



**“AB IN DIE MITTE!  
DIE CITY-OFFENSIVE SACHSEN”**



# “AB IN DIE MITTE! DIE CITY-OFFENSIVE SACHSEN”



Mit freundlicher Unterstützung:  
Sächsisches Staatsministerium des Innern  
Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit

**KARSTADT**

GALERIA  
**KAUFHOF**

Volksbanken  
Raiffeisenbanken



UNIVERSITÄT LEIPZIG



SIGNAL IDUNA

**Reudnitzer**  
Das pure Vergnügen.



**Sächsische Zeitung**  
Was uns verbindet.



**LEIPZIGER VOLKSZEITUNG**

# Ab in die Mitte!

Die City-Offensive  
Sachsen

WETTBEWERB	4
SCHIRMHERR	6
STATEMENTS	
Karstadt Warenhaus AG	8
Kaufhof Warenhaus AG	9
Leipziger Messe GmbH	10
Sächsische Volksbanken Raiffeisenbanken	11
TEILNEHMER	12
ÜBERSICHTSKARTE	13
<b>TAUCHA</b>	<b>14</b>
Stadthöfe - lebendig im Dialog	
<b>DÖBELN</b>	<b>18</b>
Pferdestärken Döbeln - Wiederbelebung Pferdebahn	
<b>BAD DÜBEN</b>	<b>22</b>
Kur-Stadt-Weg	
<b>FREIBERG</b>	<b>26</b>
Ab in die Mitte - ab ins Schloss	
<b>GÖRLITZ</b>	<b>30</b>
Görlitz kommt gut an	
<b>AUERBACH</b>	<b>34</b>
Auerbach - 3 Türme, 3 Plätze, 3 Tore	
<b>DRESDEN</b>	<b>38</b>
Lustgarten	
<b>GROßENHAIN</b>	<b>42</b>
Tore öffnen sich zur Stadt	
<b>KLINGENTHAL</b>	<b>46</b>
Klingenthaler Kultursommer	
<b>LEIPZIG</b>	<b>50</b>
CityLichter	
<b>OEDERAN</b>	<b>54</b>
Erlebnistour „Märchenhafte Wasserwelten“	
<b>RADEBEUL</b>	<b>58</b>
Umsteigen - Radebeul macht Dampf	
HINTERGRUND	
Nachhaltige Innenstadtentwicklung durch PPP	62
„Ab in die Mitte!“ - Ein Erfolgsrezept auch in Sachsen?	64
IMPRESSUM	70

Ein Hauptziel der Stadtentwicklungspolitik in Sachsen ist die Revitalisierung der Innenstädte und Ortszentren. Diese auch zukünftig lebensfähig zu gestalten, ist eine der wichtigsten Herausforderungen unserer Gesellschaft. Dazu werden bereits umfangreiche Anstrengungen auf allen Ebenen unternommen, die von der Umsetzung der sächsischen Stadtentwicklungskonzepte bis zur zentralen Förderung nachhaltiger Stadterneuerungsmaßnahmen im Rahmen der Städtebauförderprogramme reichen. „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ ist eine Initiative der privaten Wirtschaft gemeinsam mit dem Freistaat Sachsen, im Rahmen einer Public-Private-Partnership den Gemeinden für die städtebauliche Erneuerung neue Impulse zu verleihen und gleichzeitig mit gezielten Aktivitäten für mehr Besucher in den Zentren der Orte zu sorgen. Letzteres Ziel ist schließlich Ausdruck erfolgreicher Stadtentwicklungspolitik. Konzentrierte und außergewöhnliche Aktionen sollen auf die nachhaltige Vitalisierung und Attraktivitätssteigerung der Ortszentren aufmerksam machen und die Bedeutung der Ortsmitte den Bürgern und Besuchern veranschaulichen.



Das Projekt hat schwerpunktmäßig zum Ziel,

- die Multifunktionalität der Städte und Gemeinden zu erhalten
- nachhaltige Stadtentwicklungsstrategien zu entfalten,
- verschiedene Aktivitäten von Bund, Land, Kommunen, Handel und Wirtschaft besser zusammenzuführen,
- die Bürgerbeteiligung zu fördern und
- die hohen (investiven) Anstrengungen in der Stadterneuerung mit neuen (nichtinvestiven) Impulsen für mehr Erlebnisqualität und höhere Verweildauer kreativ und ideenreich zu verbinden.

Um die Entwicklung und Umsetzung innovativer und attraktiver Ideen und Projekte zur Belebung der Ortszentren im Jahr 2004 und danach gezielt zu unterstützen, schrieben die Initiatoren diesen Wettbewerb aus.





*Neue/Alte Stadtidentitäten*

In diesem Wettbewerb werden Konzepte ausgewählt und deren Umsetzung unterstützt, die eine wirksame und nachhaltige Vitalisierung und Attraktivitätssteigerung der Innenstädte erwarten lassen. Zentrale Zielsetzung des Konzeptes muss es sein, das individuelle, unverwechselbare Profil der Gemeinde zu stärken. Unter diesem Aspekt lautet das Motto für den Wettbewerb: „Neue/Alte Stadtidentitäten“.

Ausgangs- und Anknüpfungspunkt für die einzureichenden Konzepte und Projekte sind die zentralen Bereiche der Stadt, die in Fördergebieten aus den Programmen der Städtebaulichen Erneuerung liegen. Mit den „Ab in die Mitte!“-Initiativen sollen die generellen Zielstellungen und geplanten Maßnahmen in den Gebieten öffentlichkeitswirksam und ideenreich aufgewertet werden bzw. selbst Bestandteil der konzentrierten Aktionen sein.



**Prof. Dr. Georg Milbradt**  
Ministerpräsident des Freistaates Sachsen  
und Schirmherr der Initiative

Sachsen ist ein dynamisches Bundesland. Das zeigt sich auch in der Stadtentwicklung mit der City-Offensive „Ab in die Mitte!“, die sich im Land sehr aktiv hervor getan hat. Meine Hoffnung zum Wettbewerbsauf-takt, dass Sachsen mit dieser Initiative mindestens so erfolgreich sein wird wie andere Bundesländer, hat sich mehr als erfüllt. In Sachsen wurde sofort eine unerwartet hohe Beteiligung erreicht. Dies ist auch Bestätigung dafür, dass der richtige Wettbewerb zur richtigen Zeit kam. In den 15 Jahren nach der Wende haben unsere Städte und Gemeinden bereits ein völlig anderes Bild bekommen. Aber dies heißt nicht, dass eine Stadt damit auch eine andere Identität erlangt. Gerade mit den umfassenden gesellschaftlichen Ver-änderungen haben die Städte neue Bewährungspro-

ben zu bestehen. Hier setzt der sächsische „Ab in die Mitte!“-Wettbewerb an - nämlich nachhaltige und kreative Konzepte zur Aufwertung wie auch Verbes-erung der Zentren und Ortskerne zu entwickeln und diese gleichzeitig öffentlichkeitswirksam - mit Betei-ligung der Bürger - umzusetzen.

Dass dies gelingen konnte, ist der engen Partner-schaft, dem Engagement und der Kreativität aller Be-teiligten auf allen Ebenen zu verdanken. Ob die IHKs, die Geschäftsleute selber, die Handelsverbände, die Kommunen, der Sächsische Städte- und Gemeindetag, engagierte Bürger oder der Sächsische Landesverband Citymarketing - alle haben mitgewirkt, haben an ei-nem Strang gezogen oder gemeinsam den

Wettbewerb begleitet. Hierfür gilt mein ausdrücklicher Dank. Im Übrigen haben die Wettbewerbsprojekte bewiesen, wie kreativ die Lösungsansätze sein können.

Mit neuen, Identität stiftenden Ideen und Konzepten wurde dem Motto „Neue/Alte Stadtidentitäten“ bestens Rechnung getragen. Auch ohne eine finanzielle Anerkennung setzen viele Kommunen ihre Konzepte um. Allerdings wäre diese Initiative ohne privates finanzielles Engagement vieler Unternehmen nicht denkbar. Handelsketten, die Messewirtschaft, Banken und viele andere Unternehmen haben „Ab in die Mitte!“ finanziell oder mit Sachleistungen ganz wesentlich unterstützt. Zudem haben die sächsischen

Medienpartner für die öffentlichkeitswirksame Verbreitung der Idee gesorgt. Ihnen allen sei daher besonders gedankt. Die Unterstützung der Initiative durch finanzielles oder sachliches Engagement geht jedoch über das Sponsoring hinaus. Schließlich sind unsere historisch gewachsenen und vielseitigen städtischen Zentren ein Grundpfeiler mitteleuropäischer Kultur, die es zu erhalten und aufzuwerten gilt. Auch dazu bekennen sich die Partner von „Ab in die Mitte!“.

All dies stimmt mich zuversichtlich, dass „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ ein weiteres Jahr Erfolg hat. Ich jedenfalls wünsche es der Initiative schon an dieser Stelle.





*Herr Merkel*  
Vorstandsvorsitzender der Karstadt  
Warenhaus AG

Die Städte in unserem Land spüren den Wandel Tag für Tag. Der Wettbewerbsdruck im Handel nimmt zu, überall in der Republik. Der von allen gewünschte Erfolg kommt nicht von allein. Der Wunsch nach attraktiven Einkaufsstädten kann nur erfüllt werden, wenn neue, kreative Ideen und vor allem mehr tat als wortkräftiges Engagement dahinterstehen. Die Entscheidung von Karstadt und Kaufhof, „Ab in die Mitte!“ auch in Sachsen finanziell und organisatorisch zu unterstützen, liegt nicht zuletzt an der Fülle der positiven Erfahrungen und Eindrücke, die mit der Initiative seit 1999 in Nordrhein-Westfalen, ab 2003 auch in Niedersachsen und Hessen verbunden sind.

Dieses Engagement ist nicht nur ein Bekenntnis für die Erhaltung und Förderung unserer Innenstädte, sondern soll vor allem auch zu gemeinschaftlichem Handeln anregen. „Ab in die Mitte!“ ist bereits zur

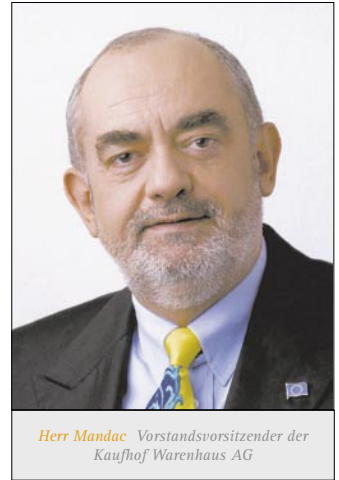
geläufigen und anerkannten Qualitätsmarke im Stadtmarketing geworden. Im Verbund mit der jeweiligen Landesregierung, den Handelsverbänden, den IHK's, den jeweiligen Städte- und Gemeindetagen, zahlreichen anderen Verbänden, Institutionen und Partnern aus Wirtschaft, Kunst und Kultur zeigt „Ab in die Mitte!“ den Spirit der neuen Gemeinsamkeit.

Es kommt für die Gestaltung der Zukunft unserer Städte und Gemeinden darauf an, neue Partnerschaften für die verbindenden Ziele ohne gegenseitige Berührungsängste einzugehen. Public-Private-Partnership hat mit „Ab in die Mitte!“ eine besondere und herausragende Bedeutung erlangt. Hier funktioniert das Miteinander, hier lässt sich miterleben, wie sich eine breite Palette von Partnern ohne Verlust von Identität und Selbstverständnis zum Wohle der Stadt auf das Wesentliche und Schlagkräftige fokussiert.

