

Bekanntgabe
an den
Innenstadtausschuss

Wettbewerbsantrag „Ab in die Mitte“ 2009

Aufgrund der Beschlüsse von AWKT und Verwaltungsausschuss hat die Verwaltung einen neuen Wettbewerbsbeitrag „Ab in die Mitte“ 2009 entwickelt und fristgerecht zum 02.10.2008 eingereicht. Die entsprechende Eingangsbestätigung liegt bereits vor.

Vor dem Hintergrund des erforderlichen Finanzanteiles der Wirtschaft von mindestens 10 % der förderfähigen Kosten wurden bereits im Vorfeld Gespräche mit potenziellen Sponsoren geführt, die eine große Akzeptanz der erneuten Bewerbung erkennen ließen.

Der aktuelle Antrag sieht eine Fortsetzung des erfolgreichen „Kaufhauses Innenstadt“ vor und lässt daraus „**Begegnungen - Treffpunkt Innenstadt**“ werden. Dabei ist beabsichtigt, dass die geplanten Veranstaltungen nicht einfach eine Kopie der Aktionen 2008 darstellen, sondern neben neuen Veranstaltungen auch einen Teil davon im positiven Sinne weiterentwickeln bzw. vertiefen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass der innerstädtische Handel besonders von dezentralen Veranstaltungen wie „Kaffeehaus“ oder „Literaturhaus“ im Gegensatz zu größeren zentralen Festen ohne direkte Einbindung der Geschäfte profitierte. Dies wurde beim aktuellen Antrag berücksichtigt, der als Anlage dieser Bekanntgabe beigefügt ist.

Die Veröffentlichung der Gewinner 2009 findet am 04.12.2008 in Hildesheim statt. Im Rahmen der Veranstaltung haben die diesjährigen Gewinner auch die Möglichkeit, den anderen Bewerbern einen Rückblick auf ihre Veranstaltungen zu präsentieren.

(Eisermann)

Anlage



An den
Handelsverband
LVMG Niedersachsen
Hinüberstraße 16
30175 Hannover

und per E-Mail an:
antrag@abindiemitte-niedersachsen.de

Wettbewerbsantrag für das Jahr 2009

(Zutreffendes bitte markieren)

Antragsteller:

Stadt Gemeinde Samtgemeinde

Helmstedt

Ansprechpartner/Sachbearbeiter: Herr Rainer Metschke

Straße: Markt 1

PLZ, Ort: 38350 Helmstedt

Die Stadt/Gemeinde ist Bedarfszuwendungsempfängerin.

Projekttitle: **Begegnungen - Treffpunkt Innenstadt**

Veranstaltungszeitraum: **Mai bis September 2009**

Landkreis: Helmstedt

Einwohnerzahl: 26.378 (30.06.2008)

Bisherige Bewerb. „Ab in die Mitte!“ 2003 2004 2005 2006 2007 2008

Neuer Ansatz

oder

Weiterentwicklung

Projektleiter/-in der Umsetzung: **Rainer Metschke**

Straße, Hausnummer: Markt 1

PLZ, Ort: 38350 Helmstedt

Tel.: 05351/17-1100

Fax: 05351/59 57 14

E-Mail: rainer.metschke@stadt-helmstedt.de

Ansprechpartner/-in für technische Fragen zu den Antragsunterlagen:

Rainer Metschke, Holger Becker

Tel.: s. o. bzw. 17-1101

E-Mail: s. o. oder holger.becker@stadt-helmstedt.de

1) PPP-Umsetzung	
<i>Bitte tragen Sie in die Tabelle ein:</i>	
1.1.a Welche lokalen Interessengruppen aus Handel, Gastronomie, Kultur, Sport, Handwerk, Dienstleistung, Verwaltung, Tourismus, Bürgergruppen, Vereinen, Schulen, Kirchen und weiteren Trägern sind in die Organisation (Planung, Umsetzung, Finanzierung) eingebunden?	
Akteur / Gruppe / Institution	Kooperationsbeitrag / -beiträge
helmstedt aktuell/Stadtmarketing e. V.	Projektleiter: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel Projektteilnehmer: 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe 5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde 7 Lauffreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Einzelhandelsverband Helmstedt	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog 5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Marketinggemeinschaft „Aktive Meile“	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog 5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
CUKS, der gelbe Salon	Projektleiter: 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Seniorenbeirat	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde

Seniorenmagazin „Niemärker“	Projektteilnehmer: 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Lokale Gastronomie	Projektteilnehmer: 5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen
Helmstedter Kirchengemeinden	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Helmstedter Kindergärten	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde 7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Kreismusikschule e. V.	Projektteilnehmer: 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Gymnasium Julianum und Gymnasium am Bötschenburg	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde 7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Berufsbildende Schulen Helmstedt	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe 5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde 7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Helmstedter Sportvereine	Projektteilnehmer: 7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Helmstedter Jugendfeuerwehr	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe 7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Helmstedter Fitnessstudios	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer

Mütterzentrum und Mehrgenerationenhaus	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde 7 Lauftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Helmstedter Verein für Städtepartnerschaften	Projektteilnehmer: 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Helmstedter Kochclubs	Projektteilnehmer: Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen
Fleischer-Innung	Projektteilnehmer: Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen
Bäcker-Innung	Projektteilnehmer: Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen
Rotes Kreuz	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe 5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde 7 Lauftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer
Jugendfreizeit- und Bildungszentrum	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles
Arbeitskreis Kultur	Projektteilnehmer: 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Malschule der Kreisverkehrswacht	Projektteilnehmer: 6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde
Braunschweiger Zeitung	Projektteilnehmer: 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles 3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe

	<p>5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen</p> <p>6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde</p> <p>7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer</p>
Helmstedter Blitz	<p>Projektteilnehmer:</p> <p>1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel</p> <p>2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles</p> <p>3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog</p> <p>4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe</p> <p>5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen</p> <p>6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde</p> <p>7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer</p>
Helmstedter Sonntag	<p>Projektteilnehmer:</p> <p>1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel</p> <p>2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles</p> <p>3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog</p> <p>4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe</p> <p>5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen</p> <p>6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde</p> <p>7 Laufftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer</p>
Helmstedter Fotografen	<p>Projektteilnehmer:</p> <p>6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde</p>
Helmstedter Schreibwerkstatt	<p>Projektteilnehmer:</p> <p>6 Kulturtreff - Kunst trifft Kunde</p>
Best Western Hotel	<p>Projektteilnehmer:</p> <p>3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog</p> <p>5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen</p>
Helmstedter Autohändler	<p>Projektteilnehmer:</p> <p>1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel</p>

