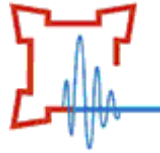


# Stadtmarketing Jülich e.V.



## Rechenschaftsbericht für das Jahr 2019

### I. Allgemeine Einschätzung

### II. Projekte des Vereins

1. Muttkratmarketing
2. Jülicher Stadtmarketing-Preis
3. Anregungen zur Stadtentwicklung
4. Jülicher Stadtgespräche
5. LICHT(!)projekt Jülich
6. Jülicher Rundwanderwege
7. Teilnahme an externen Gremien
8. Marketingmaßnahmen
9. Indikatorenmessung

### III. Gremien des Vereins

1. Mitgliederentwicklung
2. Mitgliederversammlung
3. Vorstand
4. Kuratorium

### IV. Finanzen

Anhang: Indikatoren für Stadtmarketing  
Einwohnerzahlen  
Einzelhandel: Frequenz, Leerstände  
Forscherzahlen

# I. Allgemeine Einschätzung zur Stadtentwicklung Jülichs

Die größte Entwicklung, ist sicherlich die Vollendung des Kreishauses Nord. Nach dem Ende des Kreises Jülich kehrt damit an zentralörtlicher Stelle ein Teil der Mittelzentrumfunktion nach Jülich zurück. Der Lückenschluss im Stadtbild hat historische Dimensionen, die Änderung der Frequenz und damit Wirkung für die Innenstadt muss man abwarten.

Regional kommt Bewegung aus dem Thema Strukturwandel - durch Klimaänderung, Energiewende und Braunkohleausstieg. Beeindruckend ist, welche Entwicklungen hier diskutiert werden, wie viele Gremien aktiv sind, welche Perspektiven durchdacht werden. Über viele Ideen hörten wir beim **Stadtgespräch** im Dezember.

Vor allem aus der Jülicher Wissenschaftslandschaft gibt es viele hoffnungsvolle Signale: Brainergy-Park, Tagungs- und Kongresszentrum, Fraunhofer-Institut, neues DLR-Projekt. In Jülich kann vieles umgesetzt werden, was langfristig im Strukturwandel hilft. Durch die Beschlüsse in Berlin müssen noch schneller als bisher angenommen vor allem Ersatzarbeitsplätze für Mitarbeiter aus den Braunkohlezulieferbetrieben geschaffen werden, auch für Mitarbeiter in Zulieferbetrieben.

Ansonsten gibt es Diskussionen über Projekte und Anträge in vielen Gremien: Als Beobachter verliert man den Überblick: Metropolregion, Zukunftsagentur, indeland, Bürgermeister-Treffen, Anrainerkonferenz, Regionalknoten. Eine Bürgerbeteiligung wird für 2020 geplant.

Die Aktivitäten im Bereich des anderen Markenkerns, der historischen Festungsstadt, konzentrierten sich 2019 vor allem auf die Bedeutung des Kriegsendes für unsere Stadt und ihre Bewohner. Eine beeindruckende und würdige Veranstaltungsreihe von Museum Zitadelle und VHS Jülicher Land in Kooperation mit der Kreisstadt Düren, die noch nicht zu Ende ist. Ergänzt wird das durch die Outdoor-Ausstellung des FV Festung Zitadelle, mit der die Auswirkungen des Krieges ins Bild gesetzt werden - und der Wiederaufbau vor Ort gewürdigt wird. Diese temporäre Aktion hat soviel Beachtung erlebt, dass man aus der Idee unbedingt eine permanente Aktion machen sollte. Wir als Verein würden uns daran gerne beteiligen.

## **Damit sind wir in der Innenstadt:**

Das Integrierte Handlungs-Konzept InHK wurde 2019 weiterentwickelt. Die neuralgischen Punkte sind durch Bürgerbeteiligung und Expertenmeinung identifiziert:

- die Plätze, die entsprechend ihrer Nutzung zu gestalten sind
- Straßenzüge und -verbindungen, deren Ansicht verschönert werden sollte,
- die Erreichbarkeit der Innenstadt mit allen mobilen Möglichkeiten
- die Aufenthaltsqualität für Bewohner und Besucher

Im Jahr 2020 steht die Ausarbeitung an - das Konzept muss daran ansetzen, was sich in 15 Jahren geändert haben soll.

