



Wilhelmsburg Ulm
Expertenworkshop vom 21.9.2016
Dokumentation

Stand 28.11.2016

Auftraggeber:

Stadt Ulm
Kulturabteilung
Frauenstraße 19
89073 Ulm

Auftragnehmer:

citycom München
Büro für Stadtentwicklung und
Kommunikation
Pfarrer-Grimm-Str. 2
80999 München
Telefon 089-141 7511
info@citycom-muenchen.de

Moderatoren

Ursula Ammermann
Gabriele Krause-Herrmann
Sven Siebert

Fotos: citycom
Titelbild: Stadt Ulm

Inhaltsverzeichnis

A. Ausgangslage und Prozess

1. Ausgangslage	4
2. Der Expertenworkshop	5
2.1. Methode Design Thinking	5
2.2. Arbeitsauftrag und Ablauf	6

B. Die Ergebnisse

1. Sichtbarkeit	8
1.1. Erste Eindrücke, offene Fragen, erste Ideen	8
1.2. Brainstorming als Brainwriting	12
1.3. Konkretisierung ausgewählter Ideen	14
1.3.1. Städtischer Gesamtkontext	14
1.3.2. Kommunikation	15
1.3.3. Aktionen	17
2. Erschließung	19
2.1. Erste Eindrücke, offene Fragen, erste Ideen	19
2.2. Brainstorming als Brainwriting	22
2.3. Konkretisierung ausgewählter Ideen	24
2.3.1. Autofreie WiBu	24
2.3.1.1. Konzept für die äußere Erschließung	24
2.3.1.2. Konzept für die innere Erschließung	25
2.3.2. Zugang zur WiBu	27
2.3.3. Fußweg- und Radwegachsen City – WiBu	28
2.3.4. Erreichbarkeit der WiBu mit dem ÖPNV	30
3. Zwischennutzungen	31
3.1. Erste Eindrücke, offene Fragen, erste Ideen	31
3.2. Brainstorming als Brainwriting	34
3.3. Konkretisierung ausgewählter Ideen	36
3.3.1. Struktur&Konzept	36
3.3.2. Popularisierung	37

C. Anhang

1. Der Weg zum Ergebnis – Design Thinking im Fokus	40
2. Teilnehmerliste	41

A. Ausgangslage und Prozess

1. Ausgangslage

Die Wilhelmsburg in Ulm ist Teil der Wilhelmsfestung, die als die größte Festungsanlage Europas gilt. Sie ist das Herzstück der Bundesfestung Ulm/Neu-Ulm im Ulmer Stadtteil Michelsberg und gehört zu den größten und wenigen gut erhaltenen Festungsbauwerken in Europa. Mit einer Gesamtfläche von 29.000 qm und rund 570 Räumen prägt sie das Ulmer Stadtbild, steht aber auf Grund baulicher Gegebenheiten und der enormen Größe dieses Festungskomplexes zum jetzigen Zeitpunkt weitestgehend leer und wird nur zeitweise für Theateraufführungen (Theatersommer) genutzt.

Die Stadt Ulm möchte die Wilhelmsburg mit ihrem großen Potenzial beleben, sie wieder zu einer dauerhaften Nutzung zuführen und an den Stadtkörper anbinden. Über viele Jahre hinweg existierte kein Gesamtkonzept, das die Möglichkeiten und Herausforderungen einer denkmalverträglichen und nachhaltigen Belebung des Areals durch verschiedenerlei Nutzung auslotet. Um dies zu ändern, hat die Stadt Ulm im Oktober 2014 einen Entwicklungs- und Beteiligungsprozess angestoßen. Ergebnisse sind drei vom Büro Weeber+Partner in Stuttgart entwickelte Szenarien mit unterschiedlichen Schwerpunkten:

- Kulturburg
- Friedensburg
- Wissensburg

Der Ulmer Gemeinderat hat im November 2015 ein erstes Nutzungskonzept mit diesen drei Szenarien für die Wilhelmsburg verabschiedet. Auftrag des Gemeinderats ist, die drei Szenarien ergebnisoffen voranzutreiben.

Das Projekt Wilhelmsburg wurde im Rahmen des Wettbewerbs „Project Space: Wilhelmsburg 2017“ ausgewählt und prämiert. Es erhält damit eine Förderung durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit im Rahmen des Bundesprogramms „Nationale Projekte des Städtebaus“. Für die inhaltliche Fortentwicklung der Burg wurden durch die Kulturabteilung der Stadt Ulm drei aktive Phasen für die Jahre 2016 bis 2018 entwickelt und von der Abteilung federführend umgesetzt. Der Open Space 2016 enthielt verschiedene Bausteine, z.B. Fortführung der Bürgerbeteiligung im Rahmen des Tages der Städtebauförderungen und des Tages der Festung sowie die Entwicklung einer WiBu-App für PC, Smartphones etc.

Der nächste wichtige Baustein in dem langfristigen Prozess zur Belebung und Nutzung der Wilhelmsburg war der Expertenworkshop mit externen und lokalen Expertinnen und Experten. Für die Umsetzung der Konzeption, die Moderation und Dokumentation des Workshops sowie Ableitung entsprechender Handlungsempfehlungen aus selbigem Workshop wurde das Büro citycom aus München beauftragt.

2. Der Expertenworkshop

Ganz unabhängig davon, welches der drei Szenarien – Kulturburg, Friedensburg, Wissensburg – später verwirklicht wird, wurden im Expertenworkshop grundlegende Fragestellungen bearbeitet, damit überhaupt eine Nutzung und Belebung der Wilhelmsburg stattfinden kann. Dies betrifft die Bereiche:

- Sichtbarkeit – Wie machen wir die Wilhelmsburg sichtbar? Wie wächst sie visuell mit Ulm und den Menschen zusammen?
- Erschließung - Wie erschließen wir sie? Wie erreichen Besucherinnen und Besucher die Wilhelmsburg und wie lenken wir die Besucherströme?
- Zwischennutzungen - Welche Lösungen bietet sich an für Zwischennutzungen? Wie entsteht aus Zwischennutzungen etwas Langfristiges?

Aufgabe an die Experten¹ war, langfristige Ideen und Lösungen bis 2030 sowie Ideen und Lösungen, die schnell und kostengünstig bereits 2017 umgesetzt werden können, für diese Fragestellungen zu entwickeln.

37 Experten wurden dazu entsprechend ihrer Profession und Kompetenz gezielt eingeladen und auf drei Teams aufgeteilt, die den Themen Sichtbarkeit, Erschließung und Zwischennutzungen entsprachen. Die Liste der Teilnehmenden befindet sich im Anhang.

Der Expertenworkshop fand am 21.9.2016 ganztags im Kornhaus in Ulm statt.

2.1. Methode Design Thinking

Die Entwicklung von Lösungen ist ein kreativer Prozess, der eine entsprechende Dichte in der Diskussion der Teilnehmer benötigt. Für den Workshop selbst boten sich, wie im Konzept der Kulturabteilung zum Open Space Baustein 2016 vorgesehen, methodisch partizipative Methoden und Schritte aus dem Design Thinking an. Design Thinking ist ein multidisziplinärer Ansatz zum Finden innovativer Lösungen für komplexe Probleme. Der Nutzer, in diesem Falle die Wilhelmsburg, steht im Zentrum dieses Innovationsprozesses. Die Herausforderung der Methode bestand für das Moderationsteam und die Experten darin, diesen zeitintensiven, oft mehrere Tage und Wochen dauernden Prozess in seinen wichtigsten Phasen in einem Tag durchzuführen. Diese Schritte aus dem Design Thinking Prozess wurden angewendet, zeitlich optimiert und komprimiert:

1. Schritt: Bildung eines interdisziplinären Teams

Die drei Teams - Sichtbarkeit, Erschließung, Zwischennutzung - setzten sich aus unterschiedlichen Wissens- und Erfahrungsgebieten zusammen: Akteure aus Ulm, dazu zählten die direkten Nachbarn, Künstler, Experten aus der Stadtverwaltung, Denkmalschutz, Naturschutz, Bundeswehr, Stadtwerke u.a., externe Experten aus anderen Städten und Professionen, deren Kompetenz von der Lichtgestaltung, über Besucherlenkung, über die Revitalisierung von alten Industriearealen, Kreativwirtschaft, Sichtbarmachung, neue Mobilitätskonzepte, Architektur bis zum Umgang mit Zwischennutzungen reicht. In jedem der drei Teams näherten sich die Experten aus unterschiedlichen

¹ Die in diesem Text verwendete männliche Form gilt für Personen beiderlei Geschlechts

Blickwinkeln gemeinsam dem Thema: Experten, die das Problem konkret definieren können, Experten, die lokal und extern ähnliche Aufgabenstellungen bearbeitet haben, Querdenker aus den unterschiedlichsten Bereichen. Alle hatten zum Ziel, das jeweilige Thema lösungsorientiert voranzubringen.

2. Schritt: Problem verstehen, Sammeln von Fakten und Aufzeigen von Problemen und Zwängen.

Dazu wurden Unterlagen, Luftbilder, Pläne, Grundrisse zur Burg, zur Erschließung und zur inneren Struktur den Teilnehmenden als Handout und als Arbeitsgrundlage zur Verfügung gestellt. Über eine ca. zweistündige Besichtigung und Begehung der Wilhelmsburg und ihrer Umgebung wurden die Unterlagen um eigene Eindrücke der Experten angereichert. Die Begehung fand bereits in den Teams Erschließung, Sichtbarkeit und Zwischennutzungen auf eigenen, speziell für die Problemstellung und die Herausforderung des Themenfelds von der Kulturabteilung entwickelten Routen statt. Die Experten erhielten den Arbeitsauftrag, ihre persönlichen Eindrücke während der Besichtigung festzuhalten und anschließend am Veranstaltungsort zusammenzutragen und gruppenintern- und gruppenübergreifend zu ergänzen.

3. Schritt: Das Finden möglichst vieler Ideen und Realitätscheck

Das Brainstorming erfolgte als Brainwriting in den Teams Sichtbarkeit, Erschließung und Zwischen-nutzung. Die Ideen aus dem 2. Schritt flossen mit ein. Die besten Ideen aus dem Brainstorming wurden zur Weiterarbeit ausgewählt und einem Realitätscheck unterworfen. Der Start ins Brainstorming war ein gemeinsamer Blick mit dem vom Moderationsteam eigens entwickelten fiktiven Teilnehmer „Ulmer Weitblick“ auf die Wilhelmsburg im Jahre 2030. Dieser „Experte“ wurde ganz bewusst wegen seiner Symbolkraft eingeladen. Er repräsentiert Ermutigung für das neue Vorhaben vor dem Hintergrund, was in Ulm an großen Leistungen erbracht wurde, die heute wirksam sind und in die Zukunft reichen. Gleichzeitig steht er für Nachhaltigkeit, für die Einordnung möglicher Projekte in einen größeren Zusammenhang und für die Überprüfungen an den realen Rahmenbedingungen. Der Ulmer Weitblick ist zugleich Visionär und Realist.

4. Schritt: das Umsetzen ausgewählter Ideen (Prototyping)

In Arbeitsgruppen innerhalb jeder der drei Teams wurden die besten Ideen vertieft und überlegt, wie diese Ideen konkret umgesetzt werden können. Am Ende dieser intensiven Arbeit standen möglichst konkrete Lösungen als erste Schritte für 2017 und langfristige Lösungskonzepte für 2030. Vielfältige Materialien zum Prototyping standen zur Verfügung.

2.2. Arbeitsauftrag und Ablauf

Der Arbeitsauftrag an alle drei Teams lautete:

1. Entwickeln Sie langfristige und kurzfristige Ideen und Lösungen für die Verbesserung der aktuellen Situation
2. Überlegen Sie die ersten Schritte für die Umsetzung dieser Ideen, Lösungen

Jedes Team konnte für seine Schritte im Design Thinking-Prozess auf diese, durch die Kulturabteilung bereits für den Tag der Bundesfestung entworfenen Visionen zurückgreifen:

Erschließung:

Jedes Wochenende kommen zahlreiche Besucherinnen und Besucher auf die Wilhelmsburg. Es gibt keine Verkehrsprobleme, keine Parkplatzschwierigkeiten und keinerlei Beeinträchtigungen für die Anwohnerinnen und Anwohner.

Zwischennutzungen:

Bislang fehlen in der gesamten Wilhelmsburg Fenster, Strom und Wasser. Abgesehen vom Musterflügel im EG befinden sich die 570 Räume im Rohbauzustand. Der Plan: Im Jahr 2020 ist der Kehlurm erschlossen und ausgebaut.

Sichtbarkeit:

Die Wilhelmsburg thront als Krone der Stadt weithin sichtbar über Ulm.

5. Schritt: Ergebnispräsentation

Jedes Team präsentierte seine Ergebnisse den anderen Teams, den dazukommenden Gemeinderäten, Bürgermeisterin Iris Mann und Bürgermeister Tim von Winning.

Abb.1 Ablauf Expertenworkshop am 21.9.2016

9.00	Begrüßung, Ziele, Ablauf, Methodik Design Thinking, Kennenlernen
9.30	Erkundung: Wilhelmsburg und Umgebung
11.30	Gemeinsame Bestandsaufnahme: Unsere ersten Eindrücke
12.15	<i>Mittagessen</i>
13.00	Brainstorming: Ideen entwickeln und auswählen
15.00	<i>Pause</i>
15.15	Umsetzung: Ausgewählte Ideen in Projektskizzen umsetzen, Ergebnispräsentation vorbereiten
17.45	<i>Pause</i>
18.00	Präsentation der Ergebnisse vor dem Plenum und dem Ulmer Gemeinderat
19.00	Ende

B. Die Ergebnisse

1. Sichtbarkeit

1.1. Erste Eindrücke, offene Fragen, erste Ideen

Die einzelnen Etappen der thematischen Begehung boten Impulse für einen intensiven Austausch zu Wahrnehmungen, Eindrücken, Fragen, Möglichkeiten und Ideen. Die Eindrücke während der Busfahrt, die gemeinsamen Fußwege rund um die Burg, der Gang hinauf auf den Kehlurm, der intensive Austausch mit den inputgebenden Experten und untereinander waren Inspiration für den weiteren Verlauf der Workshoparbeit.