„Ab in die Mitte!“ wirkt vor allem durch Aktionen und Emotionen. Ihre Bilder und Eindrücke gehen in die Herzen der Menschen und speichern sich dort ab. Insofern ist „Ab in die Mitte!“ auch immer ein Wegstück zu einer besseren Stimmung in der Stadt.

Wir wollen unseren Bekanntheitsgrad und das Vertrauen in der Öffentlichkeit einsetzen, damit sich der Initiative möglichst viele Partner aus dem öffentlichen Leben, denen das Wohl der Stadt am Herzen liegt, anschließen. Denn unsere Zentren sind nicht allein Orte des Handel(n)s, sondern auch Treffpunkt und Drehscheibe von Wirtschaft, Politik, Kultur, Kunst, Unterhaltung, Gastronomie, Medien und vielen anderen gesellschaftlichen Leitfunktionen. Es liegt also im ureigensten Interesse der Unternehmen und Institutionen, dass das Umfeld ihres Handelns wirtschaftlich und städtebaulich stabil und für ihre Mitarbeiter und Kunden (er-)lebenswert bleibt.

Die wirtschaftlichen und strukturellen Rahmenbedingungen einer Stadt bestimmen nicht nur ihre Rolle im Gefüge der Region und darüber hinaus, sondern sind gleichzeitig oft ausschlaggebend für die sichere Existenz einzelner Unternehmungen oder Institutionen überhaupt. Warenhäuser sind für die Städte „der Fels in der Brandung“. Eine größere Stadt ohne Warenhaus ist wie ein Dorf ohne Kirche. Ihr Niveau und ihre Ausstrahlung stärken den übrigen Handel der Stadt. Aber Warenhäuser sind keine Einzelgänger: Ihr Erfolg wächst im Ensemble mit abwechslungsreichen Geschäften, Dienstleistungen, Banken,



Unterhaltungs- und Freizeitmöglichkeiten. Erst ein gesunder Nutzungsmix innerstädtischer Immobilien - von den Großstädten bis hin zu den kleineren Städten oder Ortszentren der Gemeinden - macht die City für Besucher und Bewohner zu einem wirklich ansprechenden und anregenden Ort voller Attraktivität und Lebenskraft.

Die Rahmenbedingungen prägen unser Handeln. Viele davon können wir nicht selbst beeinflussen. Nicht nur wirtschaftliche Faktoren, auch der gesellschaftliche Wandel mit seinen gravierenden Konsequenzen für die Demografie und die regionale Struktur unserer Städte werden unser Land mit seinen Städten und Gemeinden immer stärker herausfordern.

Ausschlaggebend bleibt, was die Betroffenen selbst daraus machen.



*Wolfgang Marzin*  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
der Leipziger Messe

Herzlichen Glückwunsch: Die Premiere ist vollends gelungen. 87 Städte und Gemeinden hatten sich mit 89 Beiträgen am Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ beteiligt, um die Innenstädte zu beleben. Das hat alle Erwartungen übertroffen. Wir freuen uns, dass wir diese von der Wirtschaft unterstützte Initiative begleiten und mit der „Euregia“ ein attraktives Podium bieten konnten. Die „Euregia“ ist das größte Kommunikationsforum zur Regional- und Standortentwicklung in Europa und findet alle zwei Jahre in Leipzig statt. Auf der Kongressmesse im Oktober 2004 hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre Wettbewerbsergebnisse in einer Ausstellung und in Vorträgen vorzustellen und sich mit Akteuren aus anderen Bundesländern und Ländern Europas auszutauschen.

Zur „Euregia“ 2004 begrüßten wir 150 Referenten aus 14 Ländern, 129 Aussteller sowie mehr als 1.700 Besucher aus ganz Europa. Damit war die „Euregia“ so

erfolgreich wie noch nie. Die große Resonanz zeugt vom hohen Bedarf der Stadt- und Regionalentwickler sowie Planer an Informationen und Erfahrungsaustausch. Die Messe bot dazu reichlich Gelegenheit. Im Mittelpunkt der Kongresse, Foren, Workshops und Tagungen stand die Diskussion über beispielhafte Erfahrungen, bewährte Methoden und Instrumente der Stadt- und Regionalentwicklung, um sie für andere nutzbar zu machen. Die Präsentation der Wettbewerbsergebnisse „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ hat sich hier hervorragend eingeordnet und unser Fachprogramm auf ideale Weise bereichert. Es freut uns, dass der Wettbewerb in diesem Jahr eine zweite Auflage erfährt. Mit der Verknüpfung von nachhaltiger Stadtentwicklung und Tourismus haben die Initiatoren eine spannende Herausforderung gefunden.

Wir wünschen dem Initiativkreis und den Teilnehmern viel Erfolg.





Lebendige und attraktive Innenstädte erfüllen vor allem drei wesentliche Faktoren: Sie dienen als Identifikationsindikator für die Einwohner der Städte und Gemeinden, vor allem auch in Sachsen, wo viele junge Leute noch immer ihre beruflichen Perspektiven in den alten Bundesländern suchen. Sie sind wichtiger Impulsgeber für die wirtschaftliche Entwicklung einer Region, einer Stadt oder einer Gemeinde. Gleichzeitig kann mit dem Aufruf zur Beteiligung an der Offensive „Ab in die Mitte!“ eine Bündelung der Kräfte geformt werden. Viele kreative, originelle Ideen werden in der Gemeinschaft entwickelt.

Neben den Verantwortlichen in den Städten und Gemeinden finden sich Bürgerinitiativen, Verbände, Organisationen, private Investoren zusammen, um an einem gemeinsamen Ziel zu arbeiten, nämlich

durch ein durchdachtes Stadtentwicklungskonzept die Juroren der Offensive von der Originalität, dem Ideenreichtum und der Umsetzbarkeit der Konzepte zu überzeugen. Die Sächsischen Volksbanken und Raiffeisenbanken unterstützen diese Initiative aus verschiedenen Beweggründen:

Als genossenschaftliche Banken vor Ort entstanden und gewachsen, sind sie dadurch auf das Engste mit der wirtschaftlichen Entwicklung ihrer Region verknüpft und daran interessiert, dass es den Menschen vor Ort wirtschaftlich immer besser geht, sich ein Wohlfühlen und enge Verbundenheit einstellt. Mit dieser Initiative wird aber auch die unternehmerische Philosophie der Volksbanken und Raiffeisenbanken lebendig, welche sie schon seit mehr als 150 Jahren praktizieren, „Hilfe zur Selbsthilfe“ sowie die Bündelung der Kräfte.

Stadt	Projekt
Annaberg-Buchholz	Lehre statt Leere
Aue	Brückenfest in Aue
Auerbach	3 Türme, 3 Plätze, 3 Tore
Augustusburg	Grüner Markt
Bad Dübener	Kur-Stadt-Weg
Bad Schandau	Die Bad Schandau Zeitreise
Bautzen	Wege in die Mitte
Bernsdorf	Bernsdorf findet seine Mitte
Bischofswerda	Ein neues Herz für Schiebocks Mitte
Borna	Wachwechsel
Brand-Erbisdorf	Wo bauen verbindet
Brandis	Brandis vereint
Brettnig- Hauswalde	Leben im Ort lebendiger Ort
Burgstädt	Burgstädt neu entdecken
Chemnitz	Die neue Mitte
Delitzsch	Altstadt Erleben
Dippoldiswalde	Kunst im Kern
Döbeln	Pferdestärken Döbeln - Wiederbelebung Pferdebahn
Dresden	Installation zur Busmannkapelle
Dresden	Lustgarten
Dresden	Licht lockt Leute
Falkenstein	Innenstadt Falkenstein- Marktplatz der Ideen
Frankenberg	Baderberg mittendrin
Freiberg	Ab in die Mitte ab ins Schloss
Freital	Ein Herz für Freital
Frohburg	Bürgerzentrum Am Rathaus
Gersdorf	Gemeinsamer Mittelpunkt – Schöner leben in der Mitte
Geyer	Gestaltung Marktplatz
Glauchau	Glauchauer City(t)räume
Görlitz	Görlitz kommt gut an
Grimma	Türme in der Stadt
Gröditz	Kinder gestalten Gröditz
Großenhain	Tore öffnen sich zur Stadt
Größßna	Historisches Ritterfest
Hainichen	Papiergeschichte(n) in Hainichen
Hartha	Neubau Kultur- und Freizeitzentrum
Heidenau	Mit Kater schlau ins Zentrum Heidenau
Hohnstein	Handspielpuppen
Hoyerswerda	Hoyerswerda lebt mit der Kraft der zwei Herzen
Kamenz	Wiederbelebung des Stadtgebietes Pulsnitzer Straße
Kirschau	Altes Getriebewerk neu beleben
Kitscher	Ausdehnung Wochenmarkt
Klingenthal	Klingenthaler Kultursommer
Königsbrück	Via Regia

Stadt	Projekt
Königstein	Freizeit Kultur Königstein
Lauta	Werkstatt Lauta
Leipzig	CityLichter
Lichtenstein	Torplatz Lichtenstein
Limbach-Oberfrohna	Limbacher Kulturmeile
Lommatzsch	Mitte mit Leben erfüllen tiefgründig Keller erleben
Lößnitz	Historische Bergstadt mit Blick in die Zukunft
Lunzenau	Mit der Geschichte Zukunft schaffen
Marienberg	Renaissance im Erzgebirge
Markranstädt	Umgestaltung der Leipziger Straße
Meerane	Auf die Plätze..
Meissen	Tor zur Meißner Altstadt
Mittweida	7 Brücken... vom Markt bis zur Kirche
Naunhof	Innenstadtinitiative Naunhof
Neukirch	Umgestaltung des Dreiseitenhofes
Nünchritz	Nünchritzer Dreiklang Leben am Fluß
Oederan	Erlebnistour Märchenhafte Wasserwelten
Oelsnitz	Ölsnitz Erlebbare Bergbaustadt
Olbernhau	Olbernhau Ab in die Mitte Europas!
Oschatz	Schatzsuche in Oschatz
Pegau	Kirchplatz und Stadtmauer von Pegau
Penig	Malerische Mitte!
Pirna	KulturRaum Altstadt Pirna
Plauen	Plauens Mitte echt Spitze
Radeberg	Im Lebensmittelpunkt
Radebeul	Umsteigen Radebeul macht Dampf
Radeburg	Stadtmitte vermarkten
Riesa	Grüner Schoppen in Riesa
Rochlitz	Stadt des roten Porphyrs porphyrisch
Sayda	Handel und Wandel an der Alten Salzstraße
Schirgiswalde	Ein Gesicht für's Erbgericht
Schkeuditz	Bürgergärten Schkeuditz
Schwarzenberg	Freie Republik Schwarzenberg Visum schon beantragt?
Sebnitz	Sebnitz ab in die Mitte ... da blümelet Ihnen was
Stollberg	Zurück zur Mitte Stadt Schloss Stadt
Taucha	Stadthöfe lebendig im Dialog
Tharandt	Tharandt Die Chance im grünen Bereich
Torgau	Torgau/Elbe Stadt der Begegnungen
Weißwasser	Weißwasser glasklar
Wilsdruff	Auftanken für Leib und Seele
Wilthen	Wilthen St.-Barbara-Platz Die Stadt will den neuen Platz
Wittichenau	Des Kaisers neue Kleider
Wurzen	Wurzen für Ringelnetz Ringelnetz für Wurzen
Zittau	Zittau geht baden



# TEILNEHMER

„AB IN DIE MITTE! DIE CITY-OFFENSIVE SACHSEN“ 2004



*Abendstimmung im Rosshof zu Taucha*

# **TAUCHA**

1. PLATZ

STADTHÖFE - LEBENDIG IM DIALOG



*Red Box - Wiedererkennungssymbol*

***In der Stadt Taucha sollen die Aktivierung ungenutzter Stadthöfe durch originelle Neubauten oder interimsmäßige Lösungen in Gestalt einer Red Box vorhandene Nutzungspotenziale und identitätsprägende Impulse koppeln.***

***Im Rahmen eines Marketingkonzeptes werden die traditionellen Höfe mit einem Wahrzeichen kombiniert und bieten Raum für Kommunikation und andere Grundbedürfnisse.***

## Ab in die Mitte - dem lebendigen Schlossareal folgen weitere Höfe

Nachdem es seit ein paar Jahren bei unterschiedlichen Anlässen heißt: „Hinauf zum Schloss(-hof)“, hieß es Anfang 2004 für die Stadt Taucha bei der Teilnahme am sächsischen Landeswettbewerb zur Revitalisierung der Innenstädte „Ab in die Mitte!“.

