

Tübinger Themen: Leben und Geldverdienen – passt das zusammen?

Transkription der Beiträge vom 6. März

Das Thema Verkehr wird von vorn herein ausgeklammert.

1. Positionierung des Wirtschaftsstandorts Tübingen

- Ideal für Hightec-Forschung
- Bilderbuch-Stadt, klein, aber fein
- Schwerpunkt: Gesundheit (für Körper und Geist)

2. Stadtmarketing sollte fokussieren:

- Zukunftsorientiert
- Jung, dynamisch, nicht verschlafen oder niedlich!
- PR über die Region hinaus könnte besser sein
- Bürger- und Verkehrsverein leistet gute Arbeit
- Uni, UKT und Stadtverwaltung sollten gemeinsam touristische Pakete für Tagungsteilnehmer und Klinik-Besucher schnüren

3. Allgemeine Anregungen

- Aufwertung des öffentlichen Raumes
Beispiele: Innenhof des Bürgerheims sollte mehr Begegnung ermöglichen (Bänke, Bewirtung), Schulhof der Melanchthon-Schule (Richtung der Bänke ändern wegen Sonnenstand), Johanneskirche (Altkleider-Container stört)
- Schaufenster-Deko sollte wöchentlich wechseln, damit es Spaß macht zu flanieren (Das mehrfach wiederholte Wort SALE ist nicht interessant genug)
- Handwerker-Fahrzeuge können mit freundlichen Sprüchen um Verständnis werben (etwa: Wir machen Ihre Stadt schöner. Gleich sind wir wieder weg.)
- Ein günstiges Hotel tut Not!
- Wege durch die Innenstadt sollten angenehm und gut beschriftet sein.
- Shuttle von den Kliniken in die Altstadt soll Besucher herunter bringen.
- Um das Trennende zwischen den Industriebetrieben, Handwerkern, UKT, Universität, Bürgern und Stadtverwaltung zu überwinden, werden Tage der offenen Tür, Einladungen und persönliche Kontakte vorgeschlagen.

4. Handel

4.1 Altstadt

- Wenig Familien, viele Studenten als Kunden.
 - Kunden kommen auch von außerhalb, z.B. Böblingen, Sindelfingen, Stuttgart, weil Angebot überschaubarer als in Großstädten. Noch gibt es Läden mit einzigartigem Angebot.
 - Inhaber geführte Läden beraten gut und individuell.
 - Internet-Präsenz und Handel vor Ort lassen sich gut verbinden.
 - Mieten sollten bezahlbar bleiben. Vermieter sollten die Kuh melken, aber nicht schlachten.
 - Abends viel Licht und große, interessant dekorierte Schaufenster (z.B. Newyorker ist ab 20 Uhr dunkel).
 - Da Flächen in Altstadt-Läden oft zu klein sind, sollten mehrere zusammen gelegt werden, um ein zeitgemäßes Angebot zu ermöglichen.
-
- Die Berechnungen der Kaufkraftbindung (z.B. von der IHK) hinken, weil Altstädte darin nicht gesondert betrachtet werden (Beispiel Balingen, wo Möbelhäuser auf der grünen Wiese die Quote anheben).

4.2 Märkte

- Zwei Regionalmärkte pro Jahr und ein Weihnachtsmarkt mit Vereinen sind wichtig.
- Umbrisch-Provencalischer Markt wird allgemein gelobt.
- ChocolArt hat überregionales Renomé
- Abstimmung:
2/3: Tübingen hat genug Märkte (ca. 25 Personen)
1/3 : Tübingen hat zu viele Märkte (ca. 15 Personen)
Tübingen braucht mehr Märkte (3 Personen)

4.3 Buchhandel

- Umsatzeinbußen durch Online-Handel können bisher durch Zukäufe in anderen Städten und auf dem Land aufgefangen werden.
- Autoren suchen sich Tübingen aus, sind begeistert!
- Tübingen ist sehr lesefreundlich.

5. Industriebetriebe

- Trotz Horn-Arena, Erbe-Lauf und Walter Tigers sind die Produktionsstätten nicht ausreichend in der Öffentlichkeit präsent.
- Erreichen die Tage der offenen Tür zu wenige?

6. Dienstleistung

6.1 Werbung

- Z.B. Uhland2 liegt zentral an der Neckarbrücke, mitten im Geschehen.
- Persönliche Beratung und Vertrauen in die Qualität sind durch Internet-Geschäfte nicht zu ersetzen.

6.2 Gastronomie

- Tübingen hat rund 300 gastronomische Betriebe.
- Entscheidend wichtig ist die Erreichbarkeit (Parkplätze, Fußwege zur Altstadt)
- Ins Casino kommen 50% Auswärtige, 50% Tübinger. Die Universität verwaltet öffentliche Gelder und rechnet mit spitzem Stift und drückt die Preise.
- Im Trend liegen Examensfeiern, Hochzeiten, Taufen etc.

7. Handwerk

- Größere Aufträge kommen eher von der Stadt als vom Land, Universität oder UKT.
- Großprojekte gehen an Großbetriebe außerhalb.
- Tübinger Handwerker können die Preise nicht senken, weil
- der Großraum Stuttgart sonst noch mehr Arbeitskräfte abzieht,
- Schüler eher zur Uni drängen als eine Ausbildung machen wollen,
- Steuern in Tübingen hoch,
- Aufrüstung des Fuhrparks wegen Umwelt-Plakette teuer.
- Dennoch große Vorteile des lokalen Handwerks:
- Nähe, Zuverlässigkeit, Qualität, Service, Kaufkraftbindung.