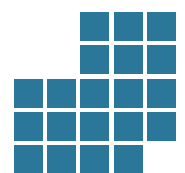


Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen!

Gute Beispiele für Projekte und Initiativen der Innenstadtentwicklung

Ein Projekt des Forschungsprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau“ (ExWoSt) des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung (BBR).



ExWoSt

IMPRESSUM

Herausgeber

Bundesministerium für Verkehr,
Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)
Invalidenstraße 44
10115 Berlin
www.bmvbs.de

Bundesamt für
Bauwesen und Raumordnung (BBR)
Deichmanns Aue 31-37
53179 Bonn
www.bbr.bund.de

Bearbeitung

Auftragnehmer
Forschungs- und Informations-Gesellschaft
für Fach- und Rechtsfragen der Raum- und
Umweltplanung mbH (FIRU), Kaiserslautern
Dr. Hanno Ehrbeck
Dipl.-Ing. Sabine Henrich
Dipl.-Ing. Sabine Herz
Dipl.-Ing. Martina Pauly

Auftraggeber
Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, Bonn
Bernd Breuer
Mechthild Renner

Druck

PRINTEC Repro-Druck
Vertriebs GmbH
Kaiserslautern

Bestellungen

silvia.wicharz@bbr.bund.de
Stichwort „Lebenswerte Innenstädte“

Nachdruck und Vervielfältigung

Alle Rechte vorbehalten

Die vom Auftragnehmer vertretene Auffassung ist
nicht unbedingt mit der der Herausgeber identisch.

Vorwort

Gegenwärtig lebt weltweit etwa die Hälfte aller Menschen in Städten oder stadtähnlichen Räumen. Je mehr Kommunikationsmöglichkeiten wir nutzen können, je mehr es uns möglich und notwendig gemacht wird, fremde Orte zu besuchen, umso „gleicher“ wird das, was wir dort sehen und erleben – seien es die global agierenden Unternehmensketten mit ihren Erkennungszeichen, seien es die gleichen Produkte, die wir überall einkaufen können oder seien es die sich immer ähnlicher werdenden Stadtbilder. Der Wiedererkennungseffekt des in anderen Städten schon Gesehenen wird oftmals zum Normalfall: Die viel beschworene Globalisierung macht auch vor den Städten nicht halt - es scheint eine Tendenz vorzuherrschen, nach der die Städte sich bemühen, sich im „Gleichen“ zu reproduzieren.

Umso wichtiger ist, Städte als Orte von Heimat und als Orientierungspunkte für ein Leben in flüchtigen Verhältnissen zu stabilisieren. Gerade in einer Zeit, in der die globale Integration alles andere zu überdecken scheint, geht es vor allem auch um die Unverwechselbarkeit des Ortes und um die Identifikation der Menschen mit ihrer städtischen Umwelt.

Innenstädte als Orte der Begegnung, des Austauschs und der kulturellen Vielfalt sind der Kristallisationspunkt für die Identifikation des Bürgers mit seiner Stadt. Die Stärke der europäischen Stadt war stets ihre Fähigkeit, die städtische Gemeinschaft in den Mittelpunkt zu stellen und die Individualinteressen mit dem gesellschaftlichen Interesse in Einklang zu bringen. Die Wiedergewinnung der Innenstädte als Lebensort ist eine der wichtigsten Herausforderungen, denen sich Stadtentwicklung heute stellen muss. Menschen müssen sich wieder mehr für ihre Stadt interessieren und sie als „ihre“ Stadt begreifen.

Unerlässlich ist dabei die Zusammenarbeit der Akteure vor Ort. Das Engagement von Bürgern, der Verwaltung und der Wirtschaft muss in konkrete Projekte münden, um die Innenstädte mit neuem Leben zu füllen und sie zu stabilisieren. In jeder Stadt stehen die Akteure zunächst einmal selbst vor dieser Herausforderung. Oftmals ist es jedoch hilfreich, in andere Orte zu schauen, um Denkanstöße für die eigene Stadt zu erhalten.

Daher haben das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung und das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung einen Projektauftrag gestartet, um gute Beispiele für die Stärkung von Innenstädten zu finden. Ziel war es, besonders gelungene und kreative Ideen im ganzen Bundesgebiet zu sammeln und sie gebündelt zu präsentieren. So kann ein Erfahrungsaustausch zwischen den Praktikern in den Kommunen initiiert werden. Denn oftmals sind die Herausforderungen und Rahmenbedingungen ähnlich gelagert – bei aller Unterschiedlichkeit der lokalen Ausgangslage. Da hilft ein Blick auf innovative Ideen, die andernorts bereits mit Erfolg verwirklicht worden sind.

Der gemeinsam mit der Arbeitsgemeinschaft der für das Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen zuständigen Minister der Länder (ARGEBAU), dem Deutschen Städtetag (DST), dem Städte- und Gemeindebund (DStGB), dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) sowie der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (BAG) durchgeführte Projektauftrag „Lebenswerte Innenstädte“ hat ein eindrucksvolles Ergebnis gebracht.

Mehr als 180 Beiträge aus Städten und Gemeinden sind eingereicht worden. Für die vorliegende Dokumentation wurden 25 gute Beispiele ausgewählt. Ganz entscheidend für die Auswahl war, dass diese Projekte integrativ, über Fachgrenzen hinaus, angelegt sind. Genauso wichtig war, dass die Probleme vor Ort unter Mitwirkung verschiedener Akteure angegangen wurden, also auch lokale Vereine, Initiativen und Träger beteiligt waren. Vielfach ist es auch erforderlich, über die Innenstadt selbst hinauszudenken und Ideen für die Innenstadt in eine gesamtstädtische und sogar regionale Strategie einzubetten.

Eines ist ganz sicher: Die vorliegenden Beispiele sind nur ein sehr kleiner Ausschnitt aus der gelebten Realität in den Städten und Gemeinden. Sie zeigen ein möglichst breites Spektrum an Projekten auf, die für eine nachhaltige Entwicklung unserer Innenstädte einen Beitrag leisten. Eine Strategie als Blaupause für alle kann es nicht geben. Aber Anregungen für die eigene Situation können mit dieser Dokumentation gegeben werden.

Die Vielfalt und die Kreativität der lokalen Initiativen für die Innenstädte in Deutschland belegt: Das Bild der Stadt, die kulturelle Identität, die Wiedererkennbarkeit von Orten und städtischen Situationen, wird gerade in Zeiten der globalen „Gleichmacherei“ von den Bürgern als „gelebte Stadtentwicklung“ erkannt und gepflegt.



Achim Großmann
Parlamentarischer Staatssekretär beim
Bundesminister für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

Inhalt

Suche und Auswahl der Innenstadtprojekte		1
Ideen für lebenswerte Innenstädte – Erkenntnisse aus der Projektsuche		5
Gute Beispiele für Projekte und Initiativen der Innenstadtentwicklung		11
Standort- und Innenstadtmarketing		
Bad Dürkheim	InnenStadtEntwicklungs-Fonds	12
Bernkastel-Kues	Öffentlich-private Entwicklungsagentur	14
Bochum	Immobilien- und Standortgemeinschaft Bermuda3Eck	16
Siegen	Immobilien- und Standortgemeinschaft Oberstadt	18
Hamburg	Business Improvement District Neuer Wall	20
Hamburg	Business Improvement District Sachsenor	22
Dortmund	Masterplan Einzelhandel	24
Dannenberg	Dannenberg – Kleinstadt mit großem Erfolg	26
Eschwege	Innenstadtkarrees	28
Öffentlicher Raum		
Alfeld	"Grünes Schaufenster" – Stadtpark 2008	30
Düsseldorf	PLATZDA!	32
Gladbeck	InnenstadtForum	34
Luckenwalde	"Mut zur Lücke" – Zwischennutzung einer Baulücke	36
Geislingen	Licht für die Lange Gasse	38
Oldenburg	Ausbaugesellschaft	40
Gera	Private Initiative zur Innenstadtbelebung	42
Frankfurt am Main	Weg zu Sicherheit und Sauberkeit	44
Kultur und Bildung		
Hagen	Bausteine zur Attraktivierung der Innenstadt	46
Emden	Munch in Emden – Kunst trifft Einzelhandel	48
Schöppenstedt	Schöppenstedt als Buch	50
Wetzlar	Optikparcours	52
Bottrop	Spiel- und Kunstlinie	54
Regionale Kooperation		
Östliches Ruhrgebiet	Regionales Einzelhandelskonzept	56
Ostwestfalen-Lippe	Regionales Einzelhandelskonzept	58
Bonn, Rhein-Sieg-Kreis, Kreis Ahrweiler	Regionales Einzelhandels- und Zentrenkonzept	60
Anhang		63
Projekte im Überblick		65
Kurzübersicht aller Projektmeldungen		66
Bildnachweis		72

Suche und Auswahl der Innenstadtprojekte

Suche und Auswahl der Innenstadtprojekte

Innenstädte stehen für Handel, Dienstleistung und Kultur einer Stadt. Sie sind Orte der Begegnung, des Austauschs und der Identifikation - "Markenzeichen" lebendiger und zukunftsorientierter Gesellschaften. In den letzten Jahren haben städtische Zentren jedoch erhebliche Funktionsverluste hinnehmen müssen. Daher besteht eine wichtige Zukunftsaufgabe darin, Innenstädte und Nebenzentren zu stabilisieren und mit neuem Leben zu füllen.



Um den Zusammenhalt der Stadt als Gemeinwesen zu stärken, müssen öffentliche Hand, Wirtschaft und Bürgerschaft bei der dauerhaften Aufwertung unserer Innenstädte zusammenwirken. An vielen Orten wurde bereits ein intensiver Dialog zwischen den verschiedenen Akteuren der Innenstädte in Gang gesetzt. Nun kommt es darauf an, das Engagement von Wirtschaft, Kommunen und Bürgern vor Ort zu bündeln und in konkrete Projekte umzusetzen.

Projektsuche

Vor diesem Hintergrund haben das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) einen Projektauftrag zur Sammlung guter Beispiele initiiert. Die Initiative wurde unterstützt

von der Arbeitsgemeinschaft der für das Bau-, Wohnungs- und Siedlungswesen zuständigen Minister der Länder (ARGEBAU), dem Deutschen Städtetag (DST), dem Städte- und Gemeindebund (DStGB), dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) sowie der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (BAG).

Ziel des Projektauftrags "Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen!" war es, besonders erfolgreiche und innovative Projekte und Aktivitäten von lokalen Akteuren zu sammeln und zu präsentieren. Die ausgewählten Projekte und Aktivitäten dienen als gute Beispiele für die Entwicklung und Stabilisierung lebenswerter Innenstädte.

Die folgenden Handlungsschwerpunkte standen im Mittelpunkt:

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmaking,
- Öffentlicher Raum und Sicherheit,
- Kultur und Bildung,
- Regionale Kooperation.



Von besonderem Interesse sind Ansätze, die verschiedene Handlungsschwerpunkte miteinander verknüpfen. Vorrangig wurden Projekte und Aktivitäten gesucht, die von lokalen Trägern, Vereinen oder Initiativen angestoßen, ausgestaltet und getragen werden und die maßgeblich durch bürgerschaftliches Engagement und den persönlichen Einsatz dieser Akteure geprägt sind. Mit Hilfe der guten Beispiele werden Anregungen aus der Praxis für die Praxis der Innenstadtentwicklung vermittelt und der Erfahrungsaustausch gefördert.



Der Projektauftrag erfolgte über das Internet, die Fachpresse sowie über eine breit angelegte Mailing-Aktion. So erfuhren bundesweit nicht nur kommunale Entscheidungsträger und die Fachverwaltungen, sondern auch Initiativen, Vereine und sonstige Akteure davon. Mit über 180 eingegangenen Beiträgen aus Städten und Gemeinden aller Größenordnungen und Regionen erfreute sich der Aufruf einer großen Resonanz. Neben einem auszufüllenden Erhebungsbogen wurde umfangreiches Begleitmaterial wie Fotos, DVDs, Projektbeschreibungen, Pläne und Presseberichte eingereicht.

Auswahlverfahren

Der Bewertung der über 180 Projekte und der Auswahl für die Dokumentation "Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen!" liegt ein Kriteriensatz zu Grunde, der die Suchkriterien aufgreift:

- Kurze und aussagekräftige Projektbeschreibung
- Integrativer bzw. übergreifender Ansatz
- Kooperativer bzw. akteursorientierter Ansatz
- Vorbildeignung und Innovationsgehalt
- Projektreife und Nachhaltigkeit

Auf formalisierte Methoden und eine schematische Bewertung wurde verzichtet, da eine solche Vorgehensweise den unterschiedlichen Ansprüchen und der Bandbreite der Projektbeiträge (Aufgaben- und Problemfeld, Komplexität etc.) nicht ausreichend gerecht würde. Vielmehr erfolgte eine qualitative Bewertung mit einer Kombination der Kriterien, so dass auch Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Aspekten in die Betrachtung einbezogen wurden.

Für die Bewertung der Projektbeiträge wurde ein zweistufiges Verfahren gewählt. Von den über 180 eingegangenen Beiträgen wurden in einer ersten Runde diejenigen ausgewählt, die alle Kriterien erfüllten. Diese 109 Projekte kamen in eine zweite differenzierte Auswahlrunde. Aus diesen Projektbeiträgen und einer Nachrecherche wurden im Ergebnis 30 Projekte als geeignet vorbewertet. Davon wurden 20 Projekte uneingeschränkt zu einer Aufnahme in die Dokumentation empfohlen. Diese und fünf weitere Beispiele wurden nach Rückkopplung mit den Verbänden, die den Projektauftrag unterstützt haben, für die Projektdokumentation ausgewählt. Als Ergebnis des Projektauftrags können nun insgesamt 25 gute Beispiele der Innenstadtentwicklung präsentiert werden.

Ideen für lebenswerte Innenstädte

Ideen für lebenswerte Innenstädte

Die vorgeschlagenen Projekte und Initiativen bieten einen reichhaltigen Fundus an Ideen und praktischen Ansätzen für lebenswerte Innenstädte. Die Projektsuche hatte den Anspruch, einen Querschnitt aus guter Praxis der Stadtentwicklung im Bundesgebiet zu finden. Tatsächlich ist eine unerwartet große Bandbreite an Beispielen der Innenstadtentwicklung zu Tage getreten.

Der Projektauswahl liegt die Intention zugrunde, ein breites Spektrum an realisierten Beispielen zu dokumentieren, die zur Nachahmung in der Praxis anregen. Dementsprechend stehen solche Projekte und Initiativen im Vordergrund, die abgeschlossen oder zumindest in fortgeschrittener Umsetzung sind. Es handelt sich nicht immer um sensationelle Neuheiten. Viel ist schon erreicht, wenn ein Beispiel aus alltäglichen Problemlagen heraus entwickelt wurde, in der Problemlösung erfolgreich ist und einen Ansatz bietet, der zur Problembewältigung in ähnlichen Situationen an anderen Orten beitragen kann.

Dies gilt auch für viele der Vorschläge, die in der Dokumentation nicht berücksichtigt werden konnten, aber ebenfalls ein beträchtliches kreatives Potenzial bieten. Das trifft etwa auf maßgeschneiderte Ansätze für den Einzelfall oder auf solche Beispiele zu, die sich heute noch im Stadium erster Ideen befinden. Insofern stellt die Beispieldokumentation eine Momentaufnahme dar, die keinen Anspruch auf Dauerhaftigkeit oder Allgemeingültigkeit erhebt.

Insgesamt spricht aus den Projekten für lebenswerte Innenstädte ein bemerkenswertes Problembewusstsein und zugleich ein hohes Maß an Praxisbezug. Aus diesem Grund regen sie Kooperationsbereitschaft, das Denken in Zusammenhängen und Prozessen sowie das Handeln in machbaren und überschaubaren Schritten an.

Erkenntnisse aus der Praxis

Das Ziel aller dokumentierten Projekte ist die Stärkung der Innenstadt. Die Wege zu diesem Ziel unterscheiden sich allerdings beträchtlich. Die Unterschiede betreffen die inhaltlichen Themen und räumlichen Bezü-

ge ebenso wie den Planungsprozess, die Finanzierung und die Kooperation.

Themen und Raumbezüge

Die **räumlichen Bezüge** der Projekte reichen von der Region bis hin zum einzelnen Grundstück. Dabei ist jede räumliche Ebene von Bedeutung. So hängt die Stärkung der Innenstadt nicht nur von dort verordneten Maßnahmen ab, sondern auch von der Stadtentwicklung in den übrigen Teilen der Kommune. Ein gutes Innenstadtkonzept erübrigt insofern nicht die Beschäftigung mit gesamtstädtischen oder regionalen Strategien.

Auch die **inhaltlichen Ausrichtungen** der Projekte unterscheiden sich. Die meisten Aktivitäten lassen sich drei thematischen Gruppen zuordnen. In vielen Beispielen steht das Thema Einzelhandel im Mittelpunkt. Eng damit verbunden ist in vielen Städten der Aspekt öffentlicher Raum. Die Umgestaltung von Plätzen oder die Erneuerung von Straßenräumen werden oft als Maßnahmen zur Stabilisierung und Förderung des Einzelhandels begriffen. Einige Projekte stellen kulturelle Maßnahmen in den Mittelpunkt, die die Aufenthaltsqualität in der Stadt verbessern und das Image der Stadt positiv verändern sollen.



Die meisten Beispiele umfassen aber Ansätze aus mehreren Handlungsfeldern. Während die Themenfelder sich häufig ähneln, sind die einzelnen Maßnahmen und ihre konkrete Ausformung vielfältig. Die dargestellten Beispiele zeichnen insbesondere ein **integrierter Ansatz** aus. Durch die Kombination verschiedener Maßnahmen und

Konzepte werden neue Gestaltungsspielräume eröffnet und bessere Ergebnisse erzielt.

Planung und Umsetzung

In einigen der dokumentierten Projekte gingen die Impulse von der Kommune aus. Daneben stehen zahlreiche Beispiele, in denen private Akteure die Initiative ergriffen haben. Anlass für die Aktivitäten, ob "privat" oder "öffentlich", ist häufig der Versuch, auf innenstädtische Krisenerscheinungen zu reagieren.



Die **Durchführung** insbesondere kapitalintensiver Vorhaben erfordert in der Regel einen festen rechtlichen Rahmen. In den dokumentierten Projekten wird diesbezüglich ein sehr breites Spektrum an Kooperationsformen von eher informellen Foren der Innenstadtakteure über gemeinsam getragene Vereine bis hin zu den so genannten Business Improvement Districts (BID) erprobt. Je größer der finanzielle Rahmen der Projekte wird, desto höher werden die Anforderungen an die Verbindlichkeit der rechtlichen Organisationen. Letztlich ist für den Erfolg aber nicht allein die Organisationsstruktur, sondern vor allem das Engagement der Beteiligten ausschlaggebend.

Der Kreis der **Akteure** unterscheidet sich von Projekt zu Projekt. Dem hohen Stellenwert des Themenschwerpunkts Einzelhandel entspricht die große Bedeutung der Geschäftstreibenden, ihrer Vereine, Vereinigungen und sonstigen Organisationen. Andere gewerbliche Akteure wie zum Beispiel Gastronomen sind lediglich in wenigen Projekten beteiligt. Die Einbindung der Grundstückseigentümer wird insbesondere durch den BID-Ansatz und in geringerem Umfang über die Interessen- und Standortgemeinschaften (ISG) möglich. Die Einbindung der Bevölkerung erfolgt vielfach im Rahmen von öffentlichen Planungswerkstätten oder ähnlichen Veranstaltungen.



Die meisten Projekte haben keinen definitiven Abschlusstermin, sondern werden als Schritte auf einem längeren Weg begriffen. Als Problem für die **Verstetigung** einzelner Maßnahmen erweist sich oft die Abhängigkeit von Fördergeldern, denn nach dem Auslaufen der in der Regel projektbezogenen Fördermittel entfällt vielfach der Anreiz und die finanzielle Basis für eine aufwändige Zusammenarbeit. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere die überwiegend oder vollständig privat finanzierten Projekte interessant. Diese zeigen auf, in welchem Umfang und unter welchen Rahmenbedingungen private Akteure bereit sind, sich finanziell zu engagieren.

Finanzierung

Die dokumentierten Projekte und Initiativen verfügen über unterschiedliche Finanzierungsmodelle. Dabei müssen nicht unbedingt Großinvestitionen im Mittelpunkt stehen. So entstehen die Impulse gelegentlich auch aus ehrenamtlichem Engagement und dem Zusammenwirken verschiedener Akteure, etwa von Haus- und Grundeigentümern, Geschäftstreibenden und Kommunen. In anderen Projekten entstanden Synergien durch die intelligente Bündelung privater Investitionen und verschiedener Fördermittel. Darüber hinaus wurden auch relativ neue Wege der Ressourcenbeschaffung begangen. Dazu gehören die Umlageinstrumente von Immobilien- und Standortgemeinschaften und von am BID-Konzept orientierten Innovationsbereichen ebenso wie das Modell des Innenstadtfonds. Die Praxis der Projekte und Initiativen für lebenswerte Innenstädte zeigt aber auch, dass kleine finanzielle Impulse gerade in der Vorbereitungs- und Startphase entscheidende Bedeutung haben.

Kooperation

Die projektbezogene Kooperation trägt bereits Früchte: Vielerorts haben bauliche Maßnahmen oder kulturelle Veranstaltungen stattgefunden. Rückmeldungen des Einzelhandels deuten darauf hin, dass die Maßnahmen in vielen Fällen zur Stabilisierung der Innenstädte beitragen. Langfristig wird der Erfolg der Konzepte vor allem von einer Verstärkung der Kooperationen und einem verantwortungsvollen Umgang der Kommunen mit ihrer Planungshoheit auch in anderen Teilen der Stadt abhängen. Deutlich wird bereits heute, dass die Zusammenarbeit verschiedener Akteure in der Innenstadt neue Perspektiven für die Stadtentwicklung eröffnet. Die Akteure fassen Vertrauen zueinander und verstehen die jeweils anderen Handlungslogiken und Interessenslagen besser. Dies alles verbessert die Kooperationsfähigkeit und bildet eine Basis für andere, ambitioniertere Projekte in der Zukunft.



Erfolgsfaktoren

Welche Empfehlungen lassen sich aus den verschiedenen Maßnahmen und Konzepten ableiten? Die Beispiele geben ein vielfältiges Bild der Aktivitäten in den einzelnen Städten wieder. Den einen, richtigen Weg gibt es nicht. Aus der Auswertung ergeben sich allerdings Hinweise für erfolgversprechende Konzepte und Maßnahmen, welche die Innenstadt lebenswert(er) machen.

Innenstadtentwicklung als integrierte Aufgabe begreifen!

Sektorale Ansätze beispielsweise zur Stärkung der Einzelhandelsfunktion sind in ihrer Wirkung begrenzt. Die Kombination verschiedener Maßnahmen aus unterschiedlichen Themenfeldern führt zu Synergieeffekten und ermöglicht die Sicherung

und zukunftsorientierte Weiterentwicklung lebenswerter Innenstädte.

Ortspezifische Lösungen suchen!

Ein Patentrezept für die lebenswerte Innenstadt gibt es nicht. Erfolgreiche Projekte knüpfen an lokale Traditionen an und nutzen die Chancen der jeweiligen Rahmenbedingungen als Ausgangspunkt für eine Profilierung der Innenstadt.

Projekte in eine Gesamtstrategie einbinden!

Die Innenstadt und ihre Entwicklung sind unauflösbar mit der Entwicklung der Gesamtstadt verknüpft. Projekte zur Stärkung der Innenstadt müssen daher zusammen mit einer schlüssigen gesamtstädtischen Entwicklungsstrategie gesehen werden.

Regionale Perspektive berücksichtigen!

Fragen der Stadtentwicklung – von der Einzelhandelsentwicklung bis zum Wohnungsmarkt – machen nicht an administrativen Grenzen halt. Die regionale Abstimmung der Akteure verbessert das Verständnis der Zusammenhänge und ermöglicht freiwillige Kooperationen.

Maß halten!

Ambitionierte Projekte können die lokalen Akteure inspirieren. Aber es besteht auch die Gefahr der Überforderung und damit verbundener Enttäuschungen. Die Projekte müssen daher der Leistungsfähigkeit der Akteure und der Größe der Gemeinde angepasst werden.

Lokale Akteure einbeziehen!

Die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure aus Politik, Verwaltung, Bürgerschaft und Wirtschaft eröffnet neue Perspektiven der Stadtentwicklung, erschließt neues Wissen und neue Ressourcen für Maßnahmen und Konzepte.

Zielgruppen identifizieren!

In der Anfangsphase der Projekte müssen mögliche Partner, Zielgruppen und weitere Akteure identifiziert werden. Eine detaillierte Analyse des Akteursgeflechts hilft, die jeweiligen Chancen und Risiken zu erkennen und zu nutzen.

Engagement unterstützen!

Das persönliche Engagement der Akteure ist vielfach entscheidend für den Erfolg der Projekte. In den Kooperationen treiben oft einzelne Personen oder Gruppen die Prozesse entscheidend voran.

**Aufgaben bestimmen
Organisationsformen!**

Die Organisationsformen haben verschiedene Eigenschaften und eignen sich daher unterschiedlich gut für bestimmte Aufgaben und Arbeitszusammenhänge. Die Wahl der geeigneten Organisationsform ist daher von den geplanten Maßnahmen und den gegebenen Rahmenbedingungen abhängig.

Weitere Perspektiven

Die Praxis bringt bereits vielfältige Initiativen, beachtliches Engagement und kreatives Potenzial für lebenswerte Innenstädte hervor. Dies alles kann staatliche Förderung nicht ersetzen. Aber die Effekte dieser Förderung können im Zusammenwirken von öffentlicher Hand mit privater Initiative und bürgerschaftlichem Engagement verstärkt werden. Solche Synergien zu initiieren und zu unterstützen wird künftig an Bedeutung gewinnen. In diesem Sinne scheint es angeraten, vorhandene Instrumente der publizistischen, aber auch der finanziellen Unterstützung weiterzuentwickeln.

Mit dem Projektaufruf und der vorliegenden Projektdokumentation tragen Bund, Länder, Kommunal- und Fachverbände bereits zum Informations- und Erfahrungs-

transfer für lebenswerte Innenstädte bei. Die Innenstadtentwicklung wird ein zentrales Element in der „Nationalen Stadtentwicklungspolitik“ werden. Dies dokumentiert sich auch darin, dass die guten Beispiele für Projekte der Innenstadtentwicklung anlässlich der Auftaktkonferenz zur Nationalen Stadtentwicklungspolitik am 2. Juli 2007 ausgezeichnet werden. Dies sollte ein erster Schritt zu einer innenstadtorientierten Weiterentwicklung der Städtebauförderung von Bund und Ländern sein.

Die dokumentierten Innenstadtprojekte zeigen, welche positive Wirkungen konzertiertes Handeln von Bürgerschaft, Wirtschaft und öffentlicher Hand auslösen kann. Zugleich wird deutlich, dass dieses Potenzial einer Institutionen übergreifenden Kooperation sich gar nicht erst entfalten kann, wenn es an Ressourcen für den ersten Anstoß fehlt. An diese Grenzen stoßen gute Ansätze vor allem in kleineren Städten und Stadtteilen, wo potente Geldgeber für erste Impulse zur Kooperation rar sind. In solchen Fällen könnte eine weiterentwickelte Städtebauförderung entscheidende Fortschritte für eine tragfähige Kooperation zugunsten lebenswerter Innenstädte bringen. Die Möglichkeit einer flexiblen Förderung von Initial- und Kleinprojekten könnte am Ende vielfachen Nutzen stiften. Dieser könnte sich nicht nur für die unmittelbar Beteiligten in den Innenstädten und Stadtteilzentren entfalten, sondern darüber hinaus für zentrale Lebensbereiche wie Arbeit, Bildung, Versorgung, Erholung und Wohnen, nicht zuletzt für die Vielfalt und Nachhaltigkeit unserer Städte insgesamt.

Gute Beispiele für Projekte und Initiativen
der Innenstadtentwicklung

Bad Dürkheim InnenStadtEntwicklungs-Fonds

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die Entwicklung Bad Dürkheims wird zur Zeit durch zwei Schwerpunkte geprägt. Ein Schwerpunkt ist die Innenstadt mit einem Nutzungsmix aus Handel, Dienstleistung, Hotellerie und Gastronomie sowie Einrichtungen des Kur- und Gesundheitswesens. Den zweiten Schwerpunkt bildet das Gewerbegebiet Bruch mit rund 230 Gewerbebetrieben (ca. 30 Einzelhandelsbetriebe). Während in den letzten Jahren eine positive Entwicklung des Gewerbegebiets verzeichnet werden konnte, verstärkte sich der Handlungsbedarf in der Innenstadt.