1.1.b Welche Partner nehmen an den (regelmäßigen) Treffen der lokalen Arbeitsgruppe(n) teil?	
Person	Institution / Position
M. Walter	helmstedt aktuell/Stadtmarketing
A. Sachse, H. Schulze	Marketinggemeinschaft „Aktive Meile“
Fraktionen des Rates	Helmstedter Rat
R. Metschke, H. Becker	Fachbereich Wirtschaft, Kultur, Tourismus der Stadtverwaltung
H. Langenheim	Volksbank Helmstedt
H. Draß	Landessparkasse
O. Bauer	Energy from Waste
R. Montag, A. Klimek	E.on Avacon
<p>1.2. Welche Organisationsstrukturen werden neu geschaffen bzw. welche Interessengruppen werden erstmals in bestehende Strukturen eingebunden? Worin besteht die inhaltliche und formale Weiterentwicklung bei bereits bestehenden Organisationsstrukturen?</p> <p>Der Erfolg der Aktionen 2008 belegt die Qualität der dafür geschaffenen Organisationsstrukturen, so dass diese für den Beitrag 2009 weiter entwickelt und genutzt werden. Die Interessengruppen setzen sich im Wesentlichen aus Vertretern und Mitgliedern der Werbegemeinschaften „helmstedt aktuell/Stadtmarketing“ e. V. und „Aktive Meile“ zusammen und werden projektbezogen durch Mitglieder der beteiligten Institutionen und Gruppen, wie örtliche Vereine, Schulen, Kirchengemeinden, Unternehmen und Banken ergänzt. Durch die weiterentwickelte Thematik kommen u. a. Vertreter der Seniorengruppen, des Senioren-Magazins, des Partnerschaftsvereines und des Mütterzentrums hinzu.</p>	
<p>1.3. Durch welche Maßnahmen oder Strukturen der Organisationsform ist sichergestellt, dass diese auch über das konkrete Ziel der Teilnahme am Wettbewerb hinaus im Interesse des Lebens-, Kultur- und Wirtschaftsraums Innenstadt bestehen bleibt bzw. weiterentwickelt wird?</p> <p>Der Verwaltungsausschuss der Stadt hat aufgrund der erfolgreichen Bewerbung und Umsetzung für den Wettbewerb 2008 beschlossen, sich erneut zu bewerben. Auch dabei ist der politischen Schwerpunktsetzung der Innenstadtentwicklung Rechnung zu tragen. Der für den Wettbewerb 2007 eingerichtete Arbeitskreis „City-Offensive“ mit Vertretern von ha/SM und des Einzelhandelsverbandes sowie deren gleichzeitig beratende Funktion im Innentadtausschuss einerseits und durch die Ratsvertreter im Arbeitskreis andererseits ist eine Verzahnung der beiden Gremien erreicht, die eine Fortsetzung der Zusammenarbeit sowie Kontinuität gewährleistet.</p> <p>Auch der Erfolg der Veranstaltungen 2008 führte dazu, dass weitere Interessenvertreter für eine künftige Mitarbeit gewonnen werden konnten. Insofern ist hier eine Kontinuität der Aktionen gewollt, die letztlich zu einer Belebung der Helmstedter Innenstadt führt.</p>	

2) Projektanspruch

- 2.1. Das übergeordnete Ziel der nachhaltigen Entwicklung und Belebung des Ortszentrums vorausgesetzt – Bitte beschreiben Sie die inhaltliche Leitidee / den roten Faden der geplanten Einzelaktionen und deren spezifischen Ziele in Bezug auf die individuellen Rahmenbedingungen in Ihrer Kommune: *max. 600 Zeichen*

Der vorliegende Antrag steht unter dem Leitwort „Begegnung“ und beinhaltet den Begriff „Treffen“ in vielfältiger Weise zu interpretieren und zu organisieren, so dass sich Menschen unterschiedlicher Generation, unterschiedlicher Nationen und aus unterschiedlicher Intention in der Helmstedter Innenstadt treffen. Der Grundgedanke der Aktionen ist, die Innenstadt zu einem attraktiven Treffpunkt werden zu lassen. Die Rahmenbedingungen werden durch das Ambiente einer historischen Kleinstadt, durch die kurzen Wege durch das innerstädtische Geschäftsangebot und durch ein erfolgreiches Veranstaltungsspektrum von „Ab in die Mitte“ im Jahr 2008 samt dem entstandenen Netzwerk aus unterschiedlichen Institutionen vorgegeben.

Leitidee des Antrages ist daher eine Thematisierung von Begegnungen an einem Treffpunkt Innenstadt, der auf eine Fortentwicklung des Kaufhauses Innenstadt abzielt. Die Verknüpfung von Tradition und Moderne, verbunden mit generationsübergreifenden Aktionen zu Begegnungen soll die Aktionen 2009 prägen. So werden die Veranstaltungen immer wieder Treffen von Familien, Kindern, Jugendlichen und Senioren vorsehen. Synergien aus dem Wettbewerbsbeitrag 2008 sollen darüber hinaus unterstützen, durch die Institutionen Generationen mit einander zu verbinden und darüber in der Innenstadt zu binden. Denn auch hier treffen sich Menschen, Einheimische, Auswärtige, Deutsche und Ausländer, Alte und Junge, Arme und Reiche, um miteinander zu lachen, manchmal vielleicht miteinander zu streiten, um Geschäfte zu machen, zu feiern oder auch nur, um zu sehen und gesehen zu werden.

