

Jülich, den 19.08.2016

UWG JÜL Fraktion, M. Hoven, Wolfshovener Straße 74, 52428 Jülich

Stadt Jülich
Herr Bürgermeister Fuchs
Große Rurstraße 17

52428 Jülich



Einreichung des „Positionspapier Brückenkopfpark“ der UWG-JÜL-Fraktion

Sehr geehrter Herr Bürgermeister Fuchs,

als Anlage legen wir hiermit unser „Positionspapier Brückenkopfpark“ zur Beratung im entsprechenden Fachausschuss vor.

Mit freundlichen Grüßen

gez.
Heinz Frey



Matthias Hoven

Positionspapier Brückenkopfpark

Anlässlich jüngster Diskussionen um die Zukunft des Brückenkopfparks legen wir folgendes Positionspapier vor:

Grundsätzlich sind wir, die UWG JÜL, für die Weiterführung des Parks als bewirtschaftete Einrichtung. Allerdings wollen wir mit unserem hier vorgelegten Positionspapier deutliche Veränderungen im Betreiben und in der weiteren Ausrichtung des Parks.

1. Alle Einnahmepositionen sind grundsätzlich dahingehend zu betrachten unbedingt höhere Erlöse zu erzielen. Zudem sollen neue Einnahmepositionen erschlossen werden. Als Beispiele seien genannt:
 - Die für den Sanitärbereich des Jugendzeltplatzes anfallenden Kosten werden überwiegend durch die Nutzung der Wohnmobilreisenden verursacht. Deshalb sollen diese Kosten durch ein entsprechend höheres Standgeld umgelegt werden. Um Akzeptanz für ein höheres Standgeld zu erreichen, sollte der Standgeldzahler freien Eintritt in den Park erhalten.
 - Die Installation von (60) Stromsäulen zur exakten Abrechnung des jeweiligen Stromverbrauchs muss kurzfristig umgesetzt werden (Betreibung ggf. durch Solarzellen / Stadtwerke Jülich als möglicher Kooperationspartner).
 - Das Merchandising ist zu aktivieren, d.h. der Verkauf von Werbeartikeln muss forciert werden. Hierfür ist eine entsprechende "Verkaufs- und Präsentationsfläche" im Eingangs- bzw. Ausgangsbereich zu schaffen (ideal wäre hier ein Verkaufsshop durch den der Park verlassen werden muss).
 - (siehe auch 7. Rentierliche Investitionen.)
2. Das gastronomische Angebot ist grundlegend zu verbessern in Qualität, Angebot und Umfeld, nicht zuletzt auch um höhere Pacht- und Umsatzerlöse zu erzielen. Hier sollte ein neuer Schwerpunkt in der Ausrichtung des Parks entstehen. So z.B.:

- Die Gastronomie (Glashaus) muss über die Öffnungszeiten des Parks hinaus geöffnet und auch von außerhalb des Parks zugänglich sein. Es muss auch möglich sein, diese Gastronomie unabhängig von einem Parkbesuch nutzen zu können.
 - Die Situation der sanitären Einrichtungen am Glashaus und auch an der Blumenhalle muss dringend verbessert werden (Toiletten sind zurzeit räumlich getrennt).
 - Falls die Realisierung einer Hotelansiedlung auf dem ehem. "Hesselmangelände" (innerhalb einer noch festzulegenden Frist) nicht realisiert werden kann, unterstützen wir die Forderung, dort eine „höherwertige“ Gastronomie mit Außenbereich zu schaffen.
3. Das Gesamtgelände des Brückenkopfparks ist darauf zu überprüfen, welche Flächen fremd genutzt, bzw. gegen Pacht / Miete an andere Nutzer abgegeben werden können.
- Anbieter von „parkverwandten“ Angeboten sind einzubinden.
 - Eine weitere Option kann auch eine eher „parkfremde“ Nutzung sein, etwa die Bereitstellung von Flächen für Photovoltaik.
4. Es sind die Voraussetzungen zu schaffen, dass auf dem Gelände des Parks über die bisherigen Angebote hinaus Großveranstaltungen durchgeführt werden können. Hier ist ein zweiter neuer Schwerpunkt in der Ausrichtung des Parks zu schaffen.
- So könnten z.B. die sehr pflegeintensiven Bereiche "Rosengarten" und "Stadtgarten" (teilweise) zurückgebaut und in Rasenbereiche und Bereiche mit "wassergebundener Decke" umgestaltet werden, damit dort ein zu vermietender Bereich für größere Veranstaltungen / Events entsteht.
- Veranstaltungen sollten verstärkt auch komplett von externen Partnern und Anbietern durchgeführt werden können.
5. Im Umfeld des Parks sind gezielte, Zielgruppen orientierte „Führungen“ anzubieten. Hierzu ist die Unterstützung externer Partner zu prüfen, bzw. deren Knowhow abzurufen.
- Das können einmal sein: Wandertouren, Fahrradtouren, Segwaytouren,
 - Dies könnte auch um eine „Stadtrundfahrt Jülich“ ergänzt werden, die dann Besucher des Parks oder der Innenstadt zu den jeweils anderen „Highlights“ unserer Stadt fährt. Hierbei ist die Kooperation mit dem Bürgerbus zu prüfen, der solche Fahrten ev. durchführen kann.

