



Einleitung

Die folgenden Stichworte sind das Ergebnis eines Brainstormings. Zum besseren Verständnis hier der Originaltext der Einladung und eine Beschreibung der drei Runden, denen die nachfolgenden Ideen entstammen:

Hauptziel des Workshops ist es Ideen zu sammeln. Dazu bedienen wir uns der bewährten Methode des sogenannten "Brainstorming" und werden wir drei Themenbereiche erarbeiten:

1. **Hervorzuhebende Eigenschaften der Altstadt**

Welche positiven Eigenschaften zeichnet unsere Altstadt aus?

Was macht die Erlanger Altstadt unverwechselbar und attraktiv?

Welche Eigenschaften der Altstadt sollten in Slogans, Prospekten und einem Logo hervorgehoben und kommuniziert werden?

2. **Verbesserungspotentiale**

Welche Probleme haben wir in der Altstadt, die wir lösen müssen?

Was muss sich ändern?

3. **Vernetzung und Kooperationen**

Wie vernetzen wir die Interessen für die Altstadt besser als bisher?

Welche Chancen haben wir, Synergien zu schaffen?

In welchen Bereichen und zwischen welchen Beteiligten sind Kooperationen in der Altstadt möglich?

Im Brainstorming sind also Ihre Ideen gefragt! Wir würden uns freuen, wenn Sie bereits im Vorfeld alleine oder im Gespräch mit anderen Personen einige Ideen dazu finden und für sich notieren würden. Eine mögliche Grundlage dazu sind das Leitbild und die Leitlinien des Altstadtforums, die Sie auf unserer Homepage (www.altstadtforum.de) finden.

Das Ergebnis dieser drei Brainstorming-Runden soll und wird keine fertigen Lösungen, sondern wichtige Ideen und Lösungsansätze liefern. Diese müssen dann in kleineren Arbeitsgruppen weiter ausgestaltet, geordnet und bewertet werden. Auch diese Arbeit möchten wir in einer Folgeveranstaltung gemeinsam mit Ihnen vorantreiben.

Eine Kennzeichnung, welcher Punkt aus welcher Runde stammt wird noch erfolgen.

Bausubstanz / Stadtarchitektur

- Erlangen - die Stadt der 1000 Innenhöfe
- Straßenzüge (Theaterstraße, Schiffstraße etc.)
- Schlossplatz, Schlossgarten, Schloss
- Keller in Altstadt
- interessante Historie
- viele Plätze
- interessante Spielplätze
- komplett historischer Stadtkern
- wenig Bausünden
- schöne Hinterhöfe
- gepflegte Häuser, Altstadt
- fehlende zusammenhängende Fußgängerzone

- öffentliche Sehenswürdigkeiten nicht begehbar
- zu wenig Freiflächen für Kinder
- privaten Wohnraum (Familien) erhalten
- unbelebte Plätze
- Überfrachtung des öffentlichen Raumes
- zu wenig Spielplätze
- Hinterhöfe nach außen bildhaft machen
- brachliegendes Entwicklungsgebiet Parkplatz West
- Altstadt-Keller
- Verschönerungswettbewerbe

Verkehr / Mobilität

- Behindertenfreundlich
- kurze Wege
- man kann zur Schule laufen anstatt den Bus zu nehmen
- Fahrrad-Freundlichkeit
- gut und schnell erreichbar (Fahrrad, Bus, Auto, Bahn, zu Fuß)
- fehlendes Busleitsystem (dynamisches Fahrgast-Infosystem)
- zu wenig (sinnvolle) Verkehrskontrolle
- schlechtes Verbundmanagement
- Lärmpegel der A73 und der Bahn
- Mediationsverfahren für Verkehrskonzept fehlt
- Durchgangsverkehr Hauptstraße
- Zufahrt- / Infrastruktur für PKWs schlecht
- kein Jobticket, Universität
- Lärm- und Umweltbelastung durch Busverkehr
- gefährliche Schulwege
- Fahrpläne schlecht lesbar
- Durchgangsverkehr durch Spielstraßen
- unattraktive Unterführung an der Münchener Straße und an der Gerberei
- Anbindung an südliche Innenstadt schlecht
- schlechte Parkhauseinfahrt am Handelshof
- schlechte Anbindung Fuchsenwiese-Altstadt, Fußweg
- Verkehrsführung
- Friedhof zu laut
- zu hohe Geschwindigkeit in der Neuen Straße
- fehlende P-Raumbewirtschaftung bei UNI
- Park-Bus-Gutscheine
- Radwanderwege in die Stadt leiten

gesellschaftliches Leben

- Universität und Studierende
- viele kleine Initiativen
- aktive Vereine
- Veranstaltungszentren
- Wir-Gefühl