Das Thema Begegnungen ist in Helmstedt zeitgeschichtlich mehrfach verankert. Bereits in der über 1000-jährigen Geschichte kam es immer wieder zu Begegnungen mit historisch bedeutsamen Persönlichkeiten. Seien es die Begegnungen von zwei wichtigen sich in Helmstedt kreuzenden Handelsstraßen, seien es die Begegnungen zu der Zeit, als Helmstedt Mitglied des mittelalterlichen Hansebundes war oder seien es die Begegnungen zwischen Studenten und Professoren zur Zeit Helmstedts als bedeutendste norddeutsche Universitätsstadt. Ziel ist es daher, diese historische Bedeutung als Instrument und Transportmittel für eine Belebung der Innenstadt zu verwenden. Diese Begegnungen wurden und werden in Helmstedt sehr ernst genommen.

Bis zur Öffnung der innerdeutschen Grenze warb die Stadt mit dem Slogan „Stadt der Begegnung“, um deutlich zu machen, dass hier eine Nahtstelle zwischen Ost und West vorhanden war. Mit Öffnung der Grenze 1989 erhielten die Begegnungen eine neue emotionale Komponente, als sich völlig fremde Menschen aus Ost- und Westdeutschland freudig schluchzend in die Arme fielen. Diese Thematik der friedlichen Überwindung von Grenzen - ein Thema, das heute nach wie vor große Bedeutung hat - wird auch heute noch vom Verein „Grenzenlos - Wege zum Nachbarn“ gepflegt und z. B. in den jährlichen Helmstedter Universitätstagen analysiert und teilweise kontrovers diskutiert. Auch

Begegnungen, nicht nur von Menschen, sondern von Ansichten und Meinungen kommen dabei zum Tragen.

Und schließlich pflegt die Stadt Helmstedt Partnerschaften zu mittlerweile acht Städten auf der ganzen Welt, die immer wieder zu fruchtbaren und interessanten Treffen und damit seit vielen Jahren zu internationalen Begegnungen führen.

2.2. Inwiefern leistet das „Ab in die Mitte!“-Projekt einen Beitrag zur qualitativen Profilierung des Standorts – insbesondere zur Stärkung des Handels und/oder zur Beförderung der Stadt als Marke?

Das Projekt „Ab in die Mitte“ hat in der Stadt Helmstedt ein immenses Maß an Motivation, Kreativität und Zusammenarbeit erzeugt. Es ist somit der Anreiz und der Wunsch dieses Netzes von Gruppen, Institutionen, Betrieben und Vereinen entstanden, die geschaffenen Strukturen fortzusetzen und die Identifikation mit der Stadt Helmstedt und den Aktionen zu stärken. Das führt auch zu einer Ausweitung der Netzwerke. Netzwerke sind nun ein durch den Wettbewerb **messbares** Ziel geworden. Es setzt sich der Erfolgswille fort, auch 2009 wieder zu den Gewinnern zu gehören und bildet einen Ansporn hinsichtlich der Aktionen.

Hilfreich für die Profilierung des Standortes Helmstedt ist die Helmstedter Innenstadt mit ihrer über 1000 Jahre alten Geschichte und gestaltet so eine besondere Einkaufs-Atmosphäre. Dieses Ambiente lässt sich hervorragend als Vorteil für die geplanten Aktionen nutzen und schafft Synergien für den innerstädtischen Handel. Es bietet darüber hinaus historische Winkel, Plätze und Gassen, die in dieser Innenstadt dazu einladen, sich zu treffen. Der Treffpunkt Innenstadt erhält sein Format durch die gewachsene Struktur der Altstadt und fordert geradezu zu Begegnungen. Ohne sterile künstliche Orte schaffen zu müssen, kann die gesamte Innenstadt mit Fußgängerzone und umschließender Wallanlage zum natürlichen Treffpunkt werden.

Der Wettbewerb ist wieder Auslöser für neue Aktivitäten und entwickelt das Kaufhaus Innenstadt weiter zum Treffpunkt Innenstadt. **Die Wettbewerbsbeiträge laden ein, sich immer wieder in der Innenstadt zu treffen und so die Chancen und Möglichkeiten einer Kleinstadt aufzunehmen. Dieses gilt sowohl für die Besucher als auch für die Geschäftsinhaber, die sich stets in die Treffen bzw. Aktionen einbringen sollen.** Damit soll ein Wir-Gefühl entstehen, dass alle Beteiligten eine Einheit und das Stadtzentrum attraktiv werden lässt.

Der Erfolg des ersten Wettbewerbsbeitrages motiviert alle Beteiligten des Netzwerkes, diese neuen Maßnahmen in Angriff nehmen und auch tatsächlich realisieren zu können.

2.3. Welche für die Stadt/Gemeinde ganz neuen Aktivitäten sind geplant? Falls bereits bestehende Veranstaltungen durchgeführt werden: Worin besteht deren qualitativ erkennbare (inhaltliche, organisatorische o. ä.) Weiterentwicklung? Inwiefern sind diese Aktionen innovativ, kreativ und originell?

Der Beitrag 2008 hat gezeigt, dass Synergien verstärkt entstehen, wenn der innerstädtische Handel direkt über die Nutzung von Räumlichkeiten oder mehreren

Teilaktionen eingebunden wird, anstatt über große Events partizipieren soll. Das wurde sowohl von Kunden als auch vom Handel entsprechend gewürdigt und anerkannt. Diese Erfahrung fließt sowohl in neue als auch in die Weiterentwicklung bestehender Konzepte für die Veranstaltungen für 2009 mit ein.

Die Aktionen bilden jeweils einzelne Treffpunkte zu bestimmten Themenbereichen, die teilweise im Kaufhaus Innenstadt ihren Beginn fanden, teilweise neu entwickelt wurden und nun einen Gesamt-Treffpunkt Innenstadt darstellen. Die Treffpunkte stellen dabei immer wieder Verknüpfungen zwischen Innenstadthandel und der historischen Innenstadt her. Sie sorgen durch diese Synergieeffekte für mehr Interesse, für neue Sichtweisen bei Besuchern und Kunden und schaffen damit Lust sich dort zu treffen. Durch die damit verbundene Kommunikation zwischen den verschiedenen Akteuren entsteht ein großes Netz an Initiativen, Kreativität und Kompetenz, um eine Belebung der Innenstadt und damit eine Stärkung des Einzelhandels zu erwirken. Im Folgenden sollen die Veranstaltungen - neu konzipiert oder weiterentwickelt - kurz beleuchtet werden, eine weitere Beschreibung erfolgt unter der Projektbeschreibung.