Beim Austausch der Experten zu den ersten Eindrücken war immer wieder zu hören, der Bezug der Wilhelmsburg zur Innenstadt sei nicht präsent – nicht nur durch die fehlende Sichtbarkeit der Burg an sich, sondern auch durch fehlende Wegmarken und Hinweise von der Stadt aus. Die Frage „was fehlt?“ führte aber auch im Gegenzug zu der Frage „was ist reizvoll?“ Die imposante Architektur und ihre Einbettung in die umgebende Natur wurden als faszinierend erlebt. Hierzu fielen Begriffe wie romantisch, verborgen, Herzstück, Wechselspiel zwischen Architektur und Natur. Erste Ideen mit dem Ziel der verbesserten Sichtbarkeit wurden zu diesem Zeitpunkt schon im Ansatz geäußert: Es ging um Lichtelemente, Sichtachsen, Teilfreilegung, vertikale Hingucker, Kennzeichnung der Wege, Sichtbarkeit zum Kehlurm bzw. vom Kehlurm aus auf Stadt und Umland, Gastronomie „on top“ als besondere Attraktion. Ferner wurde deutlich, dass dem Aspekt der Wahrnehmung der Burg im Bewusstsein der Öffentlichkeit ein besonders hoher und übergeordneter Stellenwert eingeräumt wurde.

In dem Zusammenhang wurde die zentrale Frage nach Projektstruktur und -marketing erhoben – wer würde für die Umsetzung der Ideen zeichnen? Detailfragen tauchten auf: Was könnte an Bäumen entfernt werden? Wie ist die Haltung des Bund Naturschutz und des Förderkreises Bundesfestung Ulm? Welches wären strategisch günstige Punkte für Wegmarken? Wer würde sich konkret um die entsprechenden Realisierungen kümmern?

Auch schriftlich notierten die Experten unterwegs ihre Eindrücke, Fragen und Ideen, welche später an der Arbeitswand zu lesen waren und von der Moderation in eine gedankliche Ordnung gesetzt wurden. Folgendes verblieb hier für den Nachmittag und bildete das Reservoir für den später so definierten Gedankenspeicher. - Eine größere Anzahl weiterer Ideen und Fragen fand den Weg auf den Arbeitstisch in der Phase der Gruppenarbeit (siehe unten) mit Hinblick auf den Arbeitsauftrag. Es folgt eine Auflistung von spontanen, fragmentarischen Notizen der Teilnehmenden; sie wurden 1:1 übernommen und zur besseren Verständlichkeit an manchen Stellen von der Moderation ergänzt:

1. Erste Eindrücke

Sichtbarkeit von der Stadt aus und von der Burg hinab zur Stadt

- Vom Hbf aus/ Brücke keine Hinweise / keine Sichtbarkeit (nur Fahnenmast und Aussichtsturm)
- Vom Münster und Hbf aus keine Sichtbarkeit

- Tolle Aussichtsterrasse auf dem flachen Dachbereich, der vom Kehlturn aus zu erreichen ist
- Blick zum/vom Münster eingeschränkt, keine Beschilderungen
- Nicht präsent in der Stadt, da kaum sichtbar
(Erläuterung: Dies war früher anders. Auf alten Stichen, die mitgeführt wurden, war die Wilhelmsburg gut sichtbar. Das neue Stadtbild ist hingegen von höherer Bebauung, andererseits von hochgewachsenem Baumbestand im Sichtfeld zur Burg geprägt.)
- Ohne entspr. Hinweis nicht von der Innenstadt aus sichtbar
- Selbst von der B10 aus nicht erkennbar
- Bebauung (im inneren Stadtbereich) hat großen Abstand zur Burg
- Kehlturn sehr verborgen;
man sieht ihn nicht von der Stadt aus, und auch auf dem Weg Burg – sei es per Straße oder Fußweg – sieht man ihn erst, wenn man fast angekommen ist.
- Bezug zur Stadt durch heruntergehende Flanken der Glacis-Mauer (Unterbrechung Richtung Ikea, B10)



Abb. 2 Eindrücke aus der Besichtigung

Was durch die Architektur der Burg sichtbar und erlebbar wird

- Helles und imposantes/massives Gebäude
- Burg und Festung ist horizontal mit nur wenigen großen vertikalen Aspekten
- Andere größere Gebäude auch im Blickfeld
- Burg selbst wirkt geheimnisvoll
- Friedlich, ruhig
- Atmosphäre faszinierend, aber wirkt auch geschlossen
- ... aber das Großartige und das Romantische der Architektur muss erhalten und verstärkt werden
- Fenster geschlossen - Unzugänglichkeit
- Kehlurm: Herzstück - Terrasse - Ausguck - Mitte
- Historische Beziehungen (Mauerflanken) wurden unterbrochen

2. Offene Fragen

Übergeordnete Fragen: Projektstruktur und -marketing

- Umsetzung - wer? - Projektstruktur?
- Klärung des Nutzens für die Stadtgesellschaft – welcher Bedarf ist überhaupt da?
- Wie soll die Wilhelmsburg in das Tourismus-Marketing zukünftig integriert werden?
- Wieviel Geschichte bleibt sichtbar? Konservieren / überformen?
- Hat Ulm den Mut, in die Liga Koblenz, Würzburg, Weissenberg, Erfurt, Jülich, Spandau, Luxemburg ... aufzusteigen ?
- Naming: Begriff „Burg“ irreführend (?)

Detailfragen bzgl. möglicher konkreter Umsetzungen

- Welche Punkte in der Stadt sind wichtige Blickpunkte, wo die Burg sichtbar ist?
- Knotenpunkte (Plätze in der Stadt) und Sichtachsen (Straßen, z.B. B 10) zur Stadt?
- Wie wird über den Festungsweg/ Schmetterlingsweg aktuell informiert?
- Bäume fällen? Geschützte Bereiche, Biotop im Süden; Glaciswälder/ geschichtliche Bedeutung
- Was muss an der WiBu unsichtbar gemacht werden? (... *eine kreativ-querdenkende Frage*)
- Ist Wohnen auf der Burg wirklich erwünscht? (... *ebenso*)
- Welche Tiere müssen geschützt werden?

3. Ideen

Ideen zu übergeordnete Ideen und Grundhaltungen im Gesamtkontext Stadt Ulm

- Sichtbarkeit nachhaltig – im Stadtraum (Vernetzung)
- Langfristigkeit – Ernsthaftigkeit – Wertigkeit
- Optisch im Bewusstsein
- Man muss von oben auf die Stadt gucken können
- Anreize zur Begehbarkeit des Ortes schaffen
- Wechselspiel Gesamtareal/ Gesamtbauwerk – fragmentarische Nutzungen

Ideen zur Sichtbarmachen im Bewusstsein der Öffentlichkeit

- Ein Zeichen für die Burg → was stattfindet, visuell und virtuell präsent machen
- Zeichen → Wiedererkennbarkeit „offener Rahmen“ „riesiges Tor“ → füllen; „Anker“ „Satellit“
- Marketingkonzept: Warum ist die WiBu so besonders? Leute mitnehmen. Mittel-Aquise
- Sichtbarkeit im Internet
- Website ausbauen, neue Ulmseite nutzen, Themenjahr
- Website der Stadt muss auf die Burg aufmerksam machen
- Die Burg mit Themen verbinden Storytelling
- Kamerasicht im Internet; neugierig machen → da will ich hin!
- Innerstädtisch mit Bild und Wort Burg bekannt machen

Einzelne Ideen

- Sicht – Bauliches – Kunst – tragende Werte
- Fragmentarisch → moderne Interventionen (Bilder: Mobile, Satelliten)
- Fahnenmasten erhöhen
- Die neue Nutzung müsste sich auch durch zusätzl./ neue architektonische Elemente visualisieren → Verträglichkeit Denkmalschutz, „Abstand halten“, Respekt vor dem Original“
- Teilweise Überdachung, höher betont zur Sichtbarmachung, aber auch als Schutz bei Theatervorführungen und Events
- Mit flexiblen Installationen / Kunst in die Höhe gehen → Blickfang
- Kehlurm müsste als „Krone“ sichtbar gemacht werden
- Turm verändern (außerhalb der Burg), als Aussichtsturm nutzen (kurz- und mittelfristig)
- Sichtachsen schaffen wichtig: Münster - Wilhelmsburg
- Fühler ausstrecken
- Lichtprojektionen auf die Burg und den Wald
- Grundriss in den Himmel projizieren
- Ballon schwebt über Burg - Fahne noch größer
- Bäume: Nur als/ für Sichtkorridore entfernen
- Baumopfer so minimal wie möglich halten
- Klimaschonend und -schützend vorgehen. D.h. sowohl innerhalb des Gebäudes als auch im „Wald“außerhalb
- Freigelegtes Mauerwerk erhalten „WOW“-Effekt durch rustikalen Charme
- Einheitliche bauliche Gestaltung der Innenbereiche (Decken, Werbemaßnahmen) andenken
- Gaststätte Gastronomie im Innenbereich
- ÖPNV regeln
- Freistellung nur minimal (Sichtkorridor) Ulm hat das „friedliche“ Münster
- Individualverkehr in der Planung gering halten SAM an Haltestelle – fährt bedarfsorientiert
- Seilbahn

1.2. Brainstorming als Brainwriting

Grundlage für die Phase des Brainwriting waren zunächst die Inspirationen aus der thematischen Begehung. Ideen und Erkenntnisse kamen auf diese Weise in Umlauf, führten zu Anreicherungen und Austausch und bildeten das Reservoir an Kompetenz, Expertise und Kreativität, aus dem im weiteren Verlauf der Workshop-Arbeit zu schöpfen war.

Der Gesprächsverlauf war dadurch charakterisiert, dass eine Reihe von sehr konkreten, auch kurzfristig umsetzbaren Vorschlägen immer wieder zu grundsätzlichen und übergeordneten Themen und Haltungen hinführte, kontinuierlich eingerahmt durch die offene Frage der Projektstruktur als Grundvoraussetzung weiteren Vorgehens. Gleichzeitig lief die Realitätsprüfung der eingebrachten Ideen mit. Dieses komplexe Spannungsfeld erzeugte eine sehr lebhaft Diskussions:

Was bedeutet die Wilhelmsburg für die Stadtgesellschaft Ulm – wie wird sie als Bauwerk und in ihrer Bedeutung sichtbar – wie wird das kommuniziert – und welche konkreten Aktionen setzen die Wilhelmsburg in Wert und Wahrnehmung? Was sagt der Ulmer Weitblick dazu?

Sehr intensiv wurde die Gelegenheit genutzt, dass die Experten und Akteure vor Ort sich mit auswärtigen Experten austauschen konnten. Die Fragen: `Was würde aus Ihrer Erfahrung zu Ulm passen` und `was sind Ihre Erfahrungen bei der Umsetzung` trafen in fruchtbarer Weise zusammen.

Die folgenden Diskussionsschwerpunkte ergaben sich auf Grundlage von weiteren, jetzt speziell ausgewählten Notizen von der thematischen Begehung am Vormittag; sie wurden im Brainwriting angereichert. Auch hier sind die Notizen 1:1 dargestellt.

- **Die Wilhelmsburg ins Bewusstsein holen;** als was holen wir sie ins Bewusstsein?
- Verankerung in der Bevölkerung - reicht Ulms urbanes Gefühl bis zur Burg?
- **Stadtmarketing:** Das Thema WiBu muß mit Leben und Inhalten gefüllt werden – Stadtidentität – emotionales Ziel beim Marketing – Menschen und ihre Geschichten → Storytelling → Leute mitnehmen → Wahrnehmung, dass die WiBu eine „große Sache“ ist in ihrer Stadt
- **„Marke“** Wilhelmsburg: visuelle und virtuelle Zeichen zur Wiedererkennbarkeit in einem lebendigen Prozess mit wechselnden Inhalten
- **städtischer Gesamtkontext: Integration in Landschaft und Naturraum** - die WiBu und ihre Umgebung als Naturraum und urbanen Raum begreifen und gestalten; behutsamer Umgang mit Naturraum; neue Sichtachsen aufmachen; Teilfreilegung der Kehle; Landschaftspark; schöne Natureinbettung teils beibehalten; Verborgenes bringt Überraschungseffekte;
- die Architektur offener und lichter machen: z.B. Architektur aus Transparenz und Licht im
- Innenraum der Burg, die diese überragt und weithin sichtbar macht .
- **Einbettung in Tradition und Geschichte:** Altes und Neues nebeneinander: Burg als Zeitzeuge, Historie – → neue Nutzungen → die Faszination des Bestehenden aufgreifen und fragmentarisch bespielen
- **visuell neugierig machen:** visuelle Ankerpunkte an zentralen Orten in der Stadt („Fingerzeig“) – Sichtachsen und Verbindungen, Sichtbezüge schaffen, Wege und Hinweise in Apps integrieren, Hinweise an Autobahn und B 10

- → durch **Licht** – Wege zur Burg mit Licht bespielen - dezente Grundbeleuchtung - Bauwerkteile illuminieren - ztw. Effektbeleuchtung der Burg - Lichtgraben – Lichtwasserfall – Lichtnetzwerk in der Stadt
- → durch **Wegzeichen**: die Festungsnummerierungen nutzen: römische Zahlen XII für Ulm
- Festung als Gliederungselement des Stadtraumes akzeptieren und nutzen, über Zahlen den
 - räumlichen und historischen Zusammenhang herstellen,
- → durch **wechselnde Wahrnehmung**: ständige Elemente angereichert mit wechselnden Elementen der Sichtbarmachung
- **Wahrnehmung durch Kunst**: Raumkunst, Walk of modern Art, geeignet für großformatige Kunstwerke, temporäre Projekte → *konkret*:
 - → „den Bürger auf der Straße“ neugierig machen: Beispiel Kunstaktion „Krokodile in den Burggraben“ → Bildzeitung informieren - Reflektion der Funktion als provozierendes Kunstwerk
- ... **und kurzfristige Aktionen/ fragmentarische Nutzungen**. Baustellenführungen, Burgführungen, Familienpicknick, Ergänzung des Theatersommers, mobiles Cafe etc.
- Außer Theaterfestival: Musikfestival, Lichtkunstfestival, Handwerkermarkt, Zeltlager, Zirkuszelt
- Bespielung durch Freie Theater

Die Moderation formulierte Oberbegriffe, die unter Beteiligung aus der Expertenrunde zu drei Clustern geordnet wurden. Hieraus ergaben sich die **Themenschwerpunkte** für die anschließende Arbeitsgruppenarbeit:

Cluster 1 **Städtischer Gesamtkontext**

- Verbindung mit Grün im urbanen Raum
- Integration in Landschaftspark
- WiBu Stadtraum
- Architektur

Cluster 2 **Kommunikation**

- Verankerung im Stadtraum
- Kommunikation, mit Leben füllen
- Präsenz durch virtuelle Wahrnehmung

Cluster 3 **Aktionen**

- durch Aktionen „in Wert setzen“
- Sichtbezüge
- Wahrnehmung durch Kunst

Das Team bearbeitete alle drei Themenfelder. In dieser Phase ging es darum, Schwerpunkte zu setzen, Vorhaben auszuwählen, konkrete Herangehensweisen zu definieren und Wege „von der Idee zur Lösung“ zu bearbeiten.

