

Öffentliche Sitzung!

Ab in die
Mitte!
Die City-Offensive
Niedersachsen

B 97107

Imorde, Projekt- und Kulturberatung GmbH Schorlemerstraße, 48143 Münster

Münster, 03. August 2007

Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen“ für das Jahr 2008

Sehr geehrte Damen und Herren,

bereits zum sechsten Mal lobt das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr gemeinsam mit dem Handelsverband LVMG Niedersachsen, dem UVEN Niedersachsen e.V. (UVEN), dem Niedersächsischen Städtetag und dem Niedersächsischen Städte- und Gemeindebund einen landesweiten **Wettbewerb zur Stärkung der Innenstädte und Ortszentren** aus. Unterstützt wird die Initiative im Jahr 2008 durch die Karstadt Warenhaus GmbH, die Kaufhof Warenhaus AG, die Finanzgruppe Sparkassenverband Niedersachsen, den TÜV NORD und die Fachzeitschrift Handelsjournal.

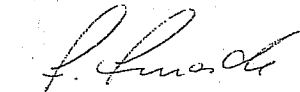
Die Initiative „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen“ verfolgt das Ziel, durch gemeinschaftlich von Verwaltung, Wirtschaft und Bürgerschaft entwickelte Projekte aus den Bereichen Kultur, Handel, Freizeit und Erlebnis die Attraktivität der Innenstädte nachhaltig zu steigern.

Im Namen der Initiatoren rufen wir sämtliche Kommunen Niedersachsens auf, sich an diesem Wettbewerb zu beteiligen. Die Ausschreibungsunterlagen mit verbindlichem Formularvordruck stehen unter <http://www.abindiemitte-niedersachsen.de> zum Herunterladen zur Verfügung.

Die Frist zur Einreichung der Bewerbungen läuft am **18. Oktober 2007** aus. Bis dahin sollten die Beiträge beim Handelsverband LVMG Niedersachsen, Hinüberstraße 16, 30175 Hannover eingehen. Hier erhalten Sie auch weitere Informationen zum Wettbewerb. Über Ihre Teilnahme würden wir uns sehr freuen.