Es erfolgt eine erneute Erweiterung des bereits bestehenden Kindertages durch neue Impulse, die sich auf die Beteiligung von Senioren beziehen und so ein Treffen von Generationen zum Spielen ermöglichen. Diese Erweiterung wird unterstützt durch die Zusammenarbeit mit den Seniorenzentren in der Stadt sowie mit Gruppen und Institutionen, die in der Kinder- und Jugendarbeit sowie in der Seniorenarbeit tätig sind.

Angesichts zahlreicher Helmstedter Musiker der verschiedenen Stilrichtungen liegt es nahe, dieses Potenzial für eine neue Veranstaltung in der Innenstadt zu nutzen. Der Treffpunkt Innenstadt soll das Zusammentreffen von historischen und modernen Bauten sowie von alter und neuer Musik ermöglichen und dabei die klischeehaften Paarungen von Örtlichkeit und Musikrichtung umkehren: klassische Musik in moderner Umgebung (Le Figaro im Frisörsalon) und moderne Musik in historischer Umgebung (Rock unter der Kanzel). Dies soll nicht nur Menschen zusammenführen sondern auch Meinungen aufeinander treffen lassen.

Ein Markt ist seit Jahrhunderten Treffpunkt der Menschen, die handeln, kaufen, verkaufen oder einfach nur kommunizieren wollen. Diese Aktion sieht vor, dass die gesamte Innenstadt zu einem Markt wird und die Geschäfte ihre Waren „open-air“ anbieten. Zusätzlich sollen historische Waren neben das aktuelle Angebot in die Schaufenster eindekoriert werden. Hierbei handelt es sich um eine neu konzipierte Veranstaltung, die der Innenstadt durch das buchstäbliche Öffnen der Geschäfte zu mehr Offenheit und Transparenz verhelfen soll.

An die unterschiedlichen historischen Begegnungen mit Prominenten, z. B. zu den Blütezeiten der Universität, knüpft der Promi-Treff Innenstadt unter dem Motto „Gauß trifft Goethe“ an. Prominente Zeitgenossen, die Helmstedt als wichtigen Ort wahrnahmen, werden auf vielfältige Art und Weise thematisiert. In Verbindung mit geschichtsträchtigen Gebäuden in der Stadt sei diese Aktion eine Reminiszenz an ihre Historie.

Der Gourmet-Treff soll als Spezialitäten-Parcours von großen und kleinen Gastronomiebetrieben die Innenstadt beleben. Geplant sind sogenannte Gourmetpatenschaften von Non-Food-Geschäften mit der Gastronomie, so dass ein großes Innenstadt-Buffer entsteht, das den Einkauf zum Erlebnis werden lässt. Gleichzeitig ergibt sich ein neues Netzwerk innerhalb des Handels zwischen unterschiedlichen Branchen und es kommt wieder zu neuen Treffen.

Maßgeblich erweitert wird das bei Handel und Kunden höchst erfolgreich durchgeführte Literaturhaus 2008 und lädt 2009 zu einem Kulturtreff ein, der neben Literaturveranstaltungen viele andere Kunstformen zulässt. Damit haben dann Maler, Bildhauer, Kleinkünstler, Musiker und Autoren die Möglichkeit, die Innenstadtgeschäfte als Bühne und Forum zu nutzen, um Kunst zum Kunden zu bringen, während die Geschäfte gleichzeitig vom erhöhten Kundenstrom profitieren.

Die Helmstedter Innenstadt ist von einer vollständig erhaltenen Wallanlage umgeben. Seit vielen Jahren stellt diese die Austragungsstrecke für den „Lauf um die Wälle“ dar, der allerdings darunter leidet, dass die Sportler überwiegend unter sich bleiben und nur eine sehr eingeschränkte öffentliche Wahrnehmung stattfindet. Die Veranstaltung soll spürbar weiterentwickelt und damit in den Focus der Zuschauer und Innenstadtbesucher gerückt werden. Der Lauftreff Innenstadt soll sich allerdings nicht nur darauf beschränken, sondern ebenso den Skaterlauf in Form eines sportlichen Leistungslaufes und einer unterhaltsamen Skaternacht beinhalten. Weiterhin wird ein computergestütztes olympisches Trainingszentrum die Simulation verschiedener Sportarten und einen Leistungstest der sportlichen Kunden ermöglichen, ein Highlight, das für vielerlei Begegnungen sorgen wird. Synergien ergeben sich dabei für die Geschäfte unter dem Motto „Käufer trifft Läufer“, da die beteiligten Sportler natürlich potenzielle Käufer und die vorhandenen Käufer in der Innenstadt einerseits das Publikum für die Sportaktionen sind, teilweise jedoch auch spontan selbst zum aktiven Sportler werden.

Die einzelnen Aktionen werden wie folgt bezeichnet:

Begegnungen - Treffpunkt Innenstadt

- 1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel
- 2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles
- 3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog
- 4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe
- 5 Gourmettreff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen
- 6 Kulturtreff Innenstadt - Kunst trifft Kunde
- 7 Lauftreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer

3) Konzeptionelle Einbindung

- 3.1. In welchem Bezug stehen die Projektidee und das Leitbild der Kommune zueinander? Gibt es einen gemeinsamen Nenner der Planungen mit den Aktivitäten im Stadt- bzw. Regionalmarketing?

Die Ziele des aktuellen Helmstedter Konzeptes „Ab in die Mitte“, in dem die Innenstadt als Treffpunkt charakterisiert wird, entsprechen selbstverständlich dem Leitbild der Stadt. Die entspannte Einkaufssituation mit kurzen Wegen und individueller Beratung sowie die reizvollen Aufenthaltsplätze der Altstadt bieten Treffpunkte in der Innenstadt.

Das in Verbindung mit dem Stadtmarketing erarbeitete und vom Rat der Stadt Helmstedt verabschiedete Leitbild der Stadt Helmstedt sieht für den Bereich Handel, Gastronomie, Dienstleistungen und Tourismus vor, die Chancen einer überschaubaren, individuellen Kleinstadt gegenüber anonymen Oberzentren zu nutzen, um die Innenstadt lebendiger zu gestalten und den Branchenmix zu verbessern.

