



Gastgeber Stadt - Kommen, Sehen und Erleben

AB IN DIE MITTE!
DIE CITY-OFFENSIVE SACHSEN



Ab in die
Mitte!
Die City-Offensive
Sachsen

DOKUMENTATION **2005**



MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG:
 SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT
 SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM DES INNERN



| | |
|--|-----|
| WETTBEWERB | 4 |
| GRUSSWORT DER STAATSREGIERUNG | 6 |
| INTERVIEW MIT DEN HAUPTSPONSOREN | 7 |
| TEILNEHMER | 12 |
| ÜBERSICHTSKARTE | 13 |
| PREISTRÄGER | |
| PLAUEN | |
| „PLAUEN ERLEBEN - ÜBER UND UNTER TAGE“ | 14 |
| ANNABERG-BUCHHOLZ | |
| GLAUBE UND TRADITION - RENAISSANCE FÜR DIE EINZIGE BERGKIRCHE SACHSENS | 18 |
| OLBERNAU | |
| SPIELEND NACH OLBERNHAU KOMMEN - OLBERNHAU SPIELEND ERLEBEN | 22 |
| SCHWARZENBERG | |
| „LEBENS-ART-SCHWARZENBERG“ | 26 |
| GÖRLITZ | |
| BE SUCHT DIE MITTE! | 30 |
| MEISSEN | |
| MEISSEN „GEHT AM STOCK“ AKTIVES ERLEBEN MIT NORDIC WALKING | 34 |
| PIRNA | |
| STADT MIT VERGANGENHEIT...STADT MIT ZUKUNFT...LEBEN UNTER EINEM DACH | 38 |
| WEISSWASSER | |
| PFAD DER ELEMENTE - EIN WEG ERZÄHLT GESCHICHTE | 42 |
| HEIDENAU | |
| „ALLES MÜLLER ODER WAS(SER)? ERLEBNIS(T)RAUM MÜHLGRABEN“ | 46 |
| SCHÖNECK | |
| THERAPIEPFAD SCHÖNECK | 50 |
| TORGAU | |
| TORGAU - BÄRENSTARK | 54 |
| STATEMENT LANDESTOURISMUSVERBAND SACHSEN E. V. | 58 |
| STATEMENT TOURISMUS MARKETING GESELLSCHAFT SACHSEN MBH | 59 |
| DIE PROJEKTE ALLER TEILNEHMER | 60 |
| EIN- & RÜCKBLICKE | 100 |
| EVALUATION | 105 |
| AUS DEN ANDEREN BUNDESLÄNDERN | 110 |
| IMPRESSUM | 118 |

Der Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ wurde im Jahr 2005 zum zweiten Mal in Sachsen durchgeführt. Diese Initiative wurde von der privaten Wirtschaft gemeinsam mit dem Freistaat Sachsen im Rahmen einer Public-Private-Partnership (PPP) entwickelt, um den Städten und Gemeinden mit gezielten Aktivitäten für mehr Besucher in den Zentren der Orte zu sorgen.

Konzentrierte und außergewöhnliche Aktivitäten sollen auf die nachhaltige Vitalisierung und Attraktivitätssteigerung der Ortszentren aufmerksam machen und die Bedeutung der Ortsmitte den Bürgern und Besuchern veranschaulichen. Die Innenstadt- bzw. Zentreninitiative verfolgt die Ziele,

- die Multifunktionalität der Städte und Gemeinden zu erhalten und weiterzuentwickeln,
- nachhaltige Stadtentwicklungsstrategien zu entfalten,
- verschiedene Aktivitäten von Bund, Land, Städten und Gemeinden, 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.

In Sachsen wird die Initiative sehr eng an die Ziele zur nachhaltigen Stadtentwicklung geknüpft. Deshalb wurden auch in diesem Wettbewerbsjahr Projekte entwickelt, die auf die Verbesserung der innerstädtischen Strukturen abzielen und diese in attraktiver Weise mit interessanten öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen den Bewohnern und Besuchern der Stadt nahe bringen sollen.

Die Innenstädte und Ortskerne sind Treffpunkt für Besucher und Einwohner sowie Wirtschafts-, Handels- und Kommunikationszentren. Sie spiegeln damit das Niveau unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens wider. Vielfalt und Konzentration der Angebote, eine interessante Architektur und ansprechende, einladende Atmosphäre kennzeichnen attraktive Zentren. Die Lebens- und Aufenthaltsqualität trägt wesentlich zur Erhöhung der Besucherfrequenz bei. Tages-, Wochenend-, regionaler oder überregionaler und internationaler Tourismus spielen für die Erhöhung der Besucherfrequenz in sächsischen Städten und Gemeinden eine besondere Rolle. Unter diesen Aspekten lautete das Motto für den Wettbewerb 2005:

„Gastgeber Stadt – Kommen, Sehen und Erleben“.

