

<b>BESCHLUSSVORLAGE</b>  <b>V0657/24</b> öffentlich	Vorstand                      Forster, Norbert Telefon                         3 05-30 00 Telefax                         3 05-30 19 E-Mail                          ifg@ingolstadt.de  Datum                            27.09.2024
--	--

<b>Gremium</b>	<b>Sitzung am</b>	<b>Beschlussqualität</b>	<b>Abstimmungs- ergebnis</b>
IFG Ingolstadt AöR, Verwaltungsrat	07.10.2024	Bekanntgabe	

**Beratungsgegenstand**

**Bericht des Vorstands - öffentlich**

**Antrag:**

Der öffentliche Bericht wird dem Verwaltungsrat bekanntgegeben.

Norbert Forster  
Vorstand

Prof. Dr. Georg Rosenfeld  
Vorstand

## Sachvortrag:

### Bericht des Vorstands

Der Bericht umfasst folgende Punkte:

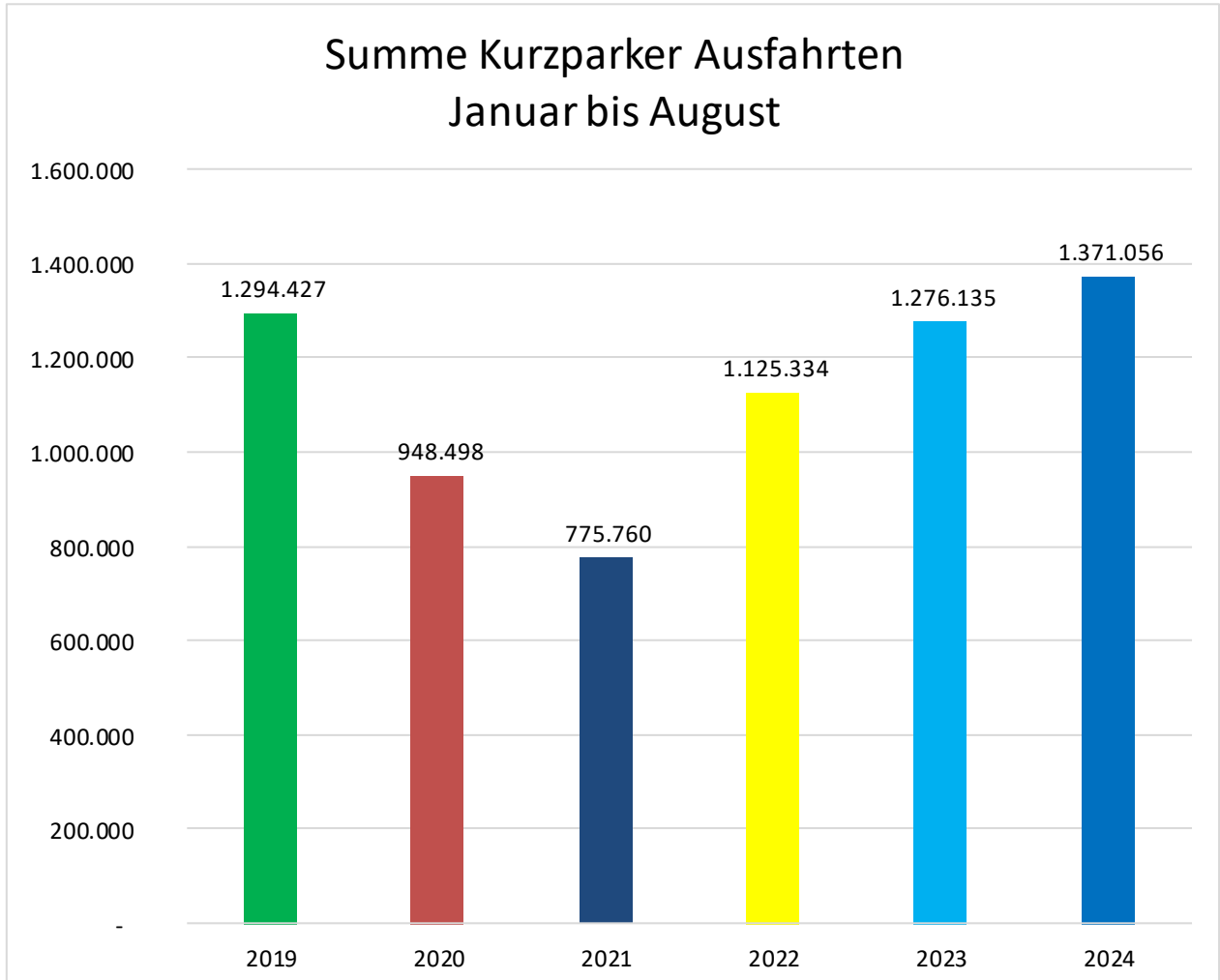
<b>1. Parkeinrichtungen</b> .....	3
<b>1.1 Auslastung Kurzparker</b> .....	3
<b>1.2 Entwicklung E-Mobilität</b> .....	3
<b>2. Wirtschaft und Innovation</b> .....	5
<b>2.1 Wirtschaftsförderung</b> .....	5
<b>2.2 Innovationsmanagement</b> .....	5
<b>3. Standortmarketing und Tourismus</b> .....	6