- 3.2. Inwiefern korrespondieren die geplanten „Ab in die Mitte!“-Aktivitäten mit Entwicklungs- und Rahmenplanungen des lokalen Handels (z. B. Einzelhandelskonzepten, konkreten Marketingmaßnahmen, Serviceoffensiven etc.)?

Das vom Rat der Stadt Helmstedt 2007 beschlossene Einzelhandelskonzept soll vor allem die Helmstedter Innenstadt davor bewahren, negativen Einflüssen durch Investitionen an der Peripherie ausgesetzt zu sein. Es gilt als Richtlinie für die Ansiedlung von Handelsbetrieben. Das Konzept regelt u. a. die Verteilung von Sortimenten, in dem bestimmte Branchen nur dem Zentrum vorbehalten sind.

Eine wesentliche Service-Offensive ist das kostenlose Parken in der Innenstadt ab 16.00 Uhr. Einhergehend mit verlängerten Öffnungszeiten haben die Kunden die Möglichkeit, den Treffpunkt Innenstadt bequem und ohne Park(zeit)stress zu erreichen. Im Zusammenhang mit dem Wettbewerbsbeitrag sind auch besondere Aktionen mit extra verlängerten Öffnungszeiten geplant.

Die Helmstedt-Card, als Initiative von helmstedt aktuell / Stadtmarketing, ist nach wie vor ein erfolgreiches Instrument für eine Vernetzung der Innenstadteinzelhändler. Damit können Kunden Punkte beim Kauf sammeln und einlösen. Dies führt einerseits zu einer gewissen Kundenbindung an die Stadt und andererseits zu einem Gemeinschaftsgefühl der teilnehmenden Händler. Letzteres wird durch die Arbeit am Wettbewerb noch verstärkt.

- 3.3. Inwiefern ist die Konzeption des „Ab in die Mitte!“-Projekts bzw. der Aktionen langfristig angelegt? Soll es z. B. Fortsetzungen geben? Gibt es einen Stufenplan?

Mit der Förderung der Aktionen 2008 wurde in Helmstedt ein Prozess eröffnet, der mittlerweile zu einer Vernetzung unterschiedlichster Gruppen geführt hat. Institutionen und Vereine, die sonst keinerlei Berührungspunkte hatten, konnten im Rahmen der Veranstaltungen zusammengebracht werden.

Um die deutlich spürbaren Veränderungen und die erlebbare Euphorie bei den Beteiligten fortzusetzen, hat der Rat sich ausdrücklich für einen neuen Beitrag ausgesprochen. Dieser soll nun im Sinne des Kaufhaus Innenstadt zum Treffpunkt Innenstadt weitergeführt werden, ohne einerseits das Rad neu zu erfinden und andererseits sich an Wiederholungen festzuhalten.

Die Dynamik, die durch die Aktionen erzeugt wurde, beinhaltet den ausdrücklichen Wunsch, vor allem beim Einzelhandel, an dieser Stelle weiterzumachen und beispielsweise die Mixtur aus Kunst und Geschäft fortzusetzen. Der Wettbewerbsbeitrag 2009 ist daher geeignet, mit dem Treffpunkt Innenstadt nahtlos an die Erfolge des Kaufhauses Innenstadt anzuknüpfen.

3.4. Wird ein Instrumentarium geschaffen für eventuelle spätere Aktivitäten?

Der erste Arbeitskreis „City-Offensive“ hat sich bewährt und ist durch neue Mitglieder mit neuen Ideen bereichert worden. Aus der Umsetzung von Aktionen in diesem Jahr sind darüber hinaus kleinere Kompetenzeinheiten entstanden, die auch für die Zukunft und somit für den vorliegenden Antrag abrufbar sind.

Bereits die Ausführung des Antrages 2008 hat ein breites Forum von Akteuren und für Akteure geschaffen, die entsprechend ihrer Stärken und Angebote ein vielseitiges Instrumentarium zur Verfügung stellen. Auf diesen Pool von Personen und Institutionen kann durch die Zusammenarbeit in vielfältigen Aktionen auch in Zukunft zurück gegriffen werden. Eigene neue Initiativen entstehen aus durchgeführten Ab-in-die-Mitte - Aktionen.

4) Kommunikation von „Ab in die Mitte!“

4.1. Welche Werbung und Öffentlichkeitsarbeit ist vorgesehen? Welcher werbliche Bezug wird zu den Zielen und zum Motto der Gesamtinitiative „Ab in die Mitte!“ auf Landesebene geschaffen?

Im Nachgang zu den Aktionen 2008 sind die Beteiligten für neue Veranstaltungen sensibilisiert und motiviert für eine Fortsetzung. Auch die jeweils gute Resonanz bei den Besuchern, Kunden und Bürgern der Stadt belegt den hohen Bekanntheitsgrad von „Ab in die Mitte“.

Damit jedoch der Gesamtwettbewerb weiterhin präsent bleibt, wird in Presseveranstaltungen zu den Aktionen 2008 bereits auf die gewünschte Neubewerbung hingewiesen. Für die Veranstaltungswerbung ist selbstverständlich wieder eine **Plakatserie** vorgesehen, die mit einheitlichem Erscheinungsbild im Stadtgebiet veröffentlicht wird. Die Einzelprojekte werden darüber hinaus durch **Flyer** genau beschrieben. Der städtische **Veranstaltungskalender** wird sowohl gedruckt als auch digital auf die Aktionen hinweisen.

Ein spezieller Wettbewerbsveranstaltungskalender wird in den **Gesamtflyer** integriert. Eine Begleitung des Wettbewerbes im **Internet** wird über die Homepage der Stadt Helmstedt erfolgen. Zusätzlich wird es **Mailingaktionen** über den städtischen Newsletter geben. Der

gesamte Wettbewerb wird wieder durch die **örtliche Presse** redaktionell begleitet, wie dies bereits beim Beitrag 2008 der Fall war.

Ferner ist durch überregionale Werbeträger geplant, die Veranstaltungen auch über die Grenzen Helmstedts hinaus bekannt zu machen.

4.2. Wie stehen die einzelnen Veranstaltungselemente zueinander in Verbindung (z. B. inhaltlich, grafisch)?
Welcher Bezug besteht für den Besucher zu Zielen und Motto der landesweiten City-Offensive?