Klar ist, dass unsere historischen Bauwerke, besonders die Zitadelle, hervorragende Alleinstellungsmerkmal sind. Dies weitaus stärker als bisher herauszuarbeiten wäre unser Wunsch aus SMJ-Sicht für die weitere Konzepterarbeitung.

Denn nur Stadtgeschichte und das daraus resultierende Stadtbild machen unsere Stadt in Zeiten von Filialisierung und ökologischer Bauweise unverwechselbar.

Das Forschungszentrum, wurde als „KFA“ vor über 60 Jahren gegründet, damit gehört auch die Forschung schon zur Stadtgeschichte dazu.

## II. Projekte des Vereins

### 1. Muttkratmarketing:

Im Jahr 2019 wurde das Konzept weiterentwickelt und im September von Sunita Gupta-Lessmann dem Ratsausschuss für Kultur, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing (KWS) vorgetragen. Der Ausschuss wies die Verwaltung an, die Umsetzung des Konzepts im Rahmen des städtischen Marketings zu überprüfen. Dies ist noch nicht abgeschlossen, die Einbeziehung in das InHK wird erwogen.

Der Verein wird unabhängig von der städtischen Entscheidung einzelnen Maßnahmen des Konzeptes nach seinen Möglichkeiten, auch in Kooperation mit den ortsansässigen Unternehmen verfolgen.

### 2. Jülicher Stadtmarketing-Preis 2019

Der Vorstand entwickelte die Idee zu einer neuen Ehrung in Jülich, um das Thema Stadtmarketing mit positiven Beispielen öffentlichkeitswirksamer darzustellen, vorbildliche Projekte zu ehren und den Verein öffentlich zu präsentieren.

Der Neujahrsempfang findet in Kooperation mit Bürgermeister Fuchs im Ratssaal statt.

Die dritte Verleihung fand am 15.1.2019 statt.

Die Jury hatte den Preis doppelt vergeben:

- Die Geschwister Sigrid Geyer-Byrau und Guido Geyer wurden für die Investition in ihre Gebäude am Marktplatz geehrt, die denkmalgerecht den Markt aufwerten und mit dem Extra-Blatt eine neue Lokalität nach Jülich holten.
- Das Team des Museums Zitadelle wurde für Leistungen im Rahmen des 25-Jahre-Jubiläumsprogramms und ihr Engagement für Jülich ausgezeichnet.

Die nun dritte **Neujahrsrede** hielt der Vorsitzende des Vorstandes der Forschungszentrum GmbH, Prof. Dr. Wolfgang Marquardt zu den Chancen und Unterstützungsmöglichkeiten, die sich durch den Strukturwandel ergeben.

Etwa 100 Besucher aus Vereinen, Politik und Verwaltung nahmen an der Preisverleihung teil.

Ende des Jahres 2019 wurden die Vorbereitungen zur Preisverleihung 2020 begonnen.

Neun Vorschläge wurden von den Mitgliedern eingereicht. Die Jury vergab den Preis doppelt, an Landrat Wolfgang Spelthahn und Firma Jos. Fischer. Die Veranstaltung fand am 16.1.2020 statt.

### 3. Anregungen zur Stadtentwicklung

#### Integriertes Handlungskonzept Jülich (InHK)

Im Jahr 2019 fanden mehrere Foren mit Bürgerbeteiligung statt, an denen mehrere Vorstandsmitglieder jeweils teilnahmen. Die Inhalte und der Fortschritt des Prozesses sind am besten in Internet unter <https://zukunftsstadt-juelich.de/> zu verfolgen.

#### Bürgermeister-Gespräche

Fast monatlich treffen sich Vorstandsmitglieder auf Einladung von Axel Fuchs im Bürgermeisterbüro, um mit der Verwaltungsspitze aktuelle Fragen und Projekte im Bereich Stadtmarketing und Stadtentwicklung zu besprechen. Diese fruchtbare Form der Zusammenarbeit und Koordination ermöglicht Umsetzung von Maßnahmen und Anregung auf kürzestem Weg.

Wir freuen uns, dass dies auch 2020 fortgesetzt wird.