6. Die Medien- und Werbepresenz ist deutlich zu verbessern.
 - Die Öffentlichkeitsarbeit / Pressearbeit und die Erstellung von Werbematerial (Flyer) muss in enger Abstimmung mit den entsprechenden Stellen der Stadtverwaltung erfolgen. Die Abstimmung zwischen Stadtmarketing und Park muss optimiert werden.
 - Die intensivere Nutzung neuer Medien wie Facebook und weitere soziale Medien zur Informationsweitergabe und Werbung muss vorangetrieben werden.
 - Der Park muss mit einem Info-, Werbe- und Verkaufsstand (Merchandising), auf vielen Stadtfesten, aber auch auf dem eigenen Handwerkerinnenmarkt und dem Weihnachtsmarkt ... vertreten sein.

Grundlage all dieser Überlegungen und Maßnahmen sollte allerdings eine vorangegangene Kundenanalyse sein (etwa eine vergleichende Befragung zu bereits vorliegenden aus früheren Gutachten). Somit sind geplante Maßnahmen konsequent Zielgruppen orientiert zu unternehmen.

7. Für den Park sind rentierliche Investitionen herauszuarbeiten und konsequent zu verfolgen. Dazu sollen Gespräche und Verhandlungen mit möglichen Partnern geführt werden mit dem Ziel dort eine Investition / Finanzierung zu erreichen, die mit Durchführung der Maßnahme wieder zurückgeführt wird. Partner können dabei sein: städtische Gesellschaften, Jülicher Unternehmen, Unternehmen aus der Region, Kreis, bzw. kreiseigene, bzw. verwandte Gesellschaften, Werbepartner, Lieferanten, ... Auch Förderprogramme aus EU, Bund und Land sind als Finanzierungsquellen zu nutzen.
8. Personalsituation: Maßnahmen zur Verringerung der Personalbelastung, bzw. des Personaleinsatzes sind zu entwickeln.
Dazu können Standards abgebaut werden, dazu sind die Zugangsregelungen zum Park zu verändern (z.B. sogenannte „Parkautomaten“). Dazu gehört auch die Überlegung ganze Bereiche des jetzigen Spektrums an professionelle Kräfte abzugeben, so zum Beispiel der gesamte Komplex des Veranstaltungsmanagements.

Dazu gehört aber auch ein verbessertes, bzw. transparentes Personaleinsatzkonzept, welches erkennen und überprüfen lässt, welche Maßnahmen / Arbeiten wann und mit welchem Aufwand zu erbringen sind.

Grundansatz dieser letzten Anregung ist es den mangelnden Pflegezustand des Parks zu beheben, den längst überfälligen sogenannten Gartenplan endlich vorzulegen und damit das gesamte Erscheinungsbild des Parks unter Beachtung der aufgeführten Punkte (u.a. Reduzierung der Fläche, Abgabe an Dritte, Absenken von Standards, Personaleinsparungen an anderen Stellen...) deutlich zu verbessern.