Der gesamte Wettbewerbsbeitrag 2009 steht unter dem Begriff

„Begegnungen - Treffpunkt Innenstadt“.

Möglichst viele Formen des „Treffens“ sollen in der Helmstedter Innenstadt realisiert werden und so zu einer Belebung des Zentrums führen. Zahlreiche Plätze der Altstadt sind für diese Ziele hervorragend geeignet und bieten ideale Voraussetzungen für unterschiedliche Treffpunkte. Aber auch die Geschäfte selbst sollen durch Aktionen zum Treffpunkt werden.

Ausgehend von der Intention des ersten Wettbewerbsbeitrages „Kaufhaus Innenstadt“ werden Aktionen im Sinne der „Begegnungen“ konzipiert. Die sieben einzelnen Projektveranstaltungen lassen Menschen aus unterschiedlichen Gründen zusammentreffen. Durch die Bezeichnung der Projekte nach einem neuen, aber wieder einheitlichen System: „...-Treff Innenstadt - ... trifft ...“ wird erneut eine sprachliche Verbindung und ein Wiedererkennungswert erreicht. Die Einzelprojekte verfolgen dabei jeweils zwei Zielsetzungen:

- Der **besondere Charakter** einer historischen Kleinstadt mit ihrem besonderen Ambiente, ihren kleinen Plätzen soll genutzt werden, um am Treffpunkt Innenstadt dem Einkaufsstress der Großstädte zu entsagen und im positiven Sinne die örtliche Beschaulichkeit zu genießen.
- Das Einkaufserlebnis und das Potenzial der Innenstadt wird durch Kulturbeiträge, durch Spielangebote und interessante Aktionen vermittelt - der Kunde entdeckt die Qualitäten einer Kleinstadt und trifft auf sie dort bzw. trifft sich dort.

Ausgehend von diesem Gedanken wurden wieder Elemente entwickelt, die Innenstadthandel und Altstadt verschmelzen lassen. Dabei sollen vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung vor allem Kinder, Familien und Senioren berücksichtigt werden und sich treffen. Es ist somit eine Veranstaltungsreihe entstanden, die dank der historischen Infrastruktur und dem Branchenspektrum versucht, dieses Gesamtprodukt, den Treffpunkt Innenstadt, interessant zu präsentieren.

Den Zielen der City-Offensive wird in der Form Rechnung getragen, als das die

entstandenen Netze gepflegt und sich im Laufe einzelner Aktionen erweitern werden. Dabei ist noch keine Ende abzusehen, d. h., dass hier eine Vernetzung von Gruppen in einer für Helmstedt einmaligen Dimension erfolgt ist, erfolgt und erfolgen wird. Es ist ein Kommunikationsprozess entstanden, bei dem ganz unterschiedliche Interessenvertreter zusammentreffen, die in diesem Fall aber ein gemeinsames Ziel verfolgen: die Innenstadt wieder nachhaltig zu beleben und die Händler unterstützen. Somit findet sich das Beitragsthema „Treffpunkt Innenstadt“ bereits auf der Ebene der Organisatoren und Netzwerke wieder.

Die Verwendung des Logos der City-Offensive Niedersachsen soll wie bei den Veranstaltungen 2008 auf Druckerzeugnissen, Bannern und sonstigen Veröffentlichungen erfolgen.

4.3. Welche gemeinsamen Aktivitäten sind im Bereich Werbung/Marketing mit lokalen Handelsunternehmen geplant?

Die Stadt wird gemeinsam mit Vertretern der Handelsverbände ha/SM und EHV HE sowie mit Vertretern des Innenstadthandels und der an den Aktionen Beteiligten selbst Presseveranstaltungen initiieren, um die Intention, die Ziele und die Ideen des Wettbewerbsbeitrages darzustellen. Regelmäßige Presseberichte und Anzeigen zusammen mit dem Handel werden die Werbemaßnahmen ergänzen.

Detaillierte Projektbeschreibung <i>Titel des Projekts, kurze Darstellung der Realisierungsvorstellung</i>	Zeitraum <i>Datum, Dauer</i>
<p style="text-align: center;"><u>Begegnungen - Treffpunkt Innenstadt</u></p> <p>1 Spieltreff Innenstadt - Opa trifft Enkel</p> <p>Der bereits erfolgreiche Kindertag in der Innenstadt wird noch einmal erweitert und entwickelt sich quasi zum Kinder- und Seniorenspieltag. Angesprochen werden vor allem die Kindergärten und die Seniorenzentren für ein Programm, das Jung und Alt mit einander spielen lässt. Grenzenloses Spielen steht dabei auch für ein Spielen ohne Altersgrenzen.</p> <p>In dem Zusammenhang ist geplant, einen Seniorenspielplatz in der Innenstadt einzurichten, der mit entsprechenden Angeboten (z. B. Freischach) dem demografischen Wandel Rechnung trägt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • bisheriger Kindertag 2008 • Kinder- und Seniorengottesdienst auf dem Marktplatz 	<p style="text-align: right;">16.05.2009</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Spielolympiade für Kinder und Senioren • gespielte Sketche auf dem Marktplatz • Lesestube: Kinder lesen für Senioren, Senioren lesen für Kinder • Einrichtung eines Seniorenspielplatzes 	
<p>2 Musiktreff Innenstadt - Bach trifft Beatles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neue Musik in alten Räumen - Alte Musik in neuen Räumen <p>Das ehemalige Kloster St. Ludgerus soll mit seinem Paßhof die Kulisse für moderne Konzerte in jahrhundertealten Mauern bieten und so für ein reizvolles Ambiente sorgen. Auch andere historische Orte, wie z. B. Kirchen kommen für derartige Aktionen in Betracht. Ebenfalls werden die Plätze rund um die ehemalige Universität für moderne Klänge genutzt.</p> <p>Ein besonderes Projekt wird eine Band mit Musikern -20 und 60+ sein. Das heißt, es begegnen sich Menschen unterschiedlicher Generationen, um gemeinsam zu musizieren und präsentieren das Ergebnis der Öffentlichkeit.</p> <p>Ein weiterer Teil der Aktion soll eine Klassik-Konzertserie in den Geschäften der Innenstadt bilden. Wieder haben alte und junge Musiker aus Helmstedt die Möglichkeit ihr in diesem Fall klassisches Repertoire darzubieten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzert auf dem Klostergelände St. Ludgeri • Konzert auf dem ehemaligen Universitätsgelände • Moderne Kirchenkonzerte in Helmstedter Kirchen • Klassik-Konzerte in Helmstedter Geschäften • Liederabend in der Markt-Passage • Band-Projekt -20/60+ 	30.05.2009
<p>3 Open-Air-Treff Innenstadt - Hemd trifft Hot Dog</p> <p>Die Innenstadt wird für einen Tag zu einem Markt ohne Grenzen. Die Geschäfte werden ihre Sortimente „open-air“, also vor den Gebäuden anbieten, so dass auf diese Weise ein großer Markt entsteht, der den Besuchern deutlich macht, welches Angebotspotenzial diese Innenstadt bietet. Gemäß dem o. g.</p>	13.06.2009