#### Idee: Vortragsreihe zu Forschungsthemen

Wir haben eine regelmäßige Vortragsreihe zu Forschungsthemen initiieren wollen, um Wissenschaftler und Studierende ab und zu in die Innenstadt zu ziehen. Das Projekt

wurde mehrfach diskutiert, scheiterte aber derzeit an dem personellen Aufwand. Das Konzept wird aktuell neu gedacht und geprüft, welche Form eines Austausches möglich und sinnvoll ist. (Tag der Forschung in der Stadt, Einzelevents, etc.).

### **Präsentation der Zitadelle**

Angeregt vom Museumsleiter Marcell Perse unterstützt der Vorstand das Vorhaben, die Präsentation der Zitadelle zu verbessern und sie zu einem größeren touristischen Ziel aufzuwerten. Die Idee, die Zitadelle mit einer Ausstellung „Landschaft in Bewegung“ zum Zentrum der Region im Strukturwandel zu machen, wofür hier im Museum schon vieles aus der Sammlung zu gebrauchen wäre, fand zwar in Gesprächen viel positive Resonanz, aber noch keinen institutionellen Unterstützer, der die Vision voranbringt. Wir werden das im Jahr 2020 weiterverfolgen.

## **4. Jülicher Stadtgespräche**

Am 17.12.2019 führte unser Verein die 19te Veranstaltung dieser Reihe gemeinsam mit der Lokalredaktion der Jülicher Tageszeitungen mit dem Thema „Jülich 2030: Abbruch, Umbruch, Aufbruch?“ durch.

Beteiligt waren die großen Jülicher Institutionen, die ihre Planungen und Perspektiven erläuterten; die Wechselwirkung mit der Stadtentwicklung wurde besprochen.

Moderation: Michael Gramm, Wolfgang Hommel, Volker Uerlings

## **5. Licht(!)projekt Jülich**

Die Leuchtmittel im Wallgraben vor der Wilhelmusbastion, wie auch am Hexenturm, wurden von der Stadt teilweise erneuert. Die Beleuchtung des Brückenkopfs am Stadteingang sowie an der Propsteipfarre muss noch erneuert werden.

Eine Beleuchtung von Marktplatz / Altes Rathaus soll im Rahmen des InHK geprüft werden.

## **6. Jülicher Rundwanderwege**

Die Jülicher Rundwanderwege wurden von Alwin Reiche erfunden, bis 1998 gekennzeichnet und danach bis 2009 betreut.

Seitdem sorgen für die Kennzeichnung der Wege:

JÜL und J1: Gabriele Ratanski

J2: Balthasar Klems

J3: Hermann Petri

J4: Beate Bäumker

J5: Julia Huneke

J6: Ehepaar Speldrich

Es fand auch 2019 ein Treffen der Wegewarte im Rahmen des Weinfestes statt.

## **7. Teilnahme an externen Gremien**

**Lenkungsgruppe Stadtentwicklung des städtischen Stadtmarketings**

**Nachbarschaftsdialog des Forschungszentrums Jülich**

Einige Vorstandsmitglieder sind durch ihre Funktion in weiteren Gremien vertreten.

## **8. Marketingmaßnahmen**

### **Unsere Neubürgerbroschüre**

Sie wird vom Einwohnermeldeamt verteilt. Die Gutscheine werden von den Neubürgern in unterschiedlicher Menge zum Einsatz gebracht. Ende 2019 wurde klar, dass im Jahr 2020 die Herstellung einer Neuauflage geprüft werden muss.

## Veranstaltungsfaltblätter

Es werden ständig neue Eindruckfaltblätter hergestellt, die aktualisiert die wichtigsten und interessantesten unregelmäßigen Veranstaltungen in Jülich auflisten. Sie sind in der Buchhandlung Thalia und im Tourismusbüro erhältlich.

## Stadtmarketing-Info-Tafeln

Acht große Tafeln stehen im Stadtgebiet an Stellen, wo Touristen anders keine Informationen über Jülich bekommen: Ruraue-Parkplätze der Autobahn, Parkplätze am Brückenkopf-Park, am Bahnhof, am TZJ und an der Sophienhöhe. In der Innenstadt weisen Stadt-Punkte zwischen Lindenrondell und Zitadelle auf die Jülicher Sehenswürdigkeiten aus der Luft hin. Im Jahr 2019 musste die Tafel am Bahnhof nach Zerstörung ersetzt werden.