Abschließend trafen sich die Experten noch einmal am runden Tisch: „Sichtbarmachung“ der Ergebnisse, Reflektion der Arbeit, Überprüfung offener Fragen – das waren die Kernpunkte des abschließenden Austauschs. Von der Position des Ulmer Weitblicks aus wurde nochmals die

Bedeutung einer übergeordneten Projektstruktur hervorgehoben. Alle Notizen, die noch als Postits auf der Arbeitswand nach der Exkursion verblieben waren – bzw. alle damit verbundenen Themen, die an diesem Tag aus Zeitgründen nicht bearbeitet werden konnten – sollten nach dem Wunsch der Teilnehmer in den Gedankenspeicher für die Stadt Ulm einfließen.

1.3. Konkretisierung ausgewählter Ideen

Die i. F. dargestellten Ergebnisse der ausgewählten Ideen „städtischer Gesamtkontext“, „Kommunikation“ und „Aktionen“ sind als Gesamtbild für das Thema Sichtbarkeit zu betrachten, welches sich verzahnt mit den Themenfeldern Erschließung und Zwischennutzungen.

1.3.1. Städtischer Gesamtkontext

Die Arbeitsgruppe benannte diese Untertitel: Architektur - Integration in Landschaftspark - Wilhelmsburg Stadtraum - Verbindung mit Grün im urbanen Raum

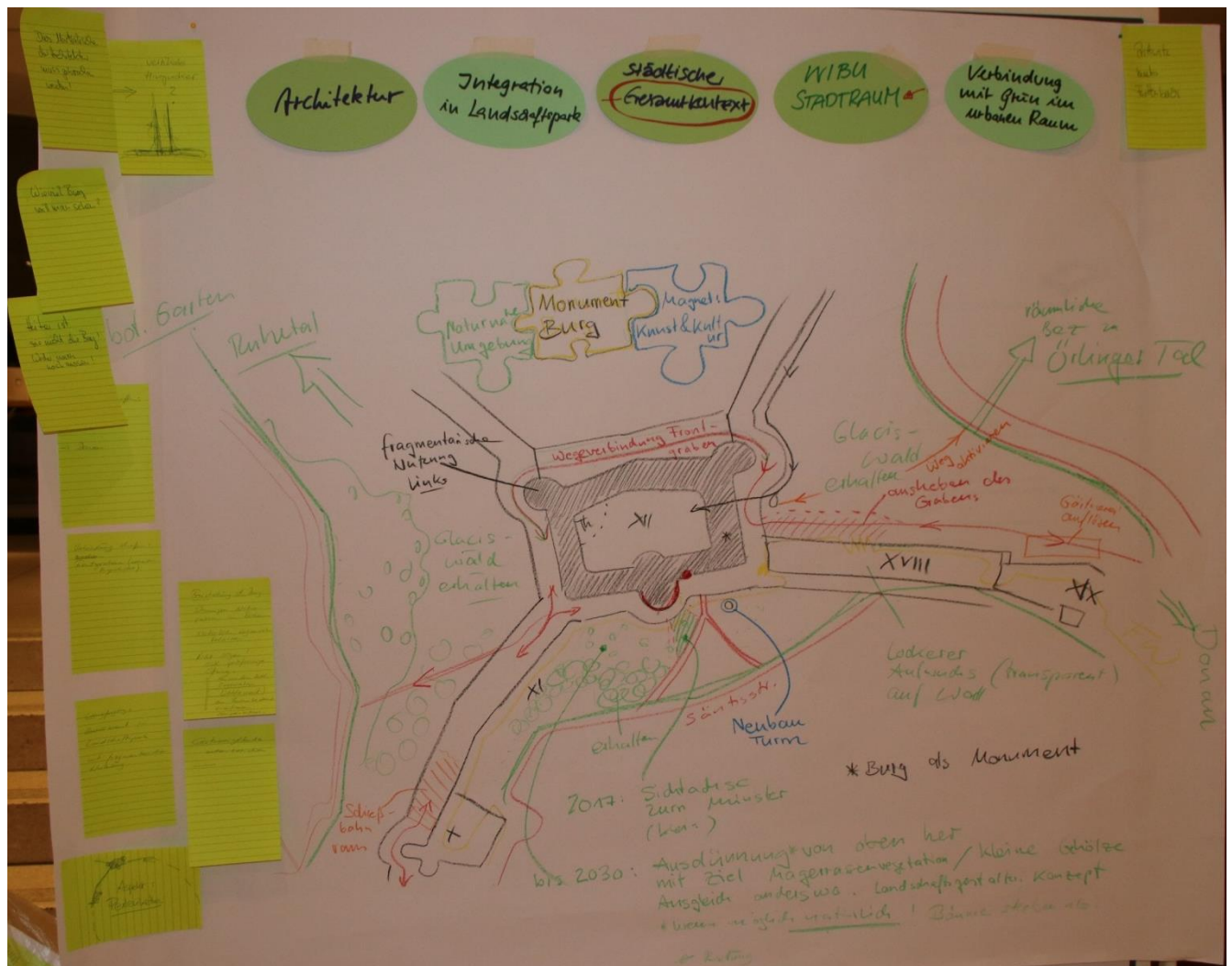


Abb. 3 Städtischer Gesamtkontext - Ideenkonkretisierung

Langfristige Lösungen

mit der Zeitmarke 2030, sollen - wie in einem Puzzle - das Monument Burg, eine naturnahe Umgebung im Sinne eines Landschaftsparks sowie ein Magnet durch Kunst und Kultur in fragmentarischer Nutzung ineinandergreifen.

Baumbestand und Naturraum

Weiterhin soll es einen stimmigen Naturraum im Süden geben, der organisch belassen wird. Im Laufe der Jahre wird es Ausdünnungen von oben geben. Diese sollten sich möglichst natürlich entwickeln, indem Bäume absterben bzw. soll es für etwa entfernte Bäume einen Ausgleich an anderer Stelle geben. Ziel im südlichen Bereich ist eine Magerrasenvegetation mit kleinen Gehölzen. Der Glaciswald im Osten und Westen der Wilhelmsburg soll wegen seines historischen Kontextes erhalten werden.

Bauwerk

Das „Martialische der Architektur muss gebrochen werden“ (Zitat) - dies bedeutet, optisch bzw. baulich vertikale Hingucker zu schaffen. - Insbesondere der linke Burgturm soll genutzt und bespielt werden. - Der freistehende Aussichtsturm soll ggf. neu und funktionstüchtiger gebaut werden.

Wege, Wegmarken und Sichtachsen

Es sollen Wege und Sichtachsen zur und von der Burg geschaffen werden, die z.B. den Blick zum Münster und zur Donau, das Örlinger Tal etc. frei geben. Die Schießbahn und die Gärtnerei sollen längerfristig weichen. Wegeverbindungen um die Burg herum sollen durch Freilegung des Frontgrabens und durch Ertüchtigung des alten Fußweges östlich der Burg entstehen. Als Wegmarken sollen die römischen Zahlen des gesamten Festungsringes systematisch eingesetzt werden. So entsteht das Bild einer Perlenkette rund um die Stadt Ulm herum.

Kurzfristige Lösungen

Bereits im Jahre 2017, soll eine (schmale) Sichtachse zum Münster geschaffen werden. Konkret kann dies geschehen durch eine evtl. spaltförmige Öffnung, die sich am Baumbestand orientiert. Lösungen und Kompensationen kann es auch durch Lichtelemente geben. Auch die oben erwähnten „vertikalen Hingucker“ können bereits 2017 durch Elemente von Lichtkunst geschaffen werden. Ebenfalls kurzfristig möglich ist es, mit den oben genannten Wegeverbindungen und Wegmarken zu beginnen.

1.3.2. Kommunikation

Die Arbeitsgruppe benannte als Untertitel: Prozessbegleitend - Verankerung im Stadtraum - Kommunikation, mit Leben füllen - Präsenz durch virtuelle Wahrnehmung

Langfristige Lösungen

(Zeitmarke 2030) ist das Ziel, die Wilhelmsburg sichtbar im Stadtraum zu verankern, sie in die Öffentlichkeit und in die Köpfe zu bringen, den Bekanntheitsgrad zu steigern und das Unternehmen Wilhelmsburg mit Leben zu füllen. Kommuniziert werden soll die Wilhelmsburg als „Marke“, als eine Art virtueller Rahmen, der immer neu gefüllt werden kann.

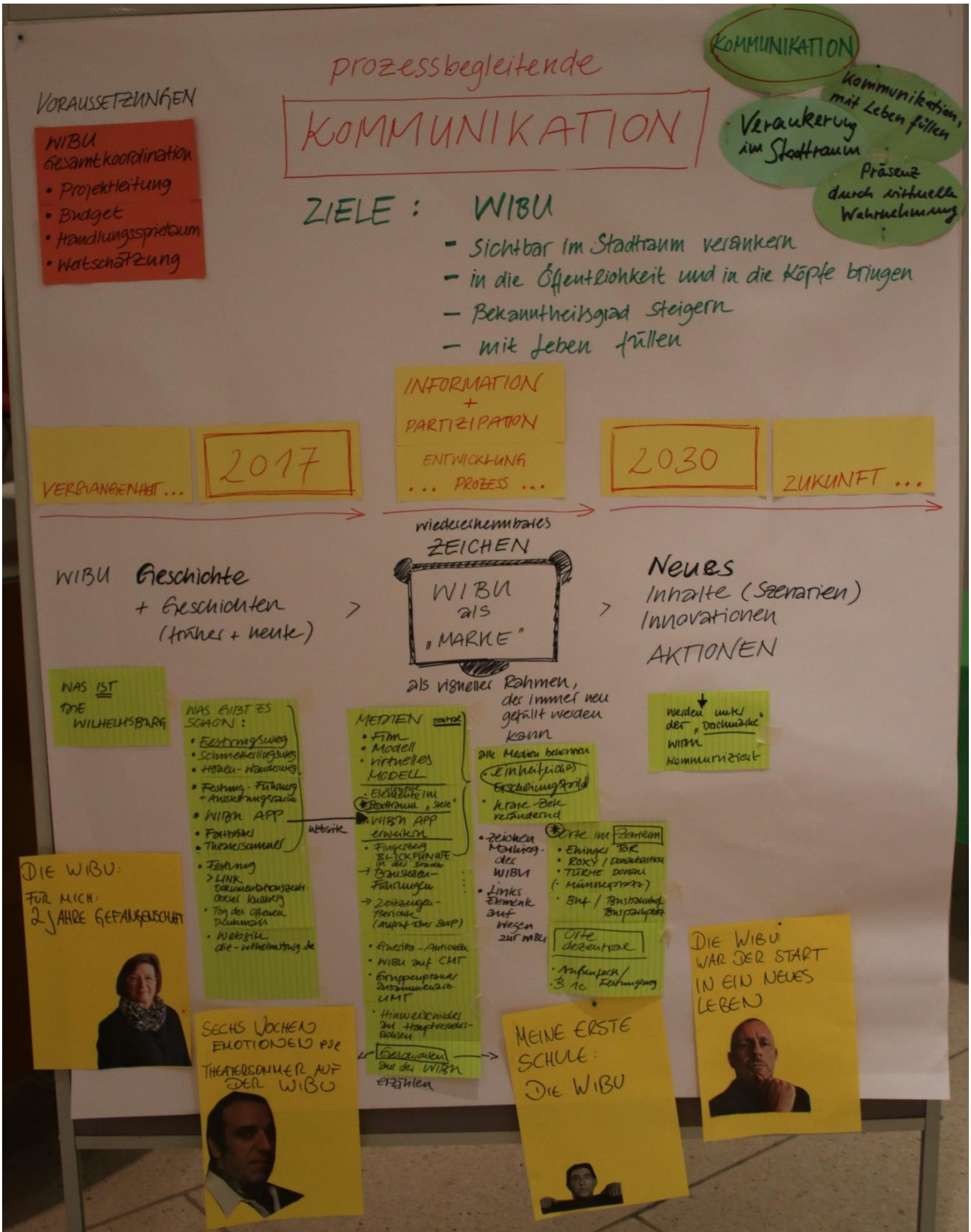


Abb. 4 Prozessbegleitende Kommunikation

Voraussetzung hierfür ist eine WiBu-Gesamtkoordination mit Projektleitung, Budget, Handlungsspielräumen und angemessener Wertschätzung des Projektes.

Will man die „Marke“ entwickeln und sie mit Zeichen der Wiedererkennung ausstatten, braucht es einen Entwicklungsprozess unter den Aspekten Information und Partizipation; einen Weg mit Blick zurück in die Historie, welcher die Geschichte und die Geschichten der Vergangenheit einbezieht und für die Zukunft - mit Zeitmarke 2017 - Neues an Inhalten, Szenarien, Innovationen bereithält und hierfür konkrete Aktionen verlangt.