Seit 1989 wurden in Teilen der Innenstadt Sanierungsmaßnahmen durchgeführt und durch den "Stadtbildpflegefonds" – ein kommunales Programm zum Erhalt und zur Pflege der alten Bausubstanz mit kostenloser Beratung der Eigentümer und Zuschüssen zu Renovierungsmaßnahmen an Gebäuden und Außenanlagen – ergänzt. Allerdings zeigte sich, dass die Möglichkeiten und die Laufzeit eines solchen Fonds durch die Abhängigkeit vom kommunalen Haushalt begrenzt sind. Um die Innenstadtentwicklung zu verstetigen, wurde daher ein Instrument gesucht, welches langfristig und von der öffentlichen Haushaltslage unabhängig eingesetzt werden kann.

Projekinhalt

Vor diesem Hintergrund wurde in Zusammenarbeit mit der TU Kaiserslautern das Konzept des InnenStadtEntwicklungs-Fonds (ISE-Fonds) entwickelt. Dieser Fonds ist als langfristiges Umsetzungsinstrument zur Initiierung privatwirtschaftlicher Investitionen im Sinne eines Public-Private-Partnership-Modells (PPP) angelegt. Hierzu wurde der vorhandene Ansatz inhaltlich, organisatorisch und finanziell weiterentwickelt. Das Ziel des ISE-Fonds ist es, die Attraktivität der Innenstadt zu erhöhen. Dazu soll die Nutzungsmischung grundsätzlich erhalten werden, gleichzeitig aber die Wohnnutzung gestärkt und so eine nachhaltige Belebung des Gebiets erreicht werden. Mit dem Fonds wird privates Kapital für die Innenstadtentwicklung genutzt, um notwendige Projekte anzustoßen und zu realisieren. Durch die Beratung und Förderung wird Akzeptanz geschaffen und die Effektivität des Mitteleinsatzes verbessert. Projekte im Rahmen des ISE-Fonds werden durch zwei unterschiedliche Ansätze initiiert:

- Initiative durch Immobilieneigentümer oder Gewerbetreibende auf Grund einer konkreten Problemlage bzw. Handlungsnotwendigkeit
- Entwicklung von Konzepten auf der Grundlage städtischer Zielvorgaben und gemeinsame Umsetzung mit den Innentadtakteuren

Die Beratung der potenziellen Investoren erfolgt kostenlos. Die Beratungstätigkeit umfasst u.a. Funktions- und Nutzungspro-

bleme, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten, bauliche, technische und gestalterische Aspekte sowie baurechtliche Fragestellungen. Die Beratungsleistungen beziehen sich auf den abgegrenzten Bereich der Innenstadt und können durch Grundstückseigentümer, Gastronomen, Einzelhändler und Dienstleister beansprucht werden. Daneben wird eine investive Förderung gewährt. Fördermittel sind an vorherige Beratungsleistungen geknüpft, um auf diese Art den effektiven Einsatz der Mittel und die Nachhaltigkeit der Projekte zu gewährleisten. Neben baulichen Maßnahmen sind Unternehmens- und Geschäftsideen sowie Marketingmaßnahmen förderfähig.



Bundesland:

Rheinland-Pfalz

Größe (EW): 18.800

Projektlaufzeit:

05/2004, bis 2021

Finanzierung und Führungsstruktur werden partnerschaftlich von den öffentlichen und den privaten Akteuren gestaltet. Das zentrale Gremium des ISE-Fonds ist ein kommunaler Ausschuss, der dem Haupt-, Finanz- und Wirtschaftsförderungsausschuss angegliedert wurde. Dieser Ausschuss hat die Erarbeitung und Genehmigung des Rahmenplans sowie die Zustimmung zu Förderungen ab 5.000 Euro aus dem ISE-Fonds zur Aufgabe. In diesem Ausschuss sind auch die privaten Geldgeber (Stadtwerke Bad Dürkheim GmbH und Werbegemeinschaft des Bad Dürkheimer Einzelhandels) vertreten.

InnenStadtEntwicklungsFonds

Die Verwaltungsaufgaben des "InnenStadtEntwicklungs-Fonds Bad Dürkheim" werden durch die Stadtverwaltung Bad Dürkheim als Geschäftsstelle wahrgenommen. Die Geschäftsstelle bewilligt die Förderungen aus dem ISE-Fonds nach Maßgabe der Förderrichtlinien. Für Förderungen unter 5.000 Euro ist eine Zustimmung durch den kommunalen Ausschuss nicht erforderlich. Die Geschäftsstelle ist zentraler Ansprechpartner und hat die organisatorische und inhaltliche Verantwortung des ISE-Fonds, die Vorbereitung und Erstellung des Rahmenplans sowie das Berichtswesen gegenüber dem kommunalen Ausschuss "InnenStadtEntwicklungs-Fonds" zur Aufgabe.

Nachdem die einmalige Kapitaleinlage des Preisgelds aus dem Landeswettbewerb "Werkstatt Innenstadt" seitens des Landes nicht möglich war, werden die Fördermittel derzeit analog zum Landesprogramm "Städtebauliche Erneuerung" ausgezahlt. Die Kapitaleinlagen von privaten Dritten werden zum Aufbau eines eigenen Kapitalstocks verwendet.

Ziele

- Steigerung der Attraktivität und nachhaltigen Entwicklung der Innenstadt
- Förderung von Aktivitäten zur Stärkung der Innenstadt
- Mobilisierung privaten Kapitals für die Innenstadtentwicklung

Maßnahmen

- Kostenlose und umfassende Beratungsleistungen
- Investive Förderung von baulichen Maßnahmen, Standort-/Betriebskonzepten, Marketingmaßnahmen
- Gezielte Öffentlichkeitsarbeit

Projektqualität

Die Einbeziehung zahlreicher Innenstadtakteure aktiviert endogene Potenziale. Durch finanzielle Anreize der öffentlichen Hand wird privates Kapital für die Innenstadtentwicklung mobilisiert. Das innovative Fondsmodell soll aus öffentlichen und privaten Kapitalquellen die dauerhafte Finanzierbarkeit und wirtschaftliche Tragfähigkeit der Innenstadtentwicklung sichern. Das Projekt verknüpft den Ansatz des Stadtmarketings mit der Aufwertung des öffentlichen Raums und der Bausubstanz in der Innenstadt. Die städtebaulichen Ziele sind eng mit Inhalten der Wirtschaftsförderung verknüpft.



Kontakt

Stadt Bad Dürkheim
InnenStadtEntwicklungs-Fonds
Dipl.-Ing. Marcus Brill
Mannheimer Straße 24
67098 Bad Dürkheim
Tel. 0 63 22 / 93 51 11
marcus.brill@bad-duerkheim.de

Bernkastel-Kues Öffentlich-private Entwicklungsagentur

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Bernkastel-Kues ist stark durch Tourismus geprägt und darüber hinaus als Versorgungszentrum für die Region von Bedeutung. Lokale Akteure wurden auf Grund der Erkenntnis aktiv, dass klassisches Stadtmarketing und Veranstaltungen die strukturellen Probleme der Innenstadt nur begrenzt lösen können. Vielmehr halten sie eine ganzheitliche und themenübergreifende Vorgehensweise zur Stärkung der Innenstadt für notwendig, die den Ansatz des Stadtmarketings durch Strukturentwicklungskomponenten und Serviceaspekte ergänzt.

Projekinhalt

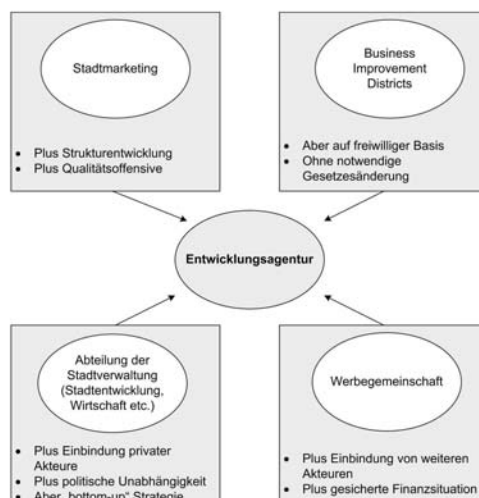
Ziel der Entwicklungsagentur ist es, für die Stadt eine tragfähige und nachhaltige Zukunftsperspektive zu schaffen. Die Konkurrenzfähigkeit des Standorts soll gestärkt sowie die Attraktivität der Stadt für regionale Kunden und Touristen gesteigert werden. Dabei wird versucht, Bernkastel-Kues als "Genuss-Stadt" zu etablieren.

Auf Initiative von privaten Unternehmen wurde mit der Gründung der Entwicklungsagentur Bernkastel-Kues e.V. im Jahr 2004 ein alternativer Ansatz zum klassischen Stadtmarketing etabliert. Aufgabe der Entwicklungsagentur ist die grundlegende Strukturentwicklung und Funktionsstärkung der Innenstadt und des Gesamtstandorts. Ein integriertes Gesamtkonzept soll zur nachhaltigen Profilierung der Innenstadt beitragen. Entsprechend verfolgt die Entwicklungsagentur einen übergreifenden, ganzheitlichen Ansatz und bezieht u.a. Stadtentwicklung, Stadtsanierung, Wirtschaftsförderung und Tourismus ein.

Die Entwicklungsagentur ist als Verein organisiert und hat ca. 120 Mitglieder. Beteiligt sind u.a. Einzelhändler, Hauseigentümer, Hoteliers, Gastronomen, weitere Unternehmen, Bürger sowie Vertreter des Stadtrats. Der Verein arbeitet mit drei hauptamtlichen sowie weiteren freien Mitarbeitern unter der Federführung eines externen Beraters. Neben dem Vorstand existiert ein Strategie-Team als zentrales Diskussions- und Umsetzungsgremium. Das Strategie-Team hat keine direkte Entscheidungskompetenz. In Einzelprojekten engagieren sich zusätzlich viele weitere Mitglieder.

Ein Drittel des Agenturbudgets wird über die Beiträge der Vereinsmitglieder finanziert. Die Stadt Bernkastel-Kues stellt darüber hinaus einen Zuschuss sowie eine städtische Mitarbeiterin. Die Finanzierung erfolgt zusätzlich über Mittel der Städtebauförderung sowie über projektbezogen akquirierte Fördermittel. Für die weitere Arbeit ist vorgesehen, den Anteil der privat finanzierten Projektentwicklungen durch eine Projektentwicklungsgesellschaft stärker auszubauen. Eine weitere geplante Finanzierungssäule ist der Ausbau von Dienstleistungen für Mitglieder, z.B. in den Bereichen Unternehmensberatung oder Weiterbildung.

Die Entwicklungsagentur agiert unabhängig von den politischen Gremien der Stadt. Es bestehen keine Vorgaben hinsichtlich der Verwendung des städtischen Zuschusses sowie der Auswahl der Projekte. Der Stadtrat wird allerdings regelmäßig über die Aktivitäten und Projekte der Entwicklungsagentur informiert und bei relevanten städtischen Fragen in Arbeitsgruppen beteiligt.



Bundesland:

Rheinland-Pfalz

Größe (EW): 8.000

Projektlaufzeit:

11/2004, laufend

Ziele

- Stärkung der Innenstadt unter Einbindung privater Akteure
- Entwicklung tragfähiger und nachhaltiger Zukunftsperspektiven für Stadt und Einwohner
- Attraktive Gestaltung der Stadt für Kunden und Touristen
- Neuprofilierung der Stadt

Maßnahmen

- Service- und Qualitätsoffensive
 - Teilnahme von 96 Unternehmen am Programm "Servicequalität Rheinland-Pfalz" der Rheinland-Pfalz-Touristik und Ausbildung zu Qualitätscoaches
 - Einführung eines stadtweiten Beschwerdemanagements
 - Mini-Tourist-Information (Mappe in Geschäften, Restaurants etc.)
 - Stadtweiter Schirmleihservice
- Qualitätsoffensive Einzelhandel
 - Erarbeitung eines auf die Einzelhändler zugeschnittenen Beratungsprogramms
 - Kurz-Check von Ladenflächen- und Sortimentsgestaltung
- Entwicklung neuer Angebotsstrukturen und Betriebsformen im Einzelhandel, wie z.B. Mini-Erlebnis-Kaufhaus ("Bernkasteler Fenster"); dabei bieten mehrere Händler auf einer gemeinsamen Fläche themenspezifisch Waren aus ihrem Sortiment an
- Erarbeiten von Nutzungs- und Sanierungskonzepten, Fortschreibung der Rahmenpläne, Satzungen, Beratung bei der Fortschreibung von Bebauungsplänen, verschiedene Projektentwicklungen

Projektqualität

Das Projekt verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, um die Attraktivität der Innenstadt und des gesamten Standorts langfristig zu stabilisieren. Stadtentwicklung, Sanierung und Projektentwicklungen werden in einem kooperativen Ansatz unter freiwilliger Beteiligung der Akteure umgesetzt. Der Ansatz der Entwicklungsagentur basiert auf dem Engagement und der Einbeziehung privater Akteure zur Aufwertung der Innenstadt. Neben der aktiven Mitarbeit in der Entwicklungsagentur beteiligen diese sich auch an der Finanzierung der Projekte. Darüber hinaus erhält die Entwicklungsagentur einen städtischen Zuschuss sowie Fördermittel. Die Entwicklungsagentur versteht sich als freiwillige Alternative zum Business Improvement District (BID).



Kontakt

Entwicklungsagentur Bernkastel-Kues e.V.
 Sandra Heckenberger
 Gestade 6
 54470 Bernkastel-Kues
 Tel. 0 65 31 / 97 12 30
 heckenberger@bernkastel.de

Bochum

Immobilien- und Standortgemeinschaft Bermuda3Eck

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Das Bermuda3eck ist ein "gewachsenes" Viertel in Bochum, das durch langjährige Kooperation zwischen Wirtschaft und öffentlicher Hand gekennzeichnet ist. Das Gebiet wird vor allem durch Gastronomie, Handel und viele Dienstleister geprägt. 320 Unternehmen und Freiberufler geben insgesamt 1.500 Menschen Arbeit. Das Bermuda3Eck ist mit ca. 4 Mio. Gästen im Jahr ein überregionaler Besuchermagnet. Die Entwicklung des Viertels gibt in den letzten Jahren in nutzungsstruktureller, gestalterischer und sozialräumlicher Hinsicht Anlass zur Sorge.

Verschiedene Initiativen wie der Initiativkreis Bermuda3Eck e.V., der Arbeitskreis Bermuda3Eck, die Projektgruppe "Sicherheit/Ordnung/Sauberkeit" und die Projektgruppe "Drogen" haben seit Jahren wesentliche Ansätze zur Kooperation und zur gezielten Entwicklung des Quartiers angestoßen und Projekte umgesetzt. Da die Aktivitäten dieser Gruppierungen an Grenzen stießen, positionieren sich die Verantwortlichen des Viertels im Rahmen einer Immobilien- und Standortgemeinschaft neu.

Projekthalt

Grund- und Immobilienbesitzer, Gewerbetreibende und Freiberufler sowie öffentliche Planungsträger haben sich mit dem Ziel zusammengeschlossen, eine Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) zu gründen und das Bermuda3Eck nachhaltig zu stabilisieren und aufzuwerten. Die ISG Bermuda3Eck war von 2004 bis 2006 ein Modellprojekt des nordrhein-westfälischen Förderprogramms "Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG)".



Insbesondere die stärkere Einbeziehung der Eigentümer und die Entwicklung eines die bisherigen Detailansätze integrierenden Handlungsprogramms, sind Erfolg verspre-

chend. Die Aufenthalts- und Erlebnisqualität soll durch städtebauliche Attraktivität und eine hochwertige Angebotsstruktur gesteigert werden. Damit soll der Wert der einzelnen Gebäude und Grundstücke bzw. die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen gesichert werden. Ziel ist es weiterhin, allen Projektbeteiligten eine attraktive wirtschaftliche Perspektive im Quartier zu ermöglichen, bei der die Belange von Haus- und Grundeigentümern nicht im Widerspruch zu den wirtschaftlichen Interessen der Gewerbetreibenden und der Freiberufler stehen. Die ISG verwirklicht bedarfsorientierte Projekte und konkrete Maßnahmen in den Bereichen Stadtgestaltung/Architektur, Marketing/Kommunikation/Veranstaltungen, Sicherheit, Sauberkeit und Coaching/Beratung/Information.

Die ISG Bermuda3Eck ist als eingetragener Verein organisiert, die Teilnahme an der ISG ist freiwillig. Die Zahl der ordentlichen Mitglieder liegt inzwischen bei über 70. Der Vorstand ist im Sinne des Projektansatzes paritätisch mit je zwei Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden besetzt. Das Management, bestehend aus einer Projektleiterin und einem Projektkoordinator, ist für die Umsetzung der Ziele und Maßnahmen verantwortlich. Darüber hinaus wird das Projekt von einem zehnköpfigen Aufsichtsrat unterstützt. Wichtige Vereinsangelegenheiten werden gemeinsam mit dem Vorstand beraten und entschieden. Mitglieder des Aufsichtsrats sind u.a. die Industrie- und Handelskammer IHK im mittleren Ruhrgebiet zu Bochum, der Einzelhandels-

Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 381.700

Projektlaufzeit:

07/2004, laufend

verband Ruhr-Lippe e.V., die Stadt Bochum, das Land Nordrhein-Westfalen und Vertreter der Wirtschaft.

Die Zusammenarbeit von Grund- und Immobilienbesitzern sowie der öffentlichen Planungsträger wird in Form einer Entwicklungsvereinbarung zwischen der ISG und der Stadt geregelt. Ziel ist es, öffentliche und private Akteure in ein Aktionsprogramm zur Aufwertung des Quartiers einzubinden. Eigenverantwortung und selbstbestimmtes Handeln sind leitende Motive dieser Vereinbarung. Die Entwicklungsvereinbarung stellt einen verbindlichen Rahmen für die Verantwortungs-, Entscheidungs- und Finanzstrukturen des Projekts dar. Kernstück der Entwicklungsvereinbarung sind die auszuführenden Projekte.

Das Projekt wurde über zwei Jahre durch das Land Nordrhein-Westfalen mit einem Anteil von 60 % finanziert. 30 % wurden durch Mitgliedsbeiträge generiert, 10 % trug die Stadt Bochum. Darüber hinaus ist die ISG auf die Akquise zusätzlicher Partner und Sponsoren angewiesen. Die ISG hat bereits einige erfolgreiche und langfristige Partnerschaften erreicht. Nach Ablauf der Förderung finanziert sich der Verein allein durch Mitgliedsbeiträge und Sponsorengelder.

Ziele

- Koordinierte Bündelung und Umsetzung privater und öffentlicher Maßnahmen zu Gunsten einer zukunftsweisenden Entwicklung des Bermuda3Ecks
- Steigerung der Attraktivität und Verbesserung der ökonomischen, stadtgestalterischen und sozialräumlichen Strukturen
- Gewinnung weiterer Kooperationspartner, wie z.B. Vereine, Sponsoren

Maßnahmen

- Einrichtung des "Bermuda Infopoints" als Geschäftsstelle des Vereins und Anlaufpunkt für alle Mitglieder und Besucher
- Ausbau des Corporate Designs, kontinuierliche Bewerbung, Beschilderung des Bermuda3Ecks von der Innenstadt aus
- Verlinkung der Homepages der Leerstands Börse der IHK, der Stadt Bochum und der ISG
- Eingrenzung des Taubenproblems, Laternenreinigung, Einrichtung einer

Parkhaltebucht, Verlegung eines Taxistands, Installation zusätzlicher Fahrradständer

- Beauftragung eines Licht-/Beleuchtungskonzepts
- Abschluss der Entwicklungsvereinbarung



Projektqualität

Die Grund- und Immobilieneigentümer werden im Rahmen der ISG stärker als bisher in die Aufwertung ihres Standorts einbezogen. Die Koordination und Kooperation ist erstmalig unter allen Akteuren im Viertel möglich. Durch die gewählten Strukturen können, über die bewährten, aber eher lockeren und einzelfallbezogenen Formen der Zusammenarbeit hinaus, verbindliche und nachhaltige Kooperationen entstehen. Besonders hervorzuheben ist die Entwicklungsvereinbarung als neues Instrument im Rahmen der Public Private Partnership. Sie strebt eine gemeinsame, kooperative oder arbeitsteilige Aufgabenerfüllung von öffentlichen und privaten Akteuren an. Auf Basis fest vereinbarter Ziele wird eine gebietsbezogene Steuerung möglich.

Kontakt

Immobilien- und Standortgemeinschaft
Bermuda3Eck Bochum e.V.
Joachim Schulz
Viktoriastr. 75
44787 Bochum
Tel. 02 34 / 9 11 73 33
isg.bermuda3eck@t-online.de

Siegen

Immobilien- und Standortgemeinschaft Oberstadt

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die Stadt Siegen ist als Oberzentrum mit über 100.000 Einwohnern und einem Einzugsbereich, in dem 600.000 Menschen leben, das wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Region. Die Siegener Oberstadt ist räumlich identisch mit der mittelalterlichen Altstadt und war bis Ende der 1990er Jahre 1a-Einkaufslage. Beschleunigt durch die Ansiedlung eines großen Einkaufszentrums in Siegen im Jahr 1998 kam es zu massiven strukturellen Verwerfungen des innerstädtischen Handels. Die Bedeutung der Oberstadt als Einkaufsquartier ging zurück und in der Folge standen vermehrt Ladenlokale leer. Das Image der Oberstadt wurde zunehmend schlechter. Als Reaktion auf diese Entwicklung wurde im Jahr 2002 durch die Gesellschaft für Stadtmarketing Siegen und die Stadt Siegen ein erfolgreiches Leerstandsmanagement initiiert. Bereits damals war allerdings klar, dass dieses Instrument zur Lösung der vielschichtigen Probleme nicht ausreicht.

Projekinhalt

Ziel der Aktivitäten ist es, dem Bedeutungsverlust der Siegener Oberstadt entgegenzuwirken und ein Gesamtkonzept zur Aufwertung zu entwickeln, das mit individuellem Facheinzelhandel, Gastronomie, Kultur und Wohnen besondere Aspekte von Stadterlebnis vermittelt. Da der Erfolg eines solchen Konzepts von der Einbindung der Immobilieneigentümer abhängt, initiierten die Gesellschaft für Stadtmarketing Siegen e.V. und die Stadt Siegen eine Eigentümer- und Standortgemeinschaft. Diese verwirklichte auf der Basis eines Gesamtentwicklungskonzepts konkrete Projektideen in den Themenfeldern Marketing, Verkehr und Parken, Stadtteilatmosphäre sowie Erscheinungsbild. Mit der Gründung der ISG Siegen Oberstadt im März 2004 als eingetragener Verein und der Aufnahme in das nordrhein-westfälische Förderprogramm "Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG)" wurde ein ganzheitliches und professionelles Quartiersmanagement etabliert, das sich schwerpunktmäßig auch um die gestalterische Attraktivierung des Viertels bemüht.

Die ISG hat einen hauptamtlichen Geschäftsführer und sieben ehrenamtliche Vorstandsmitglieder. Das Gründungsjahr der ISG war durch die Gewinnung eines Grundstocks an Mitgliedern, die Einrichtung einer eigenen Geschäftsstelle, eine umfangreiche Maßnahmenplanung und den Aufbau funktionierender Vereinsstrukturen geprägt. Die Umsetzung der Maßnahmen startete in 2005.

Neben dem Leerstandsmanagement, das durch die Gesellschaft für Stadtmarketing

Siegen e.V. und die Stadt Siegen finanziert wird, bildet das Quartiersmanagement mit den zentralen Aufgabenfeldern Quartiersgestaltung und Quartierswerbung den Kernpunkt der Arbeit der ISG Oberstadt. Das Quartiersmanagement und weitere Projekte wurden im Rahmen der zweijährigen Modellphase durch das Land NRW gefördert und durch die ISG Oberstadt sowie die Stadt Siegen kofinanziert.

Im Arbeitsfeld Quartiersgestaltung fand 2004 ein Ideenwettbewerb mit Themen wie Begrünung, Sitzen und Verweilen, Wasser in der Stadt und Kinderfreundlichkeit statt. Darüber hinaus wurden verschiedene stadtgestalterische Konzepte erarbeitet. 2005 wurde das Leitbild "Oberstadt 2010" beschlossen, das die Grundlage für eine mittel- und langfristige Entwicklung des Quartiers



Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 106.000

Projektlaufzeit:

07/2004, laufend

darstellt. Der 2005 gegründete Arbeitskreis Oberstadt, bestehend aus Vertretern von Stadtverwaltung, Ratsfraktionen, Gesellschaft für Stadtmarketing und ISG tagt in regelmäßigen Abständen und stimmt gestalterische Maßnahmen ab. Das Arbeitsfeld Quartierswerbung beinhaltet die Entwicklung eines Corporate Design, Gemeinschaftswerbung, Sponsorengewinnung, Aktionen, wie z.B. Nikolaus- oder Kindertage, sowie die Erstellung eines regelmäßigen Informationsblatts.

Ende 2005 verfügte die ISG über insgesamt 54 Mitglieder, davon 27 Immobilieneigentümer, 6 gewerbliche Nutzer, 13 Eigentümer und Nutzer in Personalunion sowie 8 Fördermitglieder. Trotz intensiver Bemühungen gibt es nach wie vor große Probleme bei der Mitgliedergewinnung sowie "Trittbrettfahreffekte". Darüber hinaus beklagen die Initiatoren die geringe Planungssicherheit wegen relativ kurzfristiger Kündigungsmöglichkeit der bestehenden Mitgliedschaften sowie eine nicht ausreichende Budgethöhe auf Grund zu geringer Mitgliederzahl.

Ziele

- Nachhaltige Stabilisierung und Aufwertung der Oberstadt Siegen als städtisches Zentrum
- Kontinuierliche Mitgliederwerbung für ISG
- Beseitigung des Leerstands
- Erstellung eines Erlebnismix aus Kultur, Gastronomie, Handel, Bildung (Erlebnisquartier)
- Verbesserung des Stadtbilds

Maßnahmen

- Leerstandsmanagement
- Quartiersgestaltung (Ideenwettbewerb, Frühjahrsputz, Leitbilderstellung, Arbeitskreis Oberstadt)
- Quartierswerbung (Corporate Design, Gutscheinkarte, Kindertag)
- Einführung eines regelmäßig verkehrenden Transportmittels

Projektqualität

Verstärkt werden Grund- und Immobilieneigentümer in die Aufwertung der Oberstadt einbezogen und übernehmen Verantwortung für ihren Standort. Durch die Gründung der Immobilien- und Standortgemeinschaft engagieren sich private Akteure nun auch bei der Stadtgestaltung. Der gemeinsame Arbeitskreis Oberstadt aus Privaten, Politik und Verwaltung hat sich als erfolgreiches Instrument zur Zusammenarbeit in der Quartiersgestaltung erwiesen. In der Zwischenbilanz lassen sich eine spürbare Imagesteigerung, eine positive Wirkung in Bezug auf umgesetzte Maßnahmen und eine wachsende Motivation bei der Händlerschaft im Bereich Quartierswerbung konstatieren. Das integrierte Vorgehen, bei dem verschiedene Handlungsfelder miteinander verknüpft werden und ein Leitbild als mittel- bis langfristiger Orientierungsrahmen haben sich für die Aufwertung des Quartiers als erfolgreich erwiesen.



Kontakt

Immobilien- und Standortgemeinschaft
Oberstadt Siegen e.V.
Harald Hahn
Löhrstraße 28
57072 Siegen
Tel. 02 71 / 4 05 70 11
info@isg-oberstadt.de

Hamburg Business Improvement District Neuer Wall

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Der Neue Wall ist die "Luxuseinkaufsmeile" Hamburgs. Ein einmalig exklusiver Branchenmix aus Flagship-Stores internationaler Top-Labels, traditionsreichen Fachgeschäften und anspruchsvollen Einrichtungshäusern bestimmt das Angebot. Die Straße und die schmalen Gehwege waren allerdings in einem unangemessenen Zustand. Es gab keinen Raum zum Flanieren. Parkende Fahrzeuge verstellten den Blick auf Fassaden und Schaufenster. Der Neue Wall wurde vielfach als Durchgangsstraße genutzt. Darunter litten die Aufenthaltsqualität und das Sicherheitsempfinden der potenziellen Kunden.