- viele Menschen mit Interesse für die Altstadt
- aktive Kirche
- Sicherheit, Sauberkeit
- Vandalismus
- 15-jährige „saufer sich zu“, keine Kontrolle
- zu viele „Besoffene“ (auch Nicht-Jugendliche)
- mangelnde Einbindungsbereitschaft „Universität“
- Kinder- und Familienaktionen
- Altstadt-Bus
- Fußballtor am Theaterplatz

Natur

- Aromagarten (Nähe)
- Viele Grünflächen innerhalb
- Blumen
- Störche
- haben noch Landwirte
- autofreie Plätze
- Nähe zur Schwabach
- Nähe zum externen Grün
- Luftverschmutzung
- Zerstörung vorhandener Grünflächen durch Universität

Bevölkerungsstruktur

- hohes Bildungsniveau
- Prägung durch Semesterrhythmus
- gesunder Mix, Altersstruktur
- Kleineigentümer-Struktur
- dichte Bewohnung
- viele junge Menschen

Einzelhandel

- Wochenmarkt
- viele Reparatur- / Servicegeschäfte
- einzelne anspruchsvolle exklusive Geschäfte
- kleine bzw. kleinste Spezialgeschäfte
- Fahrradläden
- Supermarkt
- viele Inhabergeführte Geschäfte
- unattraktive Außenwerbung / Anlagen vieler Geschäfte
- fehlende Magneten (Geschäfte)
- schlechte Optik durch Leerstände
- unterschiedliche Öffnungszeiten der Geschäfte
- fehlende Aufbewahrungsplätze für Einkäufe
- schlechtes Management für Zulieferer (zu laut)

- zu wenig kinderfreundliche Geschäfte
- fehlende Innovationsbereitschaft im Einzelhandel
- zu geringe Kundenfrequenz
- es fehlen Spezialgeschäfte
- mangelnder Service in den Geschäften
- fehlender Kundendialog
- Außenwerbung verbessern
- Gemeinsam Rabattaktionen
- Einkaufsgutscheine
- attraktive Auslagen
- Informationen über Erlangen (Seenland)
- Kunden-Austausch
- mehr Aktionen für Kunden-Dialog
- vernetztes Angebot in Altstadt-Geschäften

Gastronomie

- eigene Brauerei (Steinbach)
- hohe Dichte an Schnellimbissen
- dichte Gastronomie
- Biergärten
- hochwertige Gastronomie
- mangelnde Überwachung der Lokalöffnungszeiten (Sperrstunde)
- Lärmpegel durch Lokale
- Vandalismus durch Kneipenfestivals
- Abfallbelastung durch Imbissbetriebe
- zu viel Gastronomie
- mangelhafte Verantwortung der Gastronomie (Gastronomieforum)
- zu viel Döner
- Gastronomieführer
- bessere Theatergastronomie
- Ressourcen-Sharing von Handel und Gastronomie

Einrichtungen

- viele Ärzte und Uni-Kliniken
- Hallenbad
- Wasserspielplatz
- Gerberei
- Jugendzentrum E-Werk
- Haus der Gesundheit Dreycedern
- Gute Infrastruktur (KH, Kindergarten, Spielplätze, Kinderhort, Schule)
- Probleme, Zustände Kinderhort
- Kaum Finanzdienstleister (Banken?)
- Fehlende Post-Filialen
- keine Hauptschule
- keine öffentliche Toiletten
- fehlende und zu teure Säle

- Plakat Innenraum Theater
- Nutzung des Potentials der Krankenhäuser
- universitäre Bereiche öffnen
- Führung in der Uni-Bibliothek
- Einbindung von Siemens
- Identifikation Uni-Altstadt fördern
- Botanischen Garten einbeziehen
- Uni einbinden
- Stärkere Beteiligung der Bürger / Lammkino
- Nutzung Botanischer Garten als Aufreißer

Charakter

- Mediterran (punktuell)
- Urbanität
- besondere historische Entwicklung, Offenheit
- familientauglich
- Tag- und Nachtleben
- Offenheit
- Stress-abbauend
- man kennt sich
- hohe Lebensqualität
- gewisses großstädtisches Flair / Dorfcharakter
- wenig Hektik (ruhiger, entspannter)
- Individualität / Originalität von Erlangen herausarbeiten