40 Städte und Gemeinden haben sich am Wettbewerb beteiligt. 11 Projekte wurden prämiert. Zusätzlich konnte ein Sonderpreis für ein interessantes Projekt mit hoher touristischer Relevanz vergeben werden. In der vorliegenden Dokumentation werden alle eingereichten Projekte kurz vorgestellt. Die prämierten Konzepte werden ausführlich erläutert. Hauptsponsoren und Initiatoren positionieren sich zur Initiative.

Schließlich werden auch Ergebnisse einer Evaluierung vermittelt, „Rück- und Einblicke“ gewährt und über die „Ab in die Mitte!“-Initiativen des Jahres 2005 aus den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Hessen und Berlin berichtet. Wir wünschen dem Leser Unterhaltung, neue „An- und Einsichten“ und Motivation, sich an diesem oder ähnlichen Wettbewerben (er)neu(t) zu beteiligen!



Unsere Erwartungen an den Zweiten Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ wurde nach einem hervorragenden Start im Jahr 2004 nicht enttäuscht. Im Gegenteil!

Ich kann mit großer Freude feststellen, dass sich 40 Städte und Gemeinden Sachsens mit außergewöhnlichen und kreativen Ideen am diesjährigen Wettbewerb beteiligt haben. Der Schub des ersten Wettbewerbsjahres konnte auch für 2005 genutzt werden und hat beeindruckende Ergebnisse hervorgebracht. So gab es eine Menge Vorschläge und innovative Projekte, um Innenstädte zu beleben und attraktiv zu machen.

Das diesjährige Wettbewerbsmotto „Gastgeber Stadt – Kommen, Sehen und Erleben“ war in erster Linie touristisches Leitthema. Jeder weiß, dass ein ansprechendes Stadtbild nicht ausreicht, um Touristen anzuziehen. Es sind eben diese besonderen Ideen, die Städten und Gemeinden dabei helfen, ein eigenständiges Profil zu entwickeln. Nur so kann der Städtetourismus boomen und die neue „Lust auf Stadt“ auch als positiver Trend anhalten.

Ich möchte ganz besonders allen Unterstützern der Initiative danken, die finanziell, sachlich, organisatorisch oder auf andere Weise zum Gelingen des Wettbewerbs beigetragen haben. Mit einer engen Partnerschaft, Kreativität

und Engagement auf vielen Ebenen hat dieser Wettbewerb gezeigt, welche vielfältigen Möglichkeiten es für eine erfolgreiche Entwicklung unserer Innenstädte und speziell des Städtetourismus gibt. Hervorheben möchte ich den von der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH für den diesjährigen Wettbewerb gestifteten Sonderpreis mit einem Marketingpaket für eine besonders kreative Kommune.

Auch 2005 haben die Medienvertreter im Freistaat Sachsen breit über Projekte und Vorhaben der Initiative informiert und so auch Anregungen weitergegeben. Darin spiegelt sich ein anhaltend großes öffentliches Interesse wider.

Ich bin überzeugt davon, dass die Initiative „Ab in die Mitte!“ auch im nächsten Jahr wichtige Anstöße und Ideen geben wird. Darauf freue ich mich.

*Thomas Jurk
Staatsminister für Wirtschaft und Arbeit*

Interview mit den Hauptsponsoren Karstadt, Kaufhof und Sächsische Volks- banken Raiffeisenbanken



PROF. HELMUT MERKEL
VORSTANDSVORSITZENDER DER
KARSTADT WARENHAUS GMBH



LOVRO MANDAC
VORSTANDSVORSITZENDER DER
KAUFHOF WARENHAUS AG



GUNNAR BERTRAM
VORSTANDSMITGLIED VOLKSBANK
CHEMNITZ EG

Warum engagieren Sie sich für die City-Offensive „Ab in die Mitte!“?

Karstadt

Seit 1999 wurde im gemeinsamen Bündnis mit Kaufhof und dem damaligen Ministerium für Stadtentwicklung in Nordrhein-Westfalen die Initiative gestartet und mit Förderungen für gute Projekte finanziert. Ist seitdem zu einem Markenzeichen in Bezug auf neue Formen des Public Private Partnership sowie innovativer und nachhaltiger Stadtentwicklung geworden. Auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten gilt es für uns, die Innenstädte als attraktive Handelsstandorte zu stärken.