Projekthalt

Grundeigentümer und Einzelhändler haben, unterstützt durch die Handelskammer Hamburg und den Trägerverbund Projekt Innenstadt, in Kooperation mit der Freien und Hansestadt Hamburg eine Initiative zur Aufwertung des Neuen Wall als Einzelhandelsstandort gestartet. Dazu haben sie nach amerikanischem Vorbild einen Business Improvement District (BID) gegründet, bei dem die Grund- und Immobilieneigentümer maßgebliche Verantwortung für ihren Standort übernehmen. Ziel ist es, das Erscheinungsbild des öffentlichen Straßenraums zu verbessern, es an den hohen Standard des dort ansässigen Einzelhandels anzupassen und die langfristige Werthaltigkeit der Grundstücke und Investitionen zu sichern.



Durch das "Gesetz zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren (GSED)" vom 28. Dezember 2004 wurde in Hamburg eine Rechtsgrundlage geschaffen, auf deren Basis BIDs gegründet werden können. Grundlage für die Gründung des BID Neuer Wall war die Festlegung eines Gebiets und die Entwicklung eines konkreten Gestaltungskonzepts, das alle zu realisierenden Maßnahmen und deren Finanzierung umfasst. Das Maßnahmen- und Finan-

zierungskonzept traf bei den Grundeigentümern am Neuen Wall auf eine breite Zustimmung. Bereits der Antragstellung zur Einrichtung eines Innovationsbereichs Neuer Wall stimmten knapp 70 % (Pflicht: mindestens 15 %) der Grundeigentümer zu. In einem öffentlichen Anhörungsverfahren gemäß §§ 3 und 4 des Baugesetzbuchs zum Maßnahmenkonzept haben lediglich ca. 7 % der Grundeigentümer der Einrichtung eines Innovationsbereichs widersprochen. Das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept gilt als angenommen, wenn weniger als 30 % der Grundeigentümer bzw. der Grundstücksfläche dem Konzept widersprechen.

Der BID Neuer Wall wurde im Oktober 2005 durch Rechtsverordnung gemäß GSED für eine Laufzeit von 5 Jahren eingerichtet. Die Gesamtkosten von 6 Mio. Euro für alle BID-Maßnahmen werden vollständig von den Grundeigentümern am Neuen Wall getragen. Ermächtigt durch das GSED wird von allen Grundeigentümern im BID für die Laufzeit eine obligatorische Abgabe auf Basis der Grundsteuer erhoben, die vom Landesabgabename eingezogen wird. Die Höhe des Beitrags orientiert sich an der Höhe des Einheitswerts der jeweiligen Immobilie. Jeder Grundeigentümer muss damit 8 % seines individuellen Einheitswerts verteilt auf 5 Jahre als öffentliche Abgabe an die Stadt zahlen. Diese schüttet die eingegangenen Beiträge abzüglich einer geringen Bearbeitungsgebühr an einen Aufgabenträger aus. Dieser wurde von den Grundeigentümern bestimmt und über einen öffentlich-rechtlichen Vertrag mit der Realisierung der Maßnahmen betraut. Er erhält aus dem BID-Budget ein angemessenes Entgelt. Der Aufgabenträger wird von einem Lenkungsausschuss, bestehend aus Grundeigentümern, Einzelhändlern sowie Vertretern der Handelskammer und der Stadt Hamburg, die

Bundesland: Hamburg

Größe (EW): 1,7 Mio.

Projektlaufzeit:

10/2005 bis 10/2010

beratend teilnehmen, kontrolliert. Die Handelskammer Hamburg prüft auch die ordentliche Geschäftsführung des Aufgabenträgers. Eine städtische Förderung oder Beteiligung gibt es nur in Form von personeller Unterstützung.

Ziele

- Verstärktes Engagement von Grund- und Immobilieneigentümern und Übernahme von Eigenverantwortung für den Standort
- Verbesserung des Erscheinungsbilds des Neuen Wall und Anpassung des öffentlichen Raums an den hohen Anspruch des Standorts
- Aufwertung des Einzelhandelsstandorts und der Service-Qualität
- Vollständige Finanzierung der Maßnahmen durch Grundeigentümer

Maßnahmen

- Umbaumaßnahmen im öffentlichen Raum, z.B. Schaffung eines großzügigen, barrierefreien Flanierraums und Verbreiterung der Bürgersteige, hochwertige Straßenmöblierung und -beleuchtung, Einrichtung einer Tempo-20-Zone sowie Organisation des Parkraums und des Lieferverkehrs
- Service und Facility-Management mit einem District-Manager als Ansprechpartner
- Marketingmaßnahmen, z.B. gezielte Öffentlichkeitsarbeit, auf gehobene Zielgruppen abgestimmte Veranstaltungen, traditionelle Weihnachtsbeleuchtung, Vernetzung der Anlieger



Projektqualität

Hamburg war das erste Bundesland, das ein BID-Gesetz verabschiedet hat und auch anwendet. Damit ist diese Form der Public Private Partnership (PPP) gesetzlich geregelt. Der Neue Wall ist das erste BID mit einem großen Budget und umfangreichen Baumaßnahmen im öffentlichen Raum. Die Besonderheit am BID-Ansatz ist, dass Grundeigentümer zur Zahlung eines Beitrags verpflichtet werden können, wenn es eine deutliche Mehrheit im Quartier für die Umsetzung der Maßnahmen gibt. D.h. die Initiative ist nach der Gründung nicht mehr mit dem Problem der "Trittbrettfahrer" und der aufwändigen Mitgliedergewinnung konfrontiert. Das vorhandene Budget kann vollständig für die Umsetzung von Maßnahmen verwendet werden.

Schon während der Vorbereitung des BID ist ein gut funktionierendes Netzwerk verschiedener öffentlicher und privater Akteure im Quartier, aber auch in der Stadt entstanden. Dieses Netzwerk steht inzwischen auch anderen BID-Initiativen hilfreich zur Seite, vergrößert und optimiert sich auf diese Weise ständig.



Kontakt

BID Neuer Wall
 Sebastian Binger,
 Pressesprecher des BID Neuer Wall
 Archenholzstraße 42
 22117 Hamburg
 Tel. 01 60 / 99 08 23 56
 info@bid-neuerwall.de

Hamburg Business Improvement District Sachsentor

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Der Kern des Hamburger Stadtbezirks Bergedorf ist das bedeutendste Zentrum innerhalb eines Radius von 15 Kilometern. Das Einzugsgebiet umfasst den Bezirk Bergedorf mit ca. 117.000 Einwohnern sowie die benachbarten Städte und Gemeinden mit insgesamt ca. 100.000 Einwohnern. Das Quartier Sachsentor ist ein gewachsener Einzelhandelsstandort, der sich durch seine historischen Fassaden und durch das vielfältige Angebot seiner z.T. traditionellen Einzelhandelsunternehmen auszeichnet. In den letzten Jahren verzeichnete Bergedorf den Wegfall von insgesamt 15.000 qm Verkaufsflächen. Als Konsequenz sind ein Verlust an Zentralität, eine Verschlechterung des Branchenmix sowie prägende Leerstände zu verbuchen, die zu einem Rückgang der Kundenfrequenz führten. Viele lokale Akteure (u.a. eine Werbegemeinschaft und ein Verein) wirkten schon in den letzten Jahren aktiv an der Aufwertung Bergedorfs mit. Allerdings stand den aktiven Mitgliedern eine wachsende Anzahl von "Trittbrettfahrern" gegenüber.

Projekthalt

Den Problemen sollte durch einen Business Improvement District (BID) auf der Grundlage des von der Hamburger Bürgerschaft am 28. Dezember 2004 verabschiedeten "Gesetzes zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren (GSED)" begegnet werden. Mit dem GSED ist es erstmalig möglich, alle Grundeigentümer eines räumlich begrenzten Gebiets zur Finanzierung von beschlossenen Aktivitäten heranzuziehen und damit die vorgesehenen Maßnahmen für alle bezahlbar zu machen. Dies stellte für Bergedorf genau den richtigen Ansatz dar, um dem Problem der "Trittbrettfahrer" zu begegnen.

Das Ziel des BID Sachsentor besteht darin, die Attraktivität des Bergedorfer Zentrums vom Mohnhof/Sachsentor bis zur Alten Holstenstraße/Serrahn für Kunden, Besucher und Bewohner zu erhöhen und die Rahmenbedingungen für die dort niedergelassenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe zu verbessern. Durch die Teilnahme am Innovationsbereich haben die Grundeigentümer eines räumlich begrenzten Gebiets die Möglichkeit, selbst gestaltend auf den innerstädtischen Entwicklungsprozess einzuwirken.

Nach der Auftaktveranstaltung aller Grundeigentümer im Januar 2004 erfolgte die Bildung eines Arbeitskreises und die gemeinsame Ausarbeitung des BID-Programms in Workshops. Im Rahmen einer ca. einjährigen Initial- und Konkretisierungsphase hat sich der BID-Arbeitskreis aus Grundeigentümern und Einzelhändlern unter der Moderation des WSB (Wirtschaft und Stadt-

marketing für die Region Bergedorf e.V.) und der Beteiligung des Bezirksamts Bergedorf gegründet. Dieser hat die Gebietsabgrenzung des Innovationsbereichs sowie ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept vorbereitet. Die Handelskammer Hamburg hat diese Phase begleitet. Parallel dazu erfolgte eine gezielte Pressearbeit, um das Thema zu positionieren.

Im August 2005 wurde das BID Sachsentor von der Hamburger Bürgerschaft für eine Laufzeit von drei Jahren anerkannt. Ermächtigt durch das GSED wird von allen begünstigten Grundeigentümern für diese Laufzeit eine öffentliche Abgabe erbracht, die von der öffentlichen Hand erhoben und dann für die Durchführung der geplanten Maßnahmen ausgeschüttet wird. In der dreijährigen BID-Laufzeit werden dazu insgesamt 150.000 Euro aufgewendet, also 50.000 Euro pro Jahr.

Der WSB ist als Aufgabenträger eingesetzt und wird über einen öffentlich-rechtlichen Vertrag mit der Umsetzung des Konzepts bzw. der Maßnahmen betraut. Der WSB wird durch eine ehrenamtliche BID-Lenkungsgruppe, bestehend aus 15 Grundeigentümern, Dienstleistern, Gewerbetreibenden und Verwaltungsmitgliedern unterstützt. Sämtliche Grundeigentümer haben die Möglichkeit, sich aktiv an der BID-Arbeit zu beteiligen. Eine Satzung regelt die Einzelheiten über Teilnahmemöglichkeiten, Pflichten und Rechte der Lenkungsgruppenmitglieder.

Die Konzeptentwicklung hat im Oktober 2005 als erste öffentlich sichtbare Aktivität mit einer repräsentativen Passantenbefra-



Bundesland: Hamburg

Größe (EW): 1,7 Mio.

Projektlaufzeit:

01/2004 (08/2005

offizieller Start BID)

bis 08/2008

gung begonnen. Im ersten Jahr haben bereits die Projekte Graffiti-Entfernung und Leerstandsmanagement begonnen.



Ziele

- Verbesserung der Attraktivität und der Wettbewerbsfähigkeit der Bergedorfer Fußgängerzone vom Mohnhof bis zum Serrahn
- Schaffung eines einladenden, prosperierenden und sicheren Stadtzentrums für Gewerbetreibende, Bewohner und Kunden

Maßnahmen

- Konzept zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Entwicklung des Innovationsbereichs
- Graffiti-Entfernung/Verhinderung
- Herausstellung von Bergedorfs geschichtlichem Hintergrund (Visualisierung Geschichtslehrpfad)
- Erlebniskultur von bleibendem Charakter, Verbesserung des Erscheinungsbilds (Pflasterung, Beleuchtung, Skulpturen, Wasserspiele o.ä.)
- Umgang mit Leerständen/Flächenmanagement (Informationspool für Eigentümer und Mieter)
- Dauerhaftes Informationssystem als Orientierungshilfe, Passanten-Leitsystem

Projektqualität

Eine Besonderheit des Projekts liegt in der Hamburger Gesetzesinitiative, die es ermöglicht, einen Innovationsbereich festzulegen, in dem Maßnahmen zur Aufwertung

und Verbesserung von den Grundeigentümern und Gewerbetreibenden eigenverantwortlich ergriffen werden können. Selbstorganisation und Finanzverantwortung sind leitende Motive des BID. Das Konzept des Innovationsbereichs sorgt für eine gerechte Lastenverteilung auf alle Schultern und löst damit das Problem der "Trittbrettfahrer". Der BID stellt eine privatwirtschaftliche Organisationsform dar, die eng mit der Bezirksverwaltung kooperiert. Durch die Teilnahme am Innovationsbereich haben die Grundeigentümer die Möglichkeit, selbst gestaltend auf den Entwicklungsprozess einzuwirken. Die öffentliche Wahrnehmung des BID-Gebiets hat sich durch die verstärkte Präsenz in den Medien bereits verändert. Darüber hinaus erhält Bergedorf mehr Aufmerksamkeit seitens Wirtschaft, Verwaltung und Presse.



Kontakt

BID-Sachsentor c/o WSB
 (Wirtschaft und Stadtmarketing für
 die Region Bergedorf e.V.)
 Isabel Kaßner
 Bergedorfer Straße 162
 21029 Hamburg
 Tel. 0 40 / 72 69 30 73
 i.kassner@bid-1.de

Dortmund

Masterplan Einzelhandel

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Der aktuelle Strukturwandel im Einzelhandel bedroht tendenziell den Fortbestand der gewachsenen und integrierten Innenstädte und Nebenzentren sowie die wohnortnahe Grundversorgung in den Stadtteilen. Die Einführung großflächiger Betriebsformen mit vorwiegend zentrenrelevanten Sortimenten, wie Fachmärkte und SB-Warenhäuser, mit einer Präferenz für periphere Standorte abseits der Zentren ist in nahezu allen Einzelhandelsbranchen vollzogen worden. Die Folgen sind Kaufkraftabflüsse aus Innenstädten, Nebenzentren und den Nahversorgungsstandorten in den Wohngebieten. In einigen Fällen drohen mit dem Verlust der Kernfunktion Einzelhandel ganze Nebenzentren und Innenstädte zu veröden. Das Oberzentrum Dortmund steht wie viele Städte im Brennpunkt strukturverändernder Entwicklungen im Einzelhandel und in einem Wettbewerb der Städte und Regionen um Kunden, Kaufkraft und Kaufkraftbindung.

Projekinhalt

Um die Dortmunder Innenstadt und die gewachsenen Zentren vor solchen Fehlentwicklungen zu bewahren, hat der Rat der Stadt Dortmund im Dezember 2000 die Erarbeitung des Masterplans Einzelhandel im Kontext der Neuaufstellung des Flächennutzungsplans (FNP) beschlossen. Der Masterplan Einzelhandel bildet einen Orientierungsrahmen zur stadtverträglichen Bewältigung des Strukturwandels im Einzelhandel. Er umfasst vier Einzelhandelskonzepte, die in ihrem Zusammenwirken die Aktivitäten des Einzelhandels auf die Standorte lenken sollen, die für die Entwicklung der Stadt Dortmund, ihrer Innenstadt und ihrer lebendigen Stadtbezirke förderlich sind.

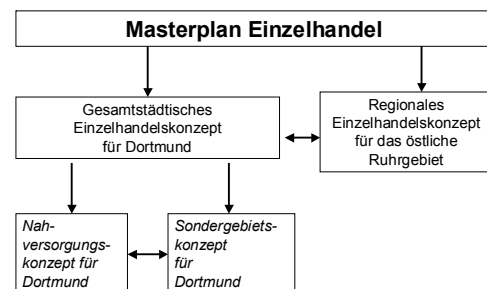
Das **Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept für Dortmund**, das bereits 1999 beschlossen wurde, umfasst grundsätzliche Ziele und Vorhaben zur Einzelhandelsentwicklung in Dortmund. Die Innenstadt, Stadtbezirks- und Ortsteilzentren sowie die fußläufige Nahversorgung in den Ortsteilen sollen vor schädlichen Ansiedlungen von Großprojekten an nicht integrierten Standorten geschützt und gezielt gestärkt werden.

Das **Regionale Einzelhandelskonzept für das östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK)** enthält Regeln und Verfahren zur nachbargemeindlichen Abstimmung bezüglich der verträglichen Gestaltung von Einzelhandelsgroßprojekten. Die Erarbeitung und Umsetzung dieses Konzepts stellt eine informelle Form der interkommunalen Kooperation dar.

Das **Nahversorgungskonzept** konkretisiert die allgemeinen Aussagen des Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts. Ziel ist

die Sicherung der fußläufigen Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen.

Das **Konzept für die drei Dortmunder Sondergebietsstandorte** setzt die Ziele und Vorhaben des Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts für die drei Standorte Indupark, Aplerbeck-Ost und Bornstraße in konkrete städtebauliche Rahmenpläne um.



In zahlreichen Informationsveranstaltungen wurde der Entwurf des Masterplans Einzelhandel mit Händlern, Investoren, Politikern und interessierten Bürgern diskutiert.

Mit dem Beschluss des Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts für Dortmund richtete der Rat der Stadt gleichzeitig den Konsultationskreis für Einzelhandelsansiedlungen ein, dessen Geschäftsführung beim Stadtplanungsamt liegt. Er berät alle Einzelhandelsvorhaben, d.h. Ansiedlungen, Nutzungsänderungen und Erweiterungen in Dortmund und formuliert Empfehlungen zu den Vorhaben an die Dortmunder Planungsverwaltung sowie die Gremien des Rats der Stadt. Beteiligt sind Vertreter des Planungs- und des Bauordnungsamts, der Industrie- und Handelskammer zu Dortmund, des Einzelhandelsverbands Westfalen-Mitte e.V. sowie der Gewerkschaft ver.di. Die genannten Akteure bzw. Institu-

Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 585.000

Projektlaufzeit:

1999, laufend

tionen waren an der Erarbeitung aller vier Konzepte beteiligt. Damit wurde die inhaltliche Kongruenz der Konzepte sichergestellt. Projekte mit regionaler Bedeutung müssen sich auch einem Konsensverfahren des REHK unterziehen.

Der Masterplan Einzelhandel ist als Instrument prozessorientiert angelegt. Seine Umsetzung setzt eine intensive Beteiligung und Einbindung breiter Akteursgruppen voraus. Nicht zuletzt die hohe Dynamik der Veränderungen im Einzelhandel erfordert eine regelmäßige Überprüfung und ggf. auch Fortschreibung der Inhalte des Masterplans.



Ziele

- Einbindung unterschiedlicher Akteure in die Einzelhandelsentwicklung
- Lenkung der Einzelhandelsentwicklung auf die Innenstadt sowie die integrierten Nebenzentren
- Verhinderung von zentrenschädlichen Ansiedlungen an peripheren Standorten
- Verbindung von unterschiedlichen Teilkonzepten zur Einzelhandelsentwicklung als umfassendes Handlungskonzept

Maßnahmen

- Erarbeitung des Masterplans Einzelhandel mit vier Teilkonzepten
- Einrichtung eines Konsultationskreises als Lenkungsgremium



Projektqualität

Der Masterplan Einzelhandel stellt ein umfassendes Handlungsgerüst über alle Aspekte des Einzelhandels dar und vermag die Einzelhandelsentwicklung zu steuern. Er wirkt stabilisierend auf zentrale Handelsstandorte, da der Vorrang und Schutz integrierter Lagen im Masterplan verankert sind. Durch die Zusammenarbeit der einzelnen Akteure im Konsultationskreis Einzelhandel wurde der Grundstein für eine abgestimmte, zielgerichtete und langfristige Strategie zur Einzelhandelsentwicklung in Dortmund gelegt. Der Konsultationskreis hat neben seiner fachlichen Qualifikation inzwischen auch so viel politisches Gewicht bekommen, dass es nicht zu den üblichen Differenzen zwischen fachlicher Diskussion und politischer Entscheidung kommt. Darüber hinaus ist mit dem Masterplan Einzelhandel eine einheitliche und transparente Grundlage zur Beurteilung aller Einzelhandelsvorhaben geschaffen worden. Er bietet zudem Investoren Planungssicherheit für ihre Projekte.

Der Masterplan Einzelhandel konnte die Dortmunder Zentren weiter stärken. Durch konsequente Umsetzung der Ansiedlungskriterien des Masterplans Einzelhandel konnten Einzelhandelsbetriebe, die ursprünglich Standorte auf der "Grünen Wiese" bevorzugt hatten, dazu bewegt werden, Standorte innerhalb der Zentren für ihre Ansiedlungen zu wählen. So wurde ein wichtiger Beitrag zum Erhalt einer lebenswerten Innenstadt geleistet.

Kontakt

Stadt Dortmund, Stadtplanungsamt
 Bernd Kunert / Sonja Gugel
 Burgwall 14
 44122 Dortmund
 Tel. 02 31 / 5 02 56 99
 Tel. 02 31 / 5 02 64 19
 bkunert@stadtdo.de / sgugel@stadtdo.de

Dannenberg (Elbe)

Dannenberg – Kleinstadt mit großem Erfolg

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Dannenberg (Elbe) mit 8.500 Einwohnern und einer sehr niedrigen Bevölkerungsdichte gehört zwar der Metropolregion Hamburg an, kämpft aber mit typischen Problemen des peripheren Raums. Durch die Alterung und fehlende Nachfolge bei vielen Einzelhändlern schlossen innerhalb eines Jahres zahlreiche Geschäfte. In der Innenstadt waren 2003 insgesamt 18 Leerstände zu verzeichnen. Jedes dritte Schaufenster stand leer. Ein Branchenmix war nicht mehr vorhanden. Den Eigentümern gelang es ohne Hilfe nicht, Nachmieter für die Gewerbeflächen zu finden. Einkaufen in der Innenstadt von Dannenberg war für die meisten Bürger kein Thema mehr.

Projekthalt

Im Rahmen der Initiative "Ab in die Mitte!" Niedersachsen trat die Stadt Dannenberg 2003 dem Leerstandsproblem in der Innenstadt entgegen. Unter dem Motto "Wir füllen Leerstände" gelang es, nahezu alle Leerstände mit einer langfristigen Nutzung zu belegen. Das Angebot einer symbolischen Grundmiete von 1 Euro/qm im ersten Jahr zeigte sich als Auslöser für den Erfolg. Um das zu erreichen, waren viel Überzeugungsarbeit und ausführliche Gespräche mit Grundstückseigentümern notwendig. Parallel wurden Veranstaltungsreihen entwickelt, um die Stadt zu einer Bühne zu machen. Ein zehntägiges Programm lockte die Besucher von weit her. Innerhalb eines halben Jahres konnten die Leerstände beseitigt und ein ausgewogener Branchenmix erreicht werden. Alle Beteiligten haben im Rahmen dieses Projekts erfahren, dass es sinnvoll ist, statt langer Leerstandszeiten eine verminderte Miete in Kauf zu nehmen. Diese Strategie führte auch dauerhaft zu einer Kooperation zwischen Handel, Wirtschaft, öffentlichen und ehrenamtlichen Akteuren.

Auch 2004 waren die Bemühungen der Stadt Dannenberg im Rahmen des Wettbewerbs "Ab in die Mitte!" erfolgreich, diesmal unter dem Motto "DAN bleibt dran". Aufbauend auf den bisherigen Aktivitäten ging es darum, die Existenzgründer aus dem Jahr 2003 weiter zu unterstützen, zu begleiten und Alterungstendenzen im Einzelhandel gezielt zu begegnen. Leitidee war deshalb, Juniorpartner für Geschäftsinhaber zu finden, die in der Familie keinen Nachfolger haben. Die Belebung der Innenstadt und die Sicherstellung eines guten Branchenmix hatten dabei oberste Priorität. Zum Einstieg gab es im September 2004 eine große Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gewerbesmesse. Dort stellten sich verschiedene Betriebe vor, die Nachfolger

suchten. Ebenfalls vertreten waren die Industrie- und Handelskammer, die Handwerkskammer, die Berufsschulen, die Universitäten und die Allgemeinbildenden Schulen. An die Messe reihte sich ein zehntägiges Programm mit Fachvorstellungen zur Betriebsnachfolge, zum Stadt- und Regionalmarketing oder zur Bildung einer Dachmarke. Bereits auf der Messe wurden Kontakte geknüpft und darauf aufbauend ein Netzwerk aufgebaut. Seit 2004 konnten einige Betriebsnachfolgen gesichert werden.

2005 wurde "Ab in die Mitte!" in Dannenberg unter dem Motto "DAN mit der Jugend voran" weitergeführt. Besonderes Anliegen war es, die Jugend vor Ort zu motivieren und in die Aktionen einzubinden. Im Zusammenwirken mit lokalen Einzelhändlern, Gastronomen, Dienstleistern und Handwerksbetrieben der Innenstadt konnten insgesamt 41 neue Ausbildungsplätze geschaffen werden. Um Erfahrungen weiter zu geben, wurde jedem Auszubildenden außer-



Bundesland:

Niedersachsen

Größe (EW): 8.500

Projektlaufzeit:

01/2003 bis 12/2006

dem ein ehemaliger Einzelhändler, Gastronom oder Handwerker als Ausbildungspate an die Seite gestellt. Auch 15 sozial benachteiligten Schülern wurde durch vermehrte Einstiegsqualifikationen eine Chance gegeben. Um das Projekt erfolgreich fortsetzen zu können, wurde ein Ausbildungsregister mit allen in der Samtgemeinde Dannenberg zur Verfügung stehenden Ausbildungsbetrieben erarbeitet. Durch zahlreiche Veranstaltungen wurden die Auszubildenden an die Betriebe herangeführt und für ihre Stadt begeistert.

Das Jahr 2006 stand unter dem Motto "DAN wächst über sich hinaus". Dabei wurde insbesondere auf die Themenfelder Familie, Bildung und Kultur eingegangen. Die Innenstadt sollte dadurch weiter an Attraktivität gewinnen.

Das parallel entwickelte neue Stadtmarketing, das bei der Kommune angesiedelt ist, wurde in eine professionelle Organisationsform gegossen. Ehrenamtliche Arbeitskreise unterstützen es aktiv. Sie bilden die Basis für den Erfolg, der auf dem großen Engagement der lokalen Akteure beruht. Das Aufgabengebiet "Leerstandsmanagement" wurde dauerhaft ins Büro für Stadtmarketing integriert. In den Teilprojekten erfolgt, je nach Thematik, eine enge Zusammenarbeit mit der Werbegemeinschaft und dem Tourismusverein sowie der Bürgermeisterin.

Ziele

- Beseitigung des Leerstands von Ladenlokalen, Sicherung von Betriebsnachfolgern
- Schaffung und Sicherung eines Branchenmix
- Beitrag zum sozialen Ausgleich durch Schaffung neuer Ausbildungsplätze

Maßnahmen

- Mietpreissenkung (1 Euro Mietoffensive)
- Initiative zur rechtzeitigen Findung von Betriebsnachfolgern
- Unterstützung der Jugend durch neue Ausbildungsplätze
- Begleitende Veranstaltungen

Projektqualität

Die Zukunft hängt, insbesondere in einer Kleinstadt wie Dannenberg, in hohem Maße vom Engagement und der Kompetenz der lokalen Akteure und Gruppierungen ab. In Dannenberg ist es vorbildlich gelungen, die Akteure zu aktivieren und Ressourcen zu bündeln. Durch zahlreiche Veranstaltungen und Gemeinschaftsaktionen, die im Zusammenhang mit den Hauptthemen der verschiedenen Jahre standen, konnten bei den lokalen Akteuren zahlreiche Aktivitäten angestoßen und ein Gemeinschaftsgefühl erreicht werden.

Der Prozess kam in Dannenberg ins Rollen, da im ersten Mietjahr nur 1 Euro/qm Miete für bis dato leerstehende Ladenlokale verlangt wurde. Schnell waren erste Erfolge zu verbuchen. Besonders hervorzuheben ist die kontinuierliche Weiterwicklung der innovativen Ansätze und Ideen zur Aufwertung der Innenstadt über mehrere Jahre hinweg.

Lebensqualität und Wirtschaftskraft konnten in Dannenberg erheblich gesteigert werden. Kreative Ideen sind verwirklicht worden. Existenzen wurden nachhaltig gestärkt und gesichert. Attraktivität, Service und Erlebnis sind Faktoren, die in Dannenberg in den letzten Jahren als Gemeinschaftsaufgabe erkannt wurden.