Es ist mit der Frage zu arbeiten: „Was ist die Wilhelmsburg?“ Was ist sie in den Köpfen der Menschen, was ist sie in ihrer Erinnerung? - Nächste Frage ist: „Was gibt es schon?“ Was ist schon alles da, worauf aufgebaut werden kann? So gibt es bereits den Schmetterlingsweg, den Höhenwanderweg, den Festungsweg.... in der Burg selber gibt es Führungen, den Ausstellungsraum, den Theatersommer, den Tag des Offenen Denkmals.... es gibt die WiBu-App, die Website der Wilhelmsburg.de, diverse Links..... Alles, was schon da ist, lässt sich aufgreifen, fortentwickeln und mit innovativen Elementen erweitern – sei es im virtuellen Kontext – sei es mit realen Erlebnissen – sei es mit konkreten optischen Zeichen.

Kurzfristige Lösungen

Bereits ab 2017 können Baustellen-Führungen angeboten werden, ein Film gedreht, die WiBu-App erweitert werden, Zeitzeugenberichte und erlebte Geschichten ins Netz gehen; von der Stadt aus kann es Fingerzeige und Blickpunkte geben, „Stelen“ im Stadtzentrum (Münsterplatz, Bahnhof, Busbahnhof, Roxy, Donau /Türme, Ehinger Tor). Auch an dezentralen Orten soll es Sichtzeichen geben, außerdem Hinweistafeln an den Hauptverkehrsachsen. Alles, was an konkreten Aktionen geschieht, bei entsprechender personeller Ausstattung, wird unter der Dachmarke „WiBu“ kommuniziert. Mit einem einheitlichen Erscheinungsbild. Medien werden ein zentrale Rolle dabei spielen.

1.3.3. Aktionen

Es wurden diese Untertitel angereichert: Sichtbezüge - Wahrnehmung durch Kunst - durch Aktionen in Wert setzen - Bestehendes lassen / fragmentarisch nutzen.

Das Thema ´Aktionen` rund um die Wilhelmsburg bedeutet eine konkret-pragmatische Herangehensweise mit Fokus auf **kurzfristig** realisierbaren Ideen, die gleichwohl Teil einer übergeordneten, langfristig ausgerichteten Konzeption sind und im direkten Zusammenhang mit den anderen zwei Schwerpunktthemen `städtischer Gesamtkontext` und `Kommunikation` zu sehen sind. Die Wahrnehmung der Wilhelmsburg durch Sichtbezüge und Kunstprojekte zu fördern, sie durch Aktionen in Wert zu setzen und konsequent an Bestehendes anzuknüpfen, das schon als positives Bild und Erfahrung in den Menschen verankert ist - das ist der Hintergrund für die folgenden griffigen Aktionsvorschläge.

Bestehendes aufgreifen

Schon im Gesamtteam erfolgte der provozierende Aufruf „Krokodile in den Burggraben!“ und dann die Bildzeitung informieren! Dieses kleine Beispiel zeigt, wie es gehen kann, Menschen zum Schmunzeln zu bringen, Neugier zu wecken, indem man Bezug nimmt auf ihre Lebenswelt und etwas gänzlich Ungewohntes damit verknüpft – und kommuniziert.

Auch die Arbeitsgruppe arbeitete mit dem Kontext, wie sich Bestehendes aufgreifen und innovativ weiterentwickeln lässt. Im Ergebnis findet sich eine Reihe von Vorschlägen, die als kurzfristig realisierbar mit wenig Aufwand erachtet wurden: Kiosk oder Cafe-Wagen, Fackelführungen, Baustellenführungen, Aktionen rund um den Theatersommer wie z.B. Kinder- und Jugendzirkus-Festival, Picknick-Konzert, Kunsthandwerker-Markt, temporäre Kunstaussstellung.

Neues Element

Neues Element der möglichen Aktionen ist der Schwerpunkt Licht; auch diese Ideen sind kurz- und mittelfristig umsetzbar: Bespielung der Schneise Richtung IKEA als „Wasserfall“, Licht-Skulpturen auf dem Kehlturn, Projekt Fenster und Licht, Wege zur Burg mit Licht bespielen, Lichtinszenierung im Innenhof.

Weitere und **langfristige Perspektiven** von Inwertsetzung und Sichtbarmachung durch Kunst bieten z.B. ein Walk of Modern Art und ein Skulpturenpark.

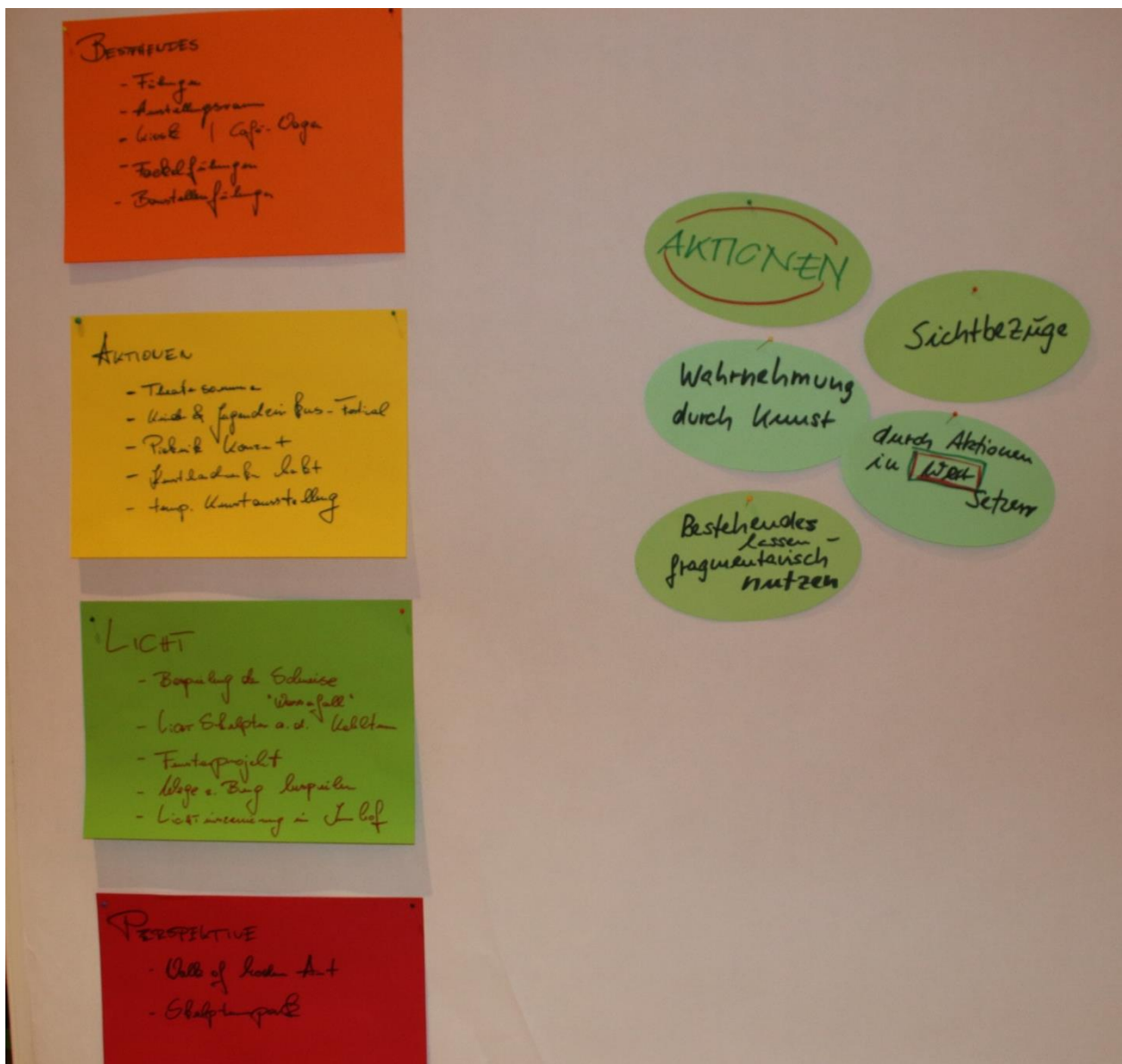


Abb.5 Aktionen

2. Erschließung

2.1. Erste Eindrücke, offene Fragen, erste Ideen

1. Erste Eindrücke

Die einzelnen Ausstiegspunkte im Zuge der thematischen Begehung gaben Anlass für eine intensive Wahrnehmung der Situation vor Ort, viele kritische Fragen und bereits erste Überlegungen, ob mögliche Ideen auch umsetzbar sind.

Die WiBu - ein Dornröschen im Abseits. Bei der Begehung wurde den Teilnehmern schnell deutlich, dass eine Erschließung mit dem Auto durch das umliegende Wohngebiet mit seinen engen Straßen keine Lösung für eine belebte WiBu darstellt, ebenso wurden die Mängel in der derzeitigen ÖPNV-Anbindung gesehen. Eine Shuttlebuslösung wie beim Theatersommer erschien nicht praktikabel bei großem Besucherandrang und publikumsintensiven Nutzungen.

Die Teilnehmer machten deutlich, dass entscheidend für die Besucherlenkung (Erschließung, Parkplätze, ÖPNV...) die spätere Nutzung ist – ob sie auf Massenbesucher oder für Dauernutzer innerhalb der Burg oder für beides ausgelegt ist, sei es Kultur, Gewerbe, Dienstleistungen. Eine Grundsatzentscheidung ist hier erforderlich. Für Kulturbesucher wird ein gewisser Fußweg als zumutbar betrachtet, er muss gut beleuchtet und komfortabel sein. Die Anzahl und Lage der Stellplätze wird als größeres Problem als die Erschließung angesehen. Parken in der WiBu selbst und vor der WiBu wird als den Gesamteindruck störend angesehen.

Auf großes Interesse stießen die Zufahrt über die Stuttgarter Straße am Bundeswehrgelände vorbei (aus dieser Kenntnis heraus entwickelte sich später der Vorschlag zur Pkw-Erschließung) sowie die Fußwege zur WiBu, besonders der frühere, jetzt zugewachsene Weg auf der Ostseite. Der Blick auf die Stadt vom Kehlurm verdeutlichte noch einmal die Problematik der Erreichbarkeit und die Herausforderung für Erschließungslösungen – auf der Südseite das Wohngebiet, auf der Nordseite die Bundeswehr, im Osten und Westen der Glaciswald, der unter Naturschutzauflagen steht.

Die Teilnehmenden hielten auf Postits ihre bisherigen Eindrücke über den Nutzer WiBu fest:

Nutzungen bedingen Erschließungsanforderungen

- Nutzungen haben unterschiedliche Anforderungen an Erschließung
- Erschließung ist stark an der Nutzung abhängig; interessante „Museen“ oder personalintensive Schulen, Institute etc. fordern viel mehr Parkplätze
- Derzeitige Erschließung ist auf „temporäre“ Nutzung ausgelegt

Distanz

- Der Gebäude-Komplex ist räumlich und infrastrukturell von der Stadt getrennt und entfernt
- Das Besondere der Burg auch in der Erschließung sichtbar machen
- Eindruck: Dornröschen (von unüberwindbaren Hindernissen umgeben); Infrastruktur
- Ganz schön abseits
- Anbindung von NO

Erreichbarkeit und Parken

- ÖPNV-Anbindung schwierig; Shuttle vs. Regel
- Für Dauernutzer müssen ÖPNV, Stellplätze, Fußweg und Radweg funktionieren inkl. Beleuchtung
- Nicht so sehr die Zufahrt, sondern Lage der Stellplätze ist das Top-Problem
- Unterscheidung: Gewerbe – nahe Stellplatz-Organisation; Kulturbesucher – Fußweg zumutbar
- Keine Parkflächen im Umfeld; kein Parken im Innenhof (stört Gesamteindruck)
- Restriktiver Umgang mit PKW nötig (fließend/ruhend)
- Kein Parken im Innenhof

2. Offene Fragen

Aus der Begehung ergaben sich eine Reihe von – zum Teil ungeklärten – Fragen. Im Vordergrund standen einmal die noch ungeklärten möglichen Nutzungen der WiBu und die damit erzeugten Verkehre, der nutzungsabhängige Bedarf an Parkplätzen und die Erreichbarkeit der WiBu in ihrer abseitigen Lage von der Stadt. Die Parkplatzsituation schälte sich als ein Hauptproblem heraus. Zu beachten ist die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit einzelner Nutzungen. Kritisch gefragt wurde, ob z.B. der Glaciswald gerodet werden kann für Fußwege oder ob die Bundeswehr verlagert werden kann. Der ÖPNV ist dringend verbesserungswürdig.

Angesprochen wurden:

- Wo können in der Stadt „Anker“ visuelle Infopunkte stehen, die mit den Erschließungsachsen abgestimmt sind?
- Rodungen
- Fußläufige Anbindung an ÖPNV
- ÖPNV-Anbindung: 600 Meter Fußweg zur Stuttgarter Straße mit Haltepunkt ist akzeptabel für Event-Verkehr, aber zu weit für Alltagswege... bei Wohnnutzung zusätzlicher ÖPNV-Halt erforderlich
- Fußverbindung zum Bus-HP Stuttgarter Straße (Beleuchtung Weg im Graben)
- Gesicherte „Durchfahrung“ der Kaserne nicht möglich?
- Verkehrskonzept abhängig von der zukünftigen Nutzung
- Welche Nutzungen erzeugen welchen Verkehr? Täglicher Besucher (Bewohner/Arbeitspendler); Kulturelle Besucher; Festival/Theater
- Nutzungen diskutieren immer unter Berücksichtigung der Erschließung/Stellplätze
- Nutzung
- Was soll daraus gemacht werden?
- Was darf es kosten?
- Wer ist bereit, was dafür zu opfern?
- St. Florians-Prinzip
- Nutzungskonzept <-> Erschließungskonzept
- Verlegung/Fortbestand der Kaserne; Parkplätze dort; Vorteil: ÖPNV Weg wäre dann gleich lang
- Nutzung der neuen Bereiche? Für alle zu jeder Zeit?
- Parkraummanagement/Anwohnerparken Prittwitzstraße

- PKW-Stellplätze? Je nach Nutzung in unterschiedlicher Lage und Anzahl notwendig
- Parken bei Veranstaltungen nicht möglich; Ohne Veranstaltung zumindest zu ½ möglich
- Parken: akzeptierte Entfernung abhängig von Nutzung – bei Wohnnutzung näher als bei Museumsnutzung

3. Erste Ideen

Die Experten legten sofort den Finger auf die zentralen Problempunkte: Die Parkplatzsituation und die Erschließung bzw. Erreichbarkeit durch den ÖPNV und Autoverkehr wurden als Hauptprobleme für die Belebung der WiBu heraus-gefiltert. Viele Ideen zielten auf eine autofreie WiBu. Vorstellbar war ein Fuß- oder Radweg durch den Glaciswald im Osten der WiBu auf der historischen Trasse. Differenziert wurde im Brainstorming nach Parkzwecken: Besuchern von Events kann ein gewisser Fußweg vom Parkplatz zur WiBu zuge-mutet werden. Nutzer der WiBu dagegen werden das Bedürfnis haben, näher an der WiBu zu parken. Die Nutzung des Innenhofes als Parkfläche wurde unterschiedlich bewertet.