## Öffentlicher Bericht

### 1. Parkeinrichtungen

#### 1.1 Auslastung Kurzparker

Die Auslastung für Januar bis August 2024 ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7 % gestiegen. Im Vergleich zum Vor-Corona-Zeitraum 2019 liegt die Auslastung um fast 6 % höher. Diese erfreuliche Entwicklung der Auslastungszahlen dürfte sich in den kommenden Herbst- und Wintermonaten weiter fortsetzen.



#### 1.2 Entwicklung E-Mobilität

Vergleicht man den August 2024 mit den Vormonaten Juni und Juli 2024 sind die Ladevorgänge deutlich rückläufig. Dies entspricht den Erwartungen, da im August viele Nutzer im Urlaub sind oder auf das Fahrrad als Verkehrsmittel umsteigen. Vergleicht man hingegen die Monate Juni bis August mit den Vorjahreszahlen ist jeweils ein deutlicher Anstieg erkennbar.

Parkeinrichtung	Juni 23	Juni 24	Vergleich	Juli 23	Juli 24	Vergleich	Aug 23	Aug 24	Vergleich
PP Festplatz	57	108	51	103	126	23	43	75	32
PP Hallenbad	209	231	22	203	174	-29	176	165	-11
PP der TG Schloss	93	122	29	90	114	24	57	65	8
PP der TG Theater Ost	0	182	182	29	189	160	106	167	61
PH Nordbahnhof	33	41	8	32	36	4	27	8	-19
PH Hauptbahnhof West	26	39	13	43	22	-21	36	31	-5
PH Hauptbahnhof Ost	22	17	-5	38	25	-13	15	24	9
TG Münster	133	228	95	164	223	59	103	150	47
TG Zeughaus	8	7	-1	16	8	-8	5	3	-2
TG Reduit Tilly	20	40	20	28	55	27	8	22	14
TG CongressCentrum	86	191	105	153	258	105	78	117	39
<b>Summe</b>	<b>687</b>	<b>1.206</b>	<b>519</b>	<b>899</b>	<b>1.230</b>	<b>331</b>	<b>654</b>	<b>827</b>	<b>173</b>
<b>Durchschnitt pro Ladepunkt</b>	<b>15,6</b>	<b>26,2</b>	<b>10,6</b>	<b>19,5</b>	<b>26,7</b>	<b>7,2</b>	<b>14,2</b>	<b>18</b>	<b>3,8</b>

Nachfolgende Übersichten weisen die durchschnittliche Ladedauer in den jeweiligen Parkeinrichtungen aus.