## Brückenkopf-Tafeln

Um externe Besucher des Brückenkopf-Parks zu informieren, machen wir seit ca. 10 Jahren mit sechs qm-großen Tafeln im Durchgang zur Südbastion auf die Besonderheiten Jülichs aufmerksam. Diese Tafeln haben wir 2019 mit passenden Motiven aus dem Muttkratmarketing erneuert.

## 9. Indikatorenmessung

Um die Daten zweier Erhebungen als Zeitreihe besser interpretieren zu können und um Entwicklungen zu erkennen, werden einmal jährlich die Passantenfrequenzen in der Innenstadt gezählt und die Leerstände straßenweise erfasst. Ergebnisse und Erläuterungen unten im Anhang.

## III. Gremien des Vereins

	31.12.2005	01.01.2007	31.12.2009	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.1.2.2018	31.12.2019
Fördermitglieder	10	9	9	9	9	8	8	6	5	5
Gastronomie	7	5	4	2	2	2	3	3	3	3
Hotels und Pensionen	9	10	7	7	7	7	6	6	6	5
Gewerbliche	15	13	14	14	12	11	11	11	11	11
Handelsbetriebe	14	14	11	10	9	8	8	6	7	6
Institutionen	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5
Vereine	8	7	8	8	8	7	7	7	8	8
Einzelpersonen	21	21	19	17	18	18	19	18	13	14
<b>Summe</b>	<b>89</b>	<b>85</b>	<b>78</b>	<b>73</b>	<b>70</b>	<b>66</b>	<b>67</b>	<b>62</b>	<b>58</b>	<b>57</b>

## 2. Mitgliederversammlung

Zu unserer Mitgliederversammlung am 9.10.19 kamen 19 stimmberechtigte Mitglieder, was ein Drittel der Mitglieder darstellt. Im Mittelpunkt standen die Zuwahlen zum Vorstand (siehe 3.) und die Zielsetzung beim Integrierten Handlungskonzept InHK. Der Vorstand legte einen Vorschlag unter dem Stichwort „Jülich lädt ein!“ vor, der die Tourismusförderung ins Zentrum der Überlegungen rückt. In der Diskussion wurde klar, dass es mehrere solcher thematischen Möglichkeiten gibt und alle Teilnehmer eine solche als Motto des InHK ins Zentrum gerückt sehen wollen. Der Vorstand wurde für 2018 entlastet.

## 3. Vorstand

Vorstandsmitglieder, gewählt bis Herbst 2022:

Wolfgang Hommel als Vorsitzender

Sunita Gupta-Leßmann (Kommunikations-Designerin) als 2. Vorsitzende

Guido Reichensperger (Steuerberater) als Schatzmeister

Peter Boeken (Jülicher Händler) als Schriftführer

sowie als Beisitzer:

Maurice Emunds (ETC Deutschland)

Ulrich Kalisch (Revisor)

Torsten Wagner (Pro-Dekan des FB9, der FH Aachen, Campus Jülich)

Rüdiger Urban (Vorsitzender des Fördervereins Festung Zitadelle Jülich) schied im Herbst aus persönlichen Gründen aus dem Vorstand aus.

Neu gewählt wurden:

Dorothee Schenk (Pressebüro und Herzog-Magazin)

Norbert Freudenberg (FV Festung Zitadelle Jülich)

Michael Robertz (Reisebüro Robertz)

## 4. Kuratorium

Aus Termingründen fand 2019 keine Sitzung statt. Die Kuratoriumsmitglieder wurden vom Vorstand regelmäßig informiert.

## IV. Finanzen

Im Jahr 2019 wurden mehrere Projekte realisiert und auch aus den Rücklagen finanziert: Die Konzeption und ersten Maßnahmen des Muttkratmarketing waren die größten Posten.

Die verbleibenden Rücklagen sind ausreichend, um die Finanzierung geplanter Projekte auch im Folgejahr gewährleisten zu können.