Die Idee, historisch gewachsene, zum Teil in Vergessenheit geratene Stadthöfe wieder zu beleben, war einfach und genial zugleich und brauchte gepaart mit der Werbestrategie, rote Würfel in unterschiedlichsten Funktionen (Sitz- und Spielmöbel, Beleuchtungskörper, Infobox) in den Höfen einzusetzen, den Tauchern den 1. Platz unter ca. 90 Mitbewerbern.

Basierend auf historischen Nutzungen wurden vorerst 8 Höfen einprägsame Namen wie Rosshof, Brauhof, Schmiedehof und Baderhof gegeben. Diesen Höfen konnten in der Innenstadt wünschenswerte Nutzungen zugeordnet werden.



*Hof am Rathaus*



*Blick auf den Brauhof - zweiter Hof*





*Hof am Rathaus*

So kann es vielleicht schon bald eine Freiluftgalerie, einen Biergarten, einen Kinderspiel- und Kreativplatz oder Flächen für einen Flohmarkt geben. Die bauliche Umsetzung erfolgt dabei schrittweise - Abbruch desolater Bausubstanz, Anlegen von Freiflächen und Grünanlagen, Rekonstruktion einzubeziehender vorhandener Baulichkeiten - und immer in Abstimmung mit dem jeweiligen Eigentümer.

Zur Finanzierung stehen einerseits Fördermittel des Altstadtsanierungsprogramms zur Verfügung. Andererseits soll auch die ortsansässige Wirtschaft sowie das Handels- und Dienstleistungsgewerbe über entsprechende Sponsorenverträge mit ins Boot geholt werden. Nicht zuletzt kann das Preisgeld in Höhe von 35.000 Euro vorhabenbezogen manche Finanzierungslücke schließen.

Sobald die Umgestaltung beendet ist, werden durch verschiedene Aktionen die Flächen der öffentlichen Nutzung übergeben. Natürlich ist der Schlosshof mit von der Partie. Die Örtlichkeit, die seit vier Jahren mit dieser Vorgehensweise Geschichte schrieb, wird auch weiterhin Schauplatz von vielfältigen Kultur- und Vereinsveranstaltungen sein. Der zweite Hof, der umgestaltet geöffnet wird, ist der unmittelbar am Markt gelegene „Rosshof“:

Sachsens Ministerpräsident Prof. Dr. Georg Milbradt ließ es sich nicht nehmen, im Rahmen des Stadtfestes 2004 gemeinsam mit dem Bürgermeister Dr. Holger Schirmbeck die Eröffnung vorzunehmen. Da er auch der Schirmherr von „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ ist, hat dies sicher schon für die Tauhaer Innenstadt zu einem guten Omen geführt.



*Festumzug zum Tag der Sachsen 2004*

# DÖBELN

2. PLATZ

PFERDESTÄRKEN DÖBELN - WIEDERBELEBUNG PFERDEBAHN





*Restaurierung eines historischen Wagens*

***Durch eine kunden- und besucherfreundliche Umgestaltung von Nieder- und Obermarkt mit der Wiederbelebung der historischen Döbelner Pferdebahn wird ein unverwechselbares Profil der Altstadt auf der Muldeninsel geschaffen.***

***Damit bekommt Döbeln Alleinstellungsmerkmale, die Besucher aus nah und fern anlocken wird. Auch die Schaffung eines Pferdebahnmuseums wird die Nachhaltigkeit dieses Projektes unterstreichen.***

# Die Döbelner Pferdebahn gestern - heute - morgen

Genau ein Jahr ist es her, dass im STIEFEL ausführlich über Ziele und Aufgaben des Traditionsvereins „Döbelner Pferdebahn e.V.“ berichtet wurde. Mit wie viel Engagement wurde an der Umsetzung einer ungewöhnlichen, ja spektakulären Idee gefeilt: Für die „Wiederbelebung“ einer historischen Pferdebahn wurden schon bald historische Wagen beschafft. Es stehen inzwischen bereits vier historische Wagen zur Verfügung. So unterschiedlich ihre Herkunft, so unterschiedlich sicher auch ihre Geschichte: Der erste Wagen ist ein altherwürdiges „Überbleibsel“ der ehemaligen Meißner Straßenbahn. Der zweite Wagen - Baujahr 1905 - wurde vom Straßenbahnmuseum Dresden angeboten. Der dritte Wagen kommt aus Darmstadt und der Vierte wurde in Naumburg geordert. Der Darmstädter Wagen stammt ursprünglich aus Neuchatel in der französischen Schweiz und befand sich bisher in Privatbesitz in Darmstadt. Dieser Wagen, Baujahr 1895, wäre durch seinen guten Zustand sogar sofort einsatzbereit.



*Ausgangszustand Pferdewagen*



*Spendenbrief zur Pferdebahn-Finanzierung*



*Historische Ansicht der Pferdebahn*

Da das Fahrgestell die Döbelner Spurweite 1000 mm hat, könnte er also theoretisch schon auf den Restgleisen vor dem Rathaus fahren! Sicherlich dauert es jedoch noch, bis eine neue Trasse durch die Stadt führt und die Wagen im geplanten Pferdebahnmuseum ihre dann wohlverdiente Pause finden. Der Naumburger Wagen befand sich ursprünglich im gleichen Privatbesitz wie der Darmstädter Wagen, wurde dann jedoch von den Naumburger Straßenbahnfreunden gekauft. Diese sehen den Wagen bei den Döbelner Pferdebahnfreunden gut aufgehoben und eingesetzt und haben den Wagen deshalb weiterverkauft. Geplant ist, maximal zwei Wagen auf der Trasse in der Innenstadt einzusetzen. Die anderen Wagen kommen zunächst ins Museum, werden sicher nach und nach auch „fahrtauglich“ restauriert. In Deutschland gab es um die Jahrhundertwende in mehr als 90 Städten eine Pferdestraßenbahn. Erinnerungen und Beispiele die-

ser ungewöhnlichen, mittlerweile nahezu in Vergessenheit geratenen Fortbewegungsart sollen in einem Deutschen Pferdebahnmuseum in Döbeln anschaulich aufbewahrt und der interessierten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Zahlreiche Städte mit ehemaligen Pferdebahnen haben bereits ihre Unterstützung zugesagt.

Für die Einrichtung eines Museums wird die ehemalige „Kindertagesstätte Am Niederwerder“ favorisiert. Das imposante Gebäude stammt aus der Zeit der Döbelner Pferdebahn und ähnelt einem Bahnhofsgebäude. Eine Kombination von Pferdebahntrasse im Stadtzentrum und dem entsprechenden Museum wird mit Sicherheit eine besondere Attraktion für Döbeln weit über den bisherigen Bekanntheitsgrad der Stadt hinaus und damit neue Entwicklungspotenziale bringen.





*Der Kur-Stadt-Weg*

# **BAD DÜBEN**

**3. PLATZ**

**KUR-STADT-WEG**



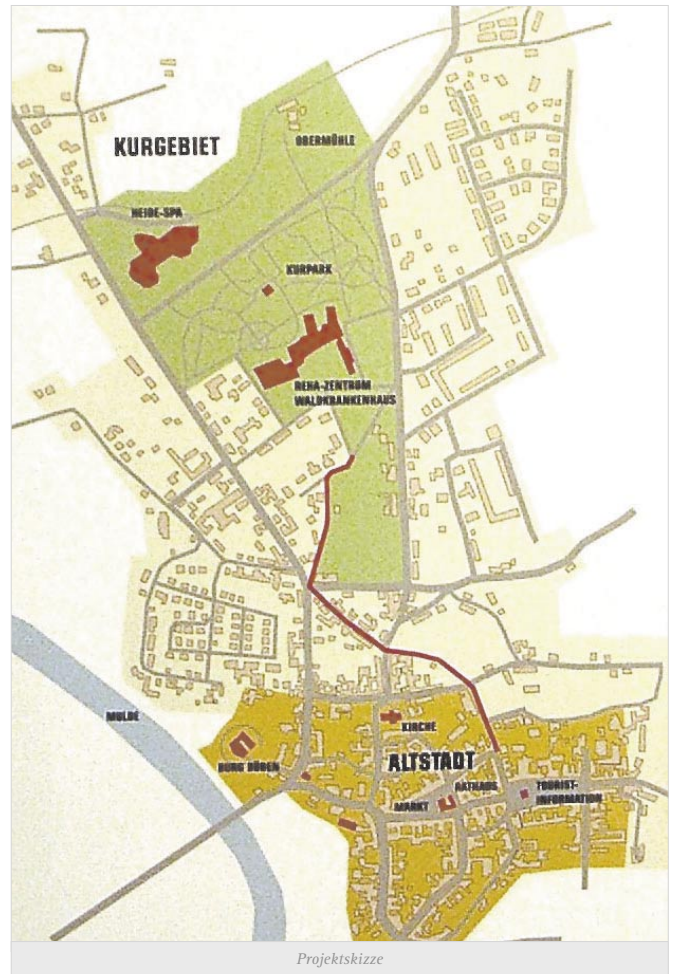


Verlauf des Kur-Stadt-Weges

**Die Stadt Bad Dübener Kurgebiet will sich zu einem überregional bedeutenden Kurort mit besonderen und attraktiven Anziehungspunkten im Gesundheits- und Wellness-Tourismus entwickeln. Die räumliche Trennung und damit die zu überwindende Distanz zwischen Kurgebiet und Innenstadt stellte für die Kurstadt schon immer ein Problem dar.**

**Aus touristischer kurortrelevanter Sicht stellt der Bau bzw. Ausbau einer fußläufigen Verbindung zwischen Kurgebiet und Innenstadt zu einer attraktiven und barrierefreien Achse verbunden mit der Errichtung eines artesischen Brunnens einen wichtigen Schritt zur Belebung der Innenstadt dar.**

## Bad Düben bewarb sich erfolgreich mit dem Projekt „Kur-Stadt-Weg“



Die Kurstadt Bad Düben - das Tor zur Dübener Heide - nimmt in der Tourismusentwicklung des Landkreises Delitzsch eine besondere Stellung ein. Seit mehr als 100 Jahren kuriert und kurt man in Bad Düben mit den Heilkräften der Natur, insbesondere denen des Naturmoors. Die Prädikatisierung Bad Dübens zum staatlich anerkannten Moorbad wurde 2004 bestätigt. Hauptziel der Stadtentwicklung ist daher die Profilierung zu einem überregional bedeutenden Kurort mit attraktiven Anziehungspunkten im Gesundheits- und Wellness-Tourismus. In den letzten Jahren wurden deshalb im Kurggebiet große Investitionen getätigt.