Parkeinrichtung	Anzahl Ladepunkte		Ladevorgänge	Ø Ladezeit (hh:mm:ss)	kWh	Ø kWh/Ladevorgang	Gewinnbeteiligung netto
	22 kW	75 kW					
Tiefgarage Reduit Tilly	4	0	29	02:40:10	435,05	15,00	
Tiefgarage Congress	6	0	124	03:05:23	3.717,84	29,98	
<b>SUMMEN</b>	<b>46</b>	<b>0</b>	<b>990</b>		<b>18.788,01</b>		<b>846,31 €</b>
<b>Jun 24</b>							
Parkplatz Festplatz	4	0	108	02:41:51	2.004,86	18,56	
Parkplatz Hallenbad	4	0	231	02:23:57	4.808,14	20,81	
Parkplatz der TG Schloss	4	0	122	02:44:00	2.374,01	19,46	
Parkplatz der TG Theater Ost	4	0	182	02:13:09	3.043,67	16,72	
Parkhaus Nordbahnhof	4	0	41	02:32:16	683,74	16,68	
Parkhaus Hauptbahnhof West	4	0	39	02:19:04	507,73	13,02	
Parkhaus Hauptbahnhof Ost	4	0	17	02:34:59	310,73	18,28	
Tiefgarage Münster	4	0	228	02:24:54	3.624,53	15,90	
Tiefgarage Zeughaus	4	0	7	01:17:38	70,54	10,08	
Tiefgarage Reduit Tilly	4	0	40	02:42:01	587,70	14,69	
Tiefgarage Congress	6	0	191	03:08:49	5.858,85	30,67	
<b>SUMMEN</b>	<b>46</b>	<b>0</b>	<b>1.206</b>		<b>23.874,50</b>		<b>1.075,49 €</b>
<b>Jul 24</b>							
Parkplatz Festplatz	4	0	126	02:37:42	2.343,11	18,60	
Parkplatz Hallenbad	4	0	174	02:35:41	3.840,76	22,07	
Parkplatz der TG Schloss	4	0	114	03:20:06	2.371,79	20,81	
Parkplatz der TG Theater Ost	4	0	189	02:08:04	3.221,42	17,04	
Parkhaus Nordbahnhof	4	0	36	02:53:56	663,19	18,42	
Parkhaus Hauptbahnhof West	4	0	22	02:16:38	242,09	11,00	
Parkhaus Hauptbahnhof Ost	4	0	25	02:38:41	577,36	23,09	
Tiefgarage Münster	4	0	223	02:23:55	4.077,61	18,29	
Tiefgarage Zeughaus	4	0	8	01:03:47	69,70	8,71	
Tiefgarage Reduit Tilly	4	0	55	02:36:47	1.086,07	19,75	
Tiefgarage Congress	6	0	258	03:05:19	8.123,75	31,49	
<b>SUMMEN</b>	<b>46</b>	<b>0</b>	<b>1.230</b>		<b>26.616,85</b>		<b>1.198,84 €</b>
<b>Aug 24</b>							
Parkplatz Festplatz	4	0	75	02:16:29	1.242,57	16,57	
Parkplatz Hallenbad	4	0	165	02:34:13	3.362,08	20,38	
Parkplatz der TG Schloss	4	0	65	03:20:14	1.428,50	21,98	
Parkplatz der TG Theater Ost	4	0	167	01:56:00	3.042,98	18,22	
Parkhaus Nordbahnhof	4	0	8	02:40:07	196,68	24,59	
Parkhaus Hauptbahnhof West	4	0	31	02:30:10	376,59	12,15	
Parkhaus Hauptbahnhof Ost	4	0	24	02:06:43	463,56	19,32	
Tiefgarage Münster	4	0	150	02:29:35	2.589,72	17,26	
Tiefgarage Zeughaus	4	0	3	01:20:00	23,30	7,77	
Tiefgarage Reduit Tilly	4	0	22	04:34:41	618,97	28,14	
Tiefgarage Congress	6	0	117	03:03:26	3.373,30	28,83	
<b>SUMMEN</b>	<b>46</b>	<b>0</b>	<b>827</b>		<b>16.718,25</b>		<b>753,10 €</b>

Die

Erweiterung der Lademöglichkeiten hat in den Sommermonaten, durch den Aufbau der Schnellladesäulen auf den Parkplätzen Hallenbad und Festplatz sowie auf der Oberfläche der Tiefgarage Theater Ost begonnen. Nach deren Anschluss ans SWI-Netz stehen 12 Schnellladepunkte in den Parkeinrichtungen der IFG zur Verfügung. Ebenfalls in den Sommermonaten wurden sechs Wallboxen in der Tiefgarage Theater West installiert. Mit der Markierung und Beschilderung der Parkplätze sowie dem Anschluss ans SWI-Netz werden hier die Arbeiten zeitnah fertiggestellt.