<b>Geldbestand</b>	<b>31.12.2019</b>	<b>31.12.2018</b>
Girokonto	16.782,05	15.046,30
Entwicklung		1.735,75

<b>Einnahmen</b>	<b>2019</b>	<b>Ausgaben</b>	<b>2019</b>	
Mitgliedsbeiträge	6050,00	Projekte	2.701,82	
Sonstige		Werbematerial	104,---	
		Muttkratmarketing	549,15	
		Verwaltung etc.	359,28	
Summe	6050,00	Summe	4.314,25	
		Überschuss	1.735,75	

## Anhang: Indikatoren für Stadtmarketing

### Einwohner der Stadt

	01.01.1972	31.12.1997	31.12.2002	31.12.2004	31.12.2008	31.12.2012	31.12.2016	31.12.2018	31.12.2019	Vergleich zu 1972	
Jülich-Kernstadt	18.789	17.123	17.625	17.325	17.020	16.917	17.648	17.832	<b>18.028</b>	95%	Jülich-Kernstadt
Altenburg	259	190	195	190	183	225	236	223	<b>213</b>	86%	Altenburg
Barmen	1.127	1.354	1.410	1.387	1.346	1.318	1.305	1.304	<b>1.293</b>	116%	Barmen
Bourheim	698	813	880	830	814	807	896	922	<b>920</b>	132%	Bourheim
Broich	896	1.095	1.164	1.156	1.129	1.145	1.143	1.125	<b>1.110</b>	126%	Broich
Daubenrath	301	252	272	256	257	322	299	238	<b>237</b>	79%	Daubenrath
Güsten	939	906	1.099	1.145	1.095	1.098	1.142	1.134	<b>1.132</b>	121%	Güsten
Kirchberg	1.883	1.794	1.789	1.802	1.721	1.680	1.744	1.651	<b>1.631</b>	88%	Kirchberg
Koslar	2.345	2.455	2.932	2.988	3017	2.991	2.925	2.904	<b>2.882</b>	124%	Koslar
Lich-Steinstraß	1.558	1.209	1.282	1.285	1.249	1.241	1.200	1.204	<b>1.194</b>	77%	Lich-Steinstraß
Mersch	729	825	790	790	798	808	792	780	<b>780</b>	107%	Mersch
Merzenhausen	277	330	358	393	397	381	387	397	<b>390</b>	143%	Merzenhausen
Pattern	440	524	493	478	448	434	451	474	<b>463</b>	108%	Pattern
Selgersdorf	522	822	830	832	821	828	812	801	<b>798</b>	153%	Selgersdorf
Stetternich	1.765	1.739	1.714	1.730	1.762	1.766	1.725	1.723	<b>1.696</b>	98%	Stetternich
Welldorf (inkl. Serrest)	1173	1358	1.456	1.427	1388	1332	1340	1352	<b>1.348</b>	115%	Welldorf (inkl. Serrest)
Summe Stadtteile	14.912	15.666	16.664	16.689	16.425	16.376	16.397	16.232	<b>16.087</b>	109%	Summe Stadtteile
<b>Summe Kernstadt + Stadtteile</b>	<b>33.701</b>	<b>32.789</b>	<b>34.289</b>	<b>34.014</b>	<b>33.445</b>	<b>33.293</b>	<b>34.045</b>	<b>34.064</b>	<b>34.115</b>	<b>101%</b>	<b>Summe Kernstadt + Stadtteile</b>

### Einkaufsstadt Jülich

An Silvester eines jeden Jahres nimmt der Vorsitzende die Zahl der Leerstände in Jülichs Einkaufsstraßen auf.

In der Summe hat es 2019 im Vergleich zu den Vorjahren einen deutlichen Rückgang der Leerstände gegeben, im Vergleich zu 2017 um ein Viertel. Das ist im Prinzip ein guter Trend, besonders für die Vermieter. Über die Attraktivität sagt es weniger aus, da auch eine größere Anzahl von Büros oder Dienstleistern zu den neuen Nutzern gehören wie Funkwagen-Zentrale, weitere Imbissbetriebe sowie Versicherungen, die alle keine zusätzliche Frequenz erzeugen - oder außerhalb der Kernzeiten (bspw. der Fight-Club in der Kl. Rurstraße).

Gerade im Jahr 2019 gab es einige Aufgaben von TraditionsGeschäften wie Halking, Fischer (mit Filialnachfolge) und Müller, die gemeinsam über 300 Jahre in Jülich aktiv waren, und die auch regional den Einzugsbereich vergrößerten.

Das tun weiterhin viele inhabergeführte Fachgeschäfte, manche auch mit eigenem großen Einzugsbereich, deren Frequenz dann auch anderen Geschäften zu Gute kommen kann.