Es erfolgte der Neubau des Waldkrankenhauses und des Reha-Zentrums Bad Dübener Kur und im Januar 2000 öffnete das Kur- und Wellness-Zentrum HEIDE SPA. Die räumliche Trennung und zu überwindende Distanz zwischen Kurgebiet und Innenstadt ist eine Herausforderung, welche zum Wettbewerbsinhalt gemacht wurde. Das Bummeln vom Kurpark aus in die Stadt, das Spazieren ohne große Anstrengungen, der nahtlose Übergang von Kurgebiet zur Innenstadt in einer ansprechenden Umgebung sind die Qualitätskriterien für dieses Projekt. Aus touristischer, kurortrelevanter Sicht stellt der Bau bzw. Ausbau einer attraktiven fußläufigen, barrierefreien Verbindung zwischen Kurgebiet und Innenstadt einen wichtigen Schritt in der Stadtentwicklung dar.

Besonderer Anziehungspunkt soll ein (wieder-)errichteter artesischer Brunnen werden. Die fußläufige Erschließung der Innenstadt als dem Zentrum von Handel, Dienstleistung und Kultur vom Kurgebiet ausgehend erschließt den Gästen bisher ungenutzte Möglichkeiten. Es wird darüber hinaus ein System von Wegen, Straßenräumen und Plätzen mit einer angemessenen Aufenthaltsqualität für Fußgänger geschaffen. Der Weg kann in seinem jetzigen Zustand

nicht als Verbindung zur Innenstadt dienen. Der Umbau dieser fußläufigen Verbindung wird den Anforderungen eines „Kur-Stadt-Weges“ im Sinne des Wortes im Hinblick auf Ästhetik, Barrierefreiheit sowie Entspannung und Erlebnis durch eingebundene Ruhezeiten, ansprechender Möblierung und dem geplanten Wasserspiel bestens gerecht. Dieses Vorhaben berührt viele Interessen und hat eine besondere Zusammenarbeit von Vertretern des Handels/Gewerbe, der Gastronomie, von Waldkrankhaus und Reha-Zentrum Bad Dübener Kur, dem HEIDE SPA, von Vereinen und der Stadtverwaltung ausgelöst. Eine projektbezogene Arbeitsgruppe gründete sich und das Projekt wurde zum Impulsgeber für das Stadtmarketing. Mit der Realisierung wird die Stadt Bad Dübener Kur im Jahr 2005 beginnen. Parallel dazu sind eine Vielzahl Aktionen durch die Mitglieder der Arbeitsgruppe geplant. Der Gesundheitsmarkt wird zum Markt der Möglichkeiten erweitert und auf den Kur-Stadt-Weg ausgedehnt.

Das Stadtfest wird ebenfalls den neuen Raum vereinbaren. Auch ein Staffellauf und das Hochsprungmeeting werden als große Sportereignisse des SV Bad Dübener Kur und den örtlichen Schulen vorbereitet.





*Der Bergmusikantenkorps  
Saxonia Freiberg e.V. spielt auf*

# FREIBERG

3. PLATZ

AB IN DIE MITTE - AB INS SCHLOSS



*Der Ministerpräsident als Gast der Einweihungsfeier*

**„Ab in die Mitte - ab ins Schloss“ greift die Funktion des Freiburger Schlosses Freudenstein als zentralen und identitätsstiftenden Ort auf. An der städtebaulichen Nord-Süd-Achse gelegen, stellen das Schloss und der dazugehörige Schlossplatz einen städtebaulichen Missstand dar, der durch Sanierung und Neugestaltung behoben werden soll.**

**Die Wiederbelebung des Schlossareals wird zu einer Aufwertung der Innenstadt führen und in Zukunft Platz für Veranstaltungen kultureller Art bieten („Schloss im Aufbruch“ 2004).**

Die Stadt Freiberg ist geprägt durch ihren mittelalterlichen Stadtkern. Ein wesentlicher Bestandteil ist seit Jahrhunderten das Schloss Freudenstein, ein früherer Sitz der Wettiner. Schloss Freudenstein stellt insofern einen wesentlichen Schwerpunkt der alten Stadtidentität von Freiberg dar.

Mit der Sanierung und Aufwertung des Schlossplatzareals mit Schloss Freudenstein als Zentrum und der Unterbringung von neuen öffentlichkeitswirksamen Nutzungen, wie einer außerordentlich bedeutsamen Mineralsammlung und dem Sächsischen Bergarchiv, von dem auch Öffentlichkeitswirkungen ausgehen, trägt dieser Bereich mit Verbesserung von Urbanität, Nutzungsmischung



*Einzug der Bergmusikanten*

**Ab in die Mitte - ab ins Schloss**





*Das Schlossgespenst erzählt*

Das Projekt Schlossplatzareal ist Bestandteil des Städtebaulichen Rahmenplanes für die Freiburger Altstadt, der in der jüngeren Vergangenheit überarbeitet und durch den Freiburger Stadtrat im Juli 2004 beschlossen wurde.

Das Projekt der Stadt Freiberg bezeichnet aber nicht nur den Schlossplatz mit seiner umgebenden Bebauung, sondern es bezeichnet ein so genanntes Erlebnisviereck, das darüber hinaus geprägt wird vom Obermarkt mit Rathaus, Ratskeller, Städtischem Festsaal und den anschließenden Fußgängerzonen, dem Buttermarkt mit Theater und Konzerthalle Nikolaikirche sowie dem Untermarkt mit Dom, Stadt- und Bergbaumuseum, bestehender Mineraliensammlung,

Gerberpassage und einer vielfältigen Gastronomielandschaft. Freibergs Aktivitäten bei der City-Offensive sind von vornherein auf Langfristigkeit angelegt. Nach der Veranstaltungsreihe Schloss im Aufbruch im Jahr 2004 bilden in den Jahren 2005 bis 2007 Musik, bildende Kunst und Spiel ("Spielend durch die Stadt") die Schwerpunkte der Aktivitäten. Im Jahr 2004 fanden die Veranstaltungen fast sämtlich im Schloss statt, um diesen neuen Veranstaltungsort den Freiburgern und ihren Gästen näher zu bringen. Naturgemäß war die Beteiligung unterschiedlich stark.

Sie erlebte ihren Höhepunkt beim Bergmännischen Zapfenstreich der Historischen Freiburger Berg- und Hüttenknappschaft im September 2004.



*Das Aktions-Plakat*

# **GÖRLITZ**

3. PLATZ

GÖRLITZ KOMMT GUT AN



Party zur Film Premiere „In 80 Tagen um die Welt“ am 23.12.2004

**„Ab in die Mitte - ab ins Schloss“ greift die Funktion des Freiburger Schlosses Freudenstein als zentralen und identitätsstiftenden Ort auf. An der städtebaulichen Nord-Süd-Achse gelegen, stellen das Schloss und der dazugehörige Schlossplatz einen städtebaulichen Missstand dar, der durch Sanierung und Neugestaltung behoben werden soll.**

**Die Wiederbelebung des Schlossareals wird zu einer Aufwertung der Innenstadt führen und in Zukunft Platz für Veranstaltungen kultureller Art bieten („Schloss im Aufbruch“ 2004).**

## Der Bus rollt bis Bahnsteig 4

Mit einer deutschlandweit neuen Lösung, dem Einbau eines Busbahnhofs auf ehemaligen Gleisanlagen der Deutschen Bahn verknüpft Görlitz zentral Eisenbahn, Straßenbahn, Regional- und Stadtbusse. Fußgängern, Radfahrern und nicht zuletzt Autofahrern wird der Umstieg leicht gemacht.

## Freie Fahrt für Realisierung

Künftig ungenutzte Gleisflächen unmittelbar am Hauptgebäude des Bahnhofs bieten die Chance einen zentralen Busbahnhof einzufügen. Dieser wird auch durch Stadtbusse angefahren und dient parallel als Parkplatz für Reisebusse.

## Vorteile verbinden

Der Bau schafft optimale Umsteigemöglichkeiten zwischen allen stadttypischen Verkehrsmitteln. Der alte Gepäck-Tunnel wird Fußgängertunnel zwischen City und Südstadt u. A. auch für Rollstuhlfahrer und Gehbehinderte.

Eine Brücke führt zum Parkhaus. Ein Reisebus-Parkplatz nutzt die vorhandene Infrastruktur. Am Demianiplatz (heutiger Behelfsplatz) entstehen interessante Gestaltungsmöglichkeiten.

## Neue Zugkraft fürs Zentrum

Durch diese bessere Erreichbarkeit gewinnt Görlitz als Einkaufsstadt. Zukunftsweisende Verkehrssysteme sorgen nicht nur für Imagegewinn, Fahrgäste beleben als Passanten die obere Berliner Straße.

# Görlitz kommt gut an



*Die Filmpremiere*

### Gedreht an Originalschauplätzen

Die Handlung bringt diese Epochen inhaltlich spannend zusammen oder der Vierteiler variiert die gleiche Story in zeitbezogener Sequenz. Zu einstudierten Szenen der Rahmenhandlung können „Milieu- Szenen“ oder Themenpartys kreiert werden. ‚4 x Görlitz‘ braucht professionelle Filmemacher ebenso wie lokale Partner Bürger, Vereine, Institutionen, Unternehmen, Künstler, Hausbesitzer, Medien und Sponsoren etc..

### Diesseits von Hollywood

Görlitz dreht einen Film. Die Handlung von ‚4x Görlitz‘ spielt an charaktervollen Orten der zentralen Innenstadt und versetzt in 4 Zeit-Epochen:

- 1876 Gründerzeit und Kaiserreich
- 1913 Jugendstil und Vorkriegsjahre
- 1977 70er Jahre / DDR-Zeit
- 2010 Nahe Zukunft/ Science Fiction

### Neben dem Film läuft die Party zum Film

Die Dreharbeiten zur jeweiligen Zeitepoche, Kulissen-Gestaltung und thematische Veranstaltungen, Partys, Ausstellungen, Führungen, Konzerte, Kleinkunst u. a. verschmelzen so, dass sich viele mitreißen lassen. Die Premiere mit „Görlitz-Oskarl-Verleihung“ krönt ein rauschender Filmball.

Die Aktion stellt damit an fünf Wochen im Jahresverlauf die Görlitzer Innenstadt in helles Scheinwerferlicht und zieht viele zusätzliche Besucher an. Ein überregionales Medienecho weckt neue Neugier. Identifikation wächst...