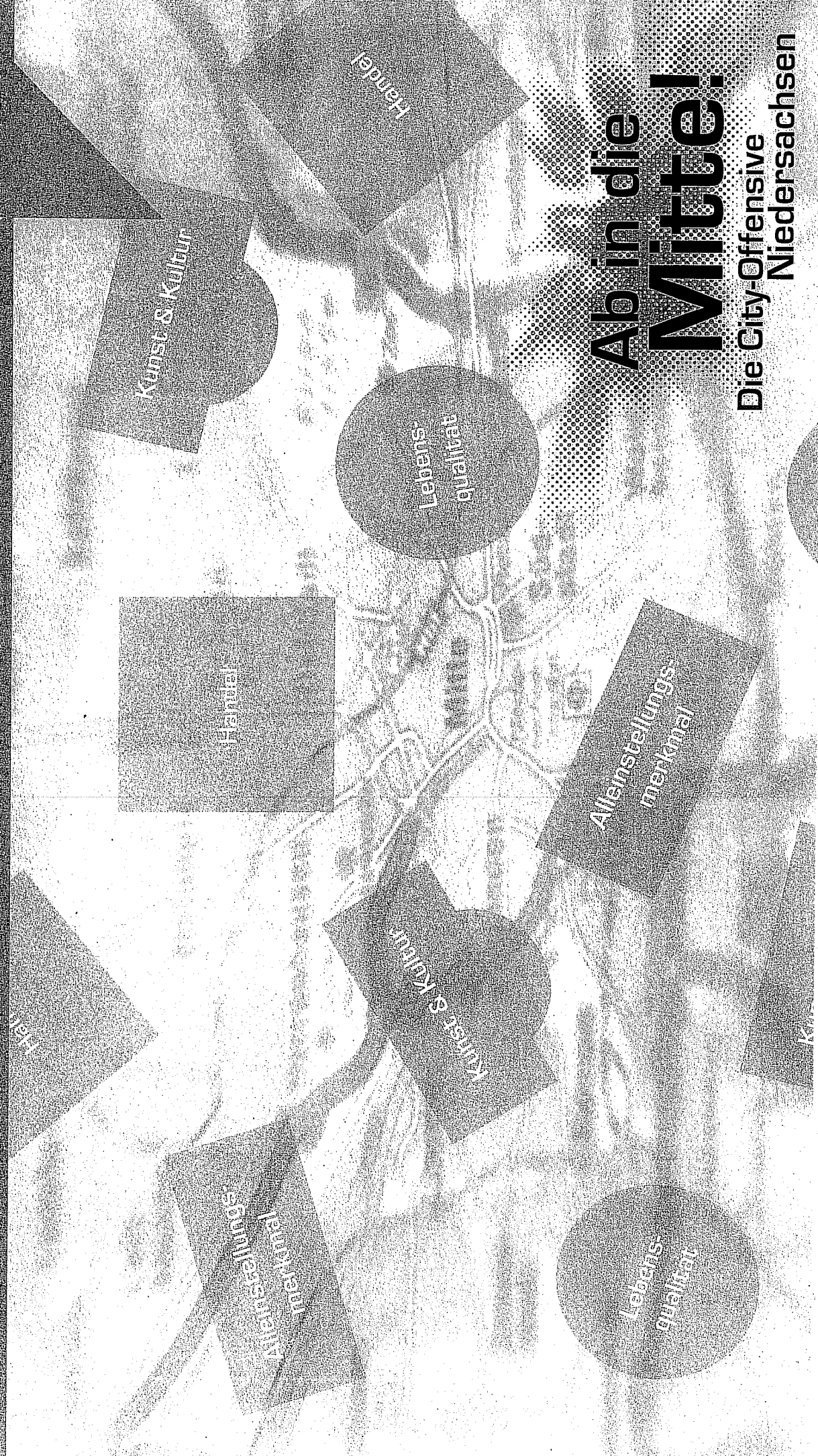
Schon jetzt weisen wir auf ein **Rückfrage-Kolloquium** für potenzielle Bewerber mit Vertretern der Initiatoren hin: Es findet am 10. September 2007 (14:00 Uhr) im Handelshaus in Hannover, Hinüberstraße 16, statt. Bitte melden Sie sich bei der Imorde, Projekt- & Kulturberatung an unter Tel. 0251-52093-0.

Mit freundlichen Grüßen



Jens Imorde
Geschäftsführer

AUSSCHREIBUNG I WETTBEWERB 2008



Ab in die **Mitte!**

Die City-Offensive
Niedersachsen

DIE IDEE

Die Zukunft Niedersachsens hängt in erheblichem Maße von der Lebensfähigkeit und Prosperität seiner Städte und Gemeinden ab. Deren Entwicklung ist wiederum zwingend verknüpft mit der Attraktivität ihrer Zentren.

Die Herausforderungen für die Innenstädte sind vielfältig: sich verschärfende Gegensätze zwischen Handelsstandorten in den Zentren einerseits und an der Peripherie andererseits, zwischen historisch gewachsenen Einkaufslagen und professionell gemanagten Einkaufszentren sowie durch zunehmende Filialisierung und Leerstände müssen Niedersachsens Kommunen neue und nachhaltige Strategien entwickeln, um sich als Anziehungs- und Identifikationspunkte für die Bürgerinnen und Bürger zu behaupten. Die Funktion der Citys als Fixpunkte für Einkauf, Freizeit, Wohnen und Arbeiten gilt es zu erhalten und auszubauen.

Mit dem Wettbewerb „**Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen**“ hat das Land Niedersachsen gemeinsam mit der privaten Wirtschaft ideale Rahmenbedingungen geschaffen, um neue Ideen für die ganzheitliche Stadtentwicklung zu initiieren und zu fördern. Hierbei ist die Verantwortlichkeit aller gefragt und gefordert: von Verwaltung, Wirtschaft, Verbänden, Vereinen, Kultur, Bürgerinnen und Bürgern. Um den Städten und Gemeinden im Interesse aller neue Impulse zu geben, sind Kooperation und Konsens gefordert.

Mit dem Public-Private-Partnership-Projekt „Ab in die Mitte!“ werden sowohl das Augenmerk der Öffentlichkeit auf die Attraktivität der Innenstädte und Ortskerne gelenkt als auch öffentliche wie private Aktivitäten und Investitionen gebündelt und damit effektiver genutzt.