Kontakt

Samtgemeinde Elbtalaue
 Ursula Fallapp
 Rosmarienstr. 3
 29451 Dannenberg (Elbe)
 Tel. 0 58 61 / 80 85 40
 u.fallapp@elbtalaue.de

Eschwege Innenstadtkarrees

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Der demographische Wandel und dessen Auswirkungen setzten in Eschwege rascher ein als erwartet. Die Attraktivität der Innenstadt wurde insbesondere durch die abnehmende Kundenfrequenz und die steigende Zahl an Wohnungs- und Ladenleerständen gefährdet. Die räumliche Dichte sowie die kleinflächige Zusammensetzung der Fachwerk-Innenstadt erforderten neue Wege und Ideen und ließen neue Kooperationen sinnvoll erscheinen.

Projekthalt

Vor diesem Hintergrund stellte die Stadt Eschwege ihren Beitrag zur hessischen Innenstadt-Offensive "Ab in die Mitte" 2005 unter das Motto "Eschwege auf neuen Wegen". Es sollte veranschaulicht werden, dass Innenstädte mit dem Einstieg in die baulich-qualitative Entwicklung nachhaltig belebt und stabilisiert werden können.

Die Stadt Eschwege hat die Bildung von sogenannten Innenstadtkarrees als Wettbewerb für den Bereich der Innenstadt in Form eines offenen Stadtentwicklungsprozesses konzipiert. Hauseigentümer, Geschäftsbesitzer, Gastronomen, Investoren und Bürger wurden aufgerufen, sich innerhalb selbst festgelegter Innenstadtkarrees zu neuen Kooperationen zusammenzufinden und konkrete Maßnahmen für neue Nutzungskonzepte, Umbauten, Umnutzungen, altengerechtes Wohnen oder die Beseitigung von Laden- und Wohnungsleerständen umsetzungsreif zu entwickeln und visuell an Hand von Zeichnungen zu veranschaulichen. Thematisiert wurde hierbei auch die Wiederbelebung von Innenhöfen als innenstadtrelevante Raumpotenziale. Voraussetzung für die Beiträge war, dass sie zur nachhaltigen Verbesserung der Karreesituation beitragen, den Branchenmix oder das Warenangebot in der Innenstadt qualitativ verbessern oder den öffentlichen Raum baulich-qualitativ aufwerten. Die Maßnahmenkonzepte mussten über den Status reiner Ideensammlungen hinausgehen und wie Businesspläne konkrete Maßnahmen und bankübliche Finanzierungspläne enthalten. Ein Ideenpool sollte aufgebaut werden und Vorbildfunktion für weitere, potenzielle Innenstadtkarrees entfalten. Mit der Bildung der Innenstadtkarrees wurde zudem die Zielsetzung verfolgt, die aktuellen Diskussionen über Business Improvement Districts (BID) um einen weiteren Aspekt – Karrees als strategisches Instrument integrativer Stadtentwicklungskonzepte – zu bereichern.

Das Projekt wird unter Federführung der Stabsstelle Wirtschaftsförderung konzipiert und kooperativ durchgeführt. Zu den Kooperationspartnern zählen Hochbauamt, Haus- und Grundeigentümergeverein, Hotel- und Gaststättenverband, Einzelhandelsverband sowie Architekten. Die Stabsstelle und das Team unterstützten die entstandenen Projektgruppen, die sich mit einem Beitrag bewerben wollten, durch Moderation und fachliche Beratung.

Insgesamt wurden im Rahmen des Karree-Wettbewerbs 17 Projekte eingereicht, von denen schließlich 15 am Wettbewerb teilnahmen. Die Themenstellung bzw. Schwerpunktsetzung der Projekte war vielfältig und reichte vom "altengerechten und generationenübergreifenden Wohnen" über die Idee einer "Licht-Lounge" hin zum Konzept "Innenstadt-Arena". Alle Wettbewerbsbeiträge wurden im Innenhof des Eschweger Rathauses öffentlich ausgestellt. Die Ausstellung stieß auf große Resonanz der Bürger und setzte einen Diskussionsprozess zur Innenstadtentwicklung in Gang. Fünf Projekte wurden durch eine Jury als "Bestes Konzept" ausgezeichnet.



Derzeit werden ein privat finanziertes Projekt und ein aus dem Programm Stadtbau finanziertes Projekt realisiert. Letzteres wurde auch in das Programm "Neues Wohnen" des Bundes, zwei weitere Projekte wurden in das Stadtbaukonzept aufgenommen. Weitere Projekte sind angedacht.

Bundesland: Hessen

Größe (EW): 21.000

Projektlaufzeit:

02/2005, laufend

Die Bevölkerung informiert sich regelmäßig über den Sachstand einzelner Projekte.

Die Innenstadtkarree-Bildung in Eschwege wurde durch Kunst- und Kulturprojekte begleitet und unterstützt, die eine kulturelle und kommunikative Klammer um den Wettbewerb bildeten. Unter dem Motto "Kunstideen in Innenhöfen, Geschäften und Leerständen" setzten sich zum Beispiel Künstler mit der Innenstadt auseinander und erstellten einen Kunstparcours. Darüber hinaus wurde mit dem "Experiment Leerstandslabor" eine neue Form der bürgerschaftlichen Beteiligung erfolgreich erprobt.



Ziele

- Nachhaltige Stärkung und Belebung der Innenstadt durch baulich-qualitative Entwicklung, qualitative Profilierung der Innenstadt
- Abbau der Laden- und Wohnungsleerstände
- Förderung von Eigeninitiative und -finanzierung

Maßnahmen

- Durchführung eines Karree-Wettbewerbs und Aufnahme von ausgewählten Projekten in das Eschweger Stadtumbaukonzept
 - Licht-Lounge am Obermarkt
 - Innenstadt-Arena / Marktplatzkarree
 - Altengerechtes und generationenübergreifendes Wohnen
 - Stadtumbaugalerie in der Marktstraße
- Unterstützende Projekte zur temporären Reaktivierung von Innenhöfen mit Sontanaktionen
- Experiment Leerstandslabor
- Kunstideen in Innenhöfen, Geschäften und Leerständen

Projektqualität

Der im Rahmen eines offenen Stadtentwicklungsprozesses eingesetzte Wettbewerb kann ein erhöhtes Engagement der lokalen Akteure und der Betroffenen erreichen, das sich zunächst auf das Karree als zentrale und überschaubare Handlungsebene fokussiert. Durch den Einstieg in die bauliche Neuentwicklung der Innenstadt wird ein besonderes Maß an konkreter Verbindlichkeit erreicht, das zu realen Veränderungen führt und die Bestandsentwicklung fördert. Die unterschiedlichen Akteure werden durch kurzfristige, ergänzende Aktionen aktiviert und arbeiten gemeinsam an Maßnahmen und Ideen zur Verwirklichung der langfristigen Ziele. Die Idee, Innenstadtkarrees als neues, strategisches Instrument integrativer Stadtentwicklungskonzepte zu betrachten, ergänzt die aktuellen BID-Diskussionen um einen neuen Ansatz der Einbeziehung von lokalen Akteuren und Grundstückseigentümern zur Übernahme von Verantwortung für ihren Standort.



Kontakt

Kreisstadt Eschwege
 Stabsstelle Wirtschaftsförderung
 Wolfgang Conrad M.A.
 Obermarkt 22
 37269 Eschwege
 Tel. 0 56 51 / 30 43 37
wolfgang.conrad@eschwege-rathaus.de

Alfeld (Leine)

"Grünes Schaufenster" – Stadtpark 2008

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Der Stadtpark mit seinen begrünten, mittelalterlichen Wallanlagen grenzt unmittelbar an die Innenstadt von Alfeld. Die Endpunkte des Stadtparks bilden jeweils den Beginn der Geschäfts- und Fußgängerzone. Der Park markiert damit den Übergang von der mittelalterlichen Stadt zur gründerzeitlichen Industriestadt. Dieser zentralen Lage im Stadtgefüge wurde der Stadtpark seit langem nicht mehr gerecht. Er verwilderte und blieb ungenutzt.

Projekthalt

Der Wettbewerb "Ab in die Mitte" 2003 in Niedersachsen gab den Anstoß für die Konzipierung des Projekts "Grünes Schaufenster". Im Mittelpunkt steht die Wiederbelebung der "Wallanlagen" als Stadtpark. Angesichts der direkten räumlichen Nähe des Stadtparks zur Fußgängerzone wurde die Idee entwickelt, den Park zum "verlängerten" Schaufenster des Einzelhandels zu machen und zugleich den Ringcharakter der Wallanlagen deutlicher hervorzuheben. Einem Bummel durch das "Grüne Schaufenster" soll sich ein Bummel durch die Fußgängerzone anschließen oder umgekehrt. Die Konzeption des Projekts ist auf mehrere Jahre angelegt.

Ausgehend von der zentralen Idee einer Aufwertung des öffentlichen Raums vernetzt das Projekt die Funktionen Einzelhandel, Kultur, Erlebnis, Wohnen und Grün miteinander. Durch die behutsame Umgestaltung einerseits, verbunden mit zahlreichen Veranstaltungen und regelmäßigen Mitmachaktionen andererseits, wird der Stadtraum belebt. Ein attraktiver Stadtpark steigert die Anziehungskraft der Innenstadt, führt auch zu einer stärkeren Belebung der Fußgängerzone und zu einer Erhöhung der Wohnqualität. Neben der baulichen Umgestaltung des Stadtparks finden jährlich ca. 12 Veranstaltungen unter Beteiligung der Bevölkerung und der Gewerbetreibenden im Stadtpark statt.



Das Forum Alfeld Aktiv, ein Zusammenschluss von Bürgern, verfolgt das Ziel, die Attraktivität der Stadt Alfeld (Leine) zu erhöhen. Die Arbeitsgruppe "Einzelhandel" im Forum ist Träger des Projekts "Grünes Schaufenster". Im Zusammenhang mit dem erfolgreichen Projekt "Ab in die Mitte – Grünes Schaufenster" im Jahr 2003 hat sich eine Lenkungsgruppe aus Vertretern von Bürgerschaft und Einzelhandel sowie der Stadtverwaltung gebildet. Dieser informelle Zusammenschluss tagt seitdem regelmäßig. Die strukturelle Zusammensetzung ist identisch geblieben, die personelle Besetzung verändert sich fortlaufend. Die inhaltliche Weiterentwicklung der Organisationsstruktur besteht in der Intensivierung der Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen sowie Interessengruppen aus Handel, Gastronomie und Kultur und insbesondere in der Ausweitung der Lenkungsgruppe auf die Wirtschaft.

Das Projekt ist als BürgerInnen-Projekt konzipiert. Neben verschiedenen Mitmachaktionen, wie "Wir lichten den Park", gab es z.B. ein Bürgerforum zur breiten Beteiligung und Ermittlung der Wünsche der Bürgerschaft sowie verschiedene Ausstellungen im Vorfeld der Konzepterarbeitung zur Umgestaltung des Stadtparks.

"Grünes Schaufenster" wird durch die Stadt und den Einzelhandel finanziert. Viele Aktivitäten werden durch Sponsoring unterstützt oder durch aktive Mitarbeit von lokalen Akteuren ermöglicht. Dazu zählt beispielsweise auch die Einbindung von Firmen, die kostenlos Mitarbeiter für die Vorbereitung von Umgestaltungsmaßnahmen stellen. Die Landesförderung durch "Ab in die Mitte" ist mittlerweile ausgelaufen.

Im Jahr 2006 wurden mit dem Projekt "PapierStadt von der Rolle" weitere Impulse für den Lebens-, Kultur- und Wirtschaftsraum Innenstadt gegeben. Gelungene Aktionen

Bundesland:

Niedersachsen

Größe (EW): 22.000

Projektlaufzeit:

12/2002 bis 2008

und Veranstaltungen der bisherigen Initiativen werden in 2007 und später wiederholt.

Ziele

- Wiederbelebung der Wallanlagen als Stadtpark
- Steigerung der Attraktivität der Innenstadt und erhöhte Frequentierung der Fußgängerzone
- Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt als Wohnstandort

Maßnahmen

- Gärtnerische und bauliche Maßnahmen zur Aufwertung des Stadtparks, Begrünungs- und Umbauaktionen, z.B.
 - "Spielen in den Wällen": Spielplatzumgestaltung
 - Beleuchtung Stadtpark (Sponsoring durch Energieversorger)
 - Skulpturen im Park zur Verbindung von Kunst und Natur; die Entstehung der Kunstarbeiten findet entweder öffentlichkeitswirksam im Park statt oder wird fotografisch dokumentiert und ausgestellt
- Veranstaltungen zur Belebung des Stadtraums, vielfältige Mitmachaktionen, z.B.
 - "Wir lichten den Park": Pflege des Stadtparks (seit 2003 zweimal pro Jahr)
 - "Wir spinnen ein Netz": Mitmachaktion für Kinder
 - "Alfeld trifft Anatolien": Kennenlernen der türkischen Lebensart im Stadtpark



Die einzelnen Maßnahmen und Veranstaltungen stehen thematisch und räumlich in enger Verbindung zueinander.

Projektqualität

Der Einzelhandel beschäftigt sich nicht nur mit seinem klassischen Tätigkeitsfeld, sondern dehnt seine Aktivitäten räumlich und thematisch auch auf den öffentlichen Raum und Kunst aus. Der Einzelhandel stellt mit diesem Engagement deutlich seine Verantwortung für eine belebte Innenstadt heraus. Die Kombination von Umgestaltung und Mitmachaktionen rückt die Bürger in den Mittelpunkt des Projekts, fördert bürgerschaftliches Engagement und stärkt die Identifikation der Bewohner mit ihrer Stadt.

Das Projekt "Grünes Schaufenster" sowie die Folgeprojekte unterstützen seit 2003 nachhaltig die projektorientierte Stadtentwicklungsplanung in Alfeld und tragen zur Förderung selbsttragender Strukturen und zur Aufwertung des Grünraums in der Innenstadt bei.



Kontakt

Lenkungsgruppe "Ab in die Mitte"
 Mario Stellmacher
 Marktplatz 12
 31061 Alfeld (Leine)
 Tel. 0 51 81 / 70 31 40
 stellmacher@stadt-alfeld.de

Düsseldorf PLATZDA!

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Menschen sollen sich auf den Plätzen in ihrer Stadt wohlfühlen, diese nutzen und Zeit auf ihnen verbringen können. Plätze sollen die Bürger zur Kommunikation einladen. Oft kennen die Menschen den öffentlichen Raum in ihrer Nachbarschaft kaum und nehmen Plätze – wenn überhaupt – als etwas breitere Wege wahr. Vor diesem Hintergrund lieferte der Auftrag des Düsseldorfer Ausschusses für Planung und Stadtentwicklung aus dem Jahr 2001, ein Hearing zur Verbesserung der Qualität von Plätzen durchzuführen, den Anstoß zur Entwicklung einer Gesamtstrategie. So entstand die Initiative PLATZDA!

Projekinhalt

PLATZDA! ist eine Aktion zur Gestaltung der City-Plätze in Düsseldorf und versteht die Plätze als Netzwerk. Mindestens so wichtig wie die bauliche Umgestaltung ist dabei, dass die Bürger die öffentlichen Räume der Stadt erleben, nutzen und mitplanen können. Die Plätze sollen nicht den Eindruck von leeren, beliebigen Flächen vermitteln, sondern mit positiven Vorstellungen verbunden werden. PLATZDA! bündelt Akteure und Projekte, bespielt Plätze und erarbeitet Handlungskonzepte für die Weiterentwicklung der Platzkultur in Düsseldorf. Der Impuls für die Initiative ging von der Stadt aus. Das Stadtplanungsamt lenkt als Koordinator die Prozesse.



Von der Stadt wurden die **Sommernauftritte** mit Musik, Literatur, Film und Tanz ins Leben gerufen. Sie verstehen sich als eine Veranstaltungsreihe zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements, die seit 2003 jährlich stattfindet. Neben dem Gesamtkonzept zur Umgestaltung und zum Umbau von Plätzen steht gleichberechtigt die Belebung der Plätze mit Menschen und Kultur. In Netzwerken und Kooperationen können sich alle sozialen und kulturellen Gruppen engagieren. Bürger entwickeln in Eigeninitiative mit anderen lokalen Akteuren ihr Sommerplatzprogramm. Der 1. Sommernauftritt im Jahr 2003 hatte Impulscharakter. Es wurden zahlreiche Kulturveranstaltungen

im öffentlichen Raum organisiert, bei denen die Stadt zur Bühne wurde. Wurden diese ersten Sommernauftritte noch maßgeblich von der Stadt initiiert und ausgebaut, waren die Bürger schon 2004 aufgefordert, selbst mitzumachen. Multiplikatoren, wie Schulen, kulturelle Einrichtungen, Museen, Künstler, Vereine und die Bürgerschaft hatten zu Aktionen auf die Düsseldorfer Plätze eingeladen. Sie zeigten ihre Vorstellung von Platzkultur und schufen ein vielfältiges und buntes Programm.



Aufbauend auf den Akteursnetzwerken der ersten Jahre konnten viele Projektförderer gewonnen werden. Verschiedene Unternehmen und Institutionen übernehmen für Programmpunkte inhaltliche und finanzielle Patenschaften. Diese ergänzen die Teilfinanzierung durch die Stadt. Darüber hinaus wurde das Projekt zweimal durch das nordrhein-westfälische Landesprogramm "Ab in die Mitte" gefördert.

Die **Graf-Adolf-Straße** ist Teil des Netzes der Düsseldorfer Stadtplätze und gleichzeitig als **Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)** ein neues, vom Land Nordrhein-Westfalen gefördertes Modell zur Revitalisierung des Stadtquartiers. Die ISG wurde im Sommer 2005 als Verein gegründet, um die verstärkte Einbindung von Immobilieneigentümern und deren Zusammenarbeit mit der Stadt auf eine organisatorisch verlässliche Basis zu stellen. Im Vor-

Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 570.000

Projektlaufzeit:

05/2002, laufend

stand des Vereins sind sowohl Eigentümer als auch gewerbliche Mieter vertreten. Ein umfassendes und langfristiges zwischen der Stadt und den Privaten abgestimmtes Maßnahmenprogramm soll zu einer Aufwertung des Standorts führen. Mehr als 80 % der Grundeigentümer hatten sich bereit erklärt, dem Verein beizutreten und sich an den auf die Privaten entfallenden Kosten des Maßnahmenprogramms zu beteiligen. Für den Zeitraum 2004 bis 2006 wurde das Vorhaben als Modellprojekt in das nordrhein-westfälische Förderprogramm "Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG)" aufgenommen. Neben der Förderung durch das Land (60 %) beteiligen sich das Forum Stadt-Marketing Düsseldorf e.V., die Mitglieder der ISG und die Stadt an der Finanzierung.

Neben der Profilentwicklung für die Graf-Adolf-Straße geht es um die Aufwertung des öffentlichen Raums, die Verbesserung von Sicherheit und Sauberkeit, Zwischennutzung von leerstehenden Ladenlokalen und die Belebung des Stadtraums durch Veranstaltungen.



Ziele

- Begreifen der Düsseldorfer City-Plätze als Netzwerk
- Sicherung der Aufenthaltsqualität von Innenstadtplätzen
- Schärfung des Bewusstseins für den öffentlichen Raum
- Frühzeitige Einbeziehung der Bürger in die Planungsprozesse
- Bündeln von Akteuren und Projekten; PLATZDA! setzt auf Kooperationspartner



Maßnahmen

- Gesamtkonzeption zum Umgang mit Stadtplätzen und Stadträumen
- Planung, Umgestaltung und Umbau von Plätzen
- Stadtmöblierungskonzept, Lichtmasterplan
- Bespielung von Plätzen als Erprobung für künftige Nutzungen
- Maßnahmenprogramm für die Graf-Adolf-Straße, Umsetzung einzelner Maßnahmen

Projektqualität

Das Projekt verknüpft in vorbildlicher Weise die Aufwertung des öffentlichen Raums mit Marketing und Veranstaltungen. Insbesondere die Bespielung von Plätzen als Erprobung für künftige Nutzungen zeigt den innovativen Ansatz des Projekts. Plätze und der öffentliche Stadtraum werden als zusammenhängendes Netzwerk begriffen, da nur so die Aufenthaltsqualität langfristig gesichert werden kann.

Mit der Aktion PLATZDA! konnte auf allen Ebenen der Stadt das Bewusstsein für den öffentlichen Raum geschärft werden. Neben der Aufwertung der Innenstadt durch umgesetzte Bau- und Sanierungsprojekte hat sich das Netzwerk der Akteure, die Verantwortung für den öffentlichen Raum übernehmen, ständig vergrößert. Die Idee der Sommerauftritte hat sich mittlerweile verselbstständigt und es wurden nachhaltige Projekte angestoßen. In verschiedenen Nachbarschaften bildeten sich Gruppen, die nun auch außerhalb der Aktion gemeinsame Veranstaltungen organisieren. Außerdem helfen die Erfahrungen und Rückmeldungen der Bürgerinnen und Bürger dabei, Nutzererwartungen an die Plätze zu ermitteln, die in die Planungsprozesse mit einfließen.

Kontakt

Landeshauptstadt Düsseldorf
 Stadtplanungsamt, Gestaltung des öffentlichen Raumes
 Peter Müller / Heike Schwalm
 Brinckmannstraße 5
 40225 Düsseldorf
 Tel. 02 11 / 8 99 45 57
 Tel. 02 11 / 8 99 67 68
peter.mueller@stadt.duesseldorf.de

Gladbeck InnenstadtForum

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die Stadt Gladbeck befindet sich in unmittelbarer Konkurrenz zu den benachbarten, z.T. deutlich größeren, Mittel- und Oberzentren Essen, Gelsenkirchen und Bottrop sowie dem CentrO Oberhausen. Gladbeck setzt in der Stadtentwicklung seit Anfang der 1990er Jahre auf den qualitativen Ausbau familienfreundlicher Angebote und hat durch die verstärkte, auch finanziell geförderte, Ausweisung neuer Baugebiete speziell für junge Familien mit Kindern in den letzten Jahren die bisherigen Wanderungsverluste in Wanderungsgewinne verändern können.

Projekthalt

Vor diesem Hintergrund ergriffen unterschiedliche Innenstadtakteure in Gladbeck die Initiative zu einer verstärkten inhaltlichen Positionierung und Attraktivierung der Innenstadt. Im InnenstadtForum Gladbeck einigten sie sich 1998 auf ein breit angelegtes Konzept zur familienfreundlichen Umgestaltung der Fußgängerzone und der anliegenden Innenstadtbereiche. Durch den Maßnahmenkatalog sollen Aufenthaltsqualität und Attraktivität der Innenstadt – als Ort zum Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und Spielen – erhöht werden.



Familienfreundlichkeit wird im Sinne des Projekts weit gefasst. Der öffentliche Raum wird baulich so umgestaltet, dass er für Familien mit kleinen Kindern eine erhöhte Aufenthaltsqualität erhält. Dies beinhaltet auch die Bildung neuer Stadträume am Rathaus und Markt. Bei der Umgestaltung der Innenstadt werden in Umsetzung der Innenstadtgestaltungssatzung traditionelle Bauformen und Materialien betont, Werbeanla-

gen zurückgenommen und unübersichtliche Angsträume beseitigt, um Aufenthaltsqualität und das Sicherheitsgefühl der Innenstadtbesucher zu erhöhen. Außengastronomie wird gefördert und qualitativ aufgewertet. Ein Schwerpunkt liegt auf familienfreundlichen Angeboten bei Veranstaltungen in der Innenstadt. Spielecken, Wickelmöglichkeiten usw. in Geschäften werden eingerichtet und in einen speziellen Wegweiser aufgenommen. Vor allem Besucher mit Kindern sollen sich durch diese Maßnahmen heimisch und vertraut fühlen. Daneben wird die Innenstadt durch höherwertige Wohnbaumaßnahmen in Baulücken als Wohnort für Familien und ältere Menschen attraktiv.



Darüber hinaus versuchen Akteure des InnenstadtForums, in Gesprächen mit Einzelhändlern, Grund- und Hauseigentümern auf den Branchenmix Einfluss zu nehmen.

Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 78.000

Projektlaufzeit:

1998, laufend

So wurden in den vergangenen Jahren bewusst einige Geschäfte mit Kinder- und Jugendmode angesiedelt.

Das InnenstadtForum übernimmt die inhaltliche Projektsteuerung. Auf Einladung und unter Vorsitz des Bürgermeisters bereiten Innenstadtakteure von Einzelhandel, Werbegemeinschaft, Industrie- und Handelskammer, Heimatverein, Verkehrsverein, Haus und Grund, Fraktionen des Rats und Stadtverwaltung im Rahmen von Innenstadt-Arbeitskreisen inhaltlich Einzelmaßnahmen vor. Die Umsetzung erfolgt schließlich entweder durch die Stadtverwaltung oder einzelne Teilnehmer des InnenstadtForums bzw. in Kooperation. Anlieger und interessierte Bürger werden themenorientiert und bedarfsweise in die Arbeit der Arbeitskreise sowie in spezielle Aktionen eingebunden.



Für die Projektarbeit entstehen keine laufenden Kosten, da die Arbeit der Teilnehmer ehrenamtlich oder im Rahmen der beruflichen Tätigkeit erfolgt. Die bis ins Jahr 2003 entstandenen Kosten für externe Moderation wurden u.a. durch Fördermittel (Stadtmarketing) gedeckt. Die Finanzierung der Maßnahmen erfolgt z.T. aus dem städtischen Haushalt (auch im Rahmen von Förderprogrammen), durch Hauseigentümer und Einzelhändler sowie durch Sponsoring bzw. Umlagen unter allen Beteiligten.

Ziele

- Inhaltliche Positionierung und Stärkung der Innenstadt gegenüber benachbarten Ober- und Mittelzentren sowie dem CentO Oberhausen
- Qualitativer Ausbau familienfreundlicher Angebote
- Stärkung von Aufenthaltsqualität und Attraktivität der Innenstadt

Maßnahmen

- Städtische Baumaßnahmen, z.B.
 - Familienfreundliche Umgestaltung der Lambertistraße
 - Wiederherstellung des Marktplatzes
 - Neubau eines Verwaltungsgebäudes in traditioneller, städtebaulich angepasster Bauweise
- Innenstadtgestaltungssatzung
- Stadtbildpreis
- Private Maßnahmen zur Aufwertung der Fassaden
- Baulückenschließungen durch private Bauträger und Evangelische Kirche
- Barrierefreie Ausgestaltung von Eigentums- und Mietwohnungen
- Steuerung des Branchenmix

Projektqualität

Die Stadt Gladbeck verfolgt eine Stadtentwicklung, die den Begriff der Familienfreundlichkeit weit fasst. Dabei verfolgt sie einen übergreifenden, integrierten Ansatz, der sowohl das Wohnen, als auch den Einzelhandel und den öffentlichen Raum einschließt, um langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der (Innen-)Stadt zu sichern. Es ist gelungen, eine Zusammenarbeit aller relevanten Innenstadtakteure im Rahmen des InnenstadtForums ohne aufwändigen, formalisierten Überbau und zusätzliche Kosten zu organisieren. Die vertrauensbildende, offene Zusammenarbeit der Beteiligten bildet die Basis für die Nachhaltigkeit des Projekts. Wesentlich für den Erfolg ist zudem die konsequente Umsetzung von Maßnahmen zur Attraktivierung der Innenstadt, die insbesondere durch den Finanzierungsmix von städtischen Mitteln, Fördermitteln, Eigeninitiative, Sponsoring und Umlagen realisiert werden können. Gerade die baulichen Maßnahmen wirken zudem langfristig.

Kontakt

Stadt Gladbeck
 Peter Breßer-Barnebeck
 Willy-Brandt-Platz 2
 45964 Gladbeck
 Tel. 0 20 43 / 99 23 19
 peter.bresser-barnebeck@stadt-gladbeck.de

Luckenwalde "Mut zur Lücke" – Zwischennutzung einer Baulücke

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Der Nuthepark steht im unmittelbaren städtebaulichen Zusammenhang mit dem sogenannten "Boulevard", der Einkaufsmeile in der Innenstadt von Luckenwalde. In der zentralen Lage zwischen dem wichtigsten innerstädtischen Grünzug und der Fußgängerzone lag zehn Jahre lang eine ca. 2.000 qm große Fläche brach. Diese wurde zunehmend als größter innerstädtischer Schandfleck wahrgenommen. Die Stadt Luckenwalde hat in den letzten Jahren verstärkt mit Funktionsschwächen und einem Bedeutungsverlust der Innenstadt zu kämpfen, die auf den demographischen Wandel und die damit verbundenen Rückgänge von Kauf- und Wirtschaftskraft zurückzuführen sind. Durch die negative Wirkung der zentral gelegenen Brache auf die Aufenthaltsqualität des Umfelds wurden die Probleme in der Innenstadt zusätzlich verstärkt.