## **2. Wirtschaft und Innovation**

### **2.1 Wirtschaftsförderung**

#### Azubi Akademie Ingolstadt und Ausbildungskompass 2024/2025

Die IFG startet zusammen mit dem Bund der Selbstständigen im Herbst die erste Azubi Akademie Ingolstadt. Ziel ist es, die Auszubildenden bei der Persönlichkeitsentwicklung im beruflichen Kontext zu unterstützen und die Attraktivität der Ausbildungsbetriebe durch das interessante Zusatzangebot zu steigern. Die Workshopinhalte wurden dabei speziell auf die Bedürfnisse und Wünsche der 17 teilnehmenden Betriebe und 40 Azubis ausgerichtet und werden in den kommenden Monaten im Rahmen von vier Workshops gemeinsam umgesetzt. Der offizielle Startschuss fällt mit der Auftaktveranstaltung am 20. November.

Parallel wurde die zweite Auflage des Ingolstädter Ausbildungskompasses mit 4.000 Exemplaren veröffentlicht. Auf 152 Seiten werden 111 Ausbildungsberufe, 18 Duale Studiengänge, sechs Ausbildungen in Teilzeit, 236 Praktika und 40 Ferienjobs bei 126 Ausbildungsbetrieben beschrieben. Ab sofort ist der Ausbildungskompass an allen Schulen mit Schüler/-innen in der Berufsorientierungsphase erhältlich und parallel online abrufbar unter [www.ausbildungskompass.de](http://www.ausbildungskompass.de).

### **2.2 Innovationsmanagement**

#### Netzwerkveranstaltung des regionalen Wasserstoffclusters

Nach der erfolgreichen Auftaktveranstaltung zum Wasserstoffcluster der Region 10 im März war auch das Interesse für das zweite Netzwerktreffen ungebrochen. Am 19.9 fanden sich wieder über 100 interessierte Unternehmen, Start-Ups und Kommunalvertreter bei der Gunvor Raffinerie ein, um sich zum Fokus-Thema „Wasserstoff-Erzeugung“ auszutauschen.

Zu Beginn erhielten die Teilnehmer bei einer Raffinerie-Tour spannende Einblicke in die raffinerieinternen Abläufe und konnten zudem die H<sub>2</sub>-Produktion der Gunvor besichtigen. Im zweiten Teil der Veranstaltung gingen die Referenten Prof. Sergej Diel von der Technischen Hochschule Ingolstadt und Harald Zwander von der HyFuture GmbH zum einen auf die vielfältigen Erzeugungsmöglichkeiten für Wasserstoff ein und zeigten zum anderen auf, welche wichtige Rolle Wasserstoff bei der Weiterentwicklung von Energie- und Mobilitätssystemen spielen und damit die Transformation der Wirtschaft in vielen Bereichen mitgestalten kann. Im Anschluss nutzten die Anwesenden noch die Gelegenheit, in den intensiven fachlichen Austausch zu treten, Kooperationspotentiale zu erörtern und das eigene Netzwerk zu erweitern.

Für das kommende Jahr ist im Rahmen des regionalen Wasserstoffclusters neben weiteren Netzwerkformaten und Exkursionen auch die Bildung von themenspezifischen Arbeits- bzw. Projektgruppen geplant, um konkrete Umsetzungsideen zu realisieren und den Aufbau der Wasserstoff-Infrastruktur in der Region gezielt voranzutreiben.