Zentrale Ziele für die niedersächsischen Innenstädte sind:

- die Multifunktionalität zu erhalten
- Handel, Gastronomie und Kultur zu vernetzen
- die kulturelle Identität der Orte zu stärken
- die Zentren als Orte des Handels und der Kultur stärker im Bewusstsein der Bürger zu verankern
- die Erlebnisqualität zu steigern
- ein breites Besucherspektrum zu erschließen
- neue Impulse für eine längere Verweildauer der Besucher zu schaffen

DIE AUSRICHTUNG 2008

Die Zentren sind Mittelpunkt des städtischen Lebens und zugleich ein wichtiger Bezugsrahmen, in dem sich die Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt ausbildet. Das gilt sowohl für große Städte als auch für kleine und mittlere Städte und Gemeinden, die in besonderer Weise das (urbane) Bild Niedersachsens prägen.

Dem Bedürfnis der Einwohner nach einer positiven Bindung an ihre Stadt steht der fortdauernde Prozess der sich einander angleichenden Städte und Gemeinden entgegen, der z. B. durch Filialisierung der Einzelhandelslandschaft, Trading down, Leerstände etc. gefördert wird. Stadttypisches und -prägendes wird aufgrund dieser Entwicklungen oftmals in den Hintergrund gedrängt und vernachlässigt.

Die aktuellen Entwicklungen erfordern mehr denn je, dass die Akteure des Stadtmarketing in gemeinsamer Verantwortung mit den Einzelhändlern der Zentren planen und unsere Stadtkerne attraktive, erlebnisreiche Mittelpunkte des städtischen Lebens mit eigenem, authentischem Profil sind und sich durch besondere Qualität(en) hervortun. Lokale bzw. regionale Eigenheiten und Alleinstellungsmerkmale müssen noch deutlicher sichtbar gemacht und kommuniziert werden, kulturelle und wirtschaftliche Standortvorteile besser genutzt, gestärkt und vermarktet werden.

Die Ansiedlung von innenstadtnahen Shoppingcentern sowie der Konkurrenzdruck durch den großflächigen Einzelhandel auf der grünen Wiese stehen beispielhaft für verschiedene Herausforderungen, denen sich heute die niedersächsischen Kommunen und die Innenstadtdakteure, besonders der Handel, gegenüber sehen. Neben der Beschäftigung mit dem wirtschaftlichen Strukturwandel stehen außerdem die regionale Wettbewerbsfähigkeit, der demografische Wandel oder das Thema Integration auf der Agenda vieler Städte und Gemeinden.

Der Wettbewerb „Ab in die Mittel!“ möchte den Bewerbern für die City-Offensive 2008 auch die Möglichkeit bieten, mit Blick auf die Stärkung des Stadtprofils und die Einbindung des City-Handels die für sie vordringlichen Herausforderungen in ihren Konzeptideen und Projektbeiträgen thematisch aufzugreifen.

Die City-Offensive Niedersachsen bietet gute Ansatzpunkte für ein Engagement der verschiedenen Innenstadtdakteure zu spezifischen innenstadtrelevanten Themen: Kultureinrichtungen, Vereine und Bürgerschaft verfügen über vielfältige Fähigkeiten und Ideen, die zur Profilierung der Stadt beitragen können – sei es z. B. durch die Erarbeitung eines unverwechselbaren Profils oder die neuartige Inszenierung städtischer Besonderheiten mittels kultureller, sportiver oder künstlerischer Angebote.

Der Handel kann abgesehen von einem attraktiven Warenangebot mit außergewöhnlichen Serviceleistungen, der Öffnung der Geschäftsräume für ungewöhnliche Kunstaktionen oder die Ansprache neuer Zielgruppen die Handelsstandorte profilieren. Damit sich die Städte und Gemeinden im regionalen Wettbewerb erfolgreich behaupten können, wird es immer wichtiger, ihre unverwechselbare lokale Identität sowie ihre kulturelle Qualität als Vorteile zu stärken und zu vermarkten. Die Potenziale aller Akteure in den Kommunen konsequent zu nutzen, ist ausdrückliches Ziel des Wettbewerbs „Ab in die Mittel!“.