Bessere ÖPNV-Anschlüssen und Wegesysteme, neue Mobilitätskonzepten und Erschließungssysteme könnten auch die Bedeutung der WiBu herausheben – der Weg zur WiBu als Erlebnis.

Die Ideen wurden von der Moderation in Cluster zusammengefasst und dienten als Grundlage für den nächsten Schritt des Brainstormings.

Generell

- Effizienzansatz vor Effektivitätsansatz
- Focus auf Standardtag, nicht nur auf „Theatersommer“
- Waldgebiete opfern

Ideen zum attraktiven Weg zur WiBu

- Der Weg zu WiBu muss bereits ein Erlebnis sein (Standseilbahn, U-Bahn-Röhre o.ä.) mit Illumination
- Festungsweg auf der alten Linie erlebbar machen
- Glacis-Waldweg nutzen für Fuß/Rad

Ideen zum ÖPNV

- Stuttgarter Straße: Hohe Anzahl der Haltestellen Linie 7 kein Problem (wenn betrieblich integrierbar), weil: jede einzelne begründet ist; den ÖPNV aufwertet; nur selten an allen 3 gehalten wird (Klinik/Neuwaldweg(WiBu)/Neuer Friedhof/WiBu-Kaserne)
- Quartierbus/Shuttle, Anbindung Linie 7, Kliniken Michaelsberg
- Für langfristige Nutzung: dauerhafte ÖPNV-Anbindung;
- Selbstfahrende Shuttlebusse
- Reaktivierung der stadtauswärtigen Haltestelle
- Quartiersbuslinie Wilhelmsburg und Michaelisburg

Ideen für die Innere Erschließung

- Innere Erschließung: in Abhängigkeit der Nutzung
- Bestehendes Gebäude hinsichtlich Erschließungsmöglichkeit prüfen
- Möglichkeiten der Inneren Erschließung ermöglichen/bestimmen Nutzungen
- Autofreie Festung, Vorbild: Koblenz-Ehrenbreitstein

Ideen fürs Parken

- PKW-Parkplatz am Bundeswehr-Sportplatz (Verlegung dieses) besser als Streuobstwiese nutzen!
- Gestaffeltes Parkkonzept: Grundlast (zielnah) und „Überlaufparkplätze“ für Events (die weiter weg sein könnten)
- Tiefgarage
- Parken in den Burggräben
- Parkplätze am Hang mit Gebührenpflicht und Bewohner-Park-Regelung im Wohngebiet / Anwohnerparken am Michaelisberg
- Nutzung der Streuobstwiese an der Stuttgarter Straße als temporären Parkplatz -> dann ist kein Shuttle mehr nötig
- Parken im 1,4 ha großen Innenhof – warum Nicht? Frage der Quantität. Konflikt mit Festivalbetrieb
- Innenhof als Multifunktionsfläche (auch für PKW)

Alternative Verkehrsmittel zur Burg

- Seilbahn? „Safari“
- Schrägaufzug mit Parkmöglichkeit im Kleingartenbereich an der B10 und Straßenbahnhaltestelle
- Zahnradbahn
- Seilbahn nur wenn kostengünstiges Betriebssystem möglich

Neue Mobilitätsformen, Mobilitätsmanagement

- Pedelec s als Teil des Mobilitätsangebotes für Bewohner/Pendler
- E-Mobilität als Thema
- Mobilitätsmanagement für Bundeswehr um tägl. Verkehrsprobleme zu lösen.
- Mobilitätsangebot und Mobilitätsmanagement für Wilhelmsburg
- Selbstfahrende Shuttlebusse
- Leihradanbindung ab/bis Bushaltestelle „Wilhelmsburg“
- PKW-Erschließung; Radwegerschließung; Stellplätze für dauerhafte Nutzung?

2.2. Brainstorming als Brainwriting

Die geclusterten Ideen auf den Postits dienten als Inspiration für das Brainwriting. Die Experten bauten schnell auf diesen Ergebnissen auf und ergänzten sie um weitere Ideen, schwerpunktmäßig zum Parken und ÖPNV. Es kristallisierten sich diese Themenschwerpunkte aus der Diskussion heraus:

Parken

- Theater alle zwei Jahre; Veranstaltungen -> wie heute mit verbreiteter Zufahrt und eventuell Parkplatz vor dem Sportplatz (oder auf dem Sportplatz) -> auf dem Sportplatz ist nicht möglich (Ausgleichsfläche, Bedarf)
- Nutzungsmix: Gewerbe, Wohnen -> dafür ca 500 Stellplätze im Hof eventuell als Tiefgarage
- Parken im Dach – für wen? Wo im Dach? -> mit Aufzug! Wo ist die Rampe?
- Ist eine Nutzung des Bereichs Kleingärten Ruhetal zum Parken möglich?

ÖPNV

- Selbstfahrende E-Busse durch das Quartier hoch zur Wilhelmsburg (oder zwischen der Haltestelle Wilhelmsburg sowie etwaigem Parkplatz beim Sportplatz und dem WiBu-Eingang)
- Neues Transportmittel was kein anderer hat

Seilbahn

Als neues Transportmittel ist dies unter welchen Voraussetzungen und für welche Nutzungen in der WiBu möglich?

Fußgängerachsen Münster-WiBu

für Spaziergänger als Erlebnis gestalten

WiBu nach Westen öffnen

Innere Erschliessung

Glasfaserkabel/ CO2 neutrales Heizen

Im nächsten Schritte wurden aus der Vielzahl der Ideen klare Prämissen und Ziele zur Erschließung der WiBu diskutiert. Das Team kam zu diesen Ergebnissen:

Aufgrund der zukünftigen erhöhten Nutzung der WiBu muss grundsätzlich die Erschließung autark und von außen erfolgen. Zufahrtsmöglichkeiten über die Prittwitzstraße wurden diskutiert, aber wegen der Enge und Kurvigkeit der Straße und der Belastung der Anwohner verworfen. Erörtert wurde, wie Nutzer untergebracht werden, die nicht zu Fuss, mit dem Fahrrad oder ÖPNV zur WiBu kommen, wie sich das Parkplatzproblem lösen lässt, wenn Innenhof und direktes Umfeld der Burg parkfrei bleiben sollen und über welche Zugänge die WiBu erschlossen werden kann.

Die Experten formulierten für die Erschließung der WiBu diese Ziele:

Autofreie WiBu

- WiBu in der direkten Umgebung möglichst autofrei halten
- Innenhof der WiBu ist aus ästhetischen Gründen und wegen der vielen Veranstaltungen von Stellplätzen für Besucher und Nutzer komplett freihalten
- Wohngebiet am Michelsberg vom Autoverkehr (Parken, Durchfahrt) gerade auch bei größeren Veranstaltungen in der WiBu frei halten
- Besucher von Veranstaltungen weiter draußen, Nutzer in Nähe der WiBu parken
- Kontrollierter Zugang zur WiBu erforderlich, um erwünschtes und unerwünschtes Parken zu differenzieren

- Erschließung der WiBu von Norden über die Stuttgarter Straße und die neue Zufahrt beim Bundeswehrgelände

WiBu zu Fuß und mit dem ÖPNV

- Fußwege aus der Stadt attraktivieren
- Zusätzliche Haltestellen, höhere Taktdichte
- Gut überwindbare Fußwegdistanzen zur WiBu durch Einsatz neuer Mobilitätsformen

2.3. Konkretisierung ausgewählter Ideen

Zur Weiterarbeit wurden die Ideen geclustert. Als zu vertiefende Ideen wurden ausgewählt

- Autofreie WiBu Schwerpunkt Parken
- Attraktive Erschließung mit Bus
- Spannungsreiche Wegeführung

Die ausgewählten Ideen wurden in unterschiedlicher Intensität in zwei Arbeitsgruppen bearbeitet. Langfristige Überlegungen wie Seilbahn und weitere Anregungen, die auf der Arbeitswand nach der Exkursion verblieben waren und alle damit verbundenen Themen, die aus Zeitgründen nicht bearbeitet werden konnten, kamen in den Gedankenspeicher für die Stadt Ulm.

Bei allen Überlegungen sind alle Verkehrsarten und der Theatersommer (Busshuttle) einzubeziehen.

2.3.1. Autofreie WiBu

Die Experten entwickelten 2 differenzierte Erschließungssysteme:

- Besucher müssen nicht - gerade auch bei größeren Veranstaltungen mehrmals im Jahr - direkt bis zur Burg vorfahren, sondern – sofern sie nicht mit umweltfreundlichen Verkehrsmittel anreisen oder zu Fuß kommen – sollen in akzeptabler Entfernung zur WiBu parken (Äußere Erschließung)
- Nutzer, die hier wohnen und arbeiten und jeden Tag zur WiBu müssen, haben das Bedürfnis, in der Nähe der Burg parken zu wollen (innere Erschließung)

Vorteil dieser Lösungen ist: Über die Erschließung aus Richtung Norden über Stuttgarter Straße und jetzige Zufahrt bleiben das angrenzende Wohngebiet und die WiBu unbelastet.

2.3.1.1. Konzept für die äußere Erschließung

Im Mittelpunkt der Überlegungen stand die Schaffung neuer Parkmöglichkeiten ohne die WiBu und das Wohngebiete zu belasten.

Nutzung der Steuobstwiese

Für den Bereich der veranstaltungsbezogenen Parkierung soll die Steuobstwiese an der Stuttgarter Straße im Norden der Burg hergerichtet werden. Sie ist etwa 850 Meter von der WiBu entfernt. Beispiele aus anderen Städten, von den externen Experten eingebracht, zeigen, dass Entfernungen

dieser Größenordnung angenommen werden. Die Experten gehen davon aus, dass auf dieser Fläche bis zu ca. 400 Parkplätze untergebracht werden können. Auf den größtmöglichem Erhalt der vorhandenen Bäume ist zu achten. Über neue Mobilitätsmittel (E-Busshuttle) kann die Entfernung zu WiBu überbrückt werden und für die Besucher entsteht ein attraktives Mobilitätsangebot.

Parken an der Stuttgarter Straße



Eine weitere Parkmöglichkeit besteht bereits an der Stuttgarter Straße. Neu zu entwickeln ist hier der bequeme und kurze Zugang zur Burg über die Revitalisierung des bereits vorhandenen Weges für Fußgänger.

Um zu verhindern, dass Gäste und Besucher direkt mit dem Auto bis zur WiBu vorfahren, wird eine Zugangskontrolle empfohlen, womit der Veranstaltungsbesucher von den Nutzern der WiBu zu trennen ist.

Dies kann über ein schrankenbezogenes Zufahrtssystem erfolgen.

Abb. 6 Parkkonzepte und Standorte außen

2.3.1.2. Konzept für die innere Erschließung

Kurzzeitparken an Ostseite WiBu

Der tägliche Bedarf an Kurzzeitparkplätzen für z.B. Anliefervorgänge, Besorgungsfahrten, Post etc. kann schon in der Erstphase der Nutzung nicht direkt im Norden, Westen oder Osten der Burg gedeckt werden. Hier befindet sich der unter Natur- bzw. Landschaftsschutz stehende Glaciswald, der einen hohen Stellenwert in der Bevölkerung hat und sich zudem in Hanglage befindet. Auch der Denkmalschutz ist hier zu beachten (hier war ursprünglich die Wallanlage).

Die Experten raten hier von Eingriffen für Parkplätze ab. Für Kurzzeitbesucher könnte dagegen ohne großen Eingriff in den Glaciswald östlich der Burg ein kleinerer Parkplatz entstehen. Die Zufahrt wird von Norden über ein Schrankensystem / Chipkarten geregelt, um unberechtigtes Kurzzeitparken zu verhindern.