### 3. Standortmarketing und Tourismus

#### Radtourismus Statistik 2024

Die seit 2023 im Betrieb befindliche radtouristische Infrastruktur wurde in der Radsaison 2024 weiterhin gut genutzt. Die digitalen Infopoints an den Raststationen Glacisbrücke und Donaudamm verzeichneten von Mai bis September im Vergleich zu 2023 mit ca. 6.500 Aufrufen weiterhin hohe Zugriffszahlen, jedoch ist ein Rückgang um 13% zu beobachten. Gründe hierfür sind ausbleibende „Probier-Effekte“ von Erstnutzern (z.B. Spaziergänger). Der Zustand der Raststationen, Fahrradboxen, Schließfächer und E-Bike-Ladeschränke ist auf einem hohen Niveau und von Vandalismus weitestgehend verschont geblieben. Wöchentliche Kontrollfahrten stellen die Funktion der Anlagen sicher. Daten aus den installierten Geräten zur Radverkehrsanalyse entlang des Donau-Radwegs (DRW) zeigen, dass in etwa gleich viele Radler den DRW flussabwärts (52%) wie flussaufwärts (48%) nutzen. Ca. 15% der gezählten Radler verlassen den DRW, um sich länger in der Altstadt aufzuhalten. Insgesamt wurden rund 17.000 Radfahrer von Mai-August auf dem DRW gezählt was in etwa das Niveau aus dem Vorjahr widerspiegelt.

#### Auswertung nach Monaten

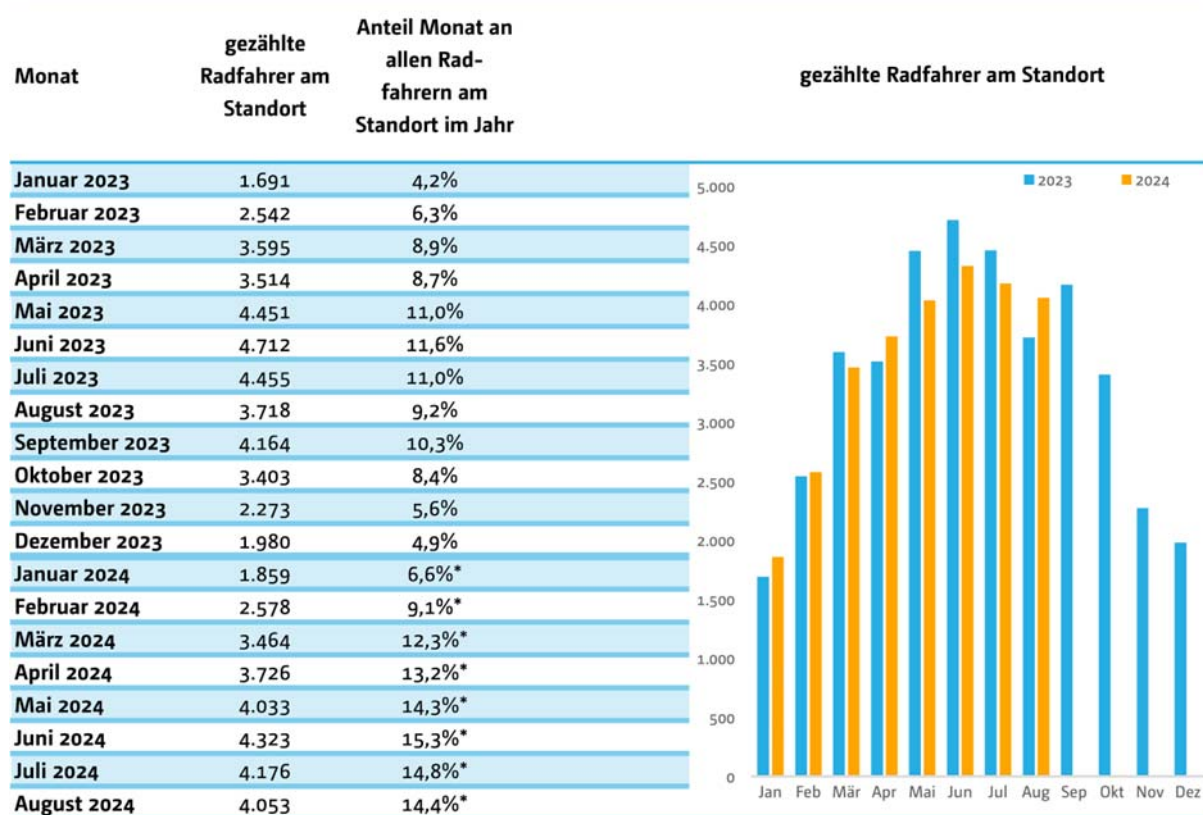


Abbildung 1: Frequenzzählung Radfahrende auf dem Donauradweg, Messpunkt Donaudamm (Bezirkssportanlage Nord-Ost).