Untertitel wird eine interessante Mischung aus Kulinarischem, aus Kulturellem und aus Dingen des täglichen Bedarfes zu sehen sein. Auch Dienstleistungen wie der Haarschnitt oder die Maniküre werden nach draußen verlegt. Die Kramstraße wird ihrem Namen gerecht und stellt Platz den Krämern zur Verfügung.

Gleichzeitig werden die Schaufenster der Geschäfte zu musealen Ausstellungsräumen für historische Verkaufsprodukte und laden zu einer Zeitreise ein.

Diese Aktion wird umrahmt von Rätselspielen, die sich auf die Geschäfte der Innenstadt beziehen und die Besucher aktiv an der Veranstaltung teilhaben lässt.

- Außenverkauf durch die Innenstadt-Geschäfte
- Kleinere historische Marktstände im Innenstadtbereich
- Kulinarische „Inseln“ mit Spezialitäten der innerstädtischen Gastronomie
- Ausstellung in den Schaufenstern mit historischen Waren
- Rätsel und Quizspiele zu den Aktionen

10.10.2009

4 Promi-Treff Innenstadt - Gauß trifft Goethe

Die Stadt Helmstedt hat in ihrer Geschichte als Grenz- und Universitätsstadt ganz unterschiedliche Reisende erlebt, die sich hier aufgehalten haben.

So ist Hoffmann von Fallersleben in Helmstedt Schüler gewesen oder hat Johann Wolfgang von Goethe hier den Professor Beireis besucht, der an der Helmstedter Universität lehrte und schließlich hier vor 200 Jahren starb. Der große Mathematiker Gauß hat in einem Haus in der Innenstadt seine Doktorarbeit verfasst.

Begegnungen historisch bedeutender Personen sollen einen nachhaltigen Eindruck vom Leben dieser Menschen vermitteln. Die historische Innenstadt bietet dafür ein besonderes Ambiente, um darzustellen „Wer reiste nach Helmstedt?“ und „So reiste man früher“. Beispiele dafür sind Johann Wolfgang von Goethe oder Luthers Ehefrau Katharina von Bora. Selbstverständlich darf die historische Figur des Helmstedter Hausmanns dabei nicht fehlen.

Die Darstellung des „Promi-Treffs“ soll in Form von Szenen, biografischen Lesungen und Schauspielen an den Orten erfolgen,

<p>an denen die historischen „Promis“ sich in Helmstedt aufhielten. Das eindrucksvolle Zusammenspiel von Laienschauspieler, Schultheatergruppen und Stadtführerinnen wird hierbei genutzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historische Personen beschreiben an Originalschauplätzen ihren Aufenthalt in Helmstedt und zeigen Szenen der Stadtgeschichte • verborgene Hinterhöfe werden geöffnet • Auftritt des Helmstedter Hausmannes • Stadtführung durch historische Prominente • Late-Night-Shopping 	
<p>5 Gourmet-Treff Innenstadt - Geschmack trifft Gaumen</p> <p>Die Innenstadt wird zu einer Kette von Gourmet-Treffpunkten, die sich über sogenannten Gourmetpaten ergeben. Jeweils einem Non-Food-Geschäft wird ein Gastronomiebetrieb je nach Standort zugeordnet, der die Kunden mit Spezialitäten und Erfrischungen verwöhnt. D. h., die Kundinnen vom Damenoberbekleidungs-geschäft werden von der Bäckerei nebenan mit Gebäck versorgt. Garniert wird dieser Imbiss-Mix mit entsprechenden künstlerischen Darbietungen.</p> <p>Bei der Vorbereitung der „Gourmet-Happen“ unterstützen die Helmstedter Kochclubs und die Auszubildenden der Berufsschule.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gourmet-Patenschaften unter den Geschäften für ein großes Innenstadt-Buffer • Musikalische Beiträge durch Schulen, Musikschule, lokale Musiker • Kleinkünstler, Maler mit Staffeleien, Fotografen treten auf • Sitzgelegenheiten laden zum Pausen-Treff ein 	<p>21.06.2009</p>
<p>6 Kulturtreff Innenstadt- Kunst trifft Kunde</p> <p>Die Einbeziehung der innerstädtischen Geschäfte soll weiterhin eine wichtige Rolle spielen und bei dieser Aktion unterschiedliche Ausdrucksformen von Kunst in die Läden bringen. Darüber hinaus wird auch hierbei die Intention, Generationen zu verbinden,</p>	<p>Mai - September</p>

berücksichtigt.

Geplant sind selbstverständlich verschiedene Arten von Lesungen. So wird der Tatsache Rechnung getragen, dass die Stadt Helmstedt mittlerweile acht Städtepartnerschaften in Frankreich, England, Italien, Sachsen-Anhalt, USA, Weißrussland, Rumänien und der Türkei unterhält. Bei einem internationalen Lesetag in der Innenstadt sollen daher Helmstedter Schüler Texte aus den Partnerstädten lesen. Autoren aus Helmstedt veranstalten in der Helmstedter Marktpassage eine Prima-Vista-Lesung, bei der nach dem Zufallsprinzip jeweils Texte anderer Autoren vorgelesen werden. Es wird zum Thema „Grenzenlos“ ein Schreibwettbewerb für Schüler und Senioren veranstaltet.