Stellplatzangebot für Nutzer der WiBu

Der Innenhof der Burg soll aus ästhetischen Gründen und wegen der zu erwartenden Veranstaltungen mit ihren Auf- und Abbauzeiten und Lieferverkehr komplett autofrei bleiben. Die Experten entwickelten diese Lösung zur Umsetzung dieses Zieles:

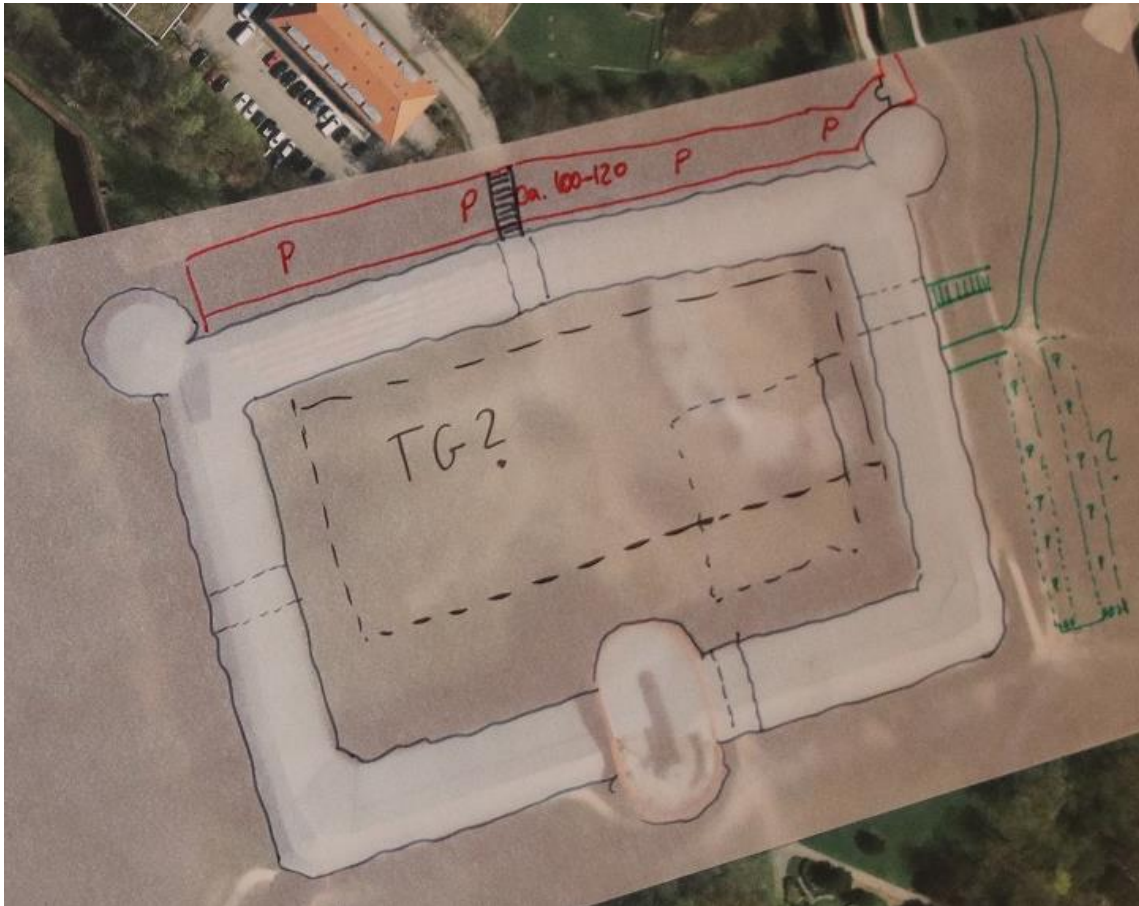


Abb. 7 Parken im Nordgraben und kleines Parkplatzangebot für Kurzzeitbesucher im Osten

Ein großes Potential sehen die Experten im Frontgraben im Norden der WiBu, der unmittelbar an das Bundeswehrgelände anschließt. Er wurde in den 60er Jahren verfüllt. Dieser Graben könnte ausgehoben werden, die Zufahrt ist von Norden her in der Grabenzone zu ermöglichen. Es ist nur ein geringfügiger Eingriff in den Denkmalschutz erforderlich. So könnte man in den ausgehobenen Frontgraben gelangen. Auf einer Breite zwischen 16 -20 Meter und einer Länge von ca. 170 Metern lassen sich Stellplätze für Nutzer fächerartig anordnen. Die Experten schätzen, dass sich ca. 120 Parkplätze dort unterbringen lassen. Diese Parkplätze sind ausschließlich den anfänglichen und künftigen Nutzern und Mietern der WiBu vorbehalten.

Eine Zufahrtskontrolle durch z.B. Zufahrt-ticket/Schranke ist erforderlich. Zudem wird durch diese Maßnahme der Frontgraben wieder rekonstruiert. Dies bietet eine kurzfristig umzusetzende Lösung für die Angangsphase der Nutzung der WiBu.

Die Vorteile: Der Innenhof der WiBu bleibt autofrei und der Michelsberg vom Autoverkehr unbelastet. Die Idee einer Tiefgarage mit Zufahrt von Osten wurde nicht weiter bearbeitet.

Idee/Lösung	Potenziale der Idee	Mögliche Hindernisse
Parken östlich Erschließungsstraße zur WiBu	ca. 40-50 Parkplätze	Wegfall Häckselplatz Eingriff ins Landschaftsschutzgebiet
Parkplatz auf Streuobstwiese	Ca. 400 neue Parkplätze Ca. 850 Meter Fussweg zur WiBu mit elekt. Shuttlebus	. Querung erforderlich . Ausgleich für Eingriff in Streuobstwiese an anderer Stelle erforderlich . Beleuchtung notwendig
Parken am Friedhof und entlang Stuttgarter Straße	.2 Parkplätze Friedhof einbinden . Ca. 80 Parkplätze entlang Stuttgarter Straße entstehen neu . Herstellung Fußweg auf alter Zufahrtsstraße zur WiBu erforderlich	. Neue Querung Stuttgarter Straße erforderlich . Steiler Fußweg
Parken im nördlichen Frontgraben (170 Meter Länge, 16 Meter Breite)	. Ca. 120 Parkplätze . Ausheben aus denkmalpflegerischer Sicht wünschenswert . Auf Parken im Innenhof kann weitgehend verzichtet werden - Herstellen neuer Brücke von Norden für Bundeswehr - Herstellung Anschluss von Norden her	

Abb. 8 Einschätzung Parkplatzkonzept

2.3.2. Zugang zur WiBu

Die innere Erschließung der Burg ist über ihre Struktur vorgegeben. Wichtig ist die Öffnung der Burg von mehreren Seiten nach außen. Momentan ist der Zugang ausschließlich von Süden möglich, der Zugang von Osten gerade auch für Lieferverkehr bei Veranstaltungen wird gerade gebaut. Der Kehlurm kann mit Dachterrasse, Lounge...in seiner Bedeutung gestärkt werden.

Eine Erschließung der Burg auch aus Westen in Richtung Ruhetal ist anzustreben. Der Standort der Tribüne für den Theatersommer im Nord-Ostteil der WiBu ist mitzudenken.

Der Zugang aus Richtung Norden zur Bundeswehr soll auch in Zukunft ausschließlich für die Bundeswehr möglich bleiben, Öffnung als Notausgang wäre denkbar. Für Veranstaltungen der Bundeswehr in der WiBu wird ein Zugang über eine kostengünstige Brücke über den für Stellplätze ausgehobenen Frontgraben vorgeschlagen. Über diese Brücke gelangen die Soldaten in die Burg, alles andere wie Material wird über die im Bau befindliche Ost-Zufahrt in den Innenhof der WiBu gebracht.

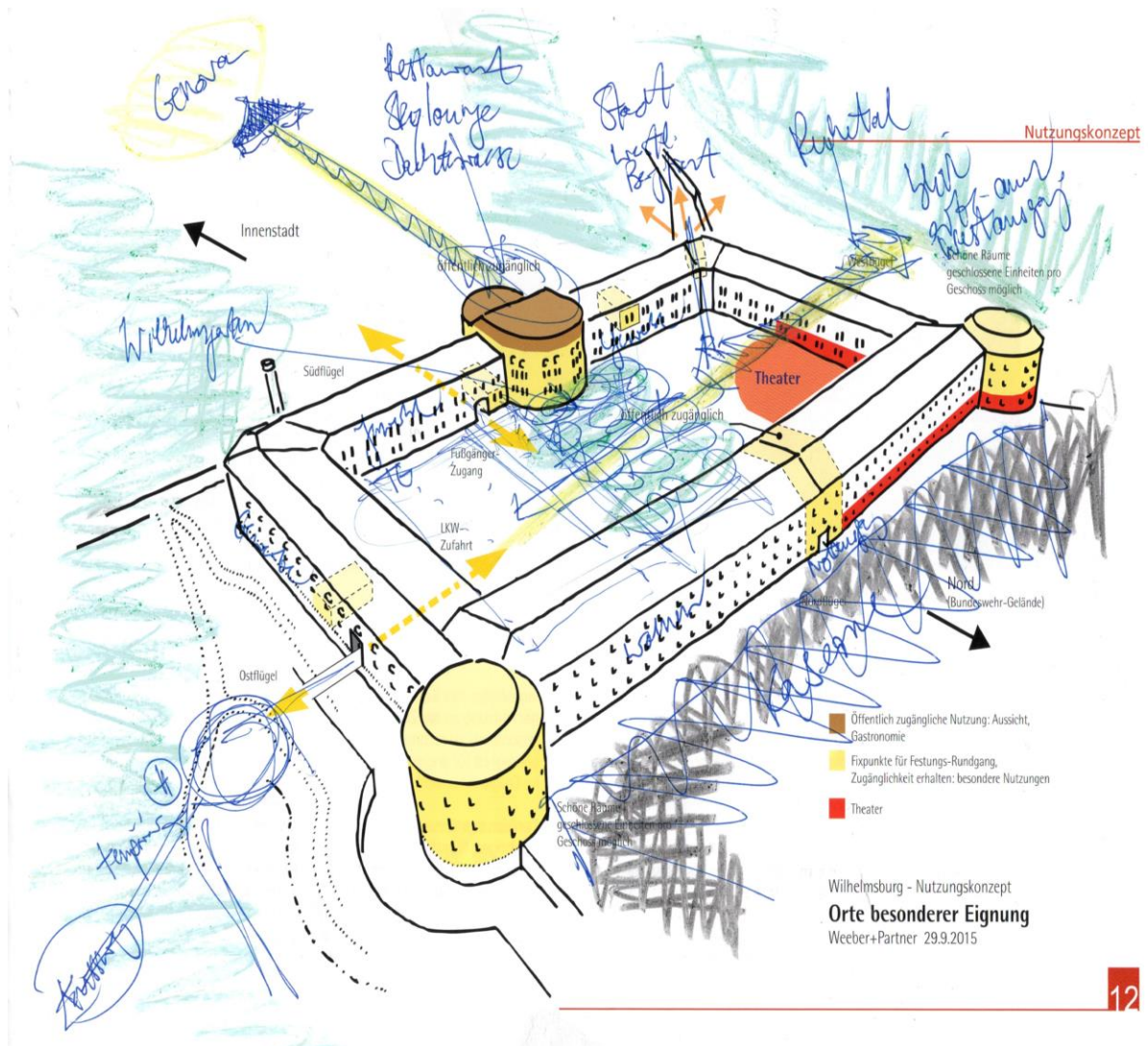


Abb. 9 Zugänge zur WiBu

2.3.3. Fußweg- und Radwegachsen City- WiBu

Die Experten diskutierten, wie Besucher aus der Stadt bequem zu Fuß und mit dem Fahrrad zur Wilhelmsburg kommen, zumal hier auch ein Höhenunterschied zu überwinden ist. Drei Richtungen sind wünschenswert:

- Aus /in Richtung Kliniken
- Aus / in Richtung Innenstadt/Münster mit Fahrradverleih an Touristinfo (Ulmer Stadtrad)
- Aus / in Richtung Hauptbahnhof mit Radstation

Der Rückweg von der WiBu sollte für Fußgänger mit dem Bus möglich sein. Für Radfahrer sind Pedelects und Verleihstationen anzubieten. Die Wege müssen erlebnisreich gestaltet werden.



Abb. 9 Wunschlinien der Fuß- und Radwegverbindungen

Die Distanzen zur WiBu liegen zwischen 1,8 und 1,4 Kilometern. Zu klären ist der zu überwindende Höhenunterschied. Näher bearbeitet wurde die Fußwegachse über die Syrlinstraße: Zwischen den beiden Wahrzeichen der Stadt – Ulmer Münster und Wilhelmsburg – kann eine attraktive Achse als Erlebnisweg über die Syrlinstraße/Syrlinsteg auf 1,5 Kilometer Länge entstehen. Der Weg muss interessant und abwechslungsreich gestaltet sein, mit schönen Durchblicken zur Stadt und zur WiBu. Auf der gesamten Länge empfehlen sich z.B. Informationstafeln wie historische Bilder und Verweise auf interessante Bauwerke am Wege, wie z.B. die Wasserspeicher für die Dampfloch. Historische Führungen wären möglich, beginnend am Münster und endend an der Wilhelmsburg. Dazu müsste der Syrlinsteg über die Bahn saniert und barrierefrei gestaltet werden, Rampe oder Aufzug sind mitzudenken.

2.3.4. Erreichbarkeit der WiBu mit dem ÖPNV

Die Analyse der Ist-Situation ergab aus Sicht künftiger Besucher und Nutzer eine ungünstige Lage der Bushaltestellen und eine viel zu geringe Taktichte. So fährt die Linie 7 über die Stuttgarter Straße in 20 Minuten-Takt, die Linie 46 deutlich seltener. Die Haltestellen Kliniken und Neuer Friedhof liegen

ungünstig und sind mit ca. 600 Meter weit entfernt von der WiBu. Die Haltestelle WiBu-Kaserne ist nur stadteinwärts befahrbar. Hier sind Verbesserungen im Hinblick auf künftige Nutzer und Besucher erforderlich. Die Experten diskutierten, wie sich Bestehendes optimieren und sich ein dauerhaftes Angebot im ÖPNV schaffen lässt. Diese Lösungen wurden entwickelt:



Abb. 10 Skizze der Vorschläge zum ÖPNV und zu den Fußwegen

Kurzfristige Lösungen

- Neuanlage eines Haltepunktes in der Kurve der K9911 (Stuttgarter Straße), verbunden mit einer Reaktivierung des früheren, jetzt zugewachsenen Fußweges zur WiBu; das verkürzt den Fußweg auf 200 Metern Abstand zur WiBu mit einem zu überwindendem Höhenunterschied von ca. 30 Metern
- Reaktivierung des Haltepunktes WiBu Kaserne stadtauswärts.

Die Experten stuften diese Lösungen als technisch machbar und kurz- bis mittelfristig umsetzbar bar. Sie nannten an Prüfaufträgen:

- Ist der zusätzliche Haltepunkt in der Kurve verkehrsplanerisch möglich und umsetzbar?
- Kann der steile Fußweg zur WiBu schnell ertüchtigt werden? Dies betrifft Länge, Beleuchtung und Gefälle? Ist ein Lift möglich (Barrierefreiheit)?
- Wie ist der Bedarf des Haltepunktes Wilhelmsburg Kaserne stadtauswärts?
- Zusätzlicher Halt in Umläufen möglich?