DER WETTBEWERB

Alle Städte und Gemeinden des Landes Niedersachsen sind aufgerufen, sich am Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen“ zu beteiligen. Möglich ist auch eine Kooperation mehrerer benachbarter Gemeinden. Pro Stadt, Gemeinde oder Regionalzusammenschluss ist nur ein Wettbewerbsbeitrag möglich.

Für den Wettbewerb sollen Konzepte ausgewählt werden, die mit den Themen Handel, Freizeit, Kultur und Erlebniswelt eine wirksame und nachhaltige Vitalisierung und Attraktivitätssteigerung der Innenstädte und Ortszentren sowie der Zusammenarbeit von Verwaltung, Wirtschaft, Verbänden, Vereinen, Kultur, Bürgerinnen und Bürgern für deren Erhaltung erwarten lassen. Eine wesentliche Zielsetzung des Konzepts soll die Schärfung des individuellen und unverwechselbaren Profils des eigenen Zentrums im Vergleich zu anderen Städten und Gemeinden und peripheren Handelsansiedlungen sein.

Die von der Jury ausgewählten Kommunen erhalten zur Umsetzung ihrer Konzepte eine **finanzielle Unterstützung**. Der Förderanteil durch das Gesamtprojekt beträgt maximal 60 v. H. der Gesamtkosten des kommunalen Projekts. Die kommunale Eigenleistung (Mittel der Kommune und Drittmittel) muss mindestens 40 v. H. der Gesamtkosten umfassen. Kommunale Mittel und Drittmittel können frei verhandelt werden, müssen jedoch jeweils mindestens 10 v. H. betragen. Auch Bedarfszuwendungsempfängerinnen sind teilnahmeberechtigt (s. u.).

1.1 DIE TEILNAHMEBEDINGUNGEN UND -KRITERIEN

Antragsteller und Empfänger der Zuwendungen sind ausschließlich Städte und Gemeinden des Landes Niedersachsen.

Förderfähig im Rahmen des Wettbewerbs sind insbesondere Kosten für

- Konzeptentwicklung,
- Öffentlichkeitsarbeit,
- Bürgerbeteiligungen,
- Image- und Mitmachaktionen

auf den Gebieten Kultur, Freizeit, Imagepflege und Serviceangebote für die Besucher der Innenstadt sowie Maßnahmen mit thematischem und räumlichem Bezug zur Innenstadt- bzw. Zentrenstärkung.

Die Förderung von investiven Maßnahmen (z. B. Straßenpflaster), von Gutachten zur Stadtentwicklung, von Handelskonzepten oder von kommerziellen Präsentationen (Auftritte kommerzieller Gruppen, Schützenfeste) ist in diesem Wettbewerb ausgeschlossen.

Die geförderten Maßnahmen müssen **mindestens sieben Veranstaltungstage** einschließlich **eines Wochenendes** umfassen. Wünschenswert ist eine Umsetzungsphase in den Monaten **Mai bis Oktober 2008**. Der Veranstaltungszeitraum darf auch gesplittet sein, wenn die Teilveranstaltungen im Rahmen des Gesamtprojekts kommuniziert werden.

Inhaltlich sollen die Projekte vor allem folgende **Kriterien** erfüllen:

1. PPP-Umsetzung

- Einbindung möglichst vieler unterschiedlicher Interessengruppen aus Handel, Gastronomie, Kultur, Sport, Handwerk, Dienstleistung, Verwaltung, Tourismus, Bürgergruppen, Vereinen, Schulen, Kirchen und weiteren geeigneten Trägern in die lokale Planung, Umsetzung und Finanzierung des Projekts mit dem Ziel der Bildung dauerhafter Netzwerke
- Schaffung oder Erweiterung bestehender Strukturen durch Bildung geeigneter und möglichst verbindlicher Kooperationsformen für die Zusammenarbeit der Interessengruppen mit der Ausrichtung, auch zukünftig Aktivitäten zur Stärkung der Wirtschaftsstandorte in den Zentren nachhaltig zu bündeln

2. Projektanspruch

- Erzielung einer Wirkung zur nachhaltigen Entwicklung und Belebung der Innenstadt bzw. des Zentrums
- Leistung eines Beitrags zur qualitativen und individuellen Profilierung des Standorts
- Die Aktionen sollen von Innovation, Kreativität und Originalität geprägt sein; bereits bestehende Veranstaltungen müssen als deutliche Weiterentwicklungen erkennbar sein.