Kaufhof

Ein starker Handel mit einem guten Branchenmix ist sicher eine entscheidende Größe für eine zukunftsfähige Innenstadt. Dies allein reicht jedoch nicht. Erst das Zusammenspiel von Handel, Kultur, Gastronomie und anderen attraktiven Freizeitangeboten machen sie zu besonderen Orten, zu Treffpunkten der Bewohner und Besucher einer Stadt. Mit „Ab in die Mitte!“ werden die Kräfte mobilisiert und gestärkt, die sich für kreative Ideen, neue Konzepte und herausragende Projekte zur Steigerung der Lebens- und Aufenthaltsqualität in unseren Stadtmitten einsetzen.

Volksbanken Raiffeisenbanken

Die Volksbanken Raiffeisenbanken sind traditionell verwurzelt mit den Regionen, in denen sie geschäftlich tätig sind. In Krisenzeiten im 19. Jahrhundert von Händlern, Gewerbetreibenden, Handwerkern und Landwirten zur Verwirklichung ihrer Ziele gegründet, engagieren sie sich

seit dieser Zeit getreu ihrer Unternehmensphilosophie „Hilfe zur Selbsthilfe“ sowie „Bündelung der Kräfte“ für das Wohl ihre Kunden und Mitglieder, aber auch für die Stärkung und Entwicklung ihrer Heimatregionen. Aus einer großen Übereinstimmung zwischen den Projektzielen von „Ab in die Mitte!“, unserer Unternehmensphilosophie als Bankengruppe und den bisher eigenständig verwirklichten vielfältigen Aufgaben zur Regionalförderung heraus, wie Regio- oder City-Cards, regionale Stiftungsinitiativen u.a., kam der Entschluss, dass alle sächsischen Volksbanken Raiffeisenbanken gemeinsam auch Hauptsponsor der City-Offensive Sachsen werden.

Was hat die Initiative bisher bewirkt?

Kaufhof

Unsere ersten Erwartungen haben sich nicht nur bestätigt, sondern mit der Ausgestaltung der Initiative als Wettbewerb ab dem Jahr 2000 haben sich ganz neue Perspektiven aufgetan. Es wurden nicht nur interessante Projekte realisiert, die Tausende, oft lange dort nicht gesehene Besucher, in die Zentren lockten. Gerade die gemeinsame Vorbereitung verschiedenster Akteure aus dem Handel, dem Gewerbe- und Dienstleistungsbereich, der Kultur und Freizeitwirtschaft, aber insbesondere auch aus den städtischen Bereichen haben ganz neue „Allianzen“ und Netzwerke geschaffen, die nun auch außerhalb von „Ab in die Mitte!“ aktiv zum Wohle von Stadt und Handel engagieren.

Volksbanken Raiffeisenbanken

Diese Art „Initialzündung“ der Initiative, sich in den Re-

gionen auf die eigenen Werte und Stärken zu besinnen, ist bemerkenswert. Die inhaltliche Vielfalt und die aufgezeigten Lösungsansätze zeugen von großer Kreativität und dem Streben nach Selbsthilfe. Ebenso beachtlich ist die Zielstrebigkeit, mit der die Projekte verwirklicht werden, auch wenn man keinen Preis gewonnen hat. Es wurde richtig erkannt, schon durch die Realisierung der eigenen Aufgabenstellung und dem Erreichen gesteckter Ziele wird man zum Gewinner.

Denn neben den angestrebten bzw. verwirklichten Zielen, Attraktivität und Ausstrahlung sowie Wohlbehagen und Zufriedenheit, erwächst daraus noch eine weitere tragende Komponente, nämlich das Zusammenfinden von Partnern und das Vergrößern der Interessenkreise für eine dauerhafte Zusammenarbeit. Und die wiederum wirkt nachhaltig stimulierend für das Finden und Lösen weiterer Aufgaben zum Wohle der Stadt und Region.

Karstadt

Die Identität einer Stadt ist kaum neu zu erfinden – aber über gezielte, oft außergewöhnliche und deshalb interessante Projekte Innenstädte neu zu stärken, die Einzigartigkeit des Ortes herausstellen – das haben „Ab in die Mitte!“-Veranstaltungen und –Aktivitäten unzählige Male bewiesen. Das gemeinsame Handeln wurde auch auf Landesebene gestärkt. Auch hier können wir von besseren Bündnissen, sozusagen einem dauerhaften Public Private Partnership-Modell auf Landesebene sprechen. Nicht zuletzt haben Karstadt und Kaufhof trotz jahrelanger getrennter Verbandsmitgliedschaft über die Zusammenarbeit in „Ab in die Mitte!“ ihr gemeinsames Ziel der Stärkung der Innenstädte nicht „aus den Augen verloren“.