Langfristige Lösungen

Ein Lift oder ein Transportband z.B. von und zur neuen Haltestelle Stuttgarter Straße oder Parkplatz auf der Streuobstwiese zur bequemen Überwindung der Distanzen zur WiBu. Auch der Einsatz neuer

Mobilitätsmittel wie z.B. ein selbstfahrender E-Bus vom Parkplatz Streuobstwiese zur Wilhelmsburg ist denkbar.

Idee/Lösung	Potenziale	Hindernisse	Erste Schritte für Umsetzung
ÖPNV-Anbindung aufwerten für Alltagsverkehr und WiBu-Verkehr	12% ÖPNV-Anteil	<ul style="list-style-type: none"> . Derzeit nur 20 Minutentakt (Innenstadt, Bahnhof) . Kurvenlage . Sichere Querung für Straße für Fahrgäste . Beleuchtung Fußweg zur WiBu 	<ul style="list-style-type: none"> Taktverdichtung bei wesentlicher Aufwertung Nutzungsintensität in der WiBu Neue Haltestelle bzw. reaktivieren . Richtungshalt (bergseitig) an Kaserne/Friedhof Nord . Neue Haltestelle in Kurve R9911 (evtl. Aufgabe Halt Friedhof)

Abb. 11. Einschätzung ÖPNV-Konzept

3. Zwischennutzungen

3.1. Erste Eindrücke, offene Fragen, erste Ideen

1. Erste Eindrücke

Die Teilnehmenden waren doppelt überrascht von der Fahrt zur Wilhelmsburg: Zum einen, dass der Busfahrer den Weg zur Festung nicht kannte, zum anderen, von der Dimension und der besonderen Atmosphäre auf der „Burg“. Vor allem der friedliche erste Eindruck und der gute bauliche Zustand beeindruckten. Es wurde von „Kleinod“, „einzigartiger Kulisse“ und „witzigem Charme“ gesprochen.

Problematisiert wurde unter anderem der Gegensatz von Zugänglichkeit und Offenheit, von grünem Innenhof vs. Veranstaltungsfläche mit all seinen Folgen (Denkmalschutz, Lärmschutz, Naturschutz). Das gute Raumklima wurde hervorgehoben, aber auch, dass es (zu) dunkel und zu kalt für eine ganzjährige Nutzung sei.

Die massive Bauweise könnte sich gut für schwere Maschinen eignen und die langen Gänge in Rampenbauweise zum Radfahren, Skaten, Rollen, Fahren und Bewegung. Einzelne freundliche Räume und teilweise schöne Böden (Steinplatten, Holz) fanden Erwähnung, aber mit der Einschränkung, dass die angegebene Nutzfläche dadurch im Wesentlichen aus Verkehrsfläche bestünde. Ein Highlight war die Aussicht von der Dachterrasse des Kehlturns.

2. Offene Fragen

Aus der Begehung ergab sich eine Reihe von – zum Teil ungeklärten – Fragen.

Grundsätzlich gab es Zweifel über den tatsächlichen Bedarf an dieser Art Fläche: „Was, wenn nie alle Flächen genutzt werden können?“. Wer interessiert sich im Besonderen und wie lässt sich die Nachfrage gegebenenfalls steuern (Interessenplattform digital/ virtuell, Auswahlverfahren)? Wie ließe sich eine wünschbare Wandelbarkeit und breite Beteiligung gewährleisten (Eigenverwaltung Wilhelmsburg = Wilhelmsbürger)? Wird es Modell-Einheiten mit geringen Mieten geben?

Baulich stehen Fragen zu den allgemeinen Rahmenbedingungen in Bezug auf Brandschutz, Sicherheit und Denkmalschutz im Raum. Rampen sind zwar da, echte Barrierefreiheit aber nicht gegeben. Was ist mit Netz, Strom, Wasser? Was mit der unzureichenden Belichtung? Ist eine bauliche Öffnung zum Innenhof möglich? Als besonders kritisch für eine Multinutzung werden die räumlich Enge, die offenen Räume bei gleichzeitigem Wunsch nach Abschließbarkeit und das Fehlen großer Versammlungsräume gesehen. Die Theaternutzung dürfte schwerlich mit einer Wohnnutzung kompatibel sein.

Zur allgemeinen Infrastruktur fragen sich die Teilnehmenden nach der Zugänglichkeit der WiBu für den Fall, dass (Zwischen)Nutzungen bestimmte Flächen belegen. Und, wie die Parkplatzfrage gelöst werden soll. Wichtig wäre wohl in jedem Fall ein entsprechendes Leitsystem zur Orientierung auf dem Gelände („wo bin ich?“).

3. Erste Ideen

Die spontan notierten Ideen dienten als Inspiration für das Brainwriting; sie wurden jedoch nicht im Einzelnen betrachtet oder im gesamten Team diskutiert. Der Moderator verwies lediglich auf eine gewisse Häufung bestimmter Bereiche (Konzepte/Ziele, (Raum/Innenhof)Nutzung (s. Abschrift und Fotodokumentation)).

Ideen Konzepte

- Erhalten des Urzustandes in gewissen Bereichen
- Ausblick: Denkbar sind Nutzungen temporärer Art mit Modellcharakter
- Geschichte bewahren/ Neues bringen
- Geschichte: Was hat die Burg erlebt?
- Bisherige Nutzungen darstellen
- „Stadt in der Stadt“ (nach 45 → heute?)
- Wilhelmsburg – die Stadt in der Festung
- Ausblick: „Stadt in der Festung“ (Modelldenken und Modellhandeln) als
 - Experiment
 - Künstlerresidenz (temporär, z.B. im Sommer)
 - Sommerakademie
 - Sommerfestival (z.B. Theatertreffen/Skulpturensymposien)
- 2016 Stadt in der Stadt → 2015 Kulturhauptstadt
- Ankommen in Ulm
- Ort der Begegnung
- Urbanes Labor
- Universität, Bildung, Flüchtlinge
- Planetarium/ Sternwarte
- Zwischennutzung ohne Sanierung der Räumlichkeiten
- Möglichkeiten der eigenen Gestaltung
- Wachsen der Nutzungsideen mittels Nachfrage → Internetplattform
- Flexibler, interaktiver Ausbau → so schnell wie möglich zukünftigen und kreativen (wirklich kreativ. Nicht „ich mach Kultur, weil ich einen Zuschuss will“) Ausbau finden

Ideen (Einzel-)Raumnutzung

- Nutzungsmischung wie auf einem Kreuzfahrtschiff → Wohnen, Restaurant, Shops, Läden, Bars, Theater, Kino, Galerien, „Aussichtsdecks“ auf dem Dach, Swimmingpool im Innenhof
- Einfach realisierbare Warmups für die Burg
 - Sommernachtskino
 - Kita
 - Exemplarische Pop-up Büros/ Ateliers für mind. 3-5 Jahre bei geringer Miete und Nebenkosten
- Aktionsspielraum: Kinder und Jugendliche → Betreuung, Hort, Ferienlager, Herberge
- Aktionsspielraum: Erlebnis, Angebote für Familien
- Immer noch Kinder und Jugendliche Abenteuer- und Phantasy-Parcours, alle Pfadfindergruppen
- Kinder und Jugendliche als prioritäres Publikum für Wilhelmsburg-Zwischennutzung
- Ausstellung von Plastiken (temperaturunempfindlich)
- Ausstellung zeitgenössischer Kunst
- Ausstellungsideen: „Family Album“, „Haus der Geschichten“
- Arbeiten, Wohnen? Denkmalschutz → Kooperative Stadtplanung
- Wohnen und Arbeiten → Kooperative Raumnutzungen in neuen Nachbarschaften
- Studentenwohnheim(leben, lernen und feiern)
- Themenhotel/- herberge/ Jugendherberge
- Sommerresidenzen für KünstlerInnen/ Ateliers temporär
- Startups/ selbst organisierte Flächen
- Ehem. Werkstätten als Büros, dann reichen ca. 17°C, z.B. Fahrradwerkstatt (Mountainbikes mit Parken auf Festung)
- Kunsthandwerk, Werkstätten → Porzellan, Ton, Schlosserei
- Nordtrakt → tolle Fluchten, co-working, Startups, rasches Umplanen, Eigenleistung
- Kulturaktivitäten von Amateuren – Ziel: Popularisierung der W-Burg
- Lagerung von alten Fundfahrrädern
- Zusammenspiel mit Theater → große Chance
- Proberäume für Musikgruppen
- Künstlerische Bespielung der Räume
- Kammerkonzerte im/ beim Ausbau für Schauspiel Ulm (drinnen)

Ideen zum Schwerpunkt „kulinarische Nutzungen“

- Weinlager/-verkostung
- Sommer-Erlebnis-Gastronomie
- Bierbrauerei
- Lokale Spezialitäten
- Café auf dem Kehlurm (Sommer)
- Skybar auf dem Dach der Rotunde → Weg dorthin gestalten und Restaurant?
- Rooftop-Café

Ideen zum Schwerpunkt „kulinarische Nutzungen“

- Mittelalterlicher Markt im Innenhof
- Innenhof unterbauen
- Innenhof komplett mit Glas überdachen
- Im Innenhof eher kleinere Veranstaltungen von ca. 200 Personen (= untere Grenze für Versammlungsstätten)
- Event im Innenhof/über mehrere Räume verteilt
- Fahrradweg zur Burg mit E-Lastenbike-Stationen

3.2. Brainstorming als Brainwriting

Im Brainwriting und der nachfolgenden Diskussion ergab sich auf vielen Feldern eine gewisse Dialektik. Dem Wunsch nach einer tragenden Struktur (Personal- u. Infrastruktur) für die angestrebte Zwischennutzung wurde z.B. das Prinzip von Versuch und Irrtum entgegengesetzt. Einig war man sich am ehesten noch in der Notwendigkeit einer „Anlaufstelle“, die als Objektmanagement vor Ort kompetenter Ansprechpartner sein sollte. Wie stark dessen Stellung sein sollte, schwankte zwischen „Hausmeister“ und „Kurator“. Auch bei der technischen Grundausstattung (Energie, Wasser / Abwasser, Internet usw.) gab es Befürworter für eine vorab gestellt Basisinfrastruktur und die Meinung, zuerst die geplante Nutzung zu klären. Auch ein rudimentärer Eigenausbau mit Hilfe zur Selbsthilfe wurde angedacht.

Konkrete Nutzungsideen

Diese gab es unter anderem für den Eigenausbau, nämlich in Form einer (offenen) Werkstatt (für Holz, Stein, Stahl, Textil – „alte Handwerkskunst“), evtl. mit Schwerpunkt auf „Innenstadtunverträgliche“ Gewerke mit schweren und/oder lärmintensiven Maschinen. Der Vorschlag von so genannter Pop-up-Event-Gastronomie im Kehlturn wurde kontrovers diskutiert. Ebenso alle Nutzungen, die den Denkmalschutz tangieren (s.o. u.a. „Eigenausbau“ bzw. „schwere Maschinen“).

Das Gemeinsame/Soziale wurde in vielen Beiträgen thematisiert (Co-Space, Co-Creating, Co-Working ...), z.B. bei einer zentralen Zwischennutzung für Kinder, Jugend und Familien beziehungsweise für Sportaktivitäten. Dies führte zur Frage, ob nicht auch eine Mischung möglich sein könnte: exklusive Räume und „Shared Spaces“.

Erreichbarkeit

Am Rande wurde über die Erreichbarkeit in der Zwischennutzungsphase nachgedacht. Der Wunsch nach besseren ÖPNV-Anschlüssen und (Fuß)Wegesystemen war weitgehend unstrittig. Die Frage, ob der Individualverkehr gefördert werden soll und, wenn ja, wo (Innenhof) und wie (Tiefgarage) geparkt werden könnte, dagegen nicht.

Konservierung sein sollte. Eine Mehrheit fand sich am ehesten für einen Weg der kleinen Schritte, die reversibel sind und so die Wandel- bzw. Anpassbarkeit sicherstellen könnten (z.B. über Modellprojekte in Etappen). Gleichzeitig wurde hinterfragt, wer überhaupt die Zielgruppe (Bedarf, Macher, Nutzer) ist. Will man in erster Linie die Ulmer motivieren oder sich Impulse von außen holen (international? Europaweit?). Oder soll es eine Mischung von beidem (Regionalität + neue Kulturen) werden?

Die im Verlauf der Diskussion von der Moderation geclusterten Themenbereiche waren Ausgangspunkt für die Wahl der Bereiche mit der höchsten Priorität bzw. mit dem größten Interesse.

Es fand sich eine größere Gruppe, die sich über den richtigen Ansatz und die nötige Struktur für die Zwischennutzung Gedanken machen wollte. Eine kleinere Gruppe entschied sich für die „Popularisierung“ inklusive der Frage, wo man in der WiBu mit Nutzungen räumlich anfangen sollte.

3.3. Konkretisierung ausgewählter Ideen

3.3.1. Struktur&Konzept

Die Arbeitsgruppe war sich einig, dass eine (Grund-)Strukturierung in Sachen Personal, Organisation, Mittel Voraussetzung für weitere gewünschte Zwischennutzungen ist. In der Gruppendiskussion hat sich herauskristallisiert, dass man besser von „Dynamisierung“ statt von Zwischennutzung (=Zwischennutzung 2.0) sprechen sollte. Ausgehend von einer solchen Grundstruktur könnten sich weitere Strukturen dann anhand von Projekten entwickeln und Potenziale entdecken lassen. Diese Grundstruktur braucht eine Finanzierung und die betraute Person Talent für Projektentwicklung und Marketing. Dafür sind Stelle(n) nötig. Die „Burg braucht Bürger, die bürden“, einen „Projektstreiber“ mit „Herzblut“ für die Idee und einen (technischen) Objektbetreiber für den reibungslosen Ablauf. Ein WiBu-Repräsentant/in wird benötigt – kein Schlossherr, der als Projektstreiber die Inhalte und Prozesse dynamisch entwickelt. Er muss zudem Willens und in der Lage sein, die Vermittlung zwischen den verschiedenen Interessen (Anwohner, Theater, Förderkreis, Denkmal- und Naturschutz) zu organisieren. Das funktioniert schlecht alleine. Besser geht es im interdisziplinären Team (z.B. mit Hilfe einer Lenkungsgruppe: Förderverein, Kulturverwaltung, Bauverwaltung = Berater/Schnittstelle). Am besten wird so eine Projektgruppe aus verschiedenen Ressorts (Erfahrung aus Bremen: je mehr, desto besser) gebildet.