*Bahnhof Görlitz*





*Die drei Türme von Auerbach*

# AUERBACH

PREISTRÄGER

„3 TÜRME - 3 PLÄTZE - 3 TORE“

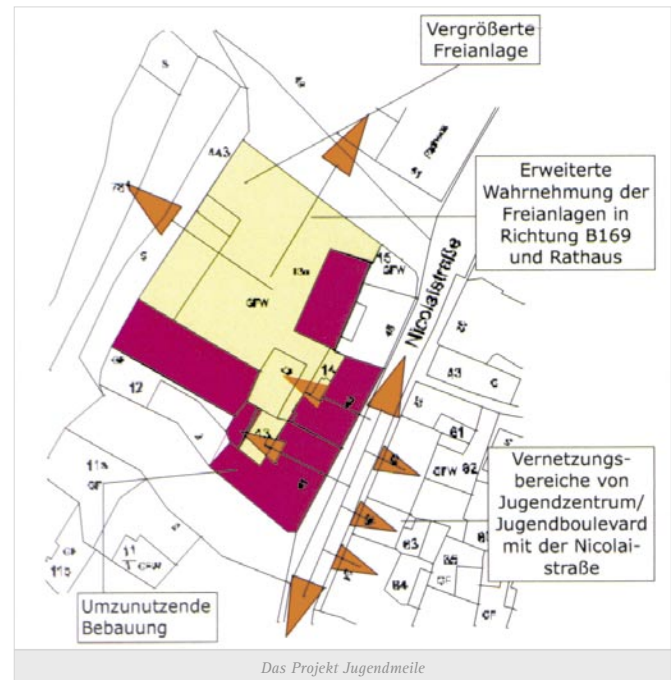
***Durch die Umgestaltung eines ganzen Stadtquartiers in Auerbach sollen identitätsstiftende Bereiche (drei Türme, drei Plätze, drei Tore) miteinander verbunden und besser erreichbar gemacht werden.***

***Die Gestaltung mit den Bürgern und zukünftigen Nutzern selbst zielt auf eine Stärkung der emotionalen Verbindung zwischen Bewohnern und Innenstadt ab. Dieses gemeinsame Entwickeln und Umsetzen (v. a. mit der Jugend) beabsichtigt eine bessere Nachhaltigkeit des Gesamtprojektes.***



## „3 Türme - 3 Plätze - 3 Tore“

Ausgangspunkt für die Überlegungen zu einem interessanten Konzept war in eine im Innenstadtbereich befindliche teilgenutzte Brache, das so genannte „Röberquartier“. Hier sollen neue Nutzungen für Kinder, Jugend und Freizeit integriert werden. Gleichzeitig sollten ganzheitliche Überlegungen zum Quartier und der gesamten Innenstadt in einen Gesamtkontext münden. So entstand der Ansatz, ausgehend von den Wahrzeichen der Stadt Auerbach mit den 3 Türmen harmonisierend 3 Plätze zu gestalten, wobei zwei bereits vorhanden sind und der neu zu Schaffende die Nutzungsüberlegungen zur betrachteten Brache aufnehmen soll.



Für das „Röberquartier“ wurde ein dreiphasiges Nutzungskonzept entwickelt, das die Bedürfnisse, die Notwendigkeiten und den Bedarf der Stadt mit den finanziellen Möglichkeiten in Einklang bringt. Die erste Phase sieht eine „kreative Inbesitznahme“ durch Kinder und Jugendliche vor, die das Quartier als stadtzentralen Ort zur Entwicklung neuer Ideen, für Kreativität und Freizeit nutzen können. Vorstellbar sind dabei die Bereitstellung von Proberäumen für Jugendbands, die Errichtung einer Skateranlage oder die Nutzung für Jugendklubs und Veranstaltungsräume. In dieser Phase werden viel Eigeninitiative gefordert, wenig finanzielle Mittel benötigt und sie ist kurzfristig zu realisieren. Erste Schritte, wie die Organisation eines Beachvolleyball-Turniers im Sommer 2004 wurden bereits erfolgreich umgesetzt.



Eine weitere mittelfristig zu realisierende Projektphase sieht den Rückbau und die Umgestaltung des Quartiers zu einem neuen Kommunikationspunkt in der Stadt vor, wobei die kinder- und jugendspezifische Nutzung erhalten bleibt.

In dieser Phase werden im Zuge einer Änderung des Verkehrskonzeptes neue Sicht- und Wegebeziehungen geschaffen, die die Erreichbarkeit, die Erkennbarkeit und die Wahrnehmung der Innenstadt als Handels- und Kommunikationspunkt nachhaltig verbessern wird.

Langfristig sieht das Projekt eine teilweise Neubebauung des „Röberquartiers“ unter Beibehaltung des Platzcharakters vor. Görlitzer Innenstadt in helles Scheinwerferlicht und zieht viele zusätzliche Besucher an. Ein überregionales Medienecho weckt neue Neugier. Identifikation wächst...







Die Südseite des Altmarktes

# DRESDEN

PREISTRÄGER

LUSTGARTEN



*Die Semper Oper bei Nacht*

***Dresden will der Zerrissenheit der City durch Brachflächen entgegenwirken. Daran arbeitet seit einiger Zeit ein City-Team, bestehend aus Kommunen, Vereinen, Grundstücksbesitzern, Bürgern u. v. m.***

***Mit der Projektidee Lustgarten soll eine erste beispielgebende Umsetzung erfolgen - ein virtueller Platz der Weltkultur (Kunst im öffentlichen Raum) soll entstehen. Bis zum 800-jährigen Jubiläum der Kulturmetropole Dresden sollen ähnliche Projekte auch in den Partnerstädten entstehen.***





# Dresden setzt auf Tradition

Unterschiedlichste Investitionshemmnisse, aber auch der erst spät einsetzende Bündelungsprozess von privatem und öffentlichem Interesse gepaart mit bürgerschaftlichem Engagement im Rahmen des Citymanagement führten dazu, dass neben dem unverkennbaren Planungs- und Baufortschritt im Kernbereich der Innenstadt nach wie vor ca. 15 ha potenzielle Baugebiete brach liegen und dass ca. 13 ha öffentlichen Raumes einer Aufwertung harren. Steigerung der Innenstadttattraktivität heißt nicht nur dauerhafte Investitionen zu schaffen, sondern auch Funktionalität zu entwickeln, Anregungen für eigene - durchaus temporäre - Gestaltungs- und Veränderungsprozesse zu geben, die Neugier auf neue Qualitäten zu wecken, kurz - die Dauerhaftigkeit von „Lust auf die Innenstadt“ zu erzeugen und damit neue Ideen (und Taten) zu fördern.

Die Stadt Dresden setzt auf Tradition, wenn sie - ganz im Sinne „August des Starken“, der nicht nur einmal „Brachen“ seiner Zeit zeitweilig zu Festplätzen und öffentlichen Bühnen (sei es zur Hochzeit des Kronprinzen oder zu einem seiner vielen Feuerwerke und Maskeraden) inszenierte - untergenutzte Flächen in „Lustgärten“ verwandelt. „Lust“ ist nicht theoretisch abzuhandeln, nicht am grünen Tisch zu diskutieren und schon gar nicht planerisch vorzugeben. Aus einem kreativen Ideenfindungsprozess der unterschied-

lichsten Akteure entstand komprimiert auf einer vergleichsweise kleinen Fläche eine Komposition aus Erlebnis- und Ruhezone, in denen sowohl die Faszination moderner Technik spielerisch erlebbar wird als auch entspannende Momente des Genießens und der Kommunikation möglich sind.

Die geschöpfte Ideenfülle bietet dabei bereits jetzt nicht nur Potenzial für eine, sondern mehrere Leer- bzw. Brachflächen. Sie ist die Dokumentation des Beginns eines ganzen Prozesses. Sollen es in diesem Jahr die Fläche am südlichen Altmarkt und der umgestaltete Platz der ehemaligen Sophienkirche sein, so sind es im nächsten Jahr vielleicht die Fläche am Narrenhäusel und/ oder die Umbaufläche am Straßburger Platz. Die von der Stadt und dem Citymanagement initiierte Diskussion in einer - stetig wachsenden - Gruppe von Akteuren ist schon als nachhaltiger Erfolg der Wettbewerbsidee zu werten. „Es sind nicht die Gebäude, die eine Stadt ausmachen sondern die Menschen, die in ihnen leben“ (englisches Sprichwort)

Dieser Diskussionsprozess entwickelt sich in einem dynamischen Planungsprozess zu einem „City Team Brachflächen“ mit allen an dem Konzept beteiligten Akteuren sowie weiteren Interessenten. Viele Beteiligte aus allen Bereichen des privaten und öffentlichen Lebens diskutierten mit.





*Reste Stadtmauer mit Pulverturm*

# **GROßENHAIN**

PREISTRÄGER

TORE ÖFFNEN SICH ZUR STADT



*Sanierung der Schloßgrabenmauer*

***Die in Großenhain vorhandenen Stadtidentitäten wie Mittelalterliche Stadtanlage, Kulturschloss, historischer Handelsort in der „Hayner Pflege“, Landesgartenschau 2002 und Innenstadt sollen als herausragende Besonderheiten für einen attraktiven Wohnstandort aufgewertet werden.***

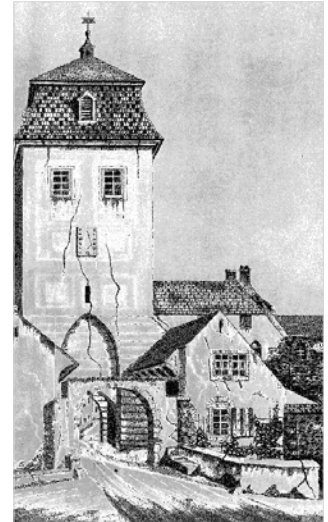
***An drei historischen Standorten ehemaliger Stadttore sollen Tore in moderner und symbolischer Form errichtet werden, mit denen eine Reihe von Veranstaltungen verknüpfbar sind (z.B. Eröffnung der Stadttore).***

Der Wettbewerbsaufruf „Ab in die Mitte!“ hat viele bereits beantwortet geglaubte Fragen neu stellen und diskutieren lassen. Worin unterscheidet sich unsere Stadt von anderen? Was ist unser Alleinstellungsmerkmal? Großenhain ist wie nur wenige sächsische Kleinstädte durch ihre mittelalterliche Stadtmauer geprägt, die bis heute im Stadtbild erlebbar ist.

## Tore öffnen sich zur Stadt



*Historische Stadtführer*



*Historische Ansicht vom Dresdner Tor*

Gerade aber an den am stärksten frequentierten Bereichen dieser Anlage entlang der Bundesstraßen ist der Zustand weder der Stadtmauer noch der Parkanlage derzeit ausreichend als Blickfang und Besucherwerbung geeignet. Erste Ideen einer Aufwertung dieses Eingangsbereiches in die Altstadt entstanden im Rahmen eines studentischen Ideenwettbewerbes. Deshalb sollen diese Teile der Wallanlage ab 2006 nicht nur nach denkmalpflegerischen Gesichtspunkten rekonstruiert werden, sondern auch als „Visitenkarte“ und Werbebotschaft für eine interessante Altstadt fungieren. Vor allem durch die Sanierung von Teilen der Stadtmauer an der Beethovenallee soll ein optischer Blickfang entstehen.

Unmittelbar am Stadtring entsteht ebenfalls ab 2005 ein neuer Parkplatz für PKW und Reisebusse, um von diesem zentralen Ort die historische Altstadt besser erreichen zu können. Ein wesentliches Symbol der historischen Innenstadt soll aber durch ein neues und gleichzeitig altes Markenzeichen der Altstadt - ein Stadttor an der Dresdner Straße - entstehen.

Früher als weit sichtbares Fernziel für Handelsreisende und Symbol städtischer Unabhängigkeit und Macht gebaut, soll ein Stadttor heute die Großenhainer Innenstadt wieder deutlicher markieren. Als markante Eingangspforte zur Innenstadt soll es auf die Konzentration von Handel, Leben und Aufenthaltsqualität hinweisen und die Neugier der Besucher wecken. Für eine derart markante Bebauung wird Dank des Preisgeldes im Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ ab Januar 2005 ein architektonischer Realisierungswettbewerb ausgelobt. Wenn die Finanzierung und der Bau des ersten Tores gesichert sind, soll mit einem großen Fest die Einweihung des Tores gefeiert werden. Neben diesen baulichen Veränderungen soll aber auch das Veranstaltungsangebot in der Innenstadt weiter verbessert und durch neue Höhepunkte bereichert werden. Die Wettbewerbsergebnisse werden öffentlich ausgestellt und mit den beteiligten Akteuren diskutiert. Veranstaltungen mit Bezug zur Geschichte der Stadt wie ein Kinderfest am Mauerspielplatz, ein mittelalterliches Spektakel, Stadtführungen in historischen Kostümen usw. bereichern das Ambiente der Innenstadt. 2005 wird unter dem Motto „Hallo Nachbar“ ein großes Straßenfrühstück auf dem Frauenmarkt durchgeführt und die Innenstadt beleben.