Projekthalt

Nachdem sich die Stadt beinahe zehn Jahre erfolglos darum bemüht hatte, für die Bebauung der Lücke einen Investor und eine städtebauliche Nutzung zu finden, suchte sie eine kreative Zwischenlösung. Diese sollte eine öffentliche Nutzung umfassen und gleichzeitig dem Stadtbild zuträglich sein. Um die Zwischennutzung zu ermöglichen, kam es 2002 zum Abschluss eines Vertrags mit dem Eigentümer. Er enthält Regelungen über Möglichkeiten zur Zwischennutzung als öffentliche Grünfläche und über eine jährliche symbolische Pacht. Darüber hinaus war für den Eigentümer die Option enthalten, das Grundstück im Bedarfsfall jederzeit bebauen zu können.



Es sollte eine Begegnungsstätte für alle Bürger der Stadt, insbesondere aber für Jugendliche und Familien als Verbindung zwischen Nuthepark und Boulevard geschaffen werden. Bei der Gestaltung war darauf zu achten, dass die "Remise", ein denkmalgeschützter Gebäuderest einer ehemaligen Brauerei einbezogen wurde. Auch sollten sich Mobiliar und Beleuchtung an den Elementen des neu gestalteten Nutheparks ori-

entieren. Die Erarbeitung eines Konzepts für die Baulückengestaltung wurde vom Tiefbauamt übernommen. Dabei konnten vielfältige Aspekte aus der Diskussion mit lokalen Akteuren berücksichtigt werden.

Die Gewerbetreibenden haben sich unter dem Dach des 1996 von der Wirtschaftsförderung gegründeten "Stadtmarketingvereins Luckenwalde" sowie eines speziell für die Innenstadt etablierten "Innenstadtmanagements" in dem Projekt engagiert. Das Innenstadtmanagement Luckenwalde wurde im Herbst 2002 im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative URBAN II installiert. Schirmherrin war die Bürgermeisterin. Darüber hinaus wurden verschiedenste Akteure eingebunden, wie z.B. ein Gymnasium und Sportvereine.

Verschiedene regionale Firmen haben Material und Ausrüstungsgegenstände zur Verfügung gestellt oder finanzielle Hilfe geleistet. So wurden Patenschaften für Bäume übernommen, Bänke gestiftet und die Möblierung zum großen Teil von den herstellenden Firmen zum Sonderpreis gestellt. Über URBAN II wurde die Arbeit von bis zu 20 Sozialhilfeempfängern auf dem Gelände finanziert. Am 4. Juli 2003 wurde die Fläche im Rahmen einer feierlichen Eröffnung an die Öffentlichkeit übergeben. Aus der Brache ist eine attraktive öffentliche Grünfläche geworden, die großen Anklang in der Bevölkerung findet und so auch die Identifikation der Bürger mit der Stadt weiter stärkt.

Die Grünfläche ist in das städtische Wegenetz eingebunden. Die Baumreihen sind so gesetzt, dass sie bei einer späteren Bebauung erhalten bleiben können. Weitere

Bundesland: Brandenburg

Größe (EW): 21.500

Projektlaufzeit:

12/2002 bis 07/2003

Schmuckpflanzungen können ohne großen Aufwand umgesetzt werden. Herzstück ist ein Beach-Volleyballfeld, das sich zu einem Anziehungspunkt für junge Leute entwickelt hat. Die gesamte Anlage entstand unter aktiver Mitwirkung vieler Bürger.



Ziele

- Beseitigung einer innerstädtischen Brachfläche
- Nutzbarmachung innerstädtischer Entwicklungspotenziale
- Aufwertung des öffentlichen Raums
- Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt
- Aufwertung des Stadtzentrums als Lebens-, Erlebnisraum und Wirtschaftsstandort
- Verbindung zu den umliegenden Einzelhändlern unter Einbeziehung von Kultur und Sport

Maßnahmen

- Vertrag mit dem Eigentümer über Zwischennutzung
- Gärtnerische Aufwertung der Fläche
 - Verwendung von Pflanzenarten bei Fassaden- und Beetbegrünung, die bei Bebauung leicht umgepflanzt werden können
 - Anpflanzen einer Baumreihe, die auch bei zukünftiger Bebauung gesichert ist
- Errichtung von Sport- und Spielmöglichkeiten (Anlegen eines Beach-Volleyballfelds)

Projektqualität

Eine Stadt in einer nicht prosperierenden Region hat eine innerstädtische Brachfläche ohne großen finanziellen Aufwand mit Hilfe der Zwischennutzung aufgewertet. Es wurde eine sehr kreative, zugleich aber auch pragmatische Lösung für die Beseitigung der Brachfläche in der Fußgängerzone gefunden. Mit der realisierten Zwischennutzung der Lücke als öffentliche Grünfläche mit Beach-Volleyballfeld wurde direkt im Zentrum ein öffentlicher Begegnungsort für Jugendliche geschaffen, ohne dass eine spätere Bebauung der Lücke erschwert wurde.

Besonders herauszuheben sind auch die Finanzierung und Realisierung des Projekts, insbesondere die Einbeziehung von Akteursgruppen der Wirtschaft und der Bewohnerschaft, Patenschaften und Arbeitsleistungen der Bewohner sowie die Einbeziehung von Sozialhilfeempfängern. Durch die Kooperation der Akteure konnte innerhalb eines halben Jahres ein gravierender städtebaulicher Missstand behoben und eine Aufwertung der Innenstadt erreicht werden.

Ein weiterer Gewinn dieser Baulückengestaltung ist der praktizierte Gemeinschaftsinn, der sich - fokussiert auf das Vorhaben - herausgebildet hat.



Kontakt

Stadt Luckenwalde
 Peter Mann, Leiter Stadtplanungsamt
 Markt 10
 14943 Luckenwalde
 Tel. 0 33 71 / 67 22 53
bauplanung@luckenwalde.de

Geislingen an der Steige Licht für die Lange Gasse

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Das Mittelzentrum Geislingen an der Steige verfügt über ein reichhaltiges Kulturangebot. Das rege Vereinsleben zeugt vom großen Engagement der Menschen. Der historische Stadtkern und die landschaftlichen Besonderheiten sollen auch für die nachfolgenden Generationen erhalten und als attraktiver Lebensraum gestaltet werden. Sanierungsbemühungen in der Altstadt hatten in der Vergangenheit jedoch nur mäßigen Erfolg. Die Eigentümer und Bewohner fühlten sich kaum angesprochen.

Projekinhalt

Vor diesem Hintergrund entstand die Idee, möglichst dauerhafte Kooperationen zur Unterstützung und Verstärkung des vorhandenen Bürgerengagements in Geislingen zu entwickeln. Mit einem Pilotprojekt zur Förderung des bürgerschaftlichen und unternehmerischen Engagements sollte die Aufmerksamkeit stärker auf die Innenstadt gelenkt und die Belebung und Aufwertung einer vernachlässigten und vom Leerstand geprägten Altstadtgasse erreicht werden.

Der Arbeitskreis "Bürgerschaftliches Engagement von und mit Unternehmen und Einrichtungen in Geislingen" wird von der Stadt koordiniert und unterstützt. Neben Eigentümern, Bewohnern und Bürgern arbeiten Künstler, Gewerbetreibende und Vereine mit.



Die Aktionswoche "Licht für die Lange Gasse" belebte die Altstadtgasse und rückte sie im November 2003 in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Kern der Aktionen war eine temporäre Beleuchtung durch Lichterketten und Laternen. Diese wurde ergänzt durch kulturelle und musikalische Angebote von Vereinen und aktiven Gruppen, sowie durch die Nutzung leerstehender Geschäfte und Schaufenster als Kunstgalerien. Durch das Engagement von Geislinger Firmen, Künstlern, Bürgern, Prominenten und Vereinen konnte die "Lange Gasse" so ins Scheinwerferlicht gerückt werden und bot

den Rahmen und den Raum für eine Vielzahl von Ideen und Aktionen. Viele Besucher belebten jeden Abend die Gasse und besuchten die Veranstaltungen. Geislinger Kunstschaffende waren dort auf Zeit beheimatet und bereicherten das Straßenbild.

In der Folge nutzte die Stadt die Aufmerksamkeit für die Gasse, um einen Planungsprozess mit den Bürgern zu initiieren. Im Rahmen einer moderierten "Werkstatt Lange Gasse" sammelten Bewohner, Hausbesitzer und Geschäftsleute Ideen, recherchierten und beurteilten gute Beispiele aus anderen Städten, entwickelten eigene Entwürfe und sprachen Empfehlungen aus, wie die Lange Gasse zu einer lebendigen Straße werden könnte. Hauptthemen waren Verkehr und Parkplätze, Straßenbelag und -gestaltung, Begrünung, Fassaden und Farbgebung sowie Beleuchtung. Unter Einbeziehung externer Experten wurde die Entwicklungsperspektive "Initiative lebendige Altstadt" mit zahlreichen Gestaltungs- und Nutzungsvorschlägen entwickelt. Als Leitfaden für die Umbau- und Sanierungsmaßnahmen wurde eine Dokumentation der Werkstatteergebnisse erarbeitet.



Die Aktionswoche und der Planungsprozess konnten mit einem geringen Budget realisiert werden. Hierzu trugen das umfassende ehrenamtliche Engagement, Spenden und Sponsoring bei. Die Stadt Geislingen stellte

Bundesland:

Baden-Württemberg

Größe (EW): 27.300

Projektlaufzeit:

Frühjahr 2003, laufend

personelle Ressourcen und Räumlichkeiten zur Verfügung und unterstützte so den bürgergetragenen Planungsprozess.

Im September 2005 wurde das Sanierungsgebiet "Altstadtrand", das die Lange Gasse mit einschließt, förmlich durch den Geislinger Gemeinderat festgelegt. Durch den partizipativen Ansatz und die Förderung des Engagements im Vorfeld konnte auch für die Sanierung eine größere Mitwirkungsbereitschaft und Motivation sanierungswilliger Eigentümer erreicht werden. Die erste städtische Umbaumaßnahme im öffentlichen Raum erfolgte in der angrenzenden Karlstraße.



Ziele

- Aufwertung und Belebung einer Altstadtgasse
- Initiierung eines Planungsprozesses mit den Bürgern
- Förderung des bürgerschaftlichen und unternehmerischen Engagements und der Bereitschaft, an der Sanierung mitzuwirken

Maßnahmen

- Kulturelle Aktionswoche mit Licht, Veranstaltungen und Kunst
- Moderierte Werkstatt zur Ideensammlung, -recherche und Entwicklung von Entwürfen zur Aufwertung der "Langen Gasse"
- Dokumentation der Werkstatteergebnisse
- Festlegung als Sanierungsgebiet
- Straßenumbau

Projektqualität

Mit der Initiative "Licht für die Lange Gasse" konnte das Engagement Privater für die Aufwertung der Innenstadt von Geislingen gestärkt werden. Ein ämterübergreifender Ansatz sowie die Förderung des bürgerschaftlichen und unternehmerischen Engagements bilden die Grundlage für eine erhöhte Standortverbundenheit und für die Übernahme von Verantwortung für den öffentlichen Raum. Die Projekte konnten so in einem Klima des Vertrauens entwickelt werden. Mit Aktionen wurde die Aufmerksamkeit für die Innenstadt geweckt, die dann in der Folge für einen kooperativen Planungsprozess und ein gesteigertes Interesse der Bewohner an der Sanierung genutzt werden konnte.



Kontakt

ARBU - Arbeitskreis Bürgerschaftliches Engagement von und mit Unternehmen und Einrichtungen in Geislingen an der Steige
Sabine Wettstein,
Geschäftsstelle Bürgerengagement
Schillerstraße 4
73312 Geislingen an der Steige
Tel. 0 73 31 / 44 03 63
sabine.wettstein@geislingen.de

Brigitte Jansen, Wirtschaftsbeauftragte
Karlstraße 1
73312 Geislingen an der Steige
Tel. 0 73 31 / 2 43 00
brigitte.jansen@geislingen.de

Oldenburg Ausbaugesellschaft

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die Fußgängerzone der Stadt Oldenburg zählt zu den ältesten Fußgängerzonen in Norddeutschland. Über die Jahre entstandene Mängel in Stadtgestalt und Angebotsstruktur gefährdeten jedoch die Konkurrenzfähigkeit und Attraktivität.

Projekthalt

Oldenburg will seine Stellung als attraktiver Standort für Einkauf und Erlebnis in der Weser-Ems-Region behaupten und ausbauen. Dazu wird die Fußgängerzone nachhaltig attraktiviert. Im Jahr 2000 wurde zunächst ein Gestaltungswettbewerb zur Modernisierung der gesamten Fußgängerzone durchgeführt. Ziel der Planungen ist es, die historisch gewachsene Struktur und Atmosphäre der Oldenburger Innenstadt herauszuarbeiten. Dabei geht es vorrangig um die Aufwertung und Umgestaltung des öffentlichen Raums, von dem positive Auswirkungen auf die örtlichen Einzelhandelsbetriebe erwartet werden.



Die Modernisierung der Fußgängerzone wird in einem Public Private Partnership - Ansatz umgesetzt, die Finanzierung erfolgt zu einem Großteil auf freiwilliger privater Basis. In der Haarenstraße, dem ersten Modernisierungsabschnitt, wurde durch Grundstückseigentümer und Geschäftsleute Ende 2003 die Ausbaugesellschaft Haarenstraße als GmbH gegründet. Ziel der Ausbaugesellschaft war es, alle Eigentümer in der Straße von der Notwendigkeit der Modernisierungsmaßnahmen und von der privaten Finanzierung zu überzeugen. Dazu waren ca. zwei Jahre intensive Gespräche und Überzeugungsarbeit notwendig. Diese Arbeit wurde von der Ausbaugesellschaft geleistet. Für die vorgesehene Modernisierung der

Haarenstraße waren insgesamt 700.000 Euro notwendig. Die Einlage der Eigentümer reicht von 6.000 Euro bis 100.000 Euro. Um die Belastungen zu verteilen, haben sich die Akteure auf einen Finanzierungsschlüssel geeinigt. Der Kostenbeitrag bemisst sich nach der Länge des Gebäudes, der Verkaufs- und der Grundfläche.

Sobald 80 % der Finanzierung privat gesichert waren, wurden mit der Stadt Oldenburg feste Vereinbarungen über die Baumaßnahme getroffen und ein Ausbauvertrag formuliert. Insgesamt haben sich 20 Anlieger in der Ausbaugesellschaft zusammengefunden und den Ausbauvertrag unterschrieben. Die verbleibenden Kosten hat die Stadt übernommen. Die Planungskosten der Stadt Oldenburg belaufen sich hierbei auf 10 % der Gesamtkosten, nochmals 10 % stellen die "Restkosten" dar, die nicht privat abgedeckt werden. Die Stadt ist zudem für Umsetzung und Überwachung zuständig. Die Modernisierung der Haarenstraße wurde im Zeitraum zwischen März und Oktober 2005 durchgeführt. Die Einweihung erfolgte im Rahmen eines großen Fests.



Bundesland:

Niedersachsen

Größe (EW): 158.500

Projektlaufzeit:

01/2000 bis 2008

Angestoßen durch die Aktivitäten in der Haarenstraße wurde Ende 2004 auch eine Ausbaugesellschaft für den 2. Modernisierungsabschnitt, die Lange Straße, gegründet. Auch hier waren viele Gespräche mit den Eigentümern und eine intensive Überzeugungsarbeit notwendig. Allerdings konnte bereits von den Erfahrungen und Ergebnissen in der Haarenstraße profitiert werden. Im März 2006 gelang auch für diesen 2. Abschnitt die Unterzeichnung des Ausbauvertrags. Die bauliche Realisierung begann im April 2006. Im März 2007 konnte die Modernisierung des zweiten Teils der Langen Straße gestartet werden.

Nachdem die Modernisierung der Fußgängerzone in Oldenburg nun schon für zwei Bauabschnitte durch die finanzielle Unterstützung von Ausbaugesellschaften erreicht werden konnte, hofft man in der Folge, auch die Anlieger der anderen Citystraßen für die Modernisierung zu begeistern.

Ziele

- Nachhaltige Attraktivierung des öffentlichen Straßenraums in der Oldenburger Fußgängerzone
- Verbesserung der Nutzbarkeit der Fußgängerzone für vielfältige Besuchergruppen und unterschiedliche Aktivitäten
- Erhalt der Konkurrenzfähigkeit des Oldenburger Geschäftsbereichs



Maßnahmen

- Gestaltungswettbewerb zur Modernisierung der gesamten Fußgängerzone
- Planung und Umsetzung des 1. Modernisierungsabschnitts in der Haarenstraße
- Kanal- und Leitungsverlegung, hochwertige Pflasterung, Begrünung, Stadtmöblierung, besondere Beleuchtung, Kunst- und Spielobjekte
- Einweihung im Rahmen eines großen Fests
- Planung und Umsetzung des 2. Modernisierungsabschnitts in der Langen Straße

Projektqualität

In Zeiten knapper öffentlicher Mittel wurde die Umgestaltung und Aufwertung des öffentlichen Raums durch die freiwillige Beteiligung der Betroffenen in Oldenburg erreicht. Die Eigentümer bzw. Geschäftsleute der einzelnen Umbauabschnitte gründen jeweils Ausbaugesellschaften, die die erforderlichen Mittel intern einwerben, die Verteilungsschlüssel festlegen etc. Das Projekt ist vorbildlich hinsichtlich des starken privaten Engagements und der Abstimmung mit der öffentlichen Hand. Die realisierten Bauabschnitte und das private Engagement fördern die Bestandsentwicklung und entfalten zudem Signal- und Vorbildcharakter für weitere Straßenabschnitte. Die baulichen Maßnahmen bilden die Basis für die wirtschaftliche Stabilität und Attraktivität der Fußgängerzone.

Kontakt

Amt für Stadtplanung der
Stadt Oldenburg
Eike Schnitker
Technisches Rathaus
Industriestraße 1
26105 Oldenburg
Tel. 04 41 / 2 35 24 18
eike.schnitker@stadt-oldenburg.de

Gera

Private Initiative zur Innenstadtbelebung

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Um im Wettbewerb der Städte und Regionen den aktuellen und künftigen gesellschaftlichen Erfordernissen zu entsprechen, erscheint es notwendig, private Kräfte stärker als bisher für die Stadtentwicklung und Standortsicherung zu gewinnen und zu bündeln. Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen riefen im August 2002 acht Unternehmer die Initiative "Ja – für Gera" ins Leben.

Projekthalt

Durch das Projekt sollen die wirtschaftlichen und sozialen Rahmenbedingungen in Gera, aber auch im unmittelbaren Umfeld gestärkt und weiterentwickelt werden. Die Initiative beabsichtigt eine langfristige Verbesserung des Standortimages. Zugleich wird die Identifikation der Bürger mit der Stadt Gera gefördert. Diese Ziele sollen in Kooperation mit städtischen Institutionen, Vereinen, Einrichtungen, Gesellschaften und Verbänden sowie vor allem mit den Bürgern erreicht werden.

"Ja – für Gera" wurde 2002 als eingetragener Verein gegründet. Die Arbeit des Vereins richtet sich in erster Linie auf strategisch angelegte Initiativen, Maßnahmen und Projekte zur Verbesserung der Infrastruktur als zentrale Voraussetzung für die angestrebte traditionsbewusste und zugleich moderne Stadtentwicklung. Zentrale Aufgaben- und Tätigkeitsfelder des Vereins sind die Belebung der Innenstadt, Ordnung und Sauberkeit sowie Bildung und Kreativität. Damit verfolgt der Verein einen themenübergreifenden Ansatz.



Der Verein untergliedert sich in mehrere Beratungs- und Entscheidungsebenen. Insgesamt gehören neun Mitglieder, ausschließlich Unternehmer, dem Verein an. Die Zahl der Mitglieder ist auf maximal 15 begrenzt. Die Mitglieder beteiligen sich an der Finanzierung des Vereins, nehmen an der inhaltlichen Arbeit teil und tragen die Verantwortung für Entscheidungen. Darüber

hinaus gibt es einen Förderkreis, der beratend und gestaltend tätig ist. Er unterstützt die Arbeit des Vereins sowohl finanziell als auch in Form von Sachleistungen. Die Angehörigen des Förderkreises sind ebenfalls Unternehmer. Als weitere Ebene treten Förderer in Erscheinung. Dazu gehören Unternehmer und andere Privatpersonen, die entsprechend ihren Interessen in einzelne Maßnahmen und Projekte einbezogen werden und den Verein finanziell unterstützen. Unternehmen können ihre Unterstützung für die Initiative "Ja – für Gera" in Form eines Siegels dokumentieren. Privatpersonen können die Arbeit des Vereins sowohl finanziell als auch auf sonstige Weise unterstützen. Bei der vierten Ebene, den Partnern, steht die inhaltliche Zusammenarbeit im Vordergrund. Verbände, Vereine, Einrichtungen der Kultur- und Jugendarbeit, Bildungseinrichtungen und überregionale Institute werden auf diese Art in die Entwicklung eingebunden.

Insgesamt beteiligten sich 70 Unternehmen an der Initiative. Die finanzielle Beteiligung der Wirtschaft ist wesentlich für die tägliche Aufgabenwahrnehmung des Vereins. Der Verein arbeitet eng mit der Stadtverwaltung Gera zusammen und informiert u.a. den Oberbürgermeister in regelmäßigen Abständen über Ziele und Aufgabenstellung. Bislang unterstützen 40 Bürger die Initiative finanziell. Die Zahl der anderweitig engagierten Bürger ist um ein Vielfaches höher.

Jährlich werden Vorgehensweise, Maßnahmen, Aktionen und Projekte durch die Mitglieder, Förderkreismitglieder, Förderer und ausgewählte Partner diskutiert. Die Entscheidung sowie die Umsetzung der Inhalte im täglichen Geschäft obliegt den Mitgliedern. Die Finanzierung des Vereins sowie der Maßnahmen und Projekte erfolgt durch private Mittel in Form von Geld- und Sachleistungen. Die finanziellen Beiträge sind freiwillig und können an die aktuellen Bedingungen angepasst werden. Der Verein "Ja – für Gera" e.V. ist grundsätzlich finanziell

Bundesland: Thüringen

Größe (EW): 105.000

Projektlaufzeit:

08/2002, laufend

ell unabhängig von öffentlichen Mitteln und Förderprogrammen. Bei konkreten Projekten findet zum Teil eine indirekte Förderung durch die öffentliche Hand statt.

Der Verein hat bereits vielfältige Maßnahmen und Projekte angestoßen, die in unterschiedlichsten Akteurskonstellationen und mit innovativen und unkonventionellen Ideen durchgeführt werden. Die Maßnahmen sind auf Nachhaltigkeit und die Verknüpfung unterschiedlicher Handlungsschwerpunkte ausgerichtet.

Ziele

- Verbesserung und Weiterentwicklung der wirtschaftlichen und sozialen Rahmenbedingungen
- Motivierung von Bürgern zur Teilnahme und Mitgestaltung
- Imagesteigerung und Verbesserung der Identifikation durch Mitwirkung der Bürger
- Etablierung der Stadt im kommunalen und regionalen Wettbewerb
- Erhöhung der Attraktivität und Belebung des Stadtzentrums

Maßnahmen

- Erhöhung der Attraktivität und Belebung der Innenstadt
 - Herstellung einer Veranstaltungsfläche am Museumsplatz, verschiedene Begrünungsmaßnahmen
 - Erarbeitung und Durchführung eines Unterhaltungskonzepts für den Wochenmarkt
 - "Klein-Montmartre Gera", verschiedene Veranstaltungen zur Belebung innerstädtischer Plätze
 - Anschaffung und Pflege von Blumenschmuck in der Altstadt
- Ordnung und Sauberkeit
 - Jährlicher Frühjahrsputz durch Bürger (mit über 200 Beteiligten)
 - "Stadthausmeister" kontrolliert und reinigt festgelegte Plätze zusätzlich zur Pflichtaufgabe der Kommune

- Bildung und Kreativität
 - Vortragsveranstaltungen "Winterakademie" mit Themen wie Stadtzentrumsentwicklung oder kulturelle Qualitäten der Innenstadt
 - Studentischer Ideenwettbewerb "Geras starke Mitte" u.a. für den nördlichen Altstadtbereich
- Marketing, Öffentlichkeits- und Pressearbeit
 - Entwicklung einer identifikationsstiftenden Marketingstrategie, z.B. "Ja – für Gera"-Siegel



*Eine Initiative für
unsere Region*

Projektqualität

Das Projekt verfolgt konsequent den Ansatz, dass grundsätzlich jeder Bürger – ob als Unternehmer, Schüler oder Rentner – an der Weiterentwicklung seiner Stadt mitarbeiten kann. Bürgerschaftliches Engagement bildet die Basis des Projekts. Diesem Prinzip entsprechend agiert der Verein finanziell unabhängig. Die Finanzierung erfolgt über einen geschaffenen Pool an Bürgergeld. Öffentliche Mittel oder Fördergelder werden für die Vereinsarbeit nicht in Anspruch genommen.

Kontakt

Verein "Ja - für Gera" e. V.
Volker Tauchert,
Vorsitzender des Vereins
An der Beerweinschänke 5
07554 Gera
Tel. 03 65 / 41 26 33
info@ja-fuer-gera.info

Frankfurt am Main Weg zu Sicherheit und Sauberkeit

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Nach Jahren der permanenten Zuspitzung wurde Ende der 1980er bzw. Anfang der 1990er Jahre der Höhepunkt des Drogenproblems in Frankfurt am Main erreicht. Zunehmende HIV-Infektionen und Drogentodesfälle sowie negative Auswirkungen der Drogenszene auf den öffentlichen Raum, auf Sicherheit und Sauberkeit wurden zu einem ernsthaften Problem für die Innenstadt. Konventionelle Intervention führte nicht mehr zu den gewünschten Erfolgen.

Vor diesem Hintergrund wurde in Frankfurt ein akzeptierender drogenpolitischer Ansatz entwickelt. Dieser hat als "Frankfurter Weg" in den letzten Jahren zunehmend Anerkennung als drogenpolitisches Vorbild für viele Kommunen im In- und Ausland erfahren. Unter dem Motto "Für ein Miteinander" wird eine Balance von Hilfe und Repression im Drogenhilfebereich angestrebt.

Projekthalt

Mit der Initiative sollen das Zusammenleben unterschiedlicher sozialer Gruppen in dem heterogenen Viertel der Innenstadt verbessert und Sicherheit und Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöht werden. In den einzelnen Projekten geht es um die Übernahme gemeinschaftlicher Verantwortung durch die Bevölkerungsgruppe der Drogenabhängigen und um die Entschärfung von Konfliktpotenzialen. Darüber hinaus werden Personen in die klassischen weiterführenden Projekte der Drogenhilfe und in Beschäftigungsprojekte integriert. Drei inhaltlich und organisatorisch verbundene Projekte bilden den Kern der Initiative.



Das **Parkreinigungsprojekt** wurde 1995 durch das städtische Drogenreferat initiiert. Anlass waren Beschwerden von Bürgern über die Anhäufung von Müll in den Parkanlagen und die Lärmbelästigung im Umfeld einer Methadonambulanz. Gemeinsam mit dem Trägerverein "Integrative Drogenhilfe e.V." und dem städtischen Grünflächenamt wurde als Pilotprojekt die Reinigung eines Parkteils durch Drogenabhängige unter Anleitung von Mitarbeitern der Ambulanz gestartet. Dieses Projekt wurde später räumlich ausgeweitet.

Vor einem ähnlichen Hintergrund entstand 2003 das Projekt "**Fegerflotte**" im Umfeld eines "Krisenzentrums für Drogenabhängige". Unter Beteiligung der Stadt, verschiedener Träger und Vereine sowie der Frankfurter Entsorgungs- und Service GmbH erfolgte eine zusätzliche Straßenreinigung durch Drogenabhängige. Im Ergebnis konnte durch die Projekte eine deutliche Verbesserung der Sauberkeit und in der Folge eine Entschärfung der Konfliktsituation mit der Nachbarschaft erreicht werden. Eine Entlohnung der Drogenabhängigen für ihre Arbeit eröffnet diesen die Möglichkeit zum legalen Gelderwerb und damit auch Perspektiven für die Integration in den ersten oder zweiten Arbeitsmarkt.