<b>Leerstände in der City</b>	2003	2004	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	<b>2019</b>
Baierstraße	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	3	2	<b>3</b>
Bongardstraße	3	3	2	2	3	0	1	1	1	1	2	0	0	0	0	<b>0</b>
Düsseldorfer Str.	5	3	2	2	3	2	5	8	5	4	4	6	8	9	7	<b>6</b>
Gr. Rurstraße	1	1	0	2	2	5	3	0	2	4	5	7	4	6	5	<b>3</b>
Kapuzinerstraße	2	3	3	3	3	3	2	2	2	5	4	5	4	3	2	<b>1</b>
"Kl." Römerstraße														1	1	<b>1</b>
Kl. Rurstraße	0	0	2	2	2	4	5	3	3	3	7	5	8	7	6	<b>4</b>
Kölnstraße	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	2	4	1	2	<b>2</b>
Kurfürstenstraße	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Marktplatz	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	3	2	<b>1</b>
Marktstraße	0	0	0	0	2	1	1	1	1	2	3	3	1	1	1	<b>1</b>
Poststraße	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	2	<b>3</b>
Raderstraße	2	2	2	2	3	4	3	2	1	1	4	2	3	2	2	<b>2</b>
Schlossstraße	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	<b>0</b>
Stiftsherrenstraße	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Summe</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>16</b>	<b>23</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>34</b>	<b>38</b>	<b>32</b>	<b>27</b>

## Frequenzzählung in der Innenstadt

Seit 2003 werden an zehn Standorten die Fußgängerfrequenzen gemessen, jeweils halbstündlich, aber in der Tabelle pro Stunde angegeben. (Anlage)

Zu Beginn war die Frequenz an den Donnerstagnachmittagen um etwa 30 % geringer als an den Samstagvormittagen.

Dies hat sich nun erstmals umgekehrt. Ein Indikator der 2019er Zählung mag das Wetter sein, da es von 10-11 Uhr am Samstag regnerisch war. Aber der Trend belegt eindeutig folgende Aussage:

Die Abnahme der Fußgängerfrequenz seit 16 Jahren betrifft eindeutig mehr den Samstagvormittag, der als starker Einkaufstag gilt, bzw. galt. Der Unterschied beruht auf den Gründen, die zum Besuch der Innenstadt führen: An Werktagen haben auch Arztpraxen, Ämter und Behörden geöffnet. Dadurch scheint die Zahl der Besucher konstanter geblieben zu sein, 2019 lag im Schnitt der gesamten Messung, und nur 12 % unter den höheren Zahlen zu Beginn.

Bei den lokalen Entwicklungen haben sich die Zahlen im Zentrum verstärkt, die am Rand abgeschwächt - mit zwei bemerkenswerten Differenzen im Jahr 2019: Die Zahl an der Kl. Rurstraße und an der Kurfürstenstraße waren wesentlich höher als der Trend der letzten Jahre.

Der Rückgang am Samstag erfolgt kontinuierlich seit 2006. Im Vergleich zu dieser Höchst-Gesamtzahl hat es sogar eine Halbierung gegeben. Das ist in summa ein Zeichen für die abnehmende Anziehungskraft des Einzelhandels, der samstags alleine mit dem Wochenmarkt für die Frequenz sorgen muss.

Die Verteilung innerhalb der Straßen bestätigt die allgemeine Einschätzung und die der Leerstandszählung: Die Kölnstraße hält sich vergleichsweise besser, man kann von einer Konzentration des Handels auf die Kölnstraße sprechen.



## Forschungsstadt

Als Indikatoren für die Entwicklung Jülichs als Forschungsstadt weisen wir jedes Jahr folgende Zahlen aus:

<b>Mitarbeiterzahlen</b>	2005	2008	2010	2011	2012	2014	2016	2018	2019
Forschungszentrum	4.405	4.470	4.767	4.992	5.236	5.534	5.868	5.914	6.115

Mitarbeiterzahlen jeweils zu Beginn des Kalenderjahres.

### FH AC Jülich Studierendenzahlen:

Im Wintersemester	03/04	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15
Studierende	2.010	2.142	2.316	2.426	2.653	2.725	3.104	3.271	3.490	3.609
Im Wintersemester	15/16	16/17	17/18	18/19						
Studierende	3.759	3.731	3.717	3.867						

Beide Zahlenreihen steigen kontinuierlich an. Das unterstreicht die Bedeutung der Wissenschaftseinrichtungen für die Stadt und gibt eine Vorstellung von ihrem Potential.