*Sanierung der Zwingermur*



*Sanierung der Zwingermur*





*Sanierung und Neugestaltung des Stadtpark*

# **KLINGENTHAL**

**PREISTRÄGER**

**KLINGENTHALER KULTURSOMMER**

***Die beiden Traditionen im Leitbild Klingenthals (Kultur und Sport), der „Klingenthaler Kultursommer“, sollen zur Aufwertung und Revitalisierung des Stadtzentrums zusammengeführt werden. Gäste, die im Rahmen der vielseitigen sportlichen und kulturellen Großveranstaltungen die Stadt besuchen, werden durch neue Wegeführungen und Bus-Shuttle erstmals ins Zentrum geleitet***

***Hier finden auch die Höhepunkte der Sportveranstaltungen statt (Siegerehrungen), wodurch die Mitte eine neue Bedeutung erhält. Das künftig ganzjährige Sportangebot wird weiter ausgebaut (z.B. Streckenausbau Sommer Grand Prix) und kulturelle Events können u.a. auf der neu entstehenden Multifunktionsbühne stattfinden.***



Die Verbesserung der Infrastruktur wie z. B. der Streckenbau für den „Sommer Grand Prix“ der Nordischen Kombination ist in vollem Gange. Die Neugestaltung des Stadtparks mit Pavillon und Bühne auf dem Marktplatz wurde begonnen. So zeichnen sich erste Ergebnisse der neuen Ideen für die Kopplung von Sport, Kultur und Tourismus bereits ab. Ein Highlight wird sicherlich die neue Wegeführung vom Stadtzentrum zur Großschanze. So kommt die Schanze zur Stadt, sie wird ein Teil der Stadt, denn sie gehört in das sportbegeisterte Klingenthal. Aber auch für andere Zielgruppen laufen die Vorhaben: Eine Seniorenbegegnungsstätte wurde in den ehemaligen Räumen der Gaststätte „Vogtlandkeller“ im Stadtzentrum eingerichtet. So trifft sich die ältere Generation auch dort, wo das Leben stattfindet.



Planungsstudie Klingenthaler Kultursommer

## Klingenthaler Kultursommer



Derzeitiger Zustand auf dem Marktplatz



Sanierungsgebiet Nördliches Stadtzentrum

Auch Touristen sollen es künftig leichter haben in der Stadt. Mit einem Tourismusleitsystem werden attraktive Ziele in der Stadt ausgeschildert. Ein Verkehrssystem weist gezielt auf Großveranstaltungen an der Grobschanze (Vogtlandarena) hin, informiert aber auch über Veranstaltungen im Stadtzentrum.

Für die jungen Klingenthaler werden bessere Lernbedingungen entstehen und dem Charakter einer Sportstadt Rechnung tragen. Mittelschule und Gymnasium werden zur Eliteschule des Sports in einen gemeinsamen Schulkomplex mit mehreren Gebäuden und neuer Sporthalle entwickelt. Ausbau von Straßen, von Verkehrsnebenflächen sowie fußläufigen Verbindungen vom Stadtzentrum zur neuen Grobschanze verbessern die Wegebeziehungen in der Stadt.

Plätze, Gebäude und Uferzonen führen zur spürbaren Verschönerung des Stadtbildes. Höhepunkt für attraktive Veranstaltungen ist der Klingenthaler Kultursommer, der den Rahmen für zahlreiche sportlichen Ereignisse (Sommer Grand Prix mit dem Städtelauf Klingenthal - Partnerstadt Kraslice) und herausragende kulturelle Veranstaltungen wie das Festival „Mundharmonika live“ bietet.

Die Idee der Verknüpfung so unterschiedlicher Nutzungsbereiche (Schanzen-) Sport und Stadt ermöglichte neue Sicht- und Herangehensweisen, um zur Identität der Stadt Klingenthal zu finden. Vielleicht ist dies nicht nur ein besonderer Sprung, sondern ein Gewinn auf Dauer für die Einwohner und Besucher.



*Installation Augustusplatz*

# LEIPZIG

PREISTRÄGER

CITYLICHTER



*Baustellenbeleuchtung am Leipziger Nachthimmel*

**„CityLichter“ soll Leipzig die Innenstadt zu neuer Erleuchtung verhelfen und damit die Stadt insbesondere in der dunklen Jahreszeit sowie im gegenwärtig stattfindenden zweiten „Bauboom“ nach der Wende noch attraktiver werden lassen.**

**Mit einem abgestimmten Konzept aus drei Licht-Teilprojekten „Nikolaikirchhof“, „BaustellenLeuchten“ und „Lichtfestwoche“ soll ein Alleinstellungsmerkmal Licht entwickelt werden, wodurch die Bewohner und Besucher von Leipzig die Stadt neu erleben sollen und sich national wie auch international neue Zielgruppen erschließen lassen. Die 1. Lichtfestwoche im Februar/März 2005 ist erster Höhepunkt des Projektes und knüpft an große Traditionen der Stadt in den zwanziger Jahren des letzten Jahrhunderts an, als Leipzig schon einmal für seine Lichtfestwochen berühmt war.**



Die drei Bausteine von „CityLichter“ spiegeln unterschiedliche Teilaspekte der Stadtentwicklung wider und sind auch zeitlich und konzeptionell differenziert zu sehen. Diese Elemente sollen in einem abgestimmten Szenario zusammengeführt werden. In der konzentrierten Gesamtwahrnehmung werden sie schließlich eine noch breitere Öffentlichkeit erreichen und so einen starken Beitrag zur Attraktivitätsstärkung der Leipziger Innenstadt leisten.



*Lichtkonzept Nikolaikirche*

# CityLichter



*Die BaustellenLeuchten*

## 1. Lichtkonzeption Stadt Leipzig

Das Lichtkonzept beinhaltet neben einem Masterplan für das gesamte Stadtgebiet Ideen für das Stadtzentrum. Hier soll die Beleuchtung und Illumination von Gebäuden, Plätzen und Ensembles Bedeutung dieser Orte entsprechend in Szene setzen. Es entsteht eine andere, interessante Wahrnehmung. Im Jahr 2005 soll durch die vorliegende Beleuchtungs-idee für den Nikolaikirchhof, die Kirche, den Kirchhof und anliegende Gebäude zur einer Einheit zusammengeführt und als Platz erlebbar gemacht werden.



Augustusplatz zur Lichtfestwoche 1928



Centraltheater zur Lichtfestwoche 1928

## 2. Lichtfestwoche November 2005

Die Lichtfestwoche lässt eine alte Tradition von Anfang des 20. Jahrhunderts wieder aufleben. In der Wiederbelebung dieser Tradition sieht der City Leipzig e.V. eine hervorragende Chance, eine in der Summe einzigartige Veranstaltung neu zu beleben und langfristig zu etablieren. Die zu erwartenden Impulse in diesem für Handel und Tourismus relativ schwachen Zeitraum werden bewusst angestrebt. Ganz gezielt soll eine breite Anzahl an Akteuren aktiv in die Lichtfestwoche einbezogen werden. Besonders Händler, Gastronomen sowie Kunst und Kultur sollen das Thema „Licht“ in den Mittelpunkt rücken. Diese breite Basis und die Attraktivität der Aktionen sollen eine Vielzahl von Leipzigern und Bewohnern aus der Region anziehen.

## 3. BaustellenLeuchten

Die Leipziger Innenstadt wird noch bis 2009 durch ca. zehn Großbaustellen gekennzeichnet sein. Diese Vielzahl an Baustellen stellt eine massive Beeinträchtigung für alle Leipziger und Besucher dar. Die Situation für Händler, Gastronomie und die Tourismusbranche ist dabei besonders schwierig. Die Baustellen sind - je nach Standpunkt leider oder glücklicherweise - aktueller Bestandteil des innerstädtischen Lebens und lassen sich nicht „unsichtbar“ machen. Durch aktives Erleben und Integration sollen sie dennoch zu einem interessanten Anziehungspunkt werden. Scheinwerfer an den einzelnen Baustellen, die verschiedene farbige Lichtkegel an den Himmel projizieren, sollen eine einzigartige visuelle Attraktivität entfalten sowie künstlerische und informative Impulse setzen. Die Lichtinszenierungen werden sowohl unmittelbar an den Baustellen als auch von hohen Gebäuden sowie von der Ferne sehr gut zu beobachten sein. Die Grundkonzeption für die BaustellenLeuchten ist entwickelt und wird mit privaten Partnern im Rahmen der Lichtfestwoche 2005 umgesetzt.



Wege ins Zentrum

# OEDERAN

PREISTRÄGER

MÄRCHENHAFTE WASSERWELTEN





*Der Marktplatz von Oederan*

***Auf einem speziell angelegten Weg in Oederan werden die Besucher (besonders Tagestouristen) in die Stadt geführt. Die durchzuführende Offenlegung des Hetzbaches, eingebaute Wasserspiele, die märchenhaft gestaltet sind, kleine Parkanlagen entlang der Uferzone des Hetzbaches sowie regelmäßige Wochen- und Kleinkunstmärkte verbinden Tradition und Gegenwart der Stadt Oederan miteinander.***

Oederan hat sich in den letzten 15 Jahren gut entwickelt. Es entstanden neue starke Industriebetriebe. Die historische Altstadt wurde zum großen Teil saniert. Der Stadtmarketingverein und die Stadtverwaltung arbeiten intensiv daran, diesen erfolgreichen Weg fortzusetzen. Der Wettbewerb „Ab in die Mitte“ kam gerade zur richtigen Zeit, um weitere Projekte zu beginnen.

Das Markenzeichen unserer Stadt ist seit Jahrzehnten die Miniaturschau „Klein-Erzgebirge“. Jedes Jahr kommen 80.000 bis 100.000 Besucher, um die Freiluftausstellung zu sehen. Die Ausstellung ist mit über 70 Jahre und 12.000 m<sup>2</sup> eine der größten und ältesten in Deutschland und hat mit ca. 200 Miniaturen die schönsten Ausflugsziele des deutschen und tschechischen Erzgebirges nachgestellt. Leider gelang es bisher nicht, diese Besucher in die sehenswerte historische Altstadt zu führen.



Sanierungsgebiet Nördliches Stadtzentrum



Deshalb wurde die Idee geboren, einen speziellen Weg anzulegen („Märchenhafte Wasserwelten“), auf welchem ein Großteil der Besucher in die Stadt geführt wird. Der Weg verläuft in der ersten Hälfte vom „Klein-Erzgebirge“, am neu zu sanierenden Hetzbach bis in die Unterstadt (Teichplan) und von dort aus über den Mühlberg an der Kirche, über den Altmarkt zum Markt und neuen Museum und wieder zurück. Im Bereich des neu zu sanierenden Hetzbaches sollen Wasserspiele eingebaut werden, die thematisch mit bestimmten Szenen aus bekannten Märchen gestaltet werden. Damit werden nicht nur kleine Attraktionen geschaffen, sondern auch eine sinnvolle Verbindung zum neuen Weberei-Museum (web MUSEUM) hergestellt. Gleichzeitig sollen im Bereich der Uferzone des Hetzbaches landschaftsgestalterische Höhepunkte in Form von kleinen Parkanlagen geschaffen werden, welche den Besuchern die Möglichkeit zum Verweilen und Erholen bieten. Im Bereich der historischen Altstadt wird der Weg an den schönsten Bauwerken vorbeiführen. Die Gebäude werden mit entsprechenden Tafeln gekennzeichnet, welche Auskunft über die Historie geben.