3. Konzeptionelle Einbindung

- Verbindung des Projekts mit anderen Aktivitäten im Stadtmarketing und im Handel zu gemeinsamen Zielen oder zu einem umfassenden Leitbild
- Verbindung von Veranstaltungselementen untereinander auf der Basis des Themas oder durch andere Kennzeichnung
- Schaffung eines Instrumentariums für spätere gemeinsame Aktivitäten, ggf. auch durch die Planung von Fortsetzungen oder durch eine langfristig angelegte Konzeption

1.2 DIE BEWERBUNG UM TEILNAHME AM WETTBEWERB

Den verbindlichen Formularvordruck zur Bewerbung können Sie bei der Geschäftsführung anfordern oder sich im Internet unter der Adresse <http://www.abindiemitte-niedersachsen.de> (Menüpunkt: Wettbewerb 2008 – Antrag 2008) kostenlos herunterladen.

Die Bewerbungen der Kommunen um Teilnahme am Wettbewerb müssen Aussagen zu folgenden Punkten enthalten:

1. Projektbeschreibung

- Beschreibung der Idee bzw. des Programms unter Berücksichtigung der genannten Kriterien
- Darstellung der konkreten Realisierungsvorstellungen
- Angaben zur Dauer des Projekts
- Umfang (Anzahl) der Veranstaltungen
- Verknüpfung mit anderen Veranstaltungen, Einzelhandels- oder Stadtmarketingkonzepten

2. Kosten- und Finanzierungsplan

- Ausgabenstruktur (externe Personalkosten, Sachkosten, Kosten der Öffentlichkeitsarbeit)
- Einnahmestruktur (Eigenanteil, Anteil Dritter, beantragte Zuwendung)

3. Organisation

- Fortentwicklung der Beteiligung und Mitwirkung der Wirtschaft, Verbände, Kommune und weiterer Gruppen an dem konkreten Projekt
- Organisationsform und Sicherung der Nachhaltigkeit der Strukturen der Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Interessengruppen oder lokalen Einrichtungen
- Impulse für Stadtentwicklung und Stadtmarketing

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen per E-Mail (unter Verwendung des Formularvordrucks oder als WORD-Datenteil) und das Original-Schriftstück einschließlich Anlagen bis zum **18. Oktober 2007** an:

Handelsverband
LVMG Niedersachsen
Hinüberstraße 16
30175 Hannover

und an: Antrag@abindiemitte-niedersachsen.de

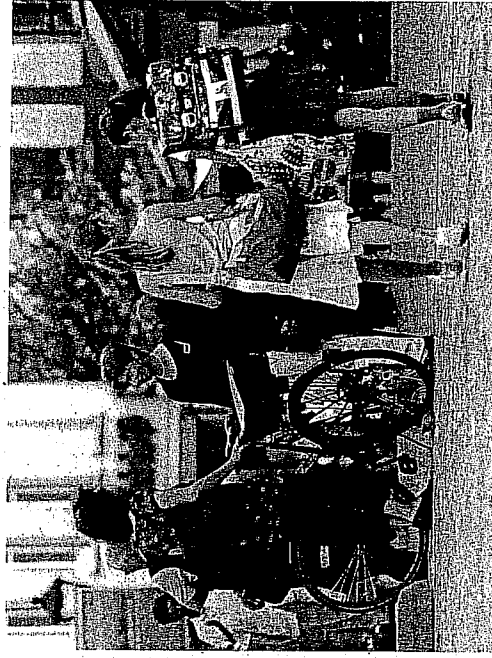
Es gilt das Datum des Poststempels bzw. das Versenddatum der E-Mail.

Nach dem Stichtag eingehende Bewerbungen können nicht berücksichtigt werden.

Die Entscheidung der Jury wird im Rahmen der Abschlussveranstaltung „Ab in die Mittel! Die City-Offensive Niedersachsen“ 2007 am **6. Dezember 2007** in Lüneburg bekannt gegeben. Dazu ergeht eine gesonderte Einladung.

