt werden sollen. Diese Zahlen stellen natürlich keine Leistung des Vereins dar und sind auch nicht Ergebnis einer einzelnen Maßnahme. Andererseits sind diese Daten die Kennzeichen einer Stadt und die Tendenz ihrer Entwicklung innerhalb einer Zeitreihe spiegelt die Stadtentwicklung wider. Dazu bieten die Daten für manches Mitglied selber eine Orientierungshilfe.

Einwohner der Stadt:

	1.1.1972	12.1997	31.12.2002	31.12.2004	31.12.2005	31.12.2007	31.12.2008	30.09.2009
Jülich-Kernstadt	18.789	17.123	17.625	17.325	17.206	17.119	17.020	16.900
Summe Stadtteile	14.912*	15.666	16.664	16.689	16.694	16.587	16.425	16.284
Summe	33.701	32.789	34.289	34.014	33.900	33.706	33.445	33.184
Zum Vorjahr				-275	-114	-66	-261	-261
Geburtenüberschuss ¹			+5	-14	-69	-79	-60	
Wanderung			+317	-112	-68	-26	-165	
Davon Nicht-Deutsche			+243	-36	+66	+80	-103	

- incl. dem damals noch nicht eingegliederten Lich-Steinstraß
- Die letzten drei Zeilen stammen aus dem Kommunalprofil Jülich der Landesdatenbank NRW

Ausführliche Zahlen erwarten wir von einer Demographie-Studie der Stadtverwaltung.

Die Einwohnerzahl ist als entscheidende Größe für die Beurteilung der Stadtentwicklung anzusehen, da sie Kaufkraft für den Einzelhandel sowie Auslastung städtischer Infrastruktur bedeutet.

Die Entwicklung ist leider weiterhin in allen Bereichen negativ, seit drei Jahren nun stärker in den Ortsteilen als in der Kernstadt.

Kulturleben:

Museumsbesucher in Jülich

Jahr	Besucher	Event
2003	12.922	Zitadellenfest
2004	10.643	6.000
2005	10.725	
2006	10.184	6.100
2007	10.104	
2008	7.691	
2009	5.563	

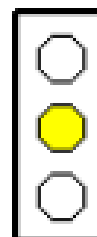
Ohne Marketingetat, Sonderausstellungen und –veranstaltungen schrumpft die Besucherschar im Museum.

Der Zuspruch zum Brückenkopf-Park bleibt recht witterungsabhängig. Der Einzugsbereich und Bekanntheit des Parks muss besser genutzt werden.

Brückenkopf-Park-Besucher

Jahr	Einzel	Dauerkarten	Kinder (Dauer)	Sonder-vk.	Gutschein	Veranst.	Summe
2004	172.099	25.535		2.921	470	8.760	209.785
2005	190.885	27.445	5.354	2.015	2.988	2.368	231.055
2006	175.115	20.717	15.015	1.022	320	5.046	217.235
2007	194.388	27.610	45.878	719	422	14.052	253.907
2008	177.605	25.325	27.730	646	468	16.022	234.362
2009	148.402	24.495	13.975	213	508	22.473	210.066

Gruppenführungen	Führungen	Gäste
2001		3.816
2002		4.041
2003	195	4.279
2004	150	2.981
2005	76	1.413
2006	80	1.550
2007	106	2.267
2008	93	1.966
2009	116	1.911

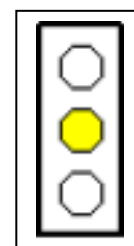


Seit 2005 zusätzlich Gruppenführungen direkt durch das Museumsteam

<u>Stadtbücherei</u>	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bestandszahlen	42.508	43762		43.862	43.646		43.782
Besucherzahlen						66.975	72.509
Ausleihen insgesamt	147.835	140.794	141.336	136.654	129.770	127.314	129.515

Einkaufstadt

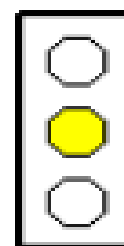
Jülich	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	je Einwohner	Kaufkraft-Kennziffer
Jülich 1997		10.436 DM	103,8
Jülich 2000		11.084 DM	104,3
Jülich 2005	182,7 Mio. €	5.362 €	103,8
Jülich 2007	192,5 Mio. €	5.694 €	104
NRW 05	96.184 Mio €	5.354	193,7
Kreis DN 05	1.401,6 Mio €	5.135	99,4



	Umsatzkennziffer	je Einwohner	Zentralität
Jülich 1997			101
Jülich 2000			87,3
Jülich 2005	147,9 Mio €	4340	85,0
Jülich 2007	155,8 Mio €	4609	85,9
Kreis DN 05		4128	84,0
Kreis DN 07		4358	85,4

Einkaufsstadt: Leere Ladenlokale in der City jeweils 31.12.