Für Kinder wird es ein Märchenrätsel geben, das vorbei an den märchenhaften Wasserwelten gelöst werden kann und auch einen Bezug zum Museum herstellt. Mittelfristig sollen auch ein attraktiver Wochenmarkt an zwei Tagen der Woche und ein Kleinkunstmarkt am Wochenende entstehen. Die zielgerichtete Wegführung der Tagestouristen aus dem „Klein-Erzgebirge“ in die Innenstadt soll insbesondere den dort konzentrierten Handels- und Dienstleistungssektor sowie die Gastronomie stärken und die Verweildauer der Gäste in der Stadt erhöhen.



## Märchenhafte Wasserwelten



Mit Volldampf voraus.

# RADEBEUL

PREISTRÄGER

UMSTEIGEN! - RADEBEUL MACHT DAMPF



*Die Kleinbahn von Radebeul*

**„umsteigen!-RADEBEUL MACHT DAMPF“ - Unter diesem Motto werden sowohl private wie kommunale städtebauliche Investitionen aber auch Initiativen der einzelnen Akteure im Bereich des Sanierungsgebietes mit Ausstrahlung auf die gesamte Stadt Radebeul vereint. Mit Investitionen in die städtebauliche Infrastruktur und durch Einzelobjekte wird das Thema in einem kausalen Zusammenhang mit den Aktionen umgesetzt.**

**Das zentrale Thema „Schmalspurbahn“ strahlt über den gesamten Bereich und ist mit dem Bahnhof und seiner neuen Gestaltung und Funktion Ausgangspunkt zum „umsteigen“ in die Innenstadt.**

Mit dem Motto „Umsteigen! - Radebeul macht Dampf“ wurde die in Radebeul-Ost ansässige und in die Region startende dampfbetriebene Schmalspurbahn zum Thementräger und Multiplikator für die innerstädtische Entwicklung.

Das Gesamtkonzept wird abgeleitet aus den Fahr- und Linienplänen. Die „rote“ Streckenführung, welche die Verbindung der Angebote rund um die Schmalspurbahn hin zum Karl-May-Museum herstellt, wird durch die stadtgestalterischen Elemente, wie z.B. die Spurensteine erlebbar und für alle Altersgruppen attraktiv. Von dieser „roten“ Linie ist es ein leichtes umzusteigen in die „grüne“ Strecke, die das Handelsangebot des Stadtteilzentrums verbindet. Das nunmehr begonnene direkte Miteinander und abgestimmte Agieren im Gebiet ermöglicht ein komprimiertes „Dampf machen“.

# Umsteigen!



*Umnutzung alter Bahnhofsgebäude*



### Radebeul macht Dampf



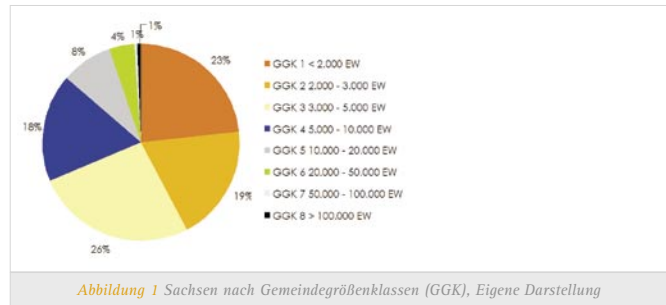
*Das Stadtbild - Beseitigung von Missständen*

Das unterstreichen die von den zahlreichen Akteuren gemeinsam organisierten und zu organisierenden Veranstaltungen, die sich im jährlichen Fahrplan wieder finden und mit dem bereits gut etablierten Wochenmarkt auf der Radebeuler Hauptstraße ihren Auftakt finden. Sowohl für die ansässigen Einzelhändler, wie aber auch die das Gebiet prägenden kulturellen und touristischen Leistungsträger ist die Aktion ein wichtiger Schritt für die innerstädtische Entwicklung. Gerade in der derzeitigen Situation, der begonnenen „Sanierung“ von Radebeul-Ost und den wirtschaftlichen und sozialen Themen der nächsten Jahre, gilt es das Zusammenwirken der Gewerbetreibenden zu stärken und gemeinsam mit anderen Partnern und der Stadtverwaltung zu agieren.

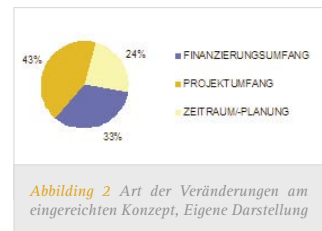
Mit dem Lichterfest zum Einklang des 1. Adventes, an dem sich zahlreiche Händler beteiligten, wurde ein erstes, äußeres Zeichen dafür gesetzt.

Schrumpfung und Funktionsverluste sind Probleme mit denen sich Innenstädte verstärkt konfrontiert sehen. Der Stadtkern ist aufgrund von städtebaulichen Unzulänglichkeiten wie ungenutzten Baulücken, wegen enormer Leerstände und/oder unformer Nutzungsstrukturen nicht mehr in der Lage, seiner Rolle als öffentlicher Raum für Begegnung, Kommunikation, Handel Kunst und Kultur, gerecht zu werden. vielerorts sinken durch Funktionsverluste die Attraktivität und Lebensqualität. Die einseitige Stadtentwicklungspolitik der DDR sowie die ungebremste Flächenentwicklung auf der grünen Wiese während der Nachwendzeit bedingen den teilweise katastrophalen Zustand in sächsischen Cities. Im Rahmen dieser Entwicklung, von der eine Vielzahl insbesondere deutscher Klein- und Mittelstädte betroffen ist, wird eine differenzierte Betrachtung sächsischer Innenstadtbereiche nötig. Abbildung 1 verdeutlicht die Akkumulation von kleinen und mittleren Orten mit weniger als 5.000 Einwohnern.

Diese nehmen einen Anteil von 68% des Freistaates ein, was eine Analyse der sächsischen Kommunen nach Gemeindegrößenklassen ergeben hat. Vor allem die Kleinstädte klagen über fehlende Einkommen durch die schlechte Wirtschaftslage, damit einhergehende Insolvenzen von Unternehmen sowie die zunehmende Verschuldung. Die Kommunen befinden sich in einem Teufelskreis: dringend notwendige Investitionen in der Innenstadt können wegen der kommunalen Finanznot nicht getätigt werden. Damit fehlt die Basis für privates finanzielles Engagement z.B. des Handels. Alternative Nutzungskonzepte sowie Kooperationsformen zu etablieren, die die Attraktivität der Innenstadt erhöhen und gleichzeitig finanzierbar

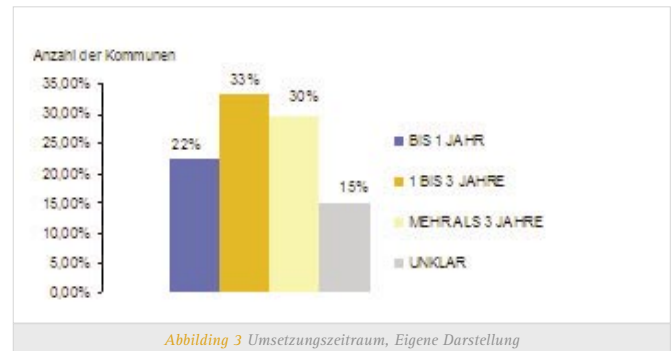


sind, stellen eine enorme Herausforderung dar. Darüber hinaus müssen die Kommunen den anhaltenden Rückgang der Bevölkerung verkraften, da die demographische Entwicklung und die Migrationsbewegungen vielerorts zu weiteren Bevölkerungsschwund führen. Dieser schwierigen Situation, von der alle Innenstadtakteure direkt betroffen sind, entgegenzuwirken, ist das Ziel der Initiative. Die positiven Impulse, die von einem gelungenen Projekt in der Innenstadt ausgehen, stellen eine Chance nicht nur für die City, sondern für die Gesamtstadt dar. Das Motto im ersten Wettbewerbsjahr ‚Neue/Alte Stadtidentitäten‘ gab den Rahmen für das Entwickeln der Projektideen. In nachhaltigen und individuellen Konzepten, abgestimmt auf die jeweils originäre Situation der Kommune, waren die Innenstadtakteure einzubeziehen und die eigenen Potenziale zu lokalisieren. Der Kombination von Städtebau und Veranstaltungen mit den lokalen Akteuren kommt hierbei ein besonderer Stellenwert zu. Die hohe Beteiligung sei als Beleg für das Engagement der Kommunen, aber auch für die Dringlichkeit der Thematik ‚In-



nenstadtrevitalisierung' angeführt. Der Grund trotz leerer Kassen und Personalmangel an dem Wettbewerb teilzunehmen, ist nicht vorrangig die Aussicht auf finanzielle Mittel. Für die Kommunen steht die Wiederbelebung des Stadtkerns im Mittelpunkt. Neben stadtinternen Partnerschaften spielen auch regionale und überregionale Netzwerke eine Rolle. Die Wettbewerbsteilnehmer identifizierten sich mit der Zielstellung von „Ab in die Mitte!“. Sie sehen in der Initiative eine gute Möglichkeit, dass verschiedene Akteure im Rahmen eines Public-Privat-Partnership zur Bearbeitung eines konkreten Themas unkompliziert und effizient zusammenarbeiten können.

Der Wettbewerb trägt zur Belebung der Innenstädte bei. Er ist Impulsgeber für die Entwicklung eigener Ideen Ansporn zur Realisierung konkreter Projekte und gibt Anregungen zum Erfahrungsaustausch. Die unkomplizierte Möglichkeit zur Teilnahme öffnet Räume für kreative Ideen und neuen Denkanstößen in der Stadtentwicklung. Die Funktion der Innenstadt als Treffpunkt wurde sowohl in Aktionen wie beispielsweise Themenfesten, als auch in baulichen Maßnahmen wie zum Beispiel der Neugestaltung des Marktplatzes (Brand-Erbisdorf, Geyer), der Erarbeitung von Wegekonzepten (Bad Dübener Heide, Radebeul) oder in der Wiederbelebung eines Kulturhauses (Wittichenau, Kirschau) neu herausgearbeitet. Laut einer durch den Lehrstuhl Stadtentwicklung durchgeführten Befragung der Wettbewerbsteilnehmer verwirklichen zahlreiche Kommunen - auch ohne Prämierung - ihr Innenstadtkonzept - noch im Jahr 2004 begann ein Großteil der Kommunen mit der Umsetzung. Dies ist sehr erfreulich, denn entscheidend für die Nachhaltigkeit ist, inwieweit sich Netzwerke im Sinne von Public-Private-Partnership bilden konnten und die



Beteiligten ihre Ziele weiter verfolgen. Städte und Gemeinden, die ihre Projektidee nicht realisieren, führen als Grund das Problem der Finanzierung an. 33% der Befragten überarbeiteten nach der Beteiligung am Wettbewerb ihr Vorhaben, um es in den folgenden Jahren erfolgreich realisieren zu können. Wie Abbildung 2 verdeutlicht, werden die Beiträge am häufigsten hinsichtlich des Projekt- und des Finanzierungsumfangs verändert. Rund 63% der ‚Ab in die Mitte!‘-Teilnehmer planen eine längerfristige Umsetzung über einen Zeitraum von drei und mehr Jahren hinweg (vgl. Abbildung 3). Die Ziele der Initiative - die Nachhaltigkeit und die Kooperation - können auf diese Weise gewährleistet werden. Über die Erarbeitung des Wettbewerbsbeitrages hinaus bleiben die entstandenen Partnerschaften vielerorts bestehen. Investive Maßnahmen und die Weiterentwicklung einer Strategie für die Innenstadt bleiben aktuell und bilden auf diese Weise den Rahmen für neue Ideen. Viele Kommunen möchten sich in 2005 wieder an dem Wettbewerb beteiligen. Dies liegt zum Teil auch daran, dass bereits jetzt Erfolge der Initiative sichtbar sind: es entstanden kreative Ideen mit relativ kurzfristigen Umsetzungshorizonten, die getragen vom starken Engagement aller Beteiligten, die Innenstadt nachhaltigen stärken.