Sachsen führte im Jahr 2005 den Wettbewerb zum zweiten Mal durch. Wie schätzen Sie diese Initiative ein?

Volksbanken Raiffeisenbanken Diese Initiative ist ein echter Gewinn für alle Beteiligten. Die Mehrzahl der eingereichten Projekte haben einen längeren Realisierungszeitraum, binden also Kräfte und Mittel über mehrere Jahre. Viele Bewerberkommunen konzentrieren nun ihre Kraft auf die Umsetzung ihrer Projektideen, bevor sie sich mit einer neuen Aufgabenstellung bewerben.. Was als Ergebnis am Ende herauskommt, wird sich bestimmt sehen lassen können. Eindrucksvoll bestätigt dies unter anderem unser Hauptpreisträger 2004, die Stadt Taucha, die mit der Umsetzung ihrer Zielstellungen in der Stadt spürbare und sichtbare Akzente gesetzt hat.

Karstadt

Nach einem erfolgreichen ersten Wettbewerbsjahr mit über 80 teilgenommenen Städten waren in diesem Jahr eher die mittelgroßen und kleinen Städte am Zuge. Anhand der hohen Qualität der eingereichten Projekte wurde deutlich, wie intensiv sich die Städte mit dem Wettbewerb auseinander gesetzt haben. Die Grundideen wurden also richtig „verarbeitet“, das gewachsene Engagement für die städtischen Zentren wird deutlich spürbar.

Kaufhof

Auch wenn wir in den mittleren und kleinen Städten Sachsens mit Warenhäusern nicht vertreten sind, so begrüßen wir das breite Engagement für die Innenstädte.

Denn auch in diesen Städten leben viele unserer Kunden, d. h. in den Einzugsgebieten der größeren Zentren wie Leipzig und Chemnitz. Als Hauptsponsoren und Initiatoren möchten wir nicht nur den ‚Großstädtern‘ dokumentieren, dass wir in und damit für die Innenstädte stehen. Auch das ist eine Form der Vertrauensbasis, die wir mit unseren Kunden aufbauen und pflegen wollen.

Wie spannend fanden Sie das Thema Tourismus als Kerngedanke im Jahresmotto des sächsischen Wettbewerbs in 2005?

Kaufhof

Wir fanden es nicht nur spannend, sondern haben ja im Initiativkreis dieses Thema mit entwickelt und vertreten. Es gibt nachweisbare, interessante Synergien zwischen Handel und Tourismus. Einkäufe von Touristen machen gerade in unseren größeren Häusern einen nicht unerheblichen Anteil aus. Touristen sind aber nicht nur für Warenhäuser eine interessante Zielgruppe, sondern noch viel mehr für die Innenstädte als multifunktionaler Ort. Touristen suchen Attraktionen, wollen Erlebnisse, das Besondere oder gar Einzigartige in einer Stadt entdecken. Dazu gehören also beispielsweise Architektur, Kultur, Kunst, Museen und natürlich auch die Gastronomie. Und schließlich sind wir ja in NRW seit einigen Jahren selbst Mitglied des Landestourismusverbandes NRW.

Karstadt

Sachsen ist ja generell ein starkes Tourismusland. Gerade die Großstädte wie Dresden und Leipzig haben einen gro-

Ben Anteil an Touristen. Aber auch die Chance, in anderen Städten auch Besucher zu gewinnen, die sonst kaum in die Innenstädte kommen, ist eine wichtige Aufgabe zur Zentrenstärkung. Die Vielfalt und das ‚Verarbeiten‘ der Stärken, der eigenen Identität zu touristisch interessanten, sicher auch für die Bewohner und umliegenden Besucher attraktiven Projektideen bestätigt, dass die Themenwahl richtig war. Begrüßenswert ist es schließlich, dass über dieses Jahresmotto mit dem Landestourismusverband Sachsen und der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen zwei neue Partner für die Initiative gewonnen werden konnten.

Auch dies ist eine wichtige Aufgabe in dem Projekt: die Initiative auf eine breite Beteiligung ausrichten, denn nicht nur der Einzelhandel oder gar die Warenhäuser profitieren von einer gesteigerten Attraktivität der Zentren, sondern alle, denen eine pulsierende Stadt am Herzen liegt.

Volksbanken Raiffeisenbanken

Gerade durch ihre regionale Verwurzelung ist jede Kreditgenossenschaft selbst als Teil einer Stadt bzw. eines Gebietes zu sehen. Als Finanzdienstleister arbeitet sie für ihre Kunden und Mitglieder, also auch Vertretern der Dienstleistungsbereiche wie Handel, Gastronomie u. a., ebenso wie für die Besucher einer Region.