Der Kulturtreff wird ferner Ausstellungen von Helmstedter Malern und Fotografen vorsehen. Garniert wird der Kulturmix immer wieder durch örtliche Musiker aus verschiedenen Institutionen und Generationen.

- Kunstaussstellungen in innerstädtischen Geschäften
- Kunstauktion im Sitzungssaal des Rathauses
- Internationale Lesungen in innerstädtischen Geschäften
- Prima-Vista-Lesung in der Markt-Passage
- Musikalische Umrahmung

05/06.09.2009

7 Lauffreff Innenstadt - Käufer trifft Läufer

Die Helmstedter Innenstadt bietet neben erholsamer Einkaufsatmosphäre auch Raum für interessante Sportveranstaltungen. Eine davon ist der jährlich auf den Wallanlagen stattfindende „Lauf um die Wälle“. Um diese Veranstaltung aufzuwerten und mehr ins Licht der Öffentlichkeit zu rücken, soll diese Aktion „Ab in die Mitte“ kommen. Dabei ist vor allem vorgesehen, Begegnungen und „Treffen“ zu organisieren in dem gemischt gestaltete Mannschaften (Junioren, Senioren, Familien usw.) gebildet werden.

Gemeinsam mit anderen „Läufen“ und „Läufern“ wird man sich zu einer Sportaktion treffen und nicht nur auf den Walllauf beschränken, sondern ebenso den Skaterlauf in Form eines sportlichen Leistungslaufes und einer unterhaltsamen Skaternacht umfassen.

Ergänzt wird das Angebot um ein computerunterstütztes

olympisches Trainingszentrum, das die Simulation verschiedener Sportarten und einen Leistungstest der sportlichen Kunden ermöglichen - ein Event, das für vielerlei Begegnungen sorgen wird. Synergien ergeben sich dabei für die Geschäfte unter dem Motto „Käufer trifft Läufer“, da die beteiligten Sportler natürlich potenzielle Käufer und die vorhandenen Käufer in der Innenstadt einerseits das Publikum für die Sportaktionen sind, teilweise jedoch auch spontan selbst zum aktiven Sportler werden.

Es wird somit ein Laufftreff organisiert, der verschiedene Sportveranstaltungen bündelt und mit einem „Einkaufsabend“ zu einem besonderen Erlebnis verbindet. Um den aktiven dabei ebenfalls Entspannung und Erholung bieten zu können, wird im Hallenbad eine Sportler-Lounge eingerichtet, in der Massagen, Getränke und Speisen und natürlich auch ein Saunabesuch zur Verfügung stehen.

- Lauf um die Wälle
- Skatertreffen auf dem Stadtring / Blade-Night ab 18 Uhr
- Olympia Trainingsparcours
- Einbindung der Aktion „3000 Schritte“
- Kinderwagen-Staffellauf
- Einbindung THW/Feuerwehr
- Fitness-Meile anlegen
- Einrichten einer Sportler-Lounge im Helmstedter Juliusbad (Fitness-Getränke, Massagebank, Saunabesuch)
- Late-Night Shopping

Projektausgaben in Euro

Kostengliederung	Gesamtausgaben €	Kommunaler Eigenanteil €	Drittmittel €	beantragte Zuwendung €
Ausgaben für externes Personal (z. B. Künstlergagen, Hilfskräfte, Sicherheitsdienst etc. Hierbei muss es sich um Kosten handeln, die dem Antragsteller originär durch das Projekt entstehen.)				
Spieltreff Innenstadt	1000	300	100	600
Kulturtreff Innenstadt	1000	300	100	600
Open-Air-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Gourmet-Treff Innenstadt	1000	300	100	600

Lauf-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Musik-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Promi-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Wettbewerbsmanagement	27000	8100	2700	16200
Zwischensumme	25000	7500	2500	15000
Sachausgaben (z. B. Technik, Versicherung, GEMA)				
Spieltreff Innenstadt	2500	750	250	1500
Kulturtreff Innenstadt	2000	600	200	1200
Open-Air-Treff Innenstadt	1500	450	150	900
Gourmet-Treff Innenstadt	4000	1200	400	2400
Lauf-Treff Innenstadt	2000	600	200	1200
Musik-Treff Innenstadt	2000	600	200	1200
Promi-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Zwischensumme	15000	4500	1500	9000
Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Werbung, Grafik, Anzeigen)				
Spieltreff Innenstadt	1000	300	100	600
Kulturtreff Innenstadt	1000	300	100	600
Open-Air-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Gourmet-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Lauf-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Musik-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Promi-Treff Innenstadt	1000	300	100	600
Globalwerbung (Flyer, Plakat)	3000	900	300	1800
Zwischensumme	10000	3000	1000	6000
Gesamt (Euro)	59000	17700	5900	35400
lt. Förderrichtlinien		mind. 40 %		max. 60 %
		mind. 10 % der Gesamtausgaben	mind. 10 % der Gesamtausgaben	

Erklärung des Antragstellers:

Ich versichere, dass mit dem Vorhaben noch nicht begonnen wurde.

Ich bestätige die Richtigkeit der Angaben in diesem Förderantrag.

Ich erkläre, dass mir bekannt ist, dass die Angaben und die Erklärungen subventionserhebliche Tatsachen im Sinne des § 264 des Strafgesetzbuches sind und dass ein Subventionsbetrug strafbar ist. Nach § 3 des Subventionsgesetzes (Nds. GVBI Nr. 21, v. 27.06.1977) trifft den Subventionsnehmer eine sich auf alle subventionserheblichen Tatsachen erstreckende Offenbarungspflicht.

Ich erkläre meine Einwilligung zur Erfassung und Verarbeitung aller in diesem Antrag enthaltenen persönlichen und sachlichen Daten bei der NBank sowie der Leitstelle und der Geschäftsführung des Gesamtprojekts zum Zwecke der Antragsbearbeitung, Subventionsverwaltung und statistischen Auswertung auf Datenträgern. Die Einwilligung bezieht sich ausdrücklich auf die Erfassung, Speicherung und Verwendung der zur späteren Kontrolle erforderlichen persönlichen und sachlichen Daten.

Mir ist bekannt, dass ein Rechtsanspruch auf Zuwendung nicht besteht.

Helmstedt, 02.10.2008

Ort, Datum

Unterschrift der Antragstellerin