#### Entwicklungen der Tourist Information

Von Juni bis September wurden in der modernisierten Tourist Information am Rathausplatz zusätzlich zu dem bestehenden Sortiment eine Sommerkollektion angeboten. Bestandteile davon waren u.a. T-Shirts, Strandkissen und -tücher, Frisbees und Caps. Insbesondere die trendig gestalteten Caps und T-Shirts (ausverkauft) fanden bei einer jüngeren Zielgruppe (16-30 Jahre) einen hohen Anklang. Insgesamt wurde mit der Sommerkollektion ein Gesamtumsatz von ca. 6.000,- € und ein Erlös von ca. 1.600,- € erzielt (Stand 11.09.). Der gesamte Umsatzerlös aller verkauften Produkte in der Tourist Info betrug von Januar bis September ca. 16.000,- €. Im Vergleich dazu lag der Umsatzerlös für den VVK von Veranstaltungstickets im gleichen Zeitraum bei rund 5.000,- € und der Umsatzerlös aus verkauften Tickets für öffentliche Stadttouren bei ebenfalls rund 5.000,- €. Das qualitative Feedback der Besucherinnen und Besucher zum

aktuellen Warensortiment und der Gestaltung der Tourist Information fällt ausnahmslos positiv aus. Das Ende als Ticket-VVK-Stelle hat sich im August nicht nachweislich auf die Frequenzzahlen in der Tourist Information niedergeschlagen und Beschwerden blieben bis auf wenige Einzelfälle aus.

#### Vermarktung des Themas Frankenstein in Ingolstadt

Im März wurden dem Verwaltungsrat Maßnahmen zur Vermarktung des Themas Frankenstein vorgestellt. Mit der erstmaligen Durchführung eines Frankenstein-Tages sowie der Einführung einer kostenlosen, digitalen Stadttour wurden zwei Maßnahmen umgesetzt. Der Frankenstein-Tag am 30. August war mit rund 1.800 Besuchern, 40 beteiligten Akteuren an sechs Orten mit 20 Programmpunkten ein gelungener Auftakt, um dieses Format jährlich weiterzuentwickeln. 2025 wird der Frankenstein-Tag zum Festival ausgebaut und findet am 29. und 30. August statt. Die neue Frankenstein City Experience ist eine sog. „XR-Tour“ (XR = Extended Reality) und bietet den Nutzern eine Mischung aus digitaler und analoger Stadtführung auf den Spuren Victor Frankensteins. Startpunkt ist am Hallenbad-Parkplatz und Endpunkt im Garten der Alten Anatomie. Dieses kostenlose Angebot wird gemeinsam mit einem Dienstleister stetig verbessert und bietet den Nutzern eine Alternative zu den geführten Stadttouren im Führungsangebot der Tourist Information. Darüber hinaus bietet das Produkt ein Kundenbindungsinstrument für lokale Gastronomen und Händler. Diese können Coupons vergeben, die der Nutzer mit seinen erspielten Punkten durch richtig beantwortete Quizfragen während der Tour erspielen kann. Aktuell erhalten Nutzer einen Coupon für eine kleine Überraschung in der Tourist-Informationen. Gespräche mit weiteren Partnern laufen.



*Abbildung 2: Feuershow vor der Hohen Schule im Rahmen des Frankensteinintages 2024.*

### Rückblick zum „Wohnzimmer Ingolstadt“ in der Sommer Lounge

Die IFG war mit einer Pop-Up-Installation für zehn Wochen im Wasserturm des Kavalier Dalwigk im Rahmen der Sommer Lounge mit einer gemütlichen Sitzecke vertreten. Ziel war es, Anekdoten über den Standort in einer geschmackvoll eingerichteten Atmosphäre zu präsentieren sowie mit regelmäßigen Aktionen (bspw. Produktpräsentation, Verkaufsstand, Infoveranstaltungen, Live-Painting) die Fläche zu bespielen.