2004 wurde mit "**OSSIP**" (**O**ffensive **S**ozialarbeit, **S**icherheit, **I**ntervention, **P**rävention) ein drittes Projekt gestartet. Anlass

Bundesland: Hessen
Größe (EW): 650.000
Projektlaufzeit:
1995, laufend

war eine bis dahin vom Drogenhilfesystem nicht erreichte Gruppe von Drogenabhängigen, die durch Dealerei, öffentlichen Drogenkonsum und Belästigungen von Passanten auffiel. Durch eine Verstärkung der Sozialarbeit verschiedener im Bahnhofsviertel tätiger Träger der Drogenhilfe unter dem Grundsatz "Hilfe und Repression" wurde eine sichtbare Entspannung der Lage im Straßenbild erreicht. Eine Lenkungsgruppe bestehend aus Drogenreferat, Ordnungsamt, Polizei und Drogenhilfe koordiniert die Arbeit. Für den Fall, dass die im Vorfeld kommunizierten Regeln "kein Drogenhandel, kein Drogenkonsum, keine Szenebildung" missachtet werden, besteht eine enge Kooperation mit der Polizei.

Die Projekte werden über die städtischen Ämter, den Verein Bürger und Polizei, über Mittel der Bundesagentur für Arbeit und der Frankfurter Entsorgungs- und Service GmbH finanziert. Der Landesverband des Hessischen Einzelhandels bescheinigt die positiven Effekte des Projekts.

Ziele

- Entwicklung eines akzeptierenden drogenpolitischen Ansatzes
- Verbesserung des Zusammenlebens verschiedener sozialer Gruppen durch die Übernahme gemeinschaftlicher Verantwortung
- Verbesserung von Sicherheit und Sauberkeit im öffentlichen Raum, Entschärfung von Konflikten
- Erhöhung der Erreichbarkeit und Einbindung von gefährdeten Gruppen in das Hilfesystem

Maßnahmen

- Verschiedene Reinigungsprojekte im öffentlichen Raum durch Drogenabhängige
- Intensive, aufsuchende Sozialarbeit
- Einrichtung eines Abstimmungsgremiums zur städtischen Drogenpolitik

Projektqualität

Das Projekt zeigt Wege auf, gefährdete Gruppen zu erreichen, den Drogenkonsum und die Szenebildung zu vermindern und das Sicherheitsgefühl und die Sauberkeit im öffentlichen Raum zu erhöhen. Voraussetzung für die Problembewältigung ist, dass eine breit angelegte Kooperations- und Kommunikationsbereitschaft zwischen unterschiedlichen Institutionen geschaffen wird und die Verständigung auf gemeinsame Ziele erfolgt. Im Rahmen der Zusammenarbeit werden soziale Integrationsprojekte mit der Aufwertung des öffentlichen Raums verknüpft. Die Reintegration gesellschaftlicher Randgruppen gelingt durch die Schaffung legaler Erwerbsmöglichkeiten und die Übernahme von sichtbaren Tätigkeiten für die Allgemeinheit.

Kontakt

Stadt Frankfurt am Main
Drogenreferat
Regina Ernst (Referatsleiterin)
Berliner Straße 25
60311 Frankfurt am Main
Tel. 0 69 / 21 23 01 21
regina.ernst@stadt-frankfurt.de

Hagen

Bausteine zur Attraktivierung der Innenstadt

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Neben dem Einzelhandel als prägende Nutzung spielen Kunst und Kultur in der Hagener Innenstadt eine wichtige Rolle. Mit dem Beschluss zum Bau des Emil-Schumacher-Museums setzte Hagen einen maßgeblichen Impuls zur nachhaltigen Stadtentwicklung in künstlerischer und kultureller Hinsicht. Hagen setzt bei der Belebung der Innenstadt in verschiedenen Projekten auf die Themen Kunst, Kultur und Bildung sowie auf deren Kombination mit dem Stadtmarketing und der Aufwertung des öffentlichen Raums. In diesem Sinne tragen die Projekte **Hagener Schaufensterwettbewerb**, **TanzRäume** und **Blau!** als Bausteine zur Attraktivierung der Innenstadt bei.

Projekthalt

Mit dem **Hagener Schaufensterwettbewerb** werden die Schaufenster der Einzelhändler unter einem bestimmten Motto als Stadtmarketinginstrument in Szene gesetzt. Damit wird eine Kombination von Kunst, Kommerz und Stadtmarketing geschaffen. Ziel des Projekts, das seit 1999 einmal jährlich stattfindet, ist es, dauerhaft das Erscheinungsbild des Einzelhandels zu verbessern sowie zusätzliche Kundenfrequenz und Umsätze zu generieren. Eine international besetzte Fachjury beurteilt die Fenster getrennt nach Branchen. Das Publikum wählt das "populärste" Fenster. Weitere Projekte ergänzen den Wettbewerb. Beispielsweise setzte die Inszenierung von Schaufensterfiguren durch Schüler eines Gymnasiums weithin sichtbare Glanzpunkte in der Fußgängerzone. Das Kunstmuseum Karl Ernst Osthaus und der Stadtmarketingverein haben die Federführung und moderieren die Prozesse. Durch die Initiative des Kunstmuseums wurde das ästhetische und künstlerische Bewusstsein der Einzelhändler geschult und verbessert. Durch den Wettbewerb konnte eine kontinuierliche Verbesserung der Schaufenstergestaltung und eine höhere Aufenthaltsqualität im öffentlichen Straßenraum erreicht werden. Damit war

eine Stärkung des Einzelhandels und eine Steigerung der Kundenfrequenzen möglich. Der öffentliche Raum wurde außerdem durch Beleuchtungskonzepte und weitere Gestaltungsmaßnahmen aufgewertet.



Im kulturellen Bereich galt es, Projekte zu konzipieren, die zugleich der Aufwertung der kulturellen Einrichtungen und der Innenstadt zu Gute kamen. Hagen sollte als Kunst- und Kulturstadt weiterentwickelt werden. So entstand die Idee zum Projekt **TanzRäume**. Das Festival-Konzept wurde erstmalig in einer leerstehenden Fabrikhalle durchgeführt. Beispielhaft zeigte es die Öffnung und Nutzung von Industriebrachen und Leerständen durch Kulturveranstaltungen. Die Brachfläche wurde durch ihre direkte Nähe zur Hagener City als ideale Ergänzung des Kultur- und Freizeitangebots der Innenstadt erkannt. Durch die Revitalisierung der alten Fabrik konnte eine Brücke zwischen der Industriebrache und der Innenstadt geschlagen werden. Auf dem Gelände wurde mittlerweile ein neuer Kulturstandort etabliert. Das Festival war 2001 ursprünglich als einmalige Aktion geplant. Mittlerweile ist es fester Bestandteil des Hagener Kulturprogramms. Das Tanztheaterfestival **TanzRäume** wird vom städtischen Kulturamt getragen. Firmen sind als Sponsoren und Unterstützer eingebunden.



Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 202.000

Projektlaufzeit:

1999, laufend

Im Herbst 2006 wurde erstmalig das zehntägige Kunstprojekt **Blau!** durchgeführt. Blau als dominante Farbe im Werk des Hagerer Künstlers Emil Schumacher war das Leitmotiv. Das Projekt hat mit dem im Bau befindlichen Emil-Schumacher-Museum einen maßgeblichen räumlichen und thematischen Schwerpunkt der Hagerer Innenstadtentwicklung aufgegriffen, von dem zusammen mit anderen Museen ein verstärkter Impuls ausgehen wird. Durch die Umgestaltung der Neuen Hagerer Mitte ist in diesem Bereich bereits ein kommerzieller Kristallisationspunkt entstanden. Diese Entwicklungen hat das Projekt aufgegriffen und auf dem Weg vom neuen Museumszentrum in die neue Mitte Hagen eine neue räumliche und thematische Achse Kunst – Kommerz etabliert. Mit Hilfe verschiedener künstlerischer Auftragsarbeiten und Workshops wurde die Innenstadt zu einer musealen Landschaft umgestaltet (Ateliers, Lichtleitsystem, virtuelles Museum, Fenstergestaltung). Konzept, Koordinierung und Marketing des Projekts erfolgten durch das städtische Kulturamt. Teilprojekte wurden mit Partnern aus Verwaltung, Handel, Bildung und Kunst umgesetzt. Auch die Bürger hatten die Möglichkeit, sich einzubringen und die Projekte aktiv mitzugestalten. Die bislang einmalige Aktion soll zur Eröffnung des Emil-Schumacher-Museums im August 2008 wiederholt werden.

Ziele

- Nutzung künstlerischer und kultureller Potenziale zur Aufwertung und Stabilisierung der Hagerer Innenstadt
- Dauerhafte Verbesserung des Erscheinungsbilds des Einzelhandels und Generierung von zusätzlichen Kundenfrequenzen und Umsätzen

Maßnahmen

- Jährlicher Schaufensterwettbewerb für ca. 3 Wochen im Herbst mit wechselndem Motto, Veranstaltungen im öffentlichen Raum, begleitenden Ausstellungen, Kongressen und Workshops
- Durchführung eines Tanztheaterfestivals als kulturelle Zwischennutzung für eine leerstehende Maschinenhalle; Sanierung und Umbau der Brachfläche, Etablierung des Tanztheaterfestivals an einem anderen Veranstaltungsort
- Gestaltung der Innenstadt als museale Landschaft



Projektqualität

Die verschiedenen Projektbausteine zeigen, wie Kunst und Kultur innovativ für die Belebung der Innenstadt genutzt und mit Stadtmarketing, Einzelhandel und der Aufwertung des öffentlichen Raums verknüpft werden können.

Alle Aktionen leben vom Engagement der lokalen Akteure, beim Schaufensterwettbewerb beispielsweise durch den Einzelhandel. Die Verbindung zum Kunstmuseum hat die Aktion populär gemacht und zu dauerhaft hochwertigen Schaufensterdekorationen in Hagen geführt. Die Festivalkonzeption TanzRäume konnte durch die kulturelle Zwischennutzung auf die Potenziale einer Industriebrache in der Innenstadt hinweisen, diese erlebbar machen und schlussendlich auch eine Revitalisierung und bauliche Umgestaltung dieser Fläche auslösen. Das Projekt Blau! brachte Akteure des Handels mit Künstlern und Kunstschaffenden zu einem gemeinsamen Handeln zu Gunsten der Aufwertung der Innenstadt.

Kontakt

Stadt Hagen, Kulturamt
 Andrea Honickel
 Rathausstraße 5
 58095 Hagen
 Tel. 0 23 31 / 2 07 28 18
andrea.honickel@stadt-hagen.de

Emden

Munch in Emden – Kunst trifft Einzelhandel

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die Kunsthalle in Emden mit angeschlossener Malerschule ist bundesweit für ihre Ausstellungen bekannt. Diese sind für die Stadt Emden Besuchermagneten, die jährlich viele tausend Menschen in die Stadt bringen. Nur sehr wenige Gäste finden jedoch nach Ausstellungen den Weg in die Innenstadt.

Im Winter 2004/2005 fand in der Kunsthalle eine Sonderausstellung mit Ölgemälden des norwegischen Malers Edvard Munch statt. Um die Besucherpotenziale der hochkarätigen Sonderausstellung auch für die Belebung der Innenstadt von Emden zu nutzen, entstand die Idee einer themenbezogenen Kooperation zwischen dem Museum und Gewerbetreibenden aus der Innenstadt.

Die Initiative "Munch in Emden" steht in Verbindung mit dem europäischen INTERREG IIB Projekt "The Liveable City", dessen Ziel es ist, zur Attraktivität der Innenstädte beizutragen. Dazu gehört u.a. die Wiederbelebung alter Plätze, die Entwicklung neuer touristischer Angebote oder ein verbessertes Marketing. Als regionale und lokale Partner der Stadt Emden sind verschiedene Institutionen beteiligt, darunter auch die Kunsthalle und die Emden Marketing & Tourismus GmbH.

Projekthalt

Ziel der Initiative "Munch in Emden" war es, anlässlich der bedeutenden Munch-Ausstellung der Kunsthalle ein kooperatives Stadtmarketingprojekt ins Leben zu rufen und eine Verbindung zwischen Kunst, Wirtschaft, Tourismus und Wirtschaftsförderung zu schaffen. Es sollte ein attraktives, marktfähiges und einzigartiges Angebot für Einwohner sowie Gäste geschaffen werden. Weitere Ziele des Projekts waren die Entwicklung einer langfristigen Zusammenarbeit unterschiedlicher Beteiligter durch das Aufgreifen lokaler Bedürfnisse und Potenziale, die Förderung von Kooperation und Konsens sowie die Verbesserung des Fremd- und Eigenbilds der Seehafenstadt Emden.

Neben den Akteuren des Projekts "The Liveable City" konnten insgesamt 27 Vertreter des Einzelhandels der Innenstadt für das Konzept "Munch in Emden" gewonnen werden. Für die viermonatige Laufzeit der Munch-Ausstellung hielten die Einzelhändler spezielle Angebote zum Thema Munch und Skandinavien bereit, auf die mittels eines Flyers aufmerksam gemacht wurde. Neben Informationen zur Ausstellung wurde ein Innenstadtplan präsentiert, auf dem neben weiteren Museen und Sehenswürdigkeiten der Stadt alle besonderen Angebote zu Munch und Norwegen verzeichnet waren. So gab es norwegische Spezialitäten, spezielle Norwegen-Menüs, Übernachtungsangebote, hochwertigen skandinavischen Schmuck, norwegische Trollfiguren

und diverse Rabattangebote für Besucher der Ausstellung. Vor der Kunsthalle wurde die Fassade des Munchhauses nachgebaut.



Zur Durchführung des Projekts wurde eine Arbeitsgruppe ("Munch AG") gebildet, bestehend aus Vertretern der Stadt Emden, der Kunsthalle, der Emden Marketing und Tourismus GmbH und des Einzelhandels. Hier wurden die Vorgehensweise besprochen und die einzelnen Umsetzungsschritte abgestimmt. Die Ansprache der Einzelhändler erfolgte durch zwei bei der Kunsthalle Emden bzw. bei der Emden Marketing & Tourismus GmbH tätige Teilnehmer an einem Qualifizierungsprojekt eines anerkannten regionalen Bildungsträgers.

Das Projekt brachte für alle Beteiligten Vorteile. Der Stadt Emden ermöglichte es, Munch zum Profilierungsmerkmal gegenüber anderen Städten zu machen. Die Kunsthalle konnte eine stärkere Kundenbindung erreichen. Durch die neuen Partner konnten Multiplikatoren gewonnen und neue Absatzkanäle erschlossen werden. Die Fußgän-

Bundesland:

Niedersachsen

Größe (EW): 51.670

Projektlaufzeit:

03/2004 bis 02/2005

gerzone in der Innenstadt konnte während der Projektlaufzeit stark belebt und zusätzliche Kaufkraft gebunden werden. Durch die neu entstandenen Kooperationen und Netzwerke zwischen Kultur, Wirtschaft und öffentlicher Hand wurde bereits ein Folgeprojekt ähnlicher Art initiiert.

"Munch in Emden" wurde aus den Mitteln des EU-Projekts "The Liveable City" und durch Sponsoring der beteiligten Einzelhändler in Form eines Kostenbeitrags zum Druck des Flyers finanziert. Die Finanzierung der Qualifizierungsmaßnahme erfolgte über die Arbeitsagentur Emden.



Ziele

- Durchführung eines kooperativen Stadtmarketingprojekts
- Imagegewinn für die Stadt als Ort für Kulturtouristen
- Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt

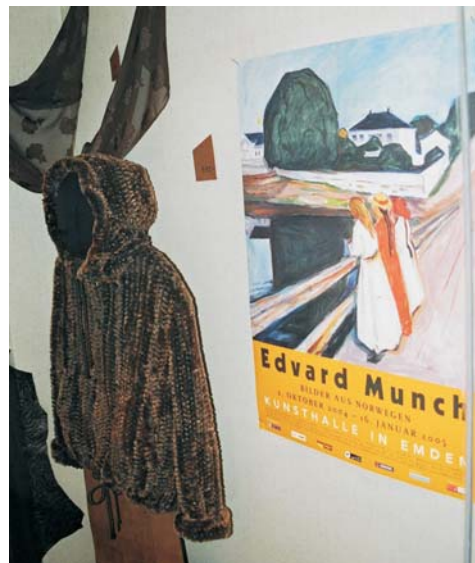
Maßnahmen

- Aufbau einer Organisationsstruktur und Bildung einer Arbeitsgruppe
- Entwicklung eines an die Ausstellung angepassten Angebots von Gastronomie und Einzelhandel
- Einbeziehung einer Qualifizierungsmaßnahme in das Projekt

Projektqualität

Themenbezogen wurde ein für die Stadt bedeutsames und besucherintensives Ereignis mit entsprechenden Angeboten in den Bereichen Gastronomie, Einzelhandel und Tourismus zur Belebung der Innenstadt verknüpft. Das Beispiel zeigt, wie eine solche Verknüpfung zu Imagegewinn, Umsatzerhöhung und Saisonerweiterung beitragen kann. Voraussetzung ist eine Attraktion bzw. ein Anknüpfungspunkt in der Stadt, der zahlreiche Besucher anzieht. Die Einbindung eines Qualifizierungsprojekts erweitert den integrativen Ansatz der Initiative. Lokale Bündnisse und Potenziale werden aufgegriffen.

Die Zusammenarbeit von unterschiedlichen Akteuren in Form einer projektbezogenen Arbeitsgruppe hat zur Bildung neuer Kooperationsstrukturen beigetragen, die schon weitergehende Projekte und Aktivitäten zur Belebung der Innenstadt konzipiert haben.



Kontakt

Stadt Emden
Christel Daesler-Lohmüller
Ringstr. 38b
26721 Emden
Tel. 0 49 21 / 87 15 45
daesler@emden.de

Kunsthalle in Emden
Ilka Erdwiens
Hinter dem Rahmen 13
26721 Emden.
Tel. 0 49 21 / 97 50 13
ilka.erdwiens@kunsthalle-emden.de

Schöppenstedt

Schöppenstedt als Buch

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Das Braunschweiger Land und die Samtgemeinde Schöppenstedt nutzen die Figur Till Eulenspiegel, die der Überlieferung nach in einem Ortsteil von Schöppenstedt geboren wurde, als Markenzeichen. Der mittelalterliche Schalksnarr und Titelheld des Buches ist weit bekannt. Mit seiner dreimaligen Taufe beginnt er das Leben eines Schalks. Sein gemeinhin bekanntes Wörtlichnehmen von Anweisungen ist aber nur ein Mittel, die Unzulänglichkeiten und Laster seiner Mitmenschen bloßzustellen und Missstände seiner Zeit aufzudecken. Das Till Eulenspiegel-Museum ist der kulturelle Kristallisationspunkt für die ca. 10.000 Einwohner zählende Samtgemeinde Schöppenstedt.

Projekthalt

Zur Belebung der Region und der Innenstadt Schöppenstedts wurde eine langfristige Konzeption rund um die Figur Till Eulenspiegels erarbeitet. Ziel ist es, Till Eulenspiegel zum Markenzeichen und Botschafter Schöppenstedts zu machen und durch Kultur- und Freizeitaktionen die touristische Attraktivität der Gemeinde zu erhöhen. Darüber hinaus geht es darum, durch die Vernetzung von Gastronomie, Einzelhandel, Freizeitbereich sowie Tourismus neue Impulse für die Gemeindeentwicklung zu setzen und das Augenmerk auf das Zentrum Schöppenstedts zu lenken. Durch die erhöhte Attraktivität des Zentrums kann das Identitätsgefühl der Einwohner gestärkt und den Besuchern ein kulturelles und touristisches Erlebnis geboten werden.

Das Projekt wurde 2003 im Rahmen des niedersächsischen Wettbewerbs "Ab in die Mitte" gefördert und zunächst mit einer Reihe zeitlich begrenzter Aktivitäten gestartet. Seit 2002 besteht zur Planung und Umsetzung des Projekts eine Arbeitsgruppe unter Leitung der Bürgermeisterin. Zu den wechselnden Beteiligten gehören Vertreter des Einzelhandels, des Eulenspiegel-Museums, des Regionalmarketings, des Vereins Bürgerwehr Schöppenstedt, der Kolpingfamilie Schöppenstedt, verschiedener Hochschulen sowie Bürger. Kern des Projekts ist "Schöppenstedt als Buch". Auf einem Spaziergang sollen die Besucher das Eulenspiegelbuch lesen können. Alle seine 96 Geschichten sollen in der Gemeinde zum Leben erweckt werden. In diesem Zusammenhang haben einheimische Handwerker, Künstler, Vereine, Schulklassen und Bürger damit begonnen, die Geschichten des Eulenspiegel-Buchs aus dem 16. Jahrhundert in dauerhaften Objekten aus Stein, Metall, Holz und anderen Materialien zu verewigen. 2003 fand die Einweihung der ersten

zwölf Geschichten statt. Seit 2006 sind 39 Kapitel fertig gestellt. Die Dörfer der Samtgemeinde, durch die der Eulenspiegel-Radweg führt, sind zum Projekt dazugekommen. In den kommenden Jahren sollen weitere Orte der Samtgemeinde für andere Kapitel des Eulenspiegelbuchs einbezogen werden.



Auf großen Anklang stieß auch eine ergänzende Veranstaltungsreihe im Jahr 2003. Die Ausstellung "Spaziergang durch das Eulenspiegel-Buch" im Till Eulenspiegel-Museum, bei der die Eulenspiegel-Geschichten als Bronze-Inszenierungen gezeigt wurden, bot einen erfolgreichen Auftakt für die Veranstaltungsreihe. Der Einladung zum "Eulenspiegel-Städte-Treffen" folgten sowohl verschiedene Tills als auch offizielle Vertreter der Städte sowie kultureller und touristischer Einrichtungen. Den Abschluss der Veranstaltungsreihe bildete ein Museumskinderfest mit einer anschließenden sechswöchigen Mitmachausstellung im Till Eulenspiegel-Museum. Dabei konnten Kinder an vielen Stationen in und vor dem Museum die Ausstellung selbst mitgestalten und an einem Museumsführer für Kinder mitwirken.

Durch das breite Themenspektrum ist es gelungen, die unterschiedlichsten Zielgruppen für die Veranstaltungen zu begeistern. Die Einbeziehung von Vereinen, Organisa-

Bundesland:

Niedersachsen

Größe (EW): 10.500

Projektlaufzeit:

2003 bis 2007

tionen, Gewerbetreibenden und Bürgern bei der Vorbereitung und Durchführung trug entscheidend zur Identifikation mit den einzelnen Projekten bei.

Auf Grund der insgesamt sehr guten Besucherresonanz ist eine hohe Motivation bei den Beteiligten für eine weiterführende und verstetigte Zusammenarbeit vorhanden. Alle Veranstaltungen, insbesondere das Projekt "Schöppenstedt als Buch", haben nachhaltig dazu beigetragen, die Figur Till Eulenspiegel als Alleinstellungsmerkmal für die Gemeinde in den Fokus zu rücken und das Zentrum aufzuwerten.



Ziele

- Steigerung der Attraktivität des Zentrums durch die Schaffung eines Markenzeichens
- Identifikation der Bürger mit der Heimatgemeinde der Figur Till Eulenspiegel
- Belebung des Zentrums mit kreativen Ideen und Projekten

Maßnahmen

- Erlebnisausstellung mit Inszenierung von Eulenspiegel-Geschichten im öffentlichen Raum
- Begleitende Veranstaltungsreihe
- Eulenspiegel-Radweg

Projektqualität

"Schöppenstedt als Buch" ist ein innovatives Beispiel zur Vermarktung des Alleinstellungsmerkmals einer Gemeinde bei gleichzeitiger Belebung des Zentrums. Das Projekt verfolgt einen übergreifenden Ansatz zur Aufwertung der Innenstadt und verknüpft insbesondere die Themen Kultur, Kunst, Bildung, öffentlicher Raum und Innenstadtmarketing mit-einander. Durch den kooperativen Ansatz und die Beteiligung zahlreicher lokaler Akteure an der Aktion ist es gelungen, das Identitätsgefühl der Einwohner zu stärken. Darüber hinaus konnte zahlreichen Besuchern ein kulturelles und touristisches Erlebnis geboten werden. Insgesamt wurde zu einer Attraktivierung des Zentrums beigetragen.



Kontakt

Samtgemeinde Schöppenstedt
Samtgemeindebürgermeisterin
Ruth Naumann
Markt 3
38170 Schöppenstedt
Tel. 0 53 32 / 93 80
rathaus@schoeppenstedt.de

Wetzlar Optikparcours

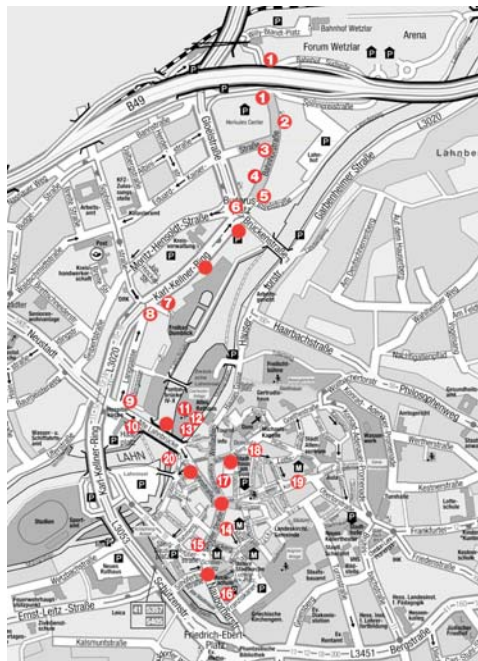
Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die optisch-mechanische Industrie hat in der Stadt Wetzlar eine lange Tradition. Diese soll dazu genutzt werden, den Attraktivitätseinbußen der Innenstadt entgegenzuwirken.

Projekthalt

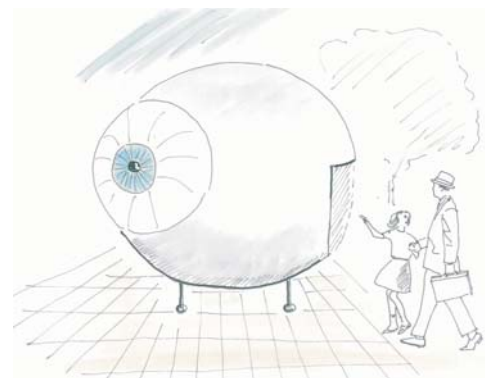
Die Stadt Wetzlar soll als Einkaufsstandort, Ausflugsziel und Stadt der Optik etabliert werden. Dazu soll das Thema Optik auch im öffentlichen Raum erlebbar werden. Ein Optikparcours mit interaktiven Installationen und optischen Phänomenen verbindet als Erlebnispfad das neue Einkaufszentrum über die traditionelle Einkaufszone mit der Altstadt. Das breite Spektrum der Optik wird auf diese Weise erlebbar. Insgesamt sind ca. 15 - 18 interaktive Hauptinstallationen sowie mehrere kleinere Installationen vorgesehen, an denen jeweils spezifische Aspekte der Optik veranschaulicht werden. Die Wahrnehmung des Parcours soll mit Witterung, Tages- und Jahreszeit variieren, unterschiedliche Eindrücke vermitteln und zum Mitmachen animieren.



Bei der Planung des Parcours wurde auf eine optimale Einbindung in den öffentlichen Raum geachtet. Als Standorte für die Installationen wurden städtebaulich markante Punkte und zentrale innerstädtische Plätze vorgesehen. Die Objekte sollen die Passanten durch die Innenstadt leiten und die Besucher des Einkaufszentrums dazu animieren, auch die traditionelle Einkaufszone zu besuchen.

Der Optikparcours ist in die Gesamtstrategie "Optik in Wetzlar" eingebettet und wird von verschiedenen flankierenden Werbemaßnahmen begleitet. Dazu zählen eine Wanderausstellung mit dem Titel "Faszination Licht" sowie der Verkauf von sogenannten "Flimmer-Shirts" mit einem flimmernden Aufdruck, der den Bezug Wetzlars zur Optik verdeutlicht.