Ruhender Verkehr

- abends kostenlose Parkplätze
- viele Parkplätze
- zugeparkte Gehwege
- Shuttle fehlt
- fehlendes dynamisches Parkleitsystem
- Westtangente-Parkplatz wenig genutzt
- Hoher Parkplatz-Suchverkehr
- Parkende Autos vor Geschäften in der Hauptstraße
- wildes Parken, Parken in 2ter Reihe
- fehlende Parkplätze Friedhof
- zu wenig Anwohnerparkplätze
- fehlende Parkplätze bei Kliniken
- zu wenig Parkplätze
- gebührenfreie Parkplätze am Samstag
- Parkplätze in Führungen miteinbeziehen

Veranstaltungen

- (Nähe) Bergkirchweih
- Marktplatzfest
- eigene Konzertreihe
- sportliche Veranstaltungen
- Comic-Salon
- Weihnachtsmarkt, Spezialmärkte
- Altstadtfeite
- Stummfilm-Tage
- Poetenfest, Figurentheater-Festival
- fehlende Nutzung ML-Platz mit Spezialmärkten etc.
- fehlende sinnvolle Großveranstaltungen
- Bergkirchweihprobleme
- idiotische Schlossplatzfeite (z.B. Frühlingsfest)
- Veranstaltungen schaffen
- Neujahrsempfang Altstadt

Kunst und Kultur

- Galerien / Ateliers
- Lammlichtspiele
- Burgberggarten (Nähe)
- Museum
- Theater
- Musikschule
- Künstler und Musiker wohnen in Altstadt
- zu viele Kulturveranstaltungen
- keine Verknüpfung zwischen Kultur und Geschäften
- zu wenig Kunst im öffentlichen Raum
- fehlendes Kulturangebot, schlechter Kulturmix
- zu wenig Ausstellungen Museum
- Aufwertung Burgberggarten
- an langen Samstagen auch Öffnung der kulturellen Einrichtungen
- Einbindung der Kunst in Geschäften
- Nutzung von kulturellen Zentren
- Galerieführungen
- Kunst und Gewerbe vernetzen
- Forum für Kunst und Kultur
- Leerstände für Kunst nutzen
- Werbung in Uni für Kunstgeschäfte in der Altstadt
- Öffnung von Kulturstätten

Kommunikation / Marketing - Allgemein

- mangelnde Vernetzung Kultur / Geschäfte
- schlechte Beschilderung (Hinweisschilder)
- fehlendes einheitliches Auftreten der Altstadt
- Null-Tourismus (zu wenig)
- mangelhafte Touristenwerbung
- fehlende Positionierung der Altstadt
- zu wenig Altstadtbewusstsein, fehlendes Außenmarketing
- keine Werbestruktur (Koordinierung von Werbeaktivitäten)

Kommunikation / Marketing - Tourismusförderung

- Reiseführer Altstadt
- Reiseinformationen
- Innenhofführung
- Tourismusverbände nutzen z.B. Fränkische Seenplatte und Fränkische Schweiz
- Burgberggarten als Touristenattraktion
- Städtereisen fördern
- Kongressteilnehmer einbeziehen
- Wanderungen von außen in die Altstadt

Kommunikation / Marketing - Altstadtmanagement

- klare Kommunikationsstruktur
- zusammenführen von Kontakten
- Vermittlungsbörse
- Höhere Stellen mit einbinden zum „anschieben“
- Direkter Draht zur Stadtverwaltung
- Ansprechpartner schaffen, Vermittlungsstelle
- Mediator dauerhaft !

Kommunikation / Marketing - Finanzielle Verknüpfungen

- Sponsoren
- Altstadt AG (Fond) finanziell
- konkretes Sponsoring
- Partnerschaft suchen, Patenschaften
- Einkaufsgemeinschaften bilden
- Strom-Pool
- Altstadt-Patenschaften (z.B. Lamm-Lichtspiele)
- Altstadtstiftung, Altstadtfonds

Kommunikation / Marketing - Community / Gemeinschaften bilden

- Bürgerbeteiligung und –versammlung
- alle Beteiligten an einen Tisch (Altstadtstammtisch)
- Betroffene beteiligen
- der nicht mitmacht, soll sich außenstehend fühlen
- Wir-Gefühl stärken
- gezielter Anspruch der „Resignierten“
- gezieltes Ansprechen der Senioren
- Altstadtstammtisch, Altstadt-Club
- Internet als Kommunikations-Plattform
- Einbindung der GVE
- Einheitlicher Verteiler zur Kommunikation
- Beteiligung von Immobilieninhabern
- Forum für Geschäftsleute
- Zugang zu Gemeindemitgliedern über Kirche suchen und finden