Als Service wird am **10. September 2007** im Handelshaus Hannover, Hinüberstraße 16, für potenzielle Bewerber-Kommunen ein **öffentliches Kolloquium** angeboten. Vertreter der Landesinitiative beantworten formelle Fragen und erläutern die Bewertungskriterien der Jury. Verbindliche Anmeldungen sind bei der Imorde, Projekt- & Kulturberatung GmbH telefonisch unter 0251-52093-0 möglich.

Im **Frühjahr 2008** findet ein so genanntes **Städtetreffen** statt. Diese Veranstaltung möchte vor allem die gegenseitige Information, Inspiration und den Austausch der Kommunen untereinander fördern. Alle an der City-Offensive 2008 beteiligten Städte und Gemeinden sind aufgefordert, den aktuellen Stand ihrer Projektplanungen öffentlich vorzustellen.



DIE FÖRDERBEDINGUNGEN

Die Förderung der ausgewählten Projekte der Kommunen durch das Land Niedersachsen richtet sich nach folgenden Vorgaben:

- Die kommunalen Projekte werden als Modellprojekte zeitlich befristet auf das Jahr 2008 und begrenzt in der Gesamtfinanzierung gefördert. Maßnahmen, mit denen vor Erteilung des vorzeitigen Maßnahmebeginns begonnen wurde, können nicht gefördert werden.
- Grundlage für die Förderung sind die Regelungen über Zuwendungen nach § 44 der Niedersächsischen Landeshaushaltsordnung (LHO) und die allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung. Es gilt die Anteilfinanzierung.
- Der Fördersatz beträgt bis zu 60 v. H. der zuwendungsfähigen Ausgaben. Den verbleibenden Rest hat die Kommune zusammen mit der örtlichen Wirtschaft aufzubringen.

Die Förderung setzt somit eine angemessene finanzielle Beteiligung der örtlichen Wirtschaft voraus. Diese kann auf die kommunale Eigenleistung angerechnet werden. Dabei sind die Anteile zwischen Kommune und Wirtschaft aushandelbar, dürfen jedoch 10 v. H. auf keiner Seite unterschreiten.

Falls eine Kommune Bedarfzuwendungsempfängerin ist, kann ausnahmsweise auf die von ihr unmittelbar zu erbringenden Mittel in Höhe von mindestens 10 v. H. der Gesamtkosten verzichtet werden, wenn in diesem Fall die Drittmittel 40 v. H. betragen.

Die Jury behält sich vor, die eingereichten Projekte ganz oder nur teilweise zu fördern.

Die Kommune verpflichtet sich, Werbung und Vermarktung ihres Projekts mit grundsätzlichen Vorgaben der Initiative „Ab in die Mitte!“ auf Landesebene abzustimmen. Die Verwendung des markenrechtlich geschützten „Ab in die Mitte!“-Logos auf allen Werbeträgern ist verbindlich.

Bei der Planung und Durchführung der geförderten Maßnahmen begleiten Vertreter der Geschäftsführung die kommunalen Projektleiter und lokalen Arbeitsgruppen.

Mit Einreichung der Unterlagen erklärt sich die Kommune mit den oben beschriebenen Verfahrensweisen einverstanden.

DIE ORGANISATIONSSTRUKTUR

Zur Konzipierung und Umsetzung der Projekte in den Städten und Gemeinden sollen **lokale Arbeitsgruppen** tätig werden, die aus Vertretern der Kommune, des Einzelhandels, sonstiger Wirtschaftsbetriebe, der Verbände, der Vereine und anderer Interessengruppen oder Einrichtungen zu bilden sind.

Ihre Aufgaben sind:

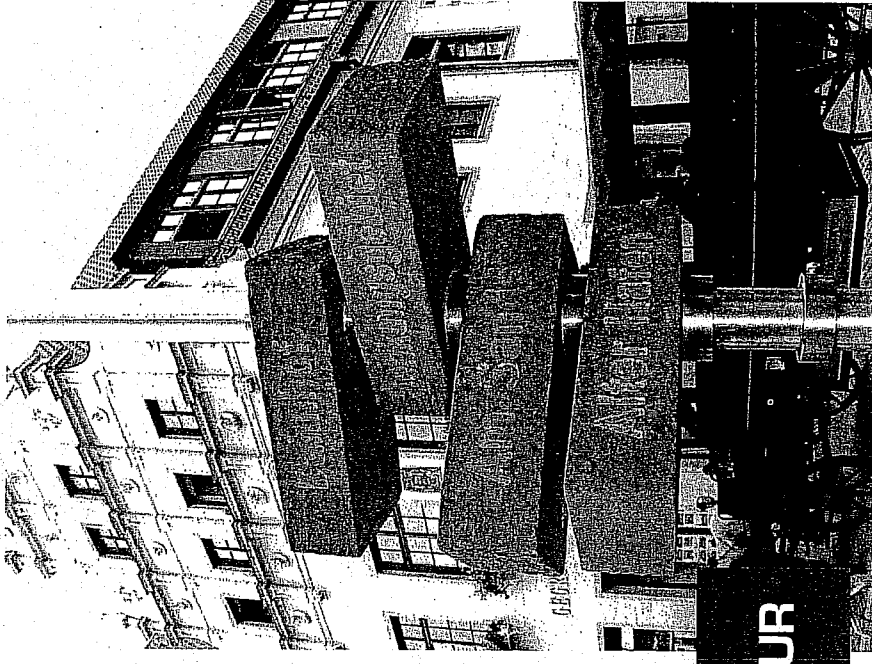
- Entwicklung von Projektideen
- Evtl. Abstimmung der Projekte mit der Geschäftsführung

Durchführung der Projekte

Projektbezogene Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der Öffentlichkeitsarbeit für das Gesamtprojekt

Dokumentation und Bewertung der Maßnahmen

Zur Auswahl der zu fördernden Projekte wird eine **Jury** mit fachkundigen und unabhängigen Persönlichkeiten gebildet. Standortbezogene Förderer des Projekts können nicht Mitglied der Jury sein. An den Jury-Sitzungen können Vertreter der Hauptsponsoren ohne Stimmrecht teilnehmen.



Auf Landesebene ist eine **Lenkungsgruppe** mit folgenden Aufgaben gebildet:

- Leitung und Vertretung des Gesamtprojekts
- Bewertung und Erfolgskontrolle
- Koordinierung der Öffentlichkeitsarbeit für das Gesamtprojekt
- Planung und Koordinierung der überregionalen Veranstaltungen
- Abwicklung der Förderung der ausgewählten Projekte
- Koordinierung der Dokumentation des Gesamtprojekts

Die **Geschäftsführung** ist mit der Durchführung des Projektmanagements und der Öffentlichkeitsarbeit für das Gesamtprojekt beauftragt. Zu den Aufgaben gehören ferner:

- Beratung und Begleitung der Projektleiter und Arbeitsgruppen bei der Durchführung ihrer Aktivitäten
- Koordination und Organisation des Gesamtprojekts auf Landesebene
- Geschäftsführung für die Lenkungsgruppe
- Öffentlichkeitsarbeit auf überregionaler Ebene
- Organisation der zentralen Veranstaltungen
- Evaluation des Gesamtprojekts
- Dokumentation des Gesamtprojekts

Die Geschäftsführung wird wahrgenommen von

Imorde, Projekt- & Kulturberatung GmbH
 Schorlemerstraße 4
 48143 Münster
 Tel.: 0251-52093-0
 E-Mail: info@imorde.de

Das ausführende Förderinstitut des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr ist die

NBank
 Günther-Wagner-Allee 12 - 14
 30177 Hannover
 Internet: <http://www.nbank.de>



DIE INITIATOREN

„Ab in die Mitte! Die City-Offensive Niedersachsen“ wird von Partnern aus dem öffentlichen und privaten Sektor im Sinne eines Public Private Partnership durchgeführt. Die Initiatoren des Projekts sind:

- Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
- Handelsverband LVMG Niedersachsen (Landesverband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels in Niedersachsen e. V.)
- Unternehmerverband Einzelhandel Niedersachsen e. V. (UVEN)
- Niedersächsischer Städtetag
- Niedersächsischer Städte- und Gemeindebund

Unterstützt wird die Initiative von verschiedenen Unternehmen der Wirtschaft:

- Karstadt Warenhaus GmbH
- Kaufhof Warenhaus AG
- Finanzgruppe Sparkassenverband Niedersachsen
- Schünemann GmbH & Co. KG Einbeck
- TÜV Nord

Als Medienpartner wird die City-Offensive überregional unterstützt von der Fachzeitschrift

- handelsjournal.