In der Gruppe wurde versucht, die Frage zu beantworten, welche Projekte kurzfristig und in welchen Schritten möglich wären? Nach Dringlichkeit („Crescendo“) wären das die bereits angedachten bzw. geplanten wie Projektspace (Open Call) in 2017. Über den Popup-Space 2018 könnten sich die Strukturen dann entwickeln („Projects in Residence“). Dazu gehört auch eine Abfrage des Bedarfs, wobei man am besten regional anfangen sollte, sozusagen „vom Kleinen zum Großen“. Dazu sollte der Kulturbegriff weiter gefasst werden. Die WiBu ist bereits mehr als ein Austragungsort, sie sollte Gastgeber sein für vielfältige Nutzungen.



Abb. 12 Struktur und Konzept

Fazit:

Nötig sind kurzfristige, aber vertrauensbildende und zugleich visionäre Maßnahmen, die der Gemeinderat zu beschließen hätte. Dann kann in Zukunft eine dynamische Nutzung realisiert werden. Die WiBu muss mit der Stadt mitleben. Ein kontinuierliches Überarbeiten der Strukturen und der ausprobierten Konzepte und Ansätze bedeutet Entwicklung. Es wird als große Chance gesehen, sich Zeit zu lassen, die WiBu zu entwickeln. Daher ist es auch nicht zwingend, bereits heute zu wissen, was am Ende (2030 oder Tag X) stehen soll.

1.3.2. Popularisierung

Bei der angedachten Popularisierung geht es darum, die WiBu positiv in die Köpfe - und Herzen - der Ulmer zu bringen (z.B. auch durch Verbesserung der Sichtbarkeit), aber auch weiter hinaus bekannt zu machen (Europa). Eine Popularisierung kann nach Meinung der Arbeitsgruppe ohne Qualitätsverlust und unabhängig von den langfristigen Zielen zwischen 2017 und 2020 erfolgen. Durch eine kurzfristige Beispielung und temporäre Aktionen könnte man mit relativ geringem Aufwand themenbezogenen Schwerpunkte setzen. Empfohlen wurde, einen besonderen Fokus auf

Kinder- Jugend und Familie zu legen, um das Ziel, die WiBu bei der lokalen Bevölkerung bekannt und beliebt zu machen, zu erreichen



Abb. 13 Popularisierung

Eine Fokussierung auf das Themenfeld „Kinder- Jugend und Familie“ hätte den Vorteil, dass das Angebot breit angelegt und gleichzeitig „jung“ und „alt“ in Beziehung gesetzt werden könnte. Mit minimal hergestellter Infrastruktur innen und außen könnten ein Kinder&Jugendclub sowie Amateuraktivitäten und Sport-turniere (z.B. im Beachvolleyball, Basketball o.ä.) oder Open-Air-Veranstaltungen (Konzerte, Kino usw.) relativ einfach realisiert werden. Dauerhafte Angebote für Jugendliche und Initiativen (z.B. Pfadfinder) böten die Chance, längerfristig eine Art „Abenteurraum“ für die ins Auge gefasste Zielgruppe zu ermöglichen.

Ergänzend könnten Ausstellungen mit thematischem bzw. örtlich-historischem Bezug im vorhandenen Raumangebot stattfinden (z.B. Fotoausstellungen wie „Erinnerungen an WiBu“ oder „Mein 1.

Auto in Ulm“, zu denen Ulmer aufgerufen werden, Fotos zu einem persönlichen Thema einzureichen, erfolgreiche Beispiele gibt es hier aus Marseille. Die WiBu müsste dazu nicht als Museum umgebaut werden, sondern könnte auch im "rauen" Zustand als Ausstellungsfläche dienen. Das Ulmer Theater könnte mehr als bisher mit ungewöhnlichen Formen (z.B. Stationentheater bzw. eine begehbare Performance bei der Schauspieler verschiedene Station im Inneren der WiBu bespielen) auf der WiBu präsent sein und der Innenhof für Urban Gardening genutzt werden.

Eine frühe gastronomische Nutzung wird ausdrücklich nicht als sinnvoll erachtet. Für einzelne Veranstaltungen eignen sich gastronomischer Angebote mit „Pop Up“- Charakter und improvisierten Charme. Wegen der erheblichen „Pleite-Gefahr“ sollte die WiBu zuerst für eine breite Zielgruppe attraktiv sein, um dann bei Erreichen der nötigen Größenordnung ein passendes gastronomisches Angebot zu entwickeln. Bis dahin eignen sich für einzelne Veranstaltungen gastronomische Angebote mit "Pop-Up Charakter und improvisiertem Charme". Fazit: Man sollte einfach anfangen und dann sehen was passiert (und nicht den nächsten Workshop abwarten); das Motto sollte „learning by doing“ bzw. „trial & doing“ lauten.

C. Anhang

1. Der Weg zum Ergebnis – Design Thinking im Fokus

Was die Experten im Design-Thinking-Prozess auf einen gemeinsamen Weg führte, ist ihr Wissen, ihre Erfahrung und der Arbeitsauftrag, Lösungen zu finden, welche innovativ, praktikabel und nachhaltig für Ulm und die Wilhelmsburg sein sollen. Durch den Austausch im Gesamtteam und in den Arbeitsgruppen wurden Fragen und Gegebenheiten aus verschiedenen Blickwinkeln erfasst. Der Gewinn daraus lässt sich am besten mit der überraschten Feststellung eines Teilnehmenden ausdrücken – dass es möglich wurde, bekannte Problemlagen „mit anderen Augen zu sehen“ und deshalb auch andere, erweiterte Möglichkeiten ins Auge fassen zu können.

Der Weg: Auftrag – Team – Prozess

Schon bei der thematischen Begehung entstanden lebhaftes Expertengespräche in wechselnden Konstellationen: Jede Etappe bot Impulse für einen intensiven Austausch zu Wahrnehmungen, Fragen, Möglichkeiten und Ideen. Die Eindrücke während der Busfahrt und bei den Ausstiegen, der Gang hinauf auf den Kehlurm - die Aussicht von dort wurde als Highlight bezeichnet - wieder hinab über dämmerige Treppen... das alles bedeutete ein verbindendes „Abenteuer“, das den Prozess der Gruppenbildung und -identität von Anfang an gestärkt hat und für die Gruppenarbeit am Nachmittag eine wichtige Basis bedeutete. In Wechselwirkung mit dem großen Fundus an Erfahrung, Kompetenz und Expertise entstand ein wahrhaft „kreatives Milieu“ - die Grundbedingung für den Entstehungsprozess der späteren Ergebnisse.

Die schweigende, hochkonzentrierte Arbeit beim Brainwriting wurde abgelöst von einer langen Phase lebhafter, teilweise kontroverser Diskussion - das jeweilige komplexe Themenfeld sorgte für Dynamik. Ideen zu konkreten Projekten trafen auch auf weitgefasste Grundsatzfragen. Aus der Diskussion kristallisierten sich Themenschwerpunkte heraus. Ein Realitätscheck wurde eingefordert. Nun war die Zeit reif für die Entscheidungen, was an konkreten Vorschlägen und Lösungen weiter entwickelt werden sollte. Zuordnungen aus dem Kreis der Experten wurden spontan getroffen und die Arbeitsgruppen begannen zügig mit ihrer Arbeit (Prototyping). Nach vorher breiter Diskussion wurde nun fokussiert und in enger Kooperation geradewegs auf Ergebnisse zugesteuert. Nach abschließender Reflektion und nach Überprüfung offener Fragen war das Ziel erreicht. Zufriedenheit war spürbar. Die Präsentationen standen bereit.

Fazit

Deutlich wurde, dass nur durch den vorausgegangenen Prozess im interdisziplinären Team die späteren Ergebnisse entstehen konnten. Wie auf jedem „echten“ Weg gab es die Erfahrung von frischem Vorseilen – aber auch von Innehalten, von Hindernissen und von der Suche nach Richtung und Wegweisern. Der Weg wird weiter gehen. Letztlich werden die Umsetzer, die Nutzer und die Besucher selbst Rückmeldung zu den gefundenen Lösungen geben, indem sie damit leben, arbeiten, Erfolge feiern, Nicht-Bewährtes loslassen, Impulse für weitere Entwicklungen setzen und sie in Einklang bringen mit dem, was machbar und stimmig ist.

2. Teilnehmerliste

Open Space: Wilhelmsburg 2016, Expert*innen-Workshop am 21.09.2016

Teilnehmerliste

Nr.	Name	Vorname	Funktion	Organisation	Stadt
Expert*innengruppe Sichtbarkeit					
1	Andreas	Jutta	Mitglied AG Stadtentwicklung	BUND-Kreisverband Ulm	Ulm
2	Bergmann	Ingo	Leiter	Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Repräsentation, Stadt Ulm	Ulm
3	Burger	Matthias	1. Vorsitzender	Förderkreis Bundesfestung Ulm e.V.	Ulm
4	Dieterich	Wolfgang	Geschäftsführer	Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT), Stadt Ulm	Ulm
5	Prof. Frey	Claudia	Geschäftsleiterin	Bertron Schwarz Frey GmbH	Ulm
6	Michnick	Ralf	Hauptabteilungsleiter	Zentrales Gebäudemanagement, Stadt Ulm	Ulm
7	Milde	Ralf	Inhaber	Agentur Ralf Milde Kultur Consulting	Ulm
8	Dr. Seemann	Birgit-Katharine	Fachbereichsleiterin Kultur und Museum	Geschäftsbereich Bildung, Kultur, Sport, Landeshauptstadt Potsdam	Potsdam
9	Seher	Uli	Leiter	Architekturbüro BRS Architectes Ingénieurs	Paris
10	Tenta	Katharina	Referentin für Kulturmarketing	Kulturabteilung, Stadt Ulm	Ulm
11	Wilhelm	Klaus	Projektleiter	Lichtkunstfest Hildesheim, Hildesheim Marketing GmbH	Hildesheim
Expert*innengruppe Erschließung					
1	Feil	Dirk	Geschäftsführer	Sanierungstreuhand Ulm GmbH (SAN), Stadt Ulm	Ulm
2	Fraidel	Gerhard	Leiter	Abteilung Verkehrsinfrastruktur, Stadt Ulm	Ulm
3	Dr. Frehn	Michael	Geschäftsführer	Planersocietät - Stadtplanung, Verkehrsplanung und Kommunikation	Dortmund
4	Grössl	Jörg	Fregattenkapitän	Bundeswehr, Multinationales Kommando	Ulm
5	Hartlieb	Michael	2. Vorsitzender, Pressesprecher	Förderkreis Bundesfestung Ulm e.V.	Ulm
6	Jescheck	Volker	Hauptabteilungsleiter	Stadtplanung, Umwelt und Baurecht, Stadt Ulm	Ulm
7	Leis	Jan	Geschäftsführer Mitglied	FIDES Projekt GmbH Bürgerverein Michelsberg Ulm e.V.	Ulm
8	Mohn	Christoph	Planung, Bauleitung, Bauunterhalt Hochbau	Abteilung Gebäudemanagement, Stadt Ulm	Ulm
9	Pöhler	Martin	Leiter	Abteilung Verkehrsmanagement und Betrieb, SWU Verkehr GmbH	Ulm
10	Pretsch	Hélène	Verkehrsplanerin	Verkehrslösungen - Blees Eberhardt Saary Partnerschaft	Darmstadt
11	Rettenmaier	Barbara	Projektleiterin	Alter Schlachthof Kreativpark, Karlsruher Fächer GmbH	Karlsruhe
12	Schwab	Arndt	Verkehrsplaner	Sachgebiet Verkehrsplanung im Amt für Stadtentwicklung und Bauordnung, Stadt Koblenz	Koblenz
13	Weißhardt	Angela	Verwaltungsdirektorin	Theater der Stadt Ulm	Ulm
Expert*innengruppe Zwischennutzung und temporäre Bespielung					
1	Bern	Demian	Freier Künstler / Projektleiter	EXP.edition	Stuttgart
2	Bettinger	Martina	Verwaltung Mietverhältnisse	Abteilung Gebäudemanagement, Stadt Ulm	Ulm
3	Csulits	Markus	Leiter	Abteilung Städtebau und Baurecht, Stadt Ulm	Ulm
4	Dr. Fuchs	Ulrich	Kulturmanager, Mitglied der EU-Jury zur Auswahl der Kulturhauptstädte + stellvertretender Intendant der Kulturhauptstädte Linz und Marseille	EU-Jury zur Auswahl der Kulturhauptstädte	Marseille
5	Häußler	Herbert	Mitglied	Förderkreis Bundesfestung Ulm e.V.	Ulm
6	Huber	Sebastian	Sachgebietsleiter Projekte und Veranstaltungen	Kulturabteilung, Stadt Ulm	Ulm
7	Hudelmaier	Ulrike	Geschäftsführerin	TechnologieFörderungsUnternehmen GmbH	Ulm
8	Kaufmann	Stefan	Projektleiter Innovationslabor	Team IT, Stadt Ulm	Ulm
9	Neumeister	Sabrina	Leiterin	Kulturabteilung, Stadt Ulm	Ulm
10	Perkovac	Peter	Technischer Leiter	Theater der Stadt Ulm	Ulm
11	Perl	Margret	Leiterin Projektentwicklung	Projektentwicklungsgesellschaft Ulm mbH, Stadt Ulm	Ulm
12	Schnier	Daniel	Gründer, Mitbetreiber	AAA GmbH Bremen, ZZZ - ZwischenZeitZentrale Bremen	Bremen
13	Dr. Schößler	Tom	Verwaltungsleiter, Kulturmanager	Theaterhaus Stuttgart, Freie Projekte im Bereich Theater	Stuttgart
14	Schultze	Bertram	Geschäftsführer	Leipziger Baumwollspinnerei Verwaltungsgesellschaft mbH	Leipzig
15	Ziehl	Michael	Inhaber	Agentur Urban Upcycling / Leerstandsmelder.de	Hamburg