Die Idee für das Projekt entstand im Rahmen einer Studienarbeit an der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Holzminden. Die Initiative vor Ort geht von einem Arbeitskreis aus, der zur Entwicklung und Realisierung des Optikparcours gegründet wurde. In diesem arbeiten die Industrie- und Handelskammer, der Stadtmarketingverein, die Stadt Wetzlar, die Fachhochschule Gießen-Friedberg, die Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Holzminden, zahlreiche Immobilieneigentümer, Einzelhändler und Optik-Unternehmen aus der Region zusammen. Im März 2005 ist aus dieser Zusammenarbeit der Förderverein "Wetzlar – Stadt der Optik" hervorgegangen. Zentrale Aufgabe ist die weitere Entwicklung, Umsetzung und Pflege des Optikparcours.



Die ersten Installationen werden im Herbst 2007 realisiert. Hierzu gehört zum Beispiel ein begehbare Auge zur Veranschaulichung von Sehfehlern. Prismengläser, die auf einem drei Meter hohen Gestell angeordnet sind, zeigen eine Farben- und Formenvielfalt. Ein weiteres Vorhaben beschäftigt sich mit der optischen Sensorik. Für je-

Bundesland:

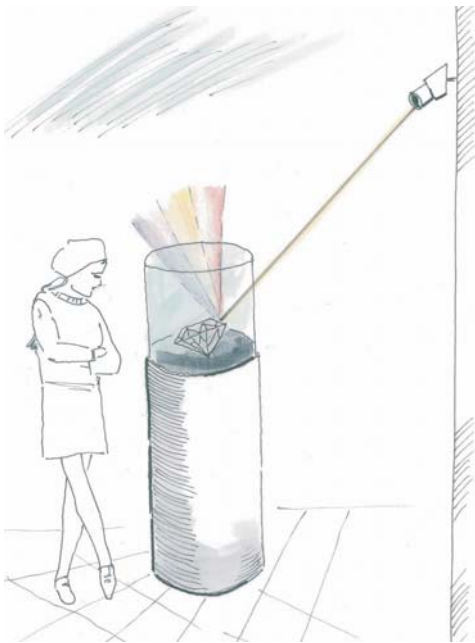
Hessen

Größe (EW): 54.000

Projektlaufzeit:

03/2004 bis 2010

des Projekt gibt es einen Paten bzw. einen Sponsor. Ein Beitrag zum Optikparcours wird von einer Wetzlarer Schule entwickelt. Auch mit dem "Haus der Optik", dem geplanten Endpunkt des Optikparcours, gehen die beteiligten Unternehmen und die Stadt Wetzlar neue Wege. Auf ca. 500 qm soll ab Herbst 2007 das Phänomen Optik und Mechanik in Form von interaktiven Objekten präsentiert werden. Bis 2010 soll der gesamte Optikparcours umgesetzt werden. Alle Objekte sollen durch Sponsoring finanziert werden.



Ziele

- Attraktivitätssteigerung Wetzlars als Einkaufsstadt und Ausflugsziel
- Vermarktung als "Stadt der Optik"
- Erlebarmachen des Themas Optik im öffentlichen Raum
- Aufwertung innerstädtischer Räume

Maßnahmen

- Optikparcours mit verschiedenen Installationen
- Unterstützung durch flankierende Werbemaßnahmen (Wanderausstellung, Flimmer-Shirts)

Projektqualität

Das Gesamtkonzept stellt eine innovative Möglichkeit zur Vermarktung lokaler Stärken dar. Das Engagement und die Zusammenarbeit zahlreicher lokaler Akteure und die Finanzierung des Projekts durch Unternehmen sind dabei besonders hervorzuheben. Bereits in der Vorbereitungsphase konnten Netzwerkbildung und Zusammenarbeit der Akteure gefördert und eingeübt werden. Mit dem Optikparcours wird ein themenübergreifender Ansatz verfolgt. Die Aspekte Optik und Installation im öffentlichen Raum werden mit dem Marketing für die Stadt und Veranstaltungen verbunden. Insgesamt bietet der Parcours die Möglichkeit, eine Vielzahl von Ideen umzusetzen und neuartige Produkte im öffentlichen Raum zu platzieren.



Kontakt

Förderverein "Wetzlar – Stadt der Optik"
 Prof. Dr. Jürgen Erbach
 Domplatz 8
 35578 Wetzlar
 Tel. 01 51 / 15 13 23 30
 erbach@ipem.de

Bottrop Spiel- und Kunstlinie

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die Bottroper Innenstadt ist ein gewachsenes Einkaufs- und Wohnquartier. Seit Mitte der 1980er Jahre ist die Wohnbevölkerung jedoch stark zurückgegangen. Mit attraktiven Wohn- und Wohnumfeldangeboten soll nun die Innenstadt als Wohnstandort für junge Familien wieder gestärkt werden. In diesem Zusammenhang werden öffentliche Räume für das Kinderspielen und als Aufenthalts- und Kommunikationsbereiche zurückgewonnen.

Projekthalt

Im Rahmen der City-Offensive Nordrhein-Westfalen "Ab in die Mitte!" erfolgte 2005 in Anknüpfung an das Leitbild einer kinder- und familienfreundlichen Stadt die Aufwertung der Innenstadt unter dem Motto "Spiel-Platz-Stadt!". Mit dem Projekt der "Spiel- und Kunstlinie City" wurde das Ziel verfolgt, das Spielen, Leben und Erleben junger Menschen im öffentlichen Raum zu fördern. Die Beteiligung und Einbindung von Kindern, Familien, Senioren und Jugendlichen in diesem Prozess war Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung und schaffte notwendige Identifikationen. In einem "Dialog der Generationen" wurden gemeinsame Schnittstellen zwischen Jung und Alt identifiziert, generationenübergreifende Interessen diskutiert und die öffentlichen Räume der Innenstadt gemeinsam entwickelt. Die Entwicklung einer "Spiel- und Kunstlinie" schafft einen Verweil- und Aufenthaltscharakter in der Innenstadt, der diesem Gedanken Rechnung trägt.

Alte Spielkulturen standen im Mittelpunkt der Entwicklung einer Spiellinie City. In diesem Projekt trafen Senioren und Kinder zusammen, entdeckten neue und alte Spiele und entwarfen gemeinsam mit Künstlern Spielideen für die Innenstadt. Boden-, Murrel-, Denk- und Bewegungsspiele wurden gemeinsam in Modellen gebaut und ausprobiert. Außerdem diskutierten die Beteiligten mögliche Orte in der Innenstadt für eine Umsetzung. An der Bottroper Spiellinie beteiligten sich etwa 70 Senioren der Bottroper ZWAR-Gruppen (Zwischen Arbeit und Ruhestand) sowie 120 Kinder aus unterschiedlichen Stadtteilen.

Begleitendes Element der Spiellinie war die Kunstlinie. Kinder und Jugendliche erfanden gemeinsam mit der älteren Generation Kunstobjekte, die unter Anleitung heimischer Künstler realisiert wurden. So entstanden kleine und große Masken, die bei einem

Aktionstag gemeinsam mit den Modellen der Spiellinie der Öffentlichkeit präsentiert wurden. Schon Wochen vor dem Aktionstag fanden in der Innenstadt verschiedene Veranstaltungen statt, ein Schauspiel in der Innenstadt, Lesungen in Cafés oder Figurentheater im Schaufenster. Am Aktionstag selbst präsentierten kleine und große Künstler die in monatelanger Arbeit erstellten Kunstobjekte – umrahmt von Profis des Stadttheaters. Die wichtigsten Plätze der Innenstadt wurden spielerisch und künstlerisch miteinander verbunden.



Bei der Planung und Umsetzung des Projekts arbeiteten die Stadt Bottrop und die Stadtmarketinggesellschaft eng mit Schulen, Jugendeinrichtungen, freien Trägern, Senioren- und ZWAR-Gruppen, Künstlern sowie mit der lokalen Wirtschaft und dem Handel zusammen. Die Umsetzung erfolgte mit einem aktivierenden Ansatz, der zahlreiche Akteure zum Mitmachen anregte.

Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 125.000

Projektlaufzeit:

07/2005 bis 09/2005

Das Projekt wurde im Rahmen des Wettbewerbs "Ab in die Mitte!" 2005 in Nordrhein-Westfalen prämiert und gefördert. Der Spiel- und Aufenthaltscharakter der Innenstadt wurde durch die Aktion gesteigert. Die Identifikation der jungen und alten Bevölkerungsgruppen mit der Stadt konnte ausgebaut werden. Am Aktionstag selbst wurde eine hohe Teilnehmerquote verzeichnet.



Ziele

- Förderung des Spielens, Lebens und Erlebens junger Menschen im öffentlichen Raum
- Mitwirkung von Senioren (Dialog der Generationen)
- Förderung des Spiel- und Aufenthaltscharakters der Innenstadt
- Beteiligung der Bürger an der Innenstadtentwicklung

Maßnahmen

- Entwicklung von Spielideen in Modellbauwerkstätten
- Kunstprojekte
- "Rahmenprogramm" mit internationalen Straßentheatern und sonstigen Veranstaltungen
- Aktionstag zur Präsentation der Ideen

Projektqualität

Das Projekt "Spiel- und Kunstlinie City" kann auf andere Innenstädte übertragen werden. Besonders hervorzuheben ist die thematische Verknüpfung von Kunst und Spiel, mit der das Thema "Einkaufen in der Innenstadt" spielerisch unterlegt und so zu einem neuen Erlebnis wurde. Der intensive akteursorientierte Ansatz bewegte zahlreiche Menschen, insbesondere Kinder, Jugendliche und Senioren zum Mitmachen. Über die gemeinsame Beschäftigung mit den Themen Kultur und Spiel ist es gelungen, Bürgerinnen und Bürger generationenübergreifend für die Innenstadt zu aktivieren. Die Idee einer festen Spiellinie in der Innenstadt wurde durch das Projekt nachhaltig vertieft. Öffentliche Räume konnten für das Kinderspiel zurückgewonnen werden.



Kontakt

Stadt Bottrop, Jugendamt
 Elisabeth Kößmeier
 Prosperstraße 71-1
 46236 Bottrop
 Tel. 0 20 41 / 70 36 43
 elisabeth.koessmeier@bottrop.de

Stadt Bottrop, Kulturamt
 Dieter Wollek
 Blumenstraße 12-14
 46236 Bottrop
 Tel. 0 20 41 / 70 38 30
 dieter.wollek@bottrop.de

Östliches Ruhrgebiet Regionales Einzelhandelskonzept

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

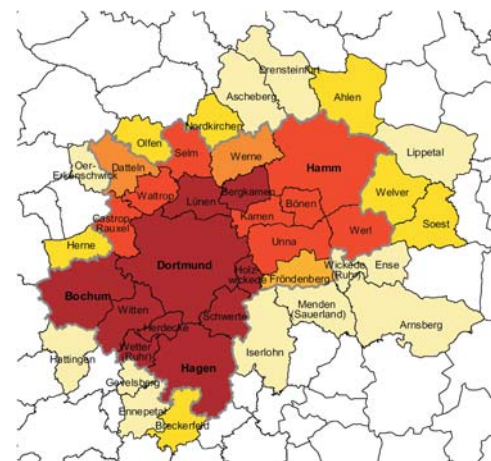
Städtische Zentren werden zunehmend durch die Entwicklungen im Einzelhandel gefährdet. Die Konkurrenz der Städte führt immer wieder zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben an Standorten, die hierfür nicht geeignet sind. Schädliche Auswirkungen auf die benachbarten Zentren sind oft die Folge. Sie treffen die Zentren der Standortgemeinde ebenso wie die Zentren der Nachbargemeinden. Vor diesem Hintergrund startete die Initiative zur Erarbeitung eines Regionalen Einzelhandelskonzepts (REHK) für das östliche Ruhrgebiet und angrenzende Gemeinden im Sinne eines übergreifenden Konzepts zur Regelung der Einzelhandelsentwicklung. Die Initiative zum REHK ist eingebettet in die Interkommunale Zusammenarbeit (IKZ) der Planungs- und Baudezernenten zahlreicher Städte und Gemeinden, die bereits seit den 1980er Jahren eine intensive Kooperations- und Diskussionskultur in Fragen der Raum- und Siedlungsentwicklung pflegen.

Projekthalt

Ziel des Regionalen Einzelhandelskonzepts ist die Vermeidung einer zentrenschädlichen Konkurrenz zwischen den Nachbarkommunen um großflächige Einzelhandelsansiedlungen an nicht integrierten Standorten. Leitbild ist dabei eine auf die integrierten, gewachsenen Zentren, – d.h. Innenstädte und Nebenzentren, – ausgerichtete Einzelhandelsentwicklung bzw. Ansiedlungspolitik. Die Zentren sollen in ihrer Bedeutung gegenüber bestehenden Standorten auf der "grünen Wiese" gestärkt werden.

Die interkommunale Zusammenarbeit zum Thema Einzelhandel begann 1998 mit der Erarbeitung des Gutachtens REHK. Die verbindliche Grundlage der Kooperation wurde mit der Unterzeichnung der Interkommunalen Vereinbarung durch die beteiligten Kommunen im Juni 2001 erzielt. Damit haben die Kommunen ihre Bereitschaft erklärt, sich frühzeitig gegenseitig über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben zu informieren, diese im Kreis der betroffenen Kommunen konsensorientiert zu erörtern und dabei die Regeln des Einzelhandelskonzepts zur inhaltlichen Grundlage des Verfahrens zu machen. Im Rahmen nachbargemeindlicher Abstimmungen erfolgte Vereinbarungen sollen rechtlich umgesetzt werden. Die Kommunen haben sich darüber hinaus zu einem regelmäßigen Datenaustausch bereit erklärt. Wesentlicher Bestandteil des REHK sind die gemeinsam für alle beteiligten Kommunen geltenden Regeln zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsprojekte. Die Regeln und Prüfschemata sind sortimentspezifisch differenziert. Ihnen liegt die grundsätzliche Leitlinie des Konzepts zu Grunde, dass bei der Beurtei-

lung eines großflächigen Einzelhandelsprojekts die richtige Standortwahl in einem integrierten Zentrum eine größere Bedeutung haben soll als die reine Dimensionierung der Verkaufsflächen. So soll erreicht werden, dass die Kommunen durch ein "relatives Überangebot" in den gewachsenen Zentren Kaufkraft von der "grünen Wiese" zurück in die Innenstädte und Nebenzentren holen. Dabei muss allerdings die Übereinstimmung mit der zentralörtlichen Gliederung gewahrt bleiben.



Seit der Unterzeichnung der interkommunalen Vereinbarung trifft sich ein Arbeitskreis regelmäßig etwa viermal jährlich. Bei der Stadt Dortmund wurde eine Geschäftsstelle eingerichtet. Dem Arbeitskreis gehören Vertreter aus den Planungsämtern der Kommunen sowie Vertreter der Industrie- und Handelskammer, der Bezirksregierung Arnsberg, sowie des Einzelhandelsverbands Westfalen-Mitte an.

Das im REHK vorgesehene Verfahren zur nachbargemeindlichen Abstimmung regional bedeutsamer Einzelhandelsprojekte ist

Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): 2,34 Mio.

Projektlaufzeit:

1998, laufend mit Fortschreibung nach Bedarf

ein informelles Verfahren, das die vorgeschriebene nachbargemeindliche Abstimmung im Rahmen der formellen Verfahren der Bauleitplanung sowie der Landesplanung ergänzt.

Besondere Merkmale bei der interkommunalen Zusammenarbeit sind die Institutionalisierung des Planungsinstruments "Regionaler Konsens", ein regelmäßiger Informationsaustausch, eine gemeinsame Beauftragung/Erarbeitung der Fortschreibung des REHK mit Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Verfahrens sowie Fachtagungen und regelmäßige Arbeitskreissitzungen mit Verabredungen und strategischen Beschlüssen. Im Projekt wurde ein Verfahren zur freiwilligen interkommunalen Abstimmung bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben entwickelt, das das Steuerungssystem der Regional- und Landesplanung ergänzt.



Ziele

- Abgestimmtes Vorgehen in der Region zur Vermeidung eines übergroßen Angebots an großflächigen Einzelhandelsbetrieben
- Stärkung der innerstädtischen Zentren und der Stadtteilzentren mit ihrer Grundversorgung
- Anerkennung eines ergänzenden Versorgungsnetzes von Sondergebieten mit nicht zentrenrelevanten Angeboten an ausgewählten Standorten auch außerhalb der Zentren
- Aktive Flächenpolitik zur Lenkung der Investitionen in städtebaulich geeignete Standorte mit marktwirtschaftlichen Mitteln.

Maßnahmen

- Interkommunal übergreifendes Konzept zur Steuerung der Entwicklung zukunftsfähiger Einzelhandelsstrukturen

- Gegenseitige Information über Einzelhandelsvorhaben mit überörtlicher Bedeutung mit Verpflichtung zu Datenpflege und -austausch
- Einvernehmliche Abstimmung zahlreicher größerer und kleinerer Vorhaben; Modifizierung zweier konfliktträchtiger größerer Vorhaben, so dass ein Kompromiss gefunden werden konnte

Projektqualität

Die Städte kooperieren selbstorganisiert und behördenübergreifend bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen und schützen so die Einkaufsinnenstädte und Nebenzentren. Auch die Kooperation unterschiedlich großer kreisfreier und kreisangehöriger Städte mit verschiedenen Positionen bzw. Aufgaben im Landeszentrenkonzept, eine realistische Abbildung der räumlichen Arbeitsteilung durch diese Form der Kooperation sowie eine Abkehr vom Territorialprinzip und die Hinwendung zum Standortprinzip sind neue Aspekte.

Der Dialog im Arbeitskreis ist konsensorientiert, was sich auf das Vertrauensverhältnis positiv auswirkt. Durch den Gesamtprozess kann eine geordnete Einzelhandelsentwicklung im städtebaulichen Sinne mit Orientierung der Städte und Gemeinden auf ihre gewachsenen Zentren erreicht werden. Neben der Planungs- und Rechtssicherheit als Vorteile für Investoren sind das REHK selbst und die darauf aufbauende interkommunale Kooperation ein klarer Hinweis für die Investoren, die Städte im Sinne einer Standortkonkurrenz nicht gegeneinander ausspielen zu können. Die erfolgreiche Umsetzung des REHK hat viele der kooperierenden Kommunen dazu veranlasst, abgeleitete kommunale Einzelhandelskonzepte zu erarbeiten und als Voraussetzung für die Steuerung der kommunalen Entwicklung zu beschließen.

Kontakt

Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche
Heinz-Martin Muhle
Leiter des Stadtplanungsamts
der Stadt Hamm
Gustav-Heinemann-Straße 10
59065 Hamm
Tel. 0 23 81 / 17 41 31
muhle@stadt.hamm.de

Ostwestfalen-Lippe Regionales Einzelhandelskonzept

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Ostwestfalen-Lippe ist eine mittelstandsorientierte Region in Nordrhein-Westfalen mit über 2 Mio. Menschen. Viele Innenstädte der Region sind traditionsreiche und starke Einzelhandelsstandorte mit attraktiven Innenstädten und einem gesunden Branchenmix. Zwischenzeitlich sind allerdings vielfach Einzelhandelsstandorte entstanden, die die Entwicklungschancen der traditionellen Einkaufsbereiche in den Innenstädten gefährden. Eine verlässliche Basis, auf der die Städte und Gemeinden interkommunal abgestimmt die Weiterentwicklung des großflächigen Einzelhandels vorantreiben konnten, ohne dabei schädliche Auswirkungen auf die Nachbarkommunen auszulösen, fehlte bislang. Die Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld und der Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe regten daher die Erarbeitung eines Regionalen Einzelhandelskonzepts (REHK) für Ostwestfalen-Lippe an. Alle Beteiligten kamen zu dem Schluss, dass die Instrumente der Landes- und Bauleitplanung ergänzt werden sollten, um im Wettlauf um Kaufkraft auf Dauer bestehen zu können.

Projekinhalt

Durch die Initiative soll die Attraktivität und Vielfalt der Einkaufsmöglichkeiten in der gesamten Region erhalten und verbessert werden. Das Projekt wurde in einem intensiven Dialog und in einer Zusammenarbeit zwischen dem Einzelhandelsverband, den Industrie- und Handelskammern, der Bezirksregierung, dem Land Nordrhein-Westfalen sowie den Städten und Gemeinden aus Ostwestfalen-Lippe (OWL) fortentwickelt. Bei einer gemeinsamen Auftaktveranstaltung wurde im April 2001 beschlossen, einen Antrag auf Städtebauförderung zu stellen und die Ausschreibung zur Erstellung eines REHK vorzubereiten. Die Federführung für die Entwicklung des REHK lag bei einer Arbeitsgemeinschaft der genannten Akteure. Während des Erarbeitungsprozesses wurde großer Wert auf die Transparenz des Verfahrens gelegt.

Das REHK ergänzt die formellen Instrumente der Landes- und Bauleitplanung um ein informelles Instrument zur Abstimmung großflächiger Einzelhandelsansiedlungen, den "Regionalen Konsens". Das REHK definiert dabei einen Korridor, innerhalb dessen geplante Ansiedlungen regionalverträglich sind. Dazu werden klare Anforderungen an die Verkaufsfläche, den Standort und die Sortimentsstruktur formuliert. Werden diese gemeinsam im REHK festgelegten Prüfkriterien von einem Vorhaben erfüllt, so darf das Einverständnis aller von dem Vorhaben betroffenen Nachbargemeinden unterstellt werden. Alle Kriterien für einen "Regionalen Konsens" sind so formuliert, dass ihre Einhaltung mit geringem Aufwand und relativ objektiv überprüft und von der planenden Kommune nachgewiesen werden kann. Besonderes Anliegen der Region ist es, die erhobenen Daten aktuell zu halten, um sie dauerhaft nutzen zu können. Diesem Anspruch wird der Einzelhandelsatlas-OWL gerecht. Hier werden die Einzelhandelsdaten im Internet zugänglich fortgeschrieben.

Die interkommunale Vereinbarung über den "Regionalen Konsens" funktioniert seit der Verabschiedung Ende 2003 durch die kommunalen Gremien der Städte und Gemeinden ohne zusätzlichen institutionellen Aufwand, d.h. ohne neue Organisationsstrukturen. Einfache Prüfschemata, die im REHK festgelegt sind, ermöglichen für jedes Projekt eine Art Testlauf, an dessen Abschluss die Frage der Regionalverträglichkeit beantwortet wird. Das REHK basiert auf dem Prinzip der Freiwilligkeit.



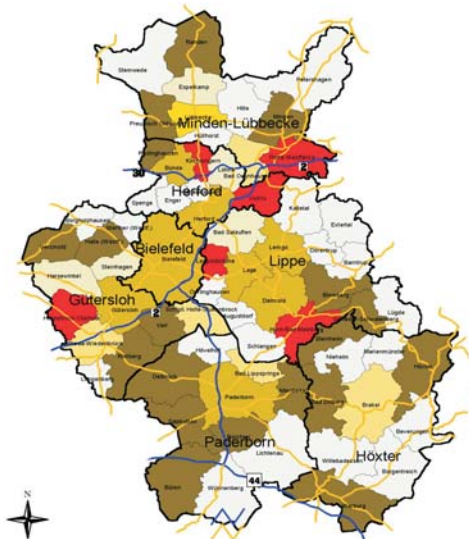
Bundesland:

Nordrhein-Westfalen

Größe (EW): ca. 2 Mio.

Projektlaufzeit:

04/2001, laufend



Die hohe Anzahl der beteiligten Akteure und der kooperative Ansatz zwischen Wirtschaft, Kommunen und Bezirksregierung sind bemerkenswert. Außerdem ist die Offenheit und Transparenz des Planungsprozesses zu unterstreichen. Die Kooperation hat zu mehr Vertrauen in Planungs- und Genehmigungsprozesse und zu mehr Vertrauen der Beteiligten untereinander geführt. Nach einer Umfrage sind über 80 % der Kommunen der Auffassung, dass das REHK Planungsprozesse vereinfacht und dadurch beschleunigt. Planvorhaben mit "Regionalem Konsens" werden in der Regel innerhalb von zwei Wochen landesplanerisch genehmigt.

Ziele

- Erhalt und Verbesserung der Attraktivität und Vielfalt der Einkaufsmöglichkeiten in der Region
- Erhalt attraktiver Innenstädte und einer gesicherten Nahversorgung
- Schaffung einer erhöhten Planungssicherheit und Verfahrensbeschleunigung für verträgliche großflächige Einzelhandelsvorhaben

Maßnahmen

- Regionales Einzelhandelskonzept (interkommunale Vereinbarung)
- Einzelhandelsatlas Ostwestfalen-Lippe auf der Basis eines internetgestützten Geoinformationssystems (jährliche Fortschreibung)



Projektqualität

Die Städte und Gemeinden erhalten mit dem REHK eine verlässliche Basis für die aktive Weiterentwicklung ihrer Einzelhandelsstruktur. Verhandlungen mit Investoren können sich auf konsensfähige Vorhaben konzentrieren. Geeignete Grundstücke können mit dem Hinweis auf einen zu erwartenden "Regionalen Konsens" für bestimmte Nutzungen reibungsloser entwickelt werden. Der Wettbewerb um Investitionen wird auf diese Weise nicht behindert, sondern kann sich unter transparenten Bedingungen vollziehen. Durch die frühzeitige Analyse der Projekte werden die Verfahren beschleunigt.

Das REHK ist in vielen Kommunen und bei der Bezirksregierung inzwischen zu einem akzeptierten Instrument der Planung geworden. Seit seiner Verabschiedung sind in Ostwestfalen-Lippe nur Projekte umgesetzt worden, deren Unschädlichkeit für die Nachbarkommunen nachgewiesen wurde. Übergroße Projekte auf der "grünen Wiese" wurden verhindert. Die Innenstädte profitieren direkt von diesem Ergebnis. Darüber hinaus ist mit dem Einzelhandelsatlas-OWL eine umfassende Datenbasis im Internet verfügbar, die allen Interessierten den Blick in die Einzelhandelsstrukturen der Region ermöglicht.

Kontakt

Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld
Markus Lehrmann, Stv. Geschäftsführer
und Leiter des Referats Verkehr, Stadt-
und Regionalplanung
Elsa-Brändström-Straße 1-3
33602 Bielefeld
Tel. 05 21 / 55 42 34
m.lehrmann@bielefeld.ihk.de

Bonn, Rhein-Sieg-Kreis, Kreis Ahrweiler Regionales Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Handlungsschwerpunkte

- Einzelhandel, Standort- und Innenstadtmarketing
- Öffentlicher Raum, Sicherheit
- Kultur und Bildung
- Regionale Kooperation

Die Ansiedlung von Einzelhandelszentren auf der "grünen Wiese" bindet Kaufkraft außerhalb der historisch gewachsenen Stadt- und Ortskerne und kann somit langfristig zu deren Verödung beitragen. Die Auswirkungen überschreiten dabei oft die Stadt- und Gemeindegrenzen. Zum Erhalt lebendiger, funktionsfähiger Ortszentren bedarf es daher der Betrachtung größerer räumlicher Zusammenhänge von großflächigen Einzelhandelsbetrieben.

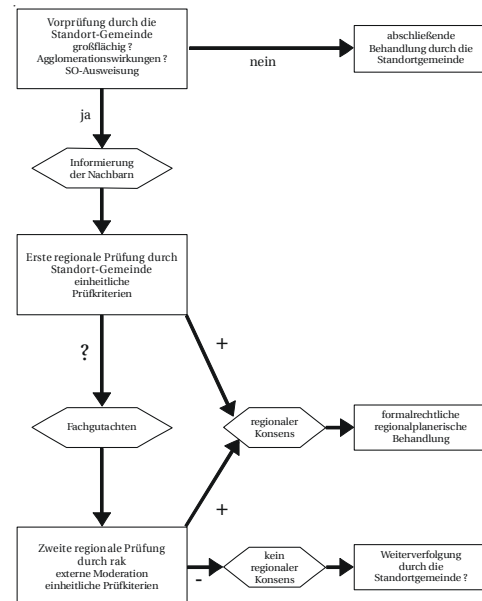
Projekinhalt

In den Jahren 2001 und 2002 wurde daher seitens des Regionalen Arbeitskreises Entwicklung, Planung und Verkehr (:rak) das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler erarbeitet. Mit dem Konzept sollen die bestehenden, weitgehend "gesunden" Einzelhandelsstrukturen erhalten und verbessert sowie künftige Probleme bei der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung vermieden werden. Die Umsetzung des Konzepts erfolgt auf Basis einer Vereinbarung zwischen den Städten und Gemeinden. Diese legt – über die gesetzlichen Vorgaben hinaus – die Handlungsweise bei Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe fest. Mit dem Verfahren soll ein Konsens zwischen allen von dem projektierten Einzelhandelsbetrieb betroffenen Kommunen erreicht werden. Die kommunale Planungs- und Entscheidungshoheit wird durch die Vereinbarung nicht eingeschränkt.



Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit gemeindeübergreifender Wirkung werden hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Ortskerne untersucht und Standort, Größe und Sortiment zwischen den betroffenen Gemeinden abgestimmt. In einer ersten Vorprüfung klärt die betroffene Gemeinde selbst, ob ein Vorhaben "regional relevant" ist und informiert die Geschäftsstelle und die betroffenen Nachbarkommunen. Eine gemeinsame Prüfung des Projekts erfolgt nach einheitlichen Kriterien. Wenn keine negativen Auswirkungen des Vorhabens auf das eigene Zentrum oder benachbarte Zentren zu erwarten sind, wird der Regionale Konsens festgestellt, den die Stand-

ortsgemeinde in das formalrechtliche Verfahren einbringt. Können negative Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden, kann die Standortgemeinde ein zweites Prüfverfahren in Gang setzen. Dazu wird ein neutrales Fachgutachten eingeholt, das zusätzliche Bewertungs- und Entscheidungshilfen für die regionale Prüfung liefert. Auch nach einer erneuten negativen Beurteilung hat die Standortgemeinde rechtlich die Möglichkeit, das Verfahren in ihrem Sinne weiter zu betreiben. Die Feststellung des regionalen Konsens führt in der Regel zu einer deutlichen Beschleunigung des formalrechtlichen Verfahrens.



Der Regionale Arbeitskreis ist eine freiwillige Kooperationsform, in der seit 1991 alle 28 Städte, Gemeinden und Verbandsgemeinden der Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler in Aufgabenfeldern der räumlichen Planung zusammenarbeiten. Der Arbeitskreis soll die nachhaltige Raumentwicklung in der Region fördern. Die Vorgehensweise ist durch nicht-förmliche Verfahren auf der Basis der freiwilligen Selbstbindung ge-

Bundesland:

Nordrhein-Westfalen,
Rheinland-Pfalz

Größe (EW): ca. 1 Mio.

Projektlaufzeit:

2000, laufend

kennzeichnet. Der Regionale Arbeitskreis moderiert den Diskussionsprozess über gemeinsame Ziele und Qualitäten mit den regionalen Akteuren und bildet damit die gemeinsame Basis des dezentralen Handelns. Der Arbeitskreis spricht lediglich Empfehlungen aus, über die von den entsprechenden Planungsgremien entschieden wird. Daher spielt die Entwicklung von Umsetzungsstrategien auf gemeindlicher Ebene eine wichtige Rolle. So werden auf gemeindlicher Ebene konkretisierende Einzelhandelskonzepte, wie z.B. das Zentrenkonzept der Stadt Bonn, erarbeitet und lokale Strategien entwickelt und umgesetzt.

Seit November 2001 ist die Zusammenarbeit durch einen Kooperationsvertrag geregelt. Die Geschäftsstelle wechselt alle zwei Jahre zwischen dem Landkreis Ahrweiler, dem Rhein-Sieg-Kreis und der Bundesstadt Bonn. Neben dem Regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept (REZK) wird seit Anfang 2007 ein Regionales Handlungskonzept Wohnen 2020 Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler entwickelt.

Ziele

- Sicherung der Einzelhandelsversorgung für alle Bevölkerungsgruppen
- Entwicklung der Stadt- und Siedlungszentren als Kristallisationskerne der lokalen Identität durch wirtschaftliche, kulturelle und soziale Aktivitäten
- Förderung nachhaltiger Regionalentwicklung

Maßnahmen

- Regionales Konzept zur Steuerung der Entwicklung zukunftsfähiger Einzelhandelsansiedlungen und Festlegung eines Konsensverfahrens
- Aufbau und Pflege der Internetplattform "wohnregion-bonn.de" als einheitliche Informations- und Planungsbasis sowie als Monitoringsystem
- Erarbeitung ergänzender Konzepte auf lokaler Ebene

Projektqualität

Im Zusammenspiel einer größeren Zahl von Gemeinden wird die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in enger regionaler Kooperation erfolgreich abgestimmt. Die frühzeitige Information und Beteiligung der möglichen betroffenen Nachbarn und die Einbindung in eine internetgestützte GIS-Plattform tragen zur Schaffung von Transparenz im Zuge der regionalen Abstimmung bei. Große Bedeutung kommt der integrierten Entwicklung von Umsetzungsstrategien auf regionaler und lokaler Ebene zu. Besonders hervorzuheben ist die Arbeit des Regionalen Arbeitskreises, der als informelles Gremium neue Wege der Projektsteuerung beschreitet, einen integrierten Konzept- und Handlungsansatz in unterschiedlichen Aufgabenfeldern verfolgt und so die nachhaltige Regionalentwicklung fördert.



Kontakt

Regionaler Arbeitskreis Entwicklung,
Planung und Verkehr Bonn/Rhein-
Sieg/Ahrweiler (:rak)
Dipl.-Ing. Michael Isselmann
Leiter des Stadtplanungsamtes
Geschäftsstelle des :rak
c/o Stadtverwaltung Bonn -
Stadtplanungsamt
Berliner Platz 2
53103 Bonn
Tel. 02 28 / 77 37 84
michael.isselmann@bonn.de

Anhang

Projekte im Überblick

25 Projekte für lebenswerte Innenstädte – alle mit eigenen Schwerpunkten und Rahmenbedingungen, Organisations- und Finanzierungsformen sowie einer speziellen Entstehungsgeschichte. Angesichts dieser Vielfalt ist ein Wegweiser sinnvoll, um gezielt Projekte mit besonderen Konstellationen oder Themenschwerpunkten zu finden. Diese Übersicht soll dabei eine Hilfe sein. Die inhaltlichen Schwerpunkte, die Größe der Gemeinde oder Stadt sowie der räumliche Bezug der Projekte ermöglichen eine Suche anhand der Rahmenbedingungen. Weitere Zugänge führen z.B. über die gewählte Organisationsform, die Finanzierung der Projekte und den Anstoß. Da einzelne Aspekte in den verschiedenen Projekten unterschiedlich ausgeprägt sind, verweisen graue Kreuze auf eine geringere Bedeutung der jeweiligen Kategorie.

	Einzelhandel/ Standortmarketing	Kultur	Bildung	Öffentlicher Raum	Sicherheit	Regionale Kooperation	Gemeinde > 100.000 EW	Gemeinde < 100.000 EW	Region	Gesamtstadt	Innenstadt	Straßenbereich/ Block	BID	ISG	GmbH	Verein	Besondere Akteursbeteiligung	Anstoß durch städtische Akteure	Anstoß durch private Akteure	Öffentliche Finanzierung	Private Finanzierung
Alfeld	×	×		×	×			×			×						×	×	×	×	×
Bad Dürkheim	×			×				×			×				×			×		×	×
Bernkastel-Kues	×			×				×		×	×								×	×	×
Bochum	×	×		×	×		×				×	×		×		×			×	×	×
Bonn/ Rhein-Sieg /Ahrweiler	×			×		×	×	×						×		×			×	×	×
Bottrop		×	×	×			×			×							×	×		×	
Dannenberg	×	×	×							×								×	×	×	
Dortmund	×					×	×		×	×								×	×	×	
Düsseldorf	×	×		×	×		×				×			×			×	×		×	×
Emden	×	×						×			×							×		×	×
Eschwege	×	×		×				×			×	×					×	×		×	×
Frankfurt am Main				×	×		×				×	×						×		×	
Geislingen an der Steige	×	×		×				×				×					×	×		×	×
Gera	×	×	×	×			×			×	×					×			×	×	×
Gladbeck	×			×				×			×							×		×	
Hagen	×	×		×			×				×					×		×	×	×	×
Hamburg - Neuer Wall	×	×		×	×		×					×	×					×	×		×
Hamburg - Sachsenator	×	×		×			×					×	×					×	×		×
Luckenwalde	×	×	×	×				×				×				×		×		×	×
Oldenburg	×			×			×					×			×				×	×	×
Östliches Ruhrgebiet	×					×	×	×	×									×		×	×
Ostwestfalen-Lippe	×					×	×	×	×										×	×	×
Schöppenstedt	×	×		×				×			×						×	×		×	×
Siegen	×			×			×				×			×		×		×		×	×
Wetzlar	×	×	×	×				×			×					×			×	×	×

Kurzübersicht aller Projektmeldungen

Stadt	Titel / Aktion / Projekt
A	
Alfeld (Leine)	"Grünes Schaufenster" - Stadtpark 2008
Altentreptow	Renaturierung der Kleinen Tollense
Anklam	Nikolaikirche
Aschaffenburg	Stadterneuerung Bahnhofsquartier: Neugestaltung der Frohsinnstraße
B	
Bad Blankenburg, Saalfeld, Rudolstadt	Nutzung regionaler Initiativen zur Verknüpfung des Städtetourismus mit landschaftsbezogener Erholung im "Städtedreieck am Saalebogen" - gemeinsame Ausrichtung des 105. Deutschen Wandertages
Bad Dürkheim	InnenStadtEntwicklungs-Fonds
Bad Harzburg	Kaufhaus Bad Harzburg
Bad Hönningen	Bad Hönninger Sommerzeit mit der Festwoche „Himmel un Ääd“ - eine Woche rund um Äpfel und Kartoffeln
Bad Kissingen	Mehr Attraktivität und Kundenfrequenz für die Spargasse / Magische Zeichen für Wachstum in der Spargasse Bad Kissingen
Bad Langensalza	Wohnen an der Stadtmauer - Quartier "Enge Gasse" - Initiative "Genial zentral"
Bad Neuenahr-Ahrweiler	"Zukunft Bad Neuenahr"
Balingen	Stadterneuerung in Balingen
Belzig	Belziger Altstadtsummer / Belziger Adventshöfe
Berlin	Sprengelmobil und Sprengeltage - eine Marktoffensive für den Sprengelkiez
Berlin, Freiburg, Dortmund	bluespot - Das kostenlose digitale Kunden- und Stadtinformationsnetz der Wall AG
Berlin-Lichtenberg	Die Weitlingstraße - Lichtenbergs Gelbe Seite
Berlin-Marzahn-Hellersdorf	Unterstützung der Marzahner Promenade bei der Entwicklung zum besonderen Stadtteilzentrum
Bernkastel-Kues	Öffentlich-private Entwicklungsagentur
Biberach	Innenstadtentwicklung Biberach-Riss
Bielefeld	Neugestaltung der Fußgängerzone in der Bielefelder Altstadt
Bielefeld und weitere Städte	Regionales Einzelhandelskonzept Ostwestfalen-Lippe
Bingen	Binger Samstag
Bitburg	Bi(t)polarität: Zwei Pole - ein Zentrum
Bochum	Immobilien- und Standortgemeinschaft Bermuda3Eck
Bochum, Dortmund, Unna, Hamm, und weitere Städte	Regionales Einzelhandelskonzept Östliche Ruhrgebiet
Bohmte	Städtebauliches Planungsverfahren Ortskern Bohmte im Rahmen des EU-Projektes Shared Space
Bonn / Rhein-Sieg-Kreis / Kreis Ahrweiler	Regionale Einzelhandels- und Zentrenkonzept
Bottrop	Spiel- und Kunstlinie
Bramsche	Qualitätsoffensive Innenstadt
Brandenburg an der Havel	Erlebnis Innenstadt - Vielfalt entdecken!
Braunschweig	7. Braunschweiger Kulturnacht
Braunschweig	Braunschweiger Bürger-Brunch

Braunschweig	Vielfalt als Qualität - eine Strategie zur Aufwertung der Braunschweiger Innenstadt unter besonderer Betrachtung der Projekt ebene Licht (Untertitel: lamps light down on Bohlweg)
Brühl	Rahmenplanung Innenstadt Brühl
Büdingen	Tolerante Mauern - Die Festungsstadt Büdingen öffnet sich
Büdingen	Büdingen - zum Anbeißen gut
D	
Dannenberg / Elbe	Dannenberg - Kleinstadt mit großem Erfolg
Dinslaken	Seminarreihe "Kreativer Einzelhandel" - Service-Standort Dinslaken
Dortmund	Dortmunder Qualitätsroute (Einkaufen im inhabergeführten Fachhandel. Für mehr Produkt- und Lebensqualität)
Dortmund	Masterplan Einzelhandel
Dortmund	Revitalisierung Brückenstraßenviertel/ Quartiermarketing Brückenstraßenviertel
Dortmund	Spielen in der City
Dreieich	Haus des Lebenslangen Lernens des Kreises Offenbach in Dreieich
Duisburg	Immobilien- und Standortgemeinschaft Sonnenwall (Sonnenwall e.G.)
Düsseldorf	PLATZDA!
E	
Eberswalde	Ehrenamtliches Engagement bei der Mitgestaltung des Stadterneuerungsprozesses "Der Sanierungsbeirat"
Eberswalde	Barni Treuetaler
Edenkoben	Edenkobener Stadtgespräche
Ellwangen	Leerstands- und Flächenmanagement in Ellwangen
Elsterwerda	Umgestaltung des Marktplatzes in Elsterwerda unter aktiver Einbeziehung der Bevölkerung und der Vereine der Stadt in die Planung und Umsetzung des Vorhabens
Emden	"Emders up Rad" - ein Agenda 21 Projekt
Emden	Munch in Emden - Kunst trifft Einzelhandel
Erlangen	Leben findet Innenstadt - Erlangen als Modellkommune
Eschwege	Innenstadtkarrees
F	
Frankfurt (Oder)	Citymanagement für die Innenstadt Frankfurt (Oder)
Frankfurt (Oder)	Kooperative Standortvermarktung für die Innenstadt Frankfurt (Oder)
Frankfurt am Main	Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Frankfurt am Main
Frankfurt am Main	Weg zu Sicherheit und Sauberkeit
Freiburg	Lebenswerte Innenstadt Freiburg, ein Entwicklungsprozess
Freiburg/ Elbe	Historischer Kornspeicher Freiburg / Elbe
Friedrichshafen	Erster ist FN!
Fürstenwalde / Spree	Kulturfabrik Fürstenwalde
Fürth	"Soziale Stadt" in Fürths westlicher Innenstadt

G

Geislingen a.d. Steige	Licht für die Lange Gasse
Geldern	Internationaler Wettbewerb der Straßenmaler mit Treffen von Straßenmusikern und Straßentheaterspielern in Geldern
Gera	Private Initiative zur Innenstadtbelebung
Gladbeck	InnenstadtForum
Göttingen	Neugestaltung der Innenstadtstraße - u.a. Umgestaltung der Groner Straße und der Lange-Geismar-Straße sowie der Goethe Allee und der Prinzenstraße
Greifswald	Literaturzentrum Vorpommern ("Koeppenhaus") - Betreiber IKAZ
Großbreitenbach	Sanierungsbeirat im Sanierungsgebiet "Ortskern Großbreitenbach"
Guben	Neues Stadtzentrum "Promenade Am Dreieck"
Guben	Ökologische Aufwertung der Egelneißer

H

Hagen	Wilhelmsplatz - Stadterneuerung
Hagen	Bausteine zur Attraktivierung der Innenstadt
Hagen	Revitalisierung Elbersgelände
Hagen	Untere Ellersfelder Straße
Hagen	Theaterplatz
Hamburg	Business Improvement District Neuer Wall
Hamburg	Erneuerung eines Einkaufszentrums aus den 70er Jahren durch public-private-partnership
Hamburg	Stabilisierung gewerblicher Stadtteilstrukturen
Hamburg / Stadtteil St.Georg	Stärkung des Einzelhandels- und Dienstleistungsstandortes St. Georg-Mitte, Hamburg
Hamburg	Business Improvement District Sachsentor
Hamm	Das Martin-Luther-Viertel in Hamm - Quartier de l'Art
Hann. Münden	Grün in der Altstadt
Hann. Münden	Impulsprojekt zur Neuentwicklung einer Baulücke in der Altstadt - Eigentümer und Bewohner gestalten aktiv und gemeinschaftlich ihr Quartier
Heiligenhaus	Spur - Wechsel
Herne	Herner Nightlight-Dinner
Herzberg	Zukunftswerkstatt Herzberg
Hof	Altstadtdach
Höhr	Der Rohling wächst

I

Illertissen	Entwicklungskonzept für den Einzelhandel
-------------	--

J

Jena	Sanierung Brückenruine Jena Burgau
Jena	Kulturarena Jena - siebenwöchiges Sommer-Open-Air im Stadtzentrum
Jülich	LICHT(!)projekt Hexenturm

K

Kaiserslautern	"Licht - Kunst - Barrierefreiheit" Bündelung von innovativen Leitprojekten zur Stärkung der Stadtidentität und des Stadtimages
Kassel	"Einkaufen mit Kultur"
Kehlheim	VU Soziale Stadt Altstadt und Alter Markt
Kehlheim	Lebensmittelversorgung in der Innenstadt Kehlheim
Kevelaer	Sculptura V
Kirchlinteln	Zukunftsmodell "Historische Ortsmitte"
Koblenz	Reaktivierung von Passagen
Koblenz	Koblenz spielt
Kornwestheim	"Wohnen am Campanile"
Kornwestheim	Wohnen und Arbeiten am Salamanderpark; Aufwertung des Kreuzungsbereiches Stuttgarter Straße / Zeppelinstraße zum "Attraktiven Eingangstor" in die Innenstadt Kornwestheims
Krefeld	Sicherheitspartnerschaft
Kressbronn	Belebung des Rathausplatzes Kressbronn

L

Lage	Lagenser Zwischentöne
Lage	Lage am Zug - Familien machen Dampf
Landau	Stadtboulevard Ostbahnstraße
Landsberg am Lech	Bahnhof Landsberg am Lech
Leinfelden-Echterdingen	Ehrenamtlicher Betrieb von Büchereizweigstellen
Lindau	Das Lindauer Qualitätssiegel
Lübbenau / Spreewald	Lübbenauer Künstlerwoche 2005
Luckenwalde	"Mut zur Lücke" - Zwischennutzung einer Baulücke
Lutherstadt Eisleben	Katharinen-Stift-Jugendstarterhof
Lutherstadt Eisleben	Erinnerung braucht Raum- Jüdische Kultur in der Lutherstadt Eisleben als Leuchtturm für das Stadtquartier
Lutherstadt Eisleben	Gemeinschaftswerk LUTHERSTADTumbau

M

Mainz	Mainz Citymanagement
Mannheim	Geschäftsstraßen-Management Breite Straße
Marbach am Neckar	Gründung und Betrieb eines Stadtmarketingvereins
Marktredwitz	Marktredwitz INNENSTADT-SÜD
Memmingen	Perspektive Memmingen - Nachhaltiger Stadtentwicklungsprozess
Meschede	NaturKunstSpiel - Lebensraum Stadt
Minden	Zauberhaftes Minden - Nachhaltiges Stadtmarketing zwischen Stadtgeschichte und goldener Zukunft
Mosbach	Mosbacher Markterlebnis - Erlebnismärkte in der Mosbacher Innenstadt
Mühlhausen	"Umbau der Kilianikirche zu einem jugendkulturellem Zentrum"

N	
Nagold	Nagold macht sich schön - Nagold ist schöner
Nauen	"Für die dunkle Jahreszeit" - eine Weihnachtsaktion der besonderen Art für Nauen
Neumünster	TUCH + TECHNIK Textilmuseum Neumünster
Neumünster	Kunstflecken - Das jährliche Kulturfestival der Stadt Neumünster
Neumünster	Nachbarschaftshilfe Böcklersiedlung
Neustrelitz	Eine Region ändert ihr Gesicht - Bürger gestalten eine Fotoausstellung
Nortorf	Arbeitskreis Innenstadt - Marktplatz Nortorf
O	
Oldenburg	Ausbaugesellschaft
P	
Paderborn	Imagekampagne "Paderborn überzeugt"
Pankow	Trommeln für Pankow
Plauen	Plauen erleben - über und unter Tage
Potsdam / Görlitz	Vital Cities - Stärkung polyzentrischer Städtesysteme durch Förderung der Einzelhandelsansiedlung in den Innenstädten (gemeinsam mit sechs weiteren europäischen Ländern)
Potsdam-Babelsberg	Lebendiges Stadtteilzentrum Potsdam-Babelsberg
Prennitz	Sanierung Pumpstation und Einlaufbauwerk
Q	
Quedlinburg	Sanierung der Stützmauern am Münzenberg in Quedlinburg
Quedlinburg	Neugestaltung Parkplatz Carl-Ritter-Straße
Quedlinburg	Tag des offenen Denkmals in der Welterbestadt Quedlinburg
Quedlinburg	Advent in den Höfen
R	
Ravensburg	Pausenpark Hirschgraben
Remscheid / Wuppertal / Solingen	Kooperation Bergisches Städtedreieck: Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck
Riesa	Der Risaer Erlebnis-Pfad
S	
Saalfeld/ Saale	Saalfeld aktiv - Gemeinsam für neue touristische Vielfalt und eine lebendige Stadt
Saalfeld/ Saale	Umbau und Sanierung des Einzeldenkmals Brudergasse 11 zum Wohnheim für Behinderte, Tagespflege und Sozialstation für die Evangelische Stiftung Christopherushof
Saalfeld/ Saale	Altengerechtes Wohnen in der Brudergasse 12
Saalfeld/ Saale	Markt 6 - Bürger- und Behördenhaus der Stadt Saalfeld
Schmalkalden	Das Kunsthaus am Markt - Kunst + Genießen
Schöppenstedt	Schöppenstedt als Buch
Siegen	Immobilien- und Standortgemeinschaft Oberstadt

Singen	"Singen macht die Welle" - Attraktivierung der Innenstadt als urban gewachsenes Einkaufszentrum mit Mehrwert
Solingen	Entwicklung der südlichen Innenstadt
Spremberg	City-Werbering e.V. - ein starker Verein zur Steigerung der Attraktivität in der Innenstadt
Stadtlohn	Stadtlohn schafft Platz
Stollberg	Kulturbahnhof Stollberg
Stralsund	Aktionsprogramm: "Offensive Altstadt 2001 - Menschen in der Altstadt"
Stromberg	Stromberg geht neue Wege
Stuttgart	Die City Initiative Stuttgart e.V.
V	
Vetschau / Spreewald	"Schaufenster der Stadt und der Region" im Rahmen der Zukunftswerkstatt Stadtmarketing Arbeitsgruppe Altstadtbelebung
Viernheim	Kunsthau Viernheim
Völklingen	Umbau des Pfarrgartens in der Völklinger Innenstadt zu einem Veranstaltungsplatz
Vreden	Vredener - Ein Ring wie Vreden
W	
Waiblingen	Sanierung Kernstadt Waiblingen
Weinheim	SmS Sport mit Spaß - Sportmeile für Kinder durch die Innenstadt
Werder (Havel)	"Was geht auf eine Kuhhaut" - Künstler malen öffentlich
Werder (Havel)	"Die Insel mit allen Sinnen erleben - Werders historische Altstadt in Künstlerhand"
Werder (Havel)	Belebung der "Historischen Altstadt" von Werder (Havel)
Wetzlar	Optikparcours
Wetzlar	Innerstädtischer Kinderspielplatz
Wildau	"Neue Mitte Wildau" - Initiative zur Schaffung eines Ortsmittelpunktes für die "Schwartzkopffsiedlung" in Wildau im Rahmen der städtebaulichen Erneuerung
Winterberg	Ferienwelt Winterberg "Die Mischung machts"
Wipperfürth	Umbau der Alten Drahtzieherei zum Veranstaltungs- und Kulturzentrum durch die Bürgerstiftung "Wir Wipperfürther"
Wittenberge	Attraktive Innenstadt
Wolfenbüttel	Wolfenbüttel - lebendig, kultig kräuterlikörig! 99 mal feinwürzige Shoppingkultur
Worms	Stärkung der Einzelhandelsinnenstadt
Würzburg	"Würzburger Gesundheitstag" (mit variierenden Mottos)
20 Brandenburger Städte	Innenstadtforum Brandenburg
14 Thüringer Städte	Thüringer Innenstadttinitiative

Bildnachweis

Kapitel/Projekt	Quelle	Bilder
Umschlagseite	Cordelia Ewerth	erstes Bild von oben
	Stadt Oldenburg	zweites Bild von oben
	Regionaler Arbeitskreis Entwicklung, Planung und Verkehr Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler (:rak) Theater Hagen Foto Kühle	erstes Bild von unten zweites Bild von unten
	Westfalenpost Hagen, Marco Siekmann	großes Bild rechts
Suche und Auswahl der Innenstadtprojekte	Stadt Oldenburg	S. 2 links
	Regionaler Arbeitskreis Entwicklung, Planung und Verkehr Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler (:rak) Stadtmarketing Hagen e.V. Lenkungsgruppe "Ab in die Mitte", Alfeld	S. 2 rechts S. 3 oben S. 3 unten
	Cordelia Ewerth	S. 6
Ideen für Lebenswerte Innenstädte	BID Sachsenator, Hamburg	S. 7 links
	Stadt Geislingen an der Steige	S. 7 rechts
	BID Neuer Wall, Hamburg	S. 8
Bad Dürkheim	Stadt Bad Dürkheim	S. 12, 13
Bernkastel-Kues	Entwicklungsagentur Bernkastel-Kues e.V.	S. 14, 15
Bochum	ISG Bermuda3Eck Bochum e.V.	S. 16, 17
Siegen	Immobilien- und Stadtortgemeinschaft Oberstadt Siegen e.V.	S. 18, 19
Hamburg - Neuer Wall	Cordelia Ewerth	S. 20, 21 rechts
	BID Neuer Wall	S. 21 links
Hamburg - Sachsenator	BID Sachsenator	S. 22, 23
Dortmund	Stadt Dortmund	S. 24, 25
Dannenberg	Samtgemeinde Elbtalaue	S. 26, 27
Eschwege	Wolfgang Conrad	S. 28, 29
Alfeld	Lenkungsgruppe "Ab in die Mitte"	S. 30, 31
Düsseldorf	Contur 2, Christiane Voigt Architektin + Stadtplanerin; Alexander Nix, Landschaftsarchitekt; LIT Fischer, Künstler	S. 32 links
	Bernd Nanninga	S. 32 rechts
	Stadt Düsseldorf	S. 33 oben
	Prof. Niklaus Fritschi, Benedikt Stahl, Günter Baum, architekten - Stadtplaner und lichtraumstadt, dinnebier+knappschneider GmbH, Stadtgestaltung - Lichtplanung	S. 33 unten
Gladbeck	Stadt Gladbeck	S. 34, 35
Luckenwalde	Stadt Luckenwalde	S. 36, 37
Geislingen	Stadt Geislingen	S. 38, 39
Oldenburg	Stadt Oldenburg	S. 40
	Landschaftsarchitekten LohausCarl, Hannover	S. 41
Gera	Sigrid Schädlich	S. 42
	"Ja für Gera" e.V.	S. 43

Frankfurt/Main	Stadt Frankfurt am Main	S. 44
Hagen	Westfalenpost Hagen, Michael Kleinrensing	S. 46 links
	Theater Hagen Foto Kühle	S. 46 rechts
	Westfalenpost Hagen, Marco Siekmann	S. 47
Emden	Kunsthalle in Emden	S. 48, 49
Schöppenstedt	Samtgemeinde Schöppenstedt	S. 50, 51 links
	Braunschweiger Zeitung, Stephan Hespos	S. 51 rechts
Wetzlar	Sonntag Morgenmagazin, Gießen	S. 52 links
	Graubner GmbH, Herrischried	S. 52 rechts, 53
Bottrop	Stadt Bottrop	S. 54, 55
Östliches Ruhrgebiet	Econ-Consult GmbH & Co. KG, Köln	S. 56
	Industrie- und Handelskammer zu Dortmund, Matthias Stiller	S. 57
Ostwestfalen-Lippe	Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld	S. 58, 59
Bonn, Rhein-Sieg-Kreis, Kreis Ahrweiler	Regionaler Arbeitskreis Entwicklung, Planung und Verkehr Bonn/ Rhein-Sieg/Ahrweiler (:rak)	S. 60, 61