Leerstände in der City	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Düsseldorfer Straße	5	3	2	2	3	3	2
Kapuzinerstraße	2	3	3	3	3	3	3
Kölnstraße	1	0	0	0	0	1	0
Marktplatz			0	0	1	0	1
Marktstraße			0	0	0	2	1
Baierstraße			1	2	1	1	0
Poststraße	2	0	0	0	1	0	0
Raderstraße	2	2	2	2	3	3	4
Gr. Rurstraße	1	1	0	2	3	2	5
Kl. Rurstraße			2	2	2	2	4
Stiftsherrenstraße	1	1	1	1	1	0	0
Schlossstraße	0	1	1	0	0	0	1
Bongardstraße	3	3	2	2	2	3	0?
Summe	17	14	14	16	20	20	21



Steigend, aber im Vergleich mit anderen Städten gleicher größer immer noch erträglich!

Besucher der Stadt:

Frequenzzahlen/Stunde

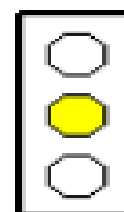
Donnerstags - 14 bis 16 Uhr

Messpunkt:	Dez 03	Dez 04	Dez 05	Dez 06	Dez 07	Dez 08	Dez 09	Schnitt
Postapotheke	1.425	1.197	1.423	1.584	1.395	1.360	1.510	
Kölnstr. vor Kl. KÖ	1.527	1.325	704	1.576	835	1.083	1.821	
Jeans Planet	964	588	910	751	766	725	544	
Juliacum/Kl.KÖ	354	359	399	364	392	388	453	
Kl.KÖ/Gr. Rurstr	460	502	567	500	496	457	473	
Markt/Kölnstr.	787	787	723	886	729	508	780	
Markt/Düsseld	311	449	358	408	385	333	353	
Markt/Marktstr.	429	509	442	510	349	591	477	
Markt/Kl. Rurstr.	489	610	617	642	526	713	743	
Hexent/Kl. Rurstr.	384	426	427	409	473	424	487	
Gesamtfrequenz	7.130	6.752	6.570	7.630	6.346	6.582	7.641	6.950
Samstags – 10 bis 12 Uhr								
Messpunkt:	Dez 03	Dez 04	Dez 05	Dez 06	Dez 07	Dez 08	Dez 09	
Postapotheke	2.055	1.889	2.530	2.586	2.020	1.898	2.074	
Kölnstr. vor Kl. KÖ	2.014	1.836	1.175	2.186	1.592	1.448	2.038	
Jeans Planet	1.139	933	1.293	908	968	901	833	
Juliacum/Kl.KÖ	633	500	532	514	561	397	396	
Kl.KÖ/Gr. Rurstr	430	363	364	414	390	345	338	
Markt/Kölnstr.	1.518	1.514	1.633	1.871	1.557	920	1.646	
Markt/Düsseld	626	802	785	810	705	715	852	
Markt/Marktstr.	627	837	799	870	540	547	758	
Markt/Kl. Rurstr.	1.022	941	642	1.085	989	1.038	1.183	
Hexent/Kl. Rurstr.	536	537	457	525	709	648	627	
Gesamtfrequenz	10.600	10.152	10.210	11.769	10.031	8.857	10.745	10.338

In der Summe wurden die höchsten Zahlen an einem Donnerstag und die Zweithöchsten an einem Samstag gezählt.

Zu den einzelnen Messpunkten: Die 1a Lage Kölnstraße verstärkte sich im Bereich Markt bis Kleine Kö weiter; an der „oberen Kölnstraße“ wurden deutlich geringere Passantenzahlen erfasst. Nur die Zahlen in der Kl.Kö sind wochentags höher als samstags.

Die samstags wesentlich höheren Besucherzahlen am Marktplatz unterstreichen die weiterhin wachsende Bedeutung des Wochenmarktes für die Attraktivität der Innenstadt. Ohne Markt – werktags nachmittags – leidet besonders die Düsseldorfer Straße,



Parkplatzausnutzung

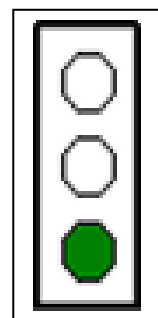
	2006	2007	2008	2009
Zita-Oberdeck	71.625	13.608		fehlen
Zita-Tiefgarage	60.239	68.004	87.036	

Schulstadt

Schüler zum Jahresende	2004	2005	2006	2007	2008	2009
GGN Nord	398	375	386	355	407	370
GGN Ost	189	206	189	147	136	108
GGN Süd	278	277	295	273	270	259
GGN West	238	244	268	267	254	247
KGS	413	389	331	321	300	274
GHS	622	585	541	485	465	424
Realschule	750	749	729	706	639	608
Schirmerschule	161	172	165	184	183	179
Haus Overbach	800	888	917	944	912	940
Mädchengymnasium	740+43	753+37	784	772	769	735+45
Gym. Zitadelle	1018	1066	1076	1118	1149	1149
Summe	5650	5741	5681	5572	5484	5338

Forschungsstadt

Mitarbeiterzahlen	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Forschungszentrum	4371	4405	4377	4300	4470	4608



FH AC Jülich

Im Wintersemester	2002/3	2003/4	2004/5	2005/6	2006/7	2007/8	2008/9	2009/10
Studierende	1926	2010	2017	2071	2142	2316	2426	2653