*Abbildung 3: Impression des Pop-Up Konzeptes "Wohnzimmer Ingolstadt" im Wasserturm des Kavalier Dalwigk.*

### Rückblick zum „Wohnzimmer-Podcast“

Unter dem Titel „Ingolstädter Standortgeschichten – der Wohnzimmer Podcast“ wurde die erste Staffel des neuen Podcasts-Format produziert. In insgesamt zehn Folgen mit interessanten Ingolstädter Persönlichkeiten, unterhielten sich die Gäste abwechselnd mit drei Mitarbeitenden der Abteilung Standortmarketing und Tourismus über deren Tätigkeitsbereich, ihre Sichtweise auf den Standort, Lieblingsplätze uvm. Zu Gast waren in chronologischer Reihenfolge: Chris Britt (Luminous Eventagentur), Dr. Theres Rohde (Museum für Konkrete Kunst und Design), Philipp Haid (FahrenHaid), Beate Diao (Kunst und Kultur Bastei e.V.), Franz Rottenkolber (Griesmüllers Altstadtbrauerei), Melanie Arzenheimer (Bayern Mittendrin), Stefan Trauf (Audi Tradition), Gerhard Budy (Audi Triathlon Ingolstadt powered by BÜCHL) sowie Maximilian Schuster (Förderverein Bayerische Landesfestung Ingolstadt e.V.). Der Podcast wurde insgesamt rund 1.000-mal gestreamt (= Abspielung >1 Min.) und ist auf den gängigen Podcast-Plattformen zu hören. Nach



der Auftaktstaffel im Pop-Up-Konzept des Kavalier Dalwigks wird der Podcast nun in einem eigens dafür eingerichteten Studio im Backoffice der Tourist-Information weiter produziert.



Abbildung 4: Aufnahme einer Folge des Wohnzimmer-Podcasts mit Dr. Theres Rohde, Direktorin MKKD.

#### Messeauftritt auf der Event.Kom 2024

Die IFG ist mit einem Stand auf der „Event.Kom“ 2024 im Business-Bereich des Audi Sportparks vertreten. Die Event.Kom wird von der Audi Events Solutions GmbH organisiert und findet dieses Jahr zum ersten Mal statt. Die Messe bietet einem breiten Publikum (B2B und B2C) vielfältige Angebote und Leistungen rund um die Themen Event, Marke, Food & Beverage und Tourismus. Die IFG wird hier den Standort sowie die Bereiche Tourismus und Kongresse präsentieren und gemeinsam mit dem Kulturrat den Bereich Events.

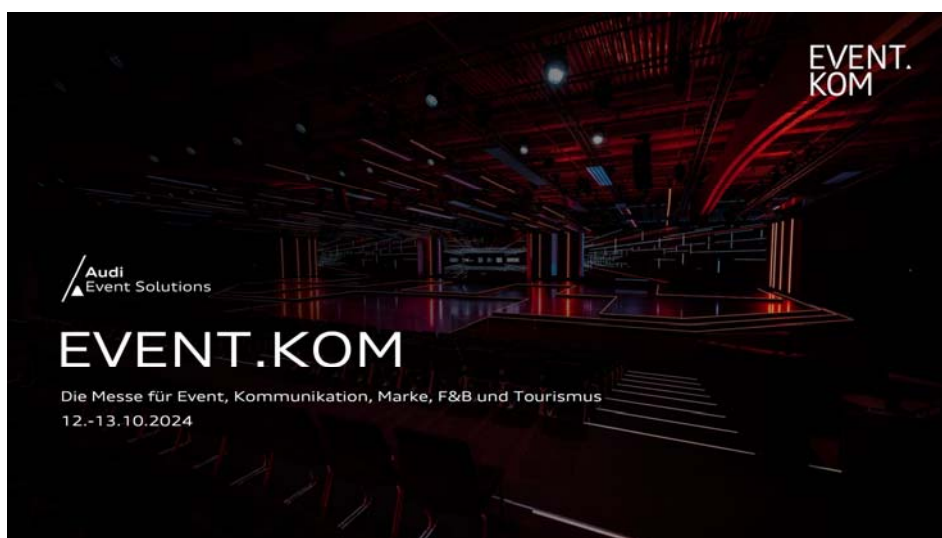


Abbildung 5: Logo der Event.Kom.