*Das Kabarett „Kaktusblüte“ sorgte für Auflockerung und andere Sichtweisen*

Die Reaktionen auf die erstmalige Ausschreibung von „Ab in die Mitte!“ in Sachsen waren zu Beginn 2004 zurückhaltend. Zur Auftaktveranstaltung am 15. März in Dresden wurde jedoch bei einer Teilnehmerzahl von über 300 Gästen aus über 100 Kommunen deutlich, welchen Zuspruch die Initiative „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ erhielt.

Dass diese Initiative sich auch in Sachsen schnell zu einem attraktiven Wettbewerb mit der Aussicht auf zahlreiche (Geld-)Preise werden konnte, dafür stehen mit Karstadt und Kaufhof zwei Handelsunternehmen für „Ab in die Mitte!“, deren besondere Partnerschaft auf diesem Gebiet seit 1999 in Nordrhein-Westfalen einen Wettbewerb dieser Art überhaupt erst möglich machte.



*Rede des Schirmherrn, Herrn Prof. Dr. Georg Milbradt*



## „AB IN DIE MITTE!“ - EIN ERFOLGSREZEPT AUCH IN SACHSEN?

Die beiden Warenhausunternehmen zählen auch in den anderen „Ab in die Mitte!“- Bundesländern zu den Hauptsponsoren der Initiative. In Sachsen konnten mit der Leipziger Messe GmbH und den sächsischen Volksbanken Raiffeisenbanken zwei weitere Hauptsponsoren gewonnen werden. Ihnen allen, wie auch den zahlreichen Unternehmen und Institutionen, die sich mit finanziellen oder Sachleistungen an dem Wettbewerb beteiligten, gilt daher besonderer Dank.

Hierzu zählen insbesondere die Landesarbeitsgemeinschaft der sächsischen IHKs, die Sächsischen Spielbanken, die Signal-Iduna-Gruppe, der German Council of Shopping Centers, der Sächsische Verlagsverlag, das Novotel Leipzig City, die Universität Leipzig mit dem Institut für Baubetriebswesen, Bauwirtschaft und Stadtentwicklung sowie die TU Bergakademie Freiberg mit dem Lehrstuhl für Marketing und internationalen Handel.



*Referat von Prof. Johannes Ringel, Leiter des Lehrstuhl für Stadtentwicklung an der Universität Leipzig und RKW-Architekten*



*Die Jurysitzung am 16.06.2005, Meinungsbildung*



*Preisübergabe Klingenthal - Die Freude war groß*



*Der 1. Preisträger erhält die Urkunde am Projektstandort*

Die medienwirksame Begleitung der Initiative durch die Bild-Zeitung, die Sächsische Zeitung und die Leipziger Volkszeitung hat zur besseren Information über den gesamten Wettbewerbszeitraum einen wichtigen Beitrag geleistet.

89 eingereichte Konzepte aus 87 Städten und Gemeinden haben bewiesen, wie schnell die Idee des Wettbewerbs aufgegriffen wurde. Es hat sich gezeigt, dass das Ausschreibungsthema für die Kommunen von großem Interesse ist. Viele Beteiligte haben bestätigt, dass es gerade eines solchen Anlasses bedurfte, um gemeinsam über Probleme, Aufgaben und Perspektiven in der Stadtentwicklung konkret diskutieren zu können und Lösungsvorschläge den Bürgern „schmackhaft“ zu machen.

Genau das ist „Ab in die Mitte!“: Klare, aber nur generelle Zielvorgaben - Kreativität, Denk- und Handlungsfreiheiten in den eigenen Konzeptideen und in der Umsetzung. Dies verbunden mit der Prämisse, dass nur gemeinsam zwischen Politik und Wirtschaft erarbeitete Konzepte eingereicht werden können, hat zahlreiche Akteure zum Mitmachen motiviert. Natürlich ist die Aussicht auf einen der Preise ab 10.000 Euro oder die bevorzugte Behandlung bei der Vergabe der Städtebaufördermittel ein ebenso gewichtiges Argument zur Teilnahme. Selbst bei sich ausbreitender Mutlosigkeit in der Konzepterarbeitung motivierte ein Bürgermeister seine Mannschaft: „Schon dass wir hier so weit gekommen sind, ist Erfolg genug, dass es sich lohnt, weiterzumachen [...]“.



*Alle haben mit angefasst*



*Auch die Landeshauptstadt wurde prämiert*

Die Auswahl der Preisträger fiel schwer, da fast alle Anträge die Wettbewerbskriterien erfüllten. So entschied doch oft das kleine Stück mehr Kreativität, mehr Identität (siehe Motto), aber auch Plausibilität und Realitäts-sinn mit Blick auf die Umsetzung. 12 Preisträger erhielten persönlich die Urkunden. Bereits hier begann der Weg zur Umsetzung, denn Motivation und Tatendrang waren deutlich zu spüren. Würdigung der Initiativen vor Ort ist das eine, Kommunizierung und Information darüber auf überregionaler Ebene das andere. Durch die bereits seit Jahren bundesweit in Broschüren, Fachzeitschriften und Tageszeitungen erscheinenden, zu Konferenzen oder in Vorträgen vermittelten Informationen über „Ab in die Mitte!“ wächst der Bekanntheitsgrad.

Die Ausstellung aller eingereichten Wettbewerbsprojekte zu verschiedenen Anlässen und in verschiedenen Städten sowie eigene Tagungen bzw. Informationsveranstaltungen in Sachsen komplettieren die Präsenz von „Ab in die Mitte!“, indem auch jedes einzelne Projekt damit seine besondere Stellung, seine Anerkennung erhält. Die Ausstellung aller Beiträge auf der Euregia zeigte schließlich nochmals die Vielfalt und Breite und die große Resonanz für „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“.

Eine künstlerisch von Fischer-Art gestaltete Urkunde in einer eigens hierfür limitierten Auflage ist vorzeigbare Anerkennung für jede am Wettbewerb teilgenommene Kommune.

Ein Höhepunkt im Wettbewerbsjahr 2004 war sicherlich der erstmals auf Einladung des Initiativkreises in Sachsen durchgeführte Erfahrungsaustausch der „Ab in die Mitte!“-Lenkungsgruppen aus allen Bundesländern, die diesen Wettbewerb ebenfalls durchführen. Vertreter der Lenkungsgruppen aus Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Hessen und dem neuen „Partner“ Berlin diskutierten gemeinsam mit dem sächsischen Initiativkreis über die Finanzierung, das Sponsoring, die Organisation sowie die Nachhaltigkeit und Perspektiven von „Ab in die Mitte!“.



*Görlitz überzeugte die Jury*



*Anlässlich der Ausstellungseröffnung der Wettbewerbsbeiträge in der Dresden-Altmarktgalerie trafen sich die Akteure*



*Abschlussveranstaltung am 27.10.2004 - Übergabe der Urkunde an den Bürgermeister von Obernhau, Herrn Dr. Steffen Laub durch Frau Prof. Margit Enke, Mitglied des Initiativkreises*



Einhellige Meinung aller Teilnehmer war es, diesen Erfahrungsaustausch in regelmäßigen Abständen zu wiederholen. Die nächste Einladung wurde von Berlin bereits ausgesprochen...

Da die Konzepte von „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ selbst stadtentwicklungspolitische Zielstellungen zum Inhalt haben, werden diese nachhaltig wirken. Somit wird die Initiative aus dem Jahr 2004 nicht nur länger in Erinnerung, sondern auch in der Umsetzung bleiben.

Mit der im Wettbewerb 2004 aufgenommenen Energie und dem Schwung, starten wir in ein weiteres „Ab in die Mitte!“-Jahr in Sachsen.



*Präsentation aller Wettbewerbstafeln  
auf der Euregia in Leipzig*



*Übergabe der Urkunde an den Bürgermeister von Taucha, Herrn Dr. Holger Schirmbeck*

## Herausgeber

Die Initiatoren des Projektes „Ab in die Mitte!  
Die City-Offensive Sachsen“

## Texte der Städtepräsentationen

Taucha: B. Stein

Döbeln: U. Hitzschke

Bad Dübén: Stadtverwaltung Bad Dübén

Freiberg: R. Bruha

Görlitz: F. Dreßler

Auerbach: K. Kirsten

Dresden: Dr. B. Reinhardt, J. Gillenberg

Großenhain: M. Schmieder

Klingenthal: J. Leonhardt

Leipzig: H. Scheller

Oederan: F. Nothnagel

Radebeul: Stadtverwaltung Radebeul

## Weitere Texte

Der Wettbewerb: Initiativkreis „Ab in die Mit-  
te! Die City-Offensive Sachsen“

Nachhaltige Innenstadtentwicklung durch

PPP: Dr. Silke Weidner, Cand. Wirtsch.-Ing.

Christiane Dornbusch

Ab in die Mitte!“ - Ein Erfolgsrezept auch in  
Sachsen?: Dr. Eddy Donat

## Urkunde zum Wettbewerb

Fischer-Art

## Quellen der Textbeiträge

Ausschreibungstext vom Wettbewerb

„Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ 2004  
Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen,  
Stand 30.09.2004.

Befragung zur Kommunikationspolitik durch die TU  
Freiberg, Lehrstuhl Prof. Enke, vom Juni 2004

Befragung durch den Lehrstuhl Stadtentwicklung  
der Universität Leipzig vom Oktober 2004

## Fotos der Städtepräsentationen

Taucha: J. Chüo

Döbeln: Traditionsverein „Döbelner Pferdebahn e. V.“

Bad Dübén: Stadtverwaltung Bad Dübén, H. Nyari

Freiberg: Stadtverwaltung Freiberg

Görlitz: Stadtverwaltung Görlitz

Auerbach: Stadtverwaltung Auerbach

Dresden: Projektskizze: Landschaftsplanungsbüro

Lange; Fotos: Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt  
Dresden

Großenhain: Stadtverwaltung Großenhain

Klingenthal: Stadtverwaltung Klingenthal

Leipzig: Stadtgeschichtliches Museum Leipzig,

Heimrich & Hannot, Leipzig

Oederan: Stadtverwaltung Oederan

Radebeul: Stadtverwaltung Radebeul

## Weitere Fotos

Dr. Eddy Donat



Redaktion  
Dr. Eddy Donat  
Dipl.-Geogr. Andrea Schötter  
Dipl.-Geogr. Cornelia Unger

Gestaltung  
Zweitakter  
Agentur für Kommunikation und Mediendesign Leipzig

Druck  
Fischer-Druck Leipzig

Auflage  
1.000

Copyright  
Februar 2005. Die Initiatoren des Projektes „Ab in die  
Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ und die Autoren.



2004

URKUNDE FÜR DIE TEILNEHMER

ORGANISATIONSBÜRO DES INITIATIVKREISES  
c/o IHK zu Leipzig | Goedelerring 5 | 04109 Leipzig  
Tel.: 0341 1267-1236 | Fax: 0341 1267-1423  
E-Mail [abindiemitte@leipzig.ihk.de](mailto:abindiemitte@leipzig.ihk.de)

[www.abindiemitte-sachsen.de](http://www.abindiemitte-sachsen.de)