Kommunikation / Marketing - Außenwerbung

- Veranstaltungskalender
- Altstadtkunst, Kunstkalender, Adventskalender Altstadt
- Nutzung der studentischen Zeitungen
- Werbung an den Uni-Kliniken, Hotels
- Messe-Beteiligung CONSUMENTA
- Altstadtzeitung
- Altstadtradio gründen
- „Was lefft in der Altstadt“
- Kartenverlage ansprechen
- vernetzter Internetauftritt der Altstadt
- Eintrittskarten für Werbung nutzen
- Verteilerkanäle ermitteln z.B. Tourismusverband
- Kongreß-Werbung
- Buswerbung
- Einbindung von Radio / Fernsehen
- „Was ist wo in der Altstadt?„ (für Neubürger)
- vorhandenes Marketingmaterial aktualisieren
- Altstadtführer
- Anpassung an den ständigen Wechsel (Uni, Siemens) durch wiederholte Infos
- Forum für Aussiedlungswillige
- Immobilienwerbung
- Kommunikation mit Nachbarstädten

Kommunikation / Marketing - Gemeinsame Angebote

- Altstadtkarte für gesamtes Angebot
- Angebotsbündelung z.B. Bonhefte / Gutscheinhefte Altstadt (gemeinsame)
- Altstadtgeschenke (Präsente, Rabatte) mit Altstadtbezug
- Kurzaktionen vom Theater in Geschäften
- Aktionen in der Altstadt (Theater), Auswertung Theaterfest
- Führen und Vernetzen von Kunst, Einzelhandel, Gastronomie, Kultur etc.

Kommunikation / Marketing - Beschilderung / Markierungen

- BAB-Abfahrt „Altstadt“
- Hinweis „Altstadt“ für Fußgänger
- Altstadt abgrenzen z.B. Markierung Gehwege
- Altstadtflaggen
- Spezielle Farben der Laternen in der Altstadt
- Idee der PIN-Nadeln nutzen
- Nutzung der Straßen und Gehwege als Wegweiser und Identität
- Feste Info-Tafeln mit einheitlichem Layout
- Info-Tafeln an „Einfallstoren“
- Präsentation „Altstadt“ an Radwege-Achsen

Kommunikation / Marketing - Identifikationssymbole

- Logo
- Identifikationssymbole
- jeder dokumentiert Verbundenheit durch Schild, das Besuchern Vorteile bringt
z.B. Altstadtkarte --> Win-Win, Eigendynamik
- einheitlicher Auftritt der Altstadt
- Altstadttaler
- Außendokumentation: „ich bin ein Altstädter“
- Altstadtbier
- I like Altstadt
- Altstadtprodukte
- Maskottchen (Löwe)

Aussortiert

Die nachfolgenden Punkte wurden nicht weiter berücksichtigt. Entweder handelte es sich um Doppelnennungen oder auch um Punkte, die nicht weiter verfolgenswert erschienen. Wer der Meinung ist, einer der nachfolgenden Punkte sollte dennoch weiter verfolgt werden möge sich bitte melden:

- Konkretes Führen von Kunst --> Geschäft
- Sendung aus der Altstadt, Kanäle öffnen
- Positives Image der Altstadt
- Werbetätigkeit überregional
- Einladen Theater, Museen, Archiv und IG Altstadt
- Gutscheineft
- mangelnde Kommunikation
- typisch fränkisch
- Leerstände von Geschäften
- Schlechte Qualität (Kneipen, Spelunken)
- unattraktive Außenanlagen der Geschäfte
- fehlende Flächenvernetzung (fußläufig)
- kein durchdachtes Nutzungskonzept für Flächen
- unbelebte Plätze
- Taubenplage
- Uni macht was sie will
- zu viele Sturköpfe
- fehlende Gesamtplanung für Altstadt
- Verkehrsdichte zu hoch
- wildes Parken
- mangelhafte / problematische Fahrradführung (Apfelstraße -->S)
- Straßenflächen nicht für Kinder nutzbar
- Badstraße schlechte Zufahrt
- nicht seniorenfreundlich
- schlechtbesuchte Kulturveranstaltungen
- in Altstadt Kultur zuhause
- Branchenmix
- noch Postfiliale
- Erlebnis-Gastronomie
- 4 Kinos
- gesellschaftliches Leben
- Altstadtsanierung fast beendet
- Altstadtforum
- Siemens-freie Zone
- Kulturzentrum
- Historischer Stadtkern
- viele individuelle kreative Lösungen
- Kunst und Kultur
- tolle Geschäfte
- Brennpunktnähe
- aktive Menschen
- alles schnell erreichbar
- zu Fuß und Rad leicht erreichbar

- Bahnhofsnähe
- breite Gehsteige
- intimer Charakter
- menschenfreundlich
- nächtliches Leben
- viele Feste
- Multi-Kulti