## Audi Triathlon Ingolstadt powered by BÜCHL

Die IFG ist Sponsor des Ingolstädter Triathlons, der dieses Jahr zum insgesamt 14. Mal und mit ca. 3.000 Starterinnen und Startern stattgefunden hat. Um ihr Sponsoring zu aktivieren und auf das Event aufmerksam zu machen, nahmen zwei Mitarbeitende aktiv als Athletinnen und Athleten teil und produzierten vor, während und nach dem Event Social-Media Content. Weiterhin wurden am Eventtag kostenlose Pfeifturmbegehungen von 10-16 Uhr angeboten, die mit 50 Teilnehmern gut besucht waren. Darüber hinaus betreuten zwei Mitarbeitende einen Promotion-Stand mit ca. 500 Besuchern im Zielbereich im Klenzepark.



Abbildung 6: Promotion-Stand der IFG auf dem Audi Triathlon Ingolstadt powered by BÜCHL

## Vorschau auf die „Verwunschenen Weihnachtsgeschichtn“ 2024

Nach den positiven Erfahrungen aus 2023 vermarktet die IFG auch 2024 die vielfältigen Aktionen in der Altstadt während den Adventsmonaten unter dem Titel „Ingolstädts verwunschene Weihnachtsgeschichtn“. Das Design der Kampagne arbeitet erneut mit Illustrationen von Ingolstädter Sehenswürdigkeiten und weihnachtlichen Motiven. Zur Bewerbung der weihnachtlichen Aktionen in Ingolstadt ist ein Mix aus klassischen Werbepätzen (Print, Out-of-Home, Radio) und digitalen Flächen (Social Media, Ads) in einem 80km Radius rund um Ingolstadt eingeplant. Unterstützend zu klassischen Werbeanzeigen und Content Creation wird es auch wieder eine eigene Weihnachtskollektion in der Tourist Information geben. Neben einem Schoko-Adventskalender (erhältlich ab November) gibt es Christbaumanhänger, Duftkerzen, Saunatücher und einen Buch Band mit den eingereichten Weihnachtsgeschichten von Ingolstädter Bürgerinnen und Bürgern aus 2023. Eröffnet wird die Weihnachtskollektion im Rahmen einer kleinen Feier in der Tourist Information am 27.11.2024.



Abbildung 6: Motivwelt der Weihnachtskampagne 2024.

## Eisgala

Nach vier Jahren findet heuer erstmalig wieder eine Eisgala in der SATURN-Arena statt. Die IFG unterstützt diese Veranstaltung durch Buchung von Werbeflächen und Bewerbung über die Kanäle des Standortmarketings. Der Fokus liegt auf der Erstellung von Inhalten für Online und Social Media, z.B. ein Gewinnspiel mit einem Meet & Greet der Stars als Hauptpreis. Als lokales Engagement präsentiert die IFG außerdem bei der Eisgala auch die Nachwuchs-Eiskunstläufer des ERC.



Abbildung 7: Werbeplakat der Eisgala 2024.

## Marketingaktivitäten im Profisport der Region

Die IFG bucht Marketingpakete bei den beiden Profisportclubs FC Ingolstadt 04 und ERC Ingolstadt. Diese sind die sportlichen Aushängeschilder der Stadt mit einer großen regelmäßigen, nationalen Aufmerksamkeit in den Medien. So lassen sich über die beiden Organisationen schnell und sympathisch Botschaften transportieren, gerade zum Start des IFG Eco Systems. Darüber hinaus bieten beide Clubs ein exzellentes Businessnetzwerk mit vielen Stakeholdern, die für die IFG wichtig sind.