

# Presse-Information

---

Kunst und Kultur, Stadtgeschichte und Baukultur sowie Stadtflair und Szene sind Kernthemen

## Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH stellt Tourismuskonzept für die Zweilandstadt vor

ULM, 02. Oktober 2024 – »Ulm/Neu-Ulm ist die selbstbewusste Zweilandstadt und das modernste Historic Highlight in Deutschland« – mit dieser Leitthese gehen die beiden Städte in die zukünftige touristische Vermarktung.

Erstmalig hat die Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) einen Auftrag für die Erstellung eines zukunftsweisenden Tourismuskonzepts erteilt. Mit der Agentur »Project M« wurde ein Partner ausgesucht, der sich aufgrund jahrelanger Erfahrung bestens im touristischen Umfeld in Deutschland auskennt.

»Ein geändertes Reiseverhalten nach Corona, der gesellschaftliche Wandel, die Energiekrise und nicht zuletzt die neuen Herausforderungen vor allem bezüglich Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Qualitätsanspruch haben uns veranlasst, unser bisheriges Tun trotz erfolgreicher zurückliegender Jahre zu hinterfragen«, so Wolfgang Dieterich, Geschäftsführer der Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH. »In enger Abstimmung mit lokalen touristischen Leistungsträgern und Einrichtungen aus Kultur, Handel, Freizeit, Verkehr sowie Vertretern der Städte, der Tagungsbranche, der IHK und Project M haben wir daher in mehreren Workshops und intensiven Gesprächsrunden die strategische Richtung des Tourismus für die kommenden Jahre in der Zweilandstadt erarbeitet«.

Das Konzept führt die künftigen Leitthemen, die entsprechenden Zielgruppen mit den sogenannten Personas auf und nennt mit der Verbesserung der Netzwerkstruktur, der klaren Profilierung im Wettbewerb, der Etablierung als nachhaltiges Reiseziel, der Verbesserung der Service- und Erlebnisqualität und der Steigerung der Wertschöpfung die fünf strategischen Ziele für die kommenden Jahre.

Ein weiterer Konzeptpunkt macht deutlich, welche große wirtschaftliche Bedeutung der Tourismus für die Zweilandstadt hat. »Es ist vielen nicht bewusst, welche immense Wirtschaftskraft hinter dem Reiseverkehr in die beiden Städte steckt«, sagt Dirk Homburg, Leiter Kommunikation der der UNT. »Unternehmen, Einwohner und die Städte profitieren stark vom Tourismus: er generiert einen Brutto-Umsatz von über 720.000.000 Euro, die Wertschöpfung liegt dabei bei 340.000.000 Euro und er sorgt für fast 10.000 Arbeitsplätze im und um das lokale touristische Umfeld«.

Die künftige Ausrichtung des Tourismus orientiert sich an einer Themenarchitektur rund um die Erlebnisprofile ›Kunst und Kultur‹, ›Baukultur und Stadtgeschichte‹ und ›Stadtflair und Szene‹. Dabei kennzeichnen die Werte ›Lebendigkeit‹, ›Zukunftsgewandtheit‹ und ›Identitätsbewusstsein‹ in hohem Maß das Ulm/Neu-Ulm-Erlebnis. Die Besucher sollen Kunst und (Bau-)Kultur intensiv erleben und in eine authentische und lebendige Stadt- und Szenekultur eintauchen. Kernzielgruppe sind dabei die kulturmotivierten Städtereisenden sowie diejenigen, deren Reismotive freizeit- und erlebnisorientiert sind. Der Bereich Geschäftsreiseturismus (Tagungen, Kongresse, Firmenbesuche, ...) wird zu einem späteren Zeitpunkt in die Vermarktungsstrategie aufgenommen.

Gemeinsam mit lokalen Leistungsträgern werden in drei Gremien die zu den Erlebnisprofilen passenden Leitprodukte herausgearbeitet, untersucht und Ideen für entsprechende Marketingmaßnahmen entwickelt. »Das Ganze wird ein partizipativer, kreativer Prozess sein, in den die Akteurinnen und Akteure eingebunden werden«, erläutert Wolfgang Dieterich. »Das ist ein wichtiger Schritt zur Etablierung eines langfristigen Netzwerks und zur Förderung des Teamgedankens«.

Die UNT selbst wird ihr Aufgabenportfolio verstärkt hin zu einer Destinationsmanagement-Organisation verlagern. Dabei wird sie schwerpunktmäßig für ein aussagekräftiges Monitoring sorgen und sich besonders auch den Themen Nachhaltigkeit, Qualitätsentwicklung und Digitalisierung widmen.

»Das Tourismuskonzept bildet eine sehr gute und fundierte Grundlage für einen zukunftsorientierten Tourismus in der Zweilandstadt«, sind sich Dieterich und Homburg einig. »Im Schulterschluss mit den Protagonisten vor Ort wird es gelingen, die genannten Ziel zu erreichen und die kommenden Herausforderungen zum Wohle der Städte, ihrer Bürgerinnen und Bürger, der örtlichen Partner und natürlich der Gäste bestens zu meistern. Die Zweilandstadt wird als qualitativ hochwertiges Reiseziel mit positivem Image wahrgenommen werden und somit wird auch für die aus ökonomischer Sicht wichtige Steigerung der Besuchs- und Übernachtungszahlen und letztendlich der Wertschöpfung gesorgt«.