Deshalb haben die Volksbanken Raiffeisenbanken ein vordergründiges Interesse an der Entwicklung und dem pulsierenden Leben in einer Region in all seinen Facetten, also auch den Ausbau des Tourismus und unterstützen alle diesbezüglichen Maßnahmen aktiv. Wir fanden somit das Thema nicht nur spannend, sondern auch wie maßge-

schneidert für uns und haben uns deshalb im Initiativkreis aktiv eingebracht, damit es als Jahresmotto 2005 zur Anwendung kommen konnte.

Sachsen lässt im Gegensatz zu den Prinzipien in anderen „Ab in die Mitte!“-Bundesländern nicht nur die Planung investiver Maßnahmen zu, sondern macht diese sogar zu Bedingung. Was halten Sie davon?

Karstadt

Mit diesem ausdrücklichen Wunsch der Sächsischen Staatsregierung sehen wir die Grundidee und Ziele von „Ab in die Mitte!“ nicht verletzt, sondern nur mit neuen Bedingungen verknüpft. Durch die zahlreichen und großen Anstrengungen im Stadtumbau Ost wird so eine Verknüpfung und vielleicht auch neue Motivation für interessante Projektideen erreicht. Spannend ist schließlich, dass auf diese Weise zwei Ministerien, die verantwortlich zeichnen einerseits für Wirtschaftskraft und andererseits für Stadtentwicklung, sehr eng gemeinsam in dem Projekt mitarbeiten. Auch das ist eine Form breiterer Partnerschaften.

Volksbanken Raiffeisenbanken

Wir sehen darin eine wesentliche, befördernde Komponente, die letztlich dazu beiträgt Bleibendes bzw. Wirkungsvolles zu hinterlassen. Der Faktor Nachhaltigkeit ist bei unseren Projekten gefordert, das heißt, bei vielen Projekten sind auch größere finanzielle Aufwendungen notwendig, die eine Stadt oder Region selbst nicht voll allein tragen könnte. Das Vorliegen entsprechender Planungsun-

terlagen ist somit auch die Grundlage der Unterstützung durch den Freistaat Sachsen über die Bereitstellung von Fördermitteln im Rahmen der Städtebauförderprogramme bzw. Strukturentwicklungsprogramme für Maßnahmen, die sich diesen Programmen zuordnen lassen. Die Bereitstellung finanzieller Mittel schafft so letztlich Freiräume für kreative Ideen, für attraktive Projekte mit großer Wirkung, die sonst vielleicht nicht zum Tragen gekommen wären.

Kaufhof

Auch in Wettbewerbsbeiträgen aus anderen Bundesländern erkennen wir mittlerweile Projektansätze, die sich auf Innenstadtentwicklung, der Gestaltung von Wegen und Plätzen oder anderer Räume orientieren. Hier stecken letztlich auch investive Maßnahmen dahinter. Das Wichtige oder Primäre dabei ist jedoch, dass damit die Konzepte nachhaltig wirken sollen. Mit dem Appell, investive Maßnahmen zum Wettbewerbsgegenstand selbst zu machen, wird diese Nachhaltigkeit von vornherein eingefordert. Dies kann manch einen innerstädtischen Bereich zu mehr Attraktivität und Aufenthaltsqualität verhelfen.

Was empfehlen Sie den Teilnehmern des Wettbewerb im nächsten Jahr ?

Volksbanken Raiffeisenbanken Herrmann Schulze-Delitzsch, der sächsische „Vater“ des Genossenschaftswesens in Deutschland prägte einst folgenden Leitspruch genossenschaftlichen Handelns: „Mehrere kleine Kräfte vereint bilden eine große, und was man nicht alleine durchsetzen kann, dazu sollte man sich mit anderen verbinden.“

Das ist genau das, was auch für die Initiative „Ab in die Mitte!“ steht. Suchen, was es zu verändern gilt, alle wichtigen Partner der Region ansprechen und zur Mitarbeit gewinnen, Aufgaben und Ziele umreißen und mit den entsprechenden Möglichkeiten abwägen, das unverkennbar eigene Projekt formulieren – es wird sicher wieder spannend. Wir freuen uns jedenfalls schon auf viele neue kreative Ideen und Bewerberprojekte.

Kaufhof

Durch ein großes Engagement, neue und gute Ideen, eine breite Verständigung und Netzwerkbildung in den Städten und Gemeinden werden sicher wieder überzeugende Konzepte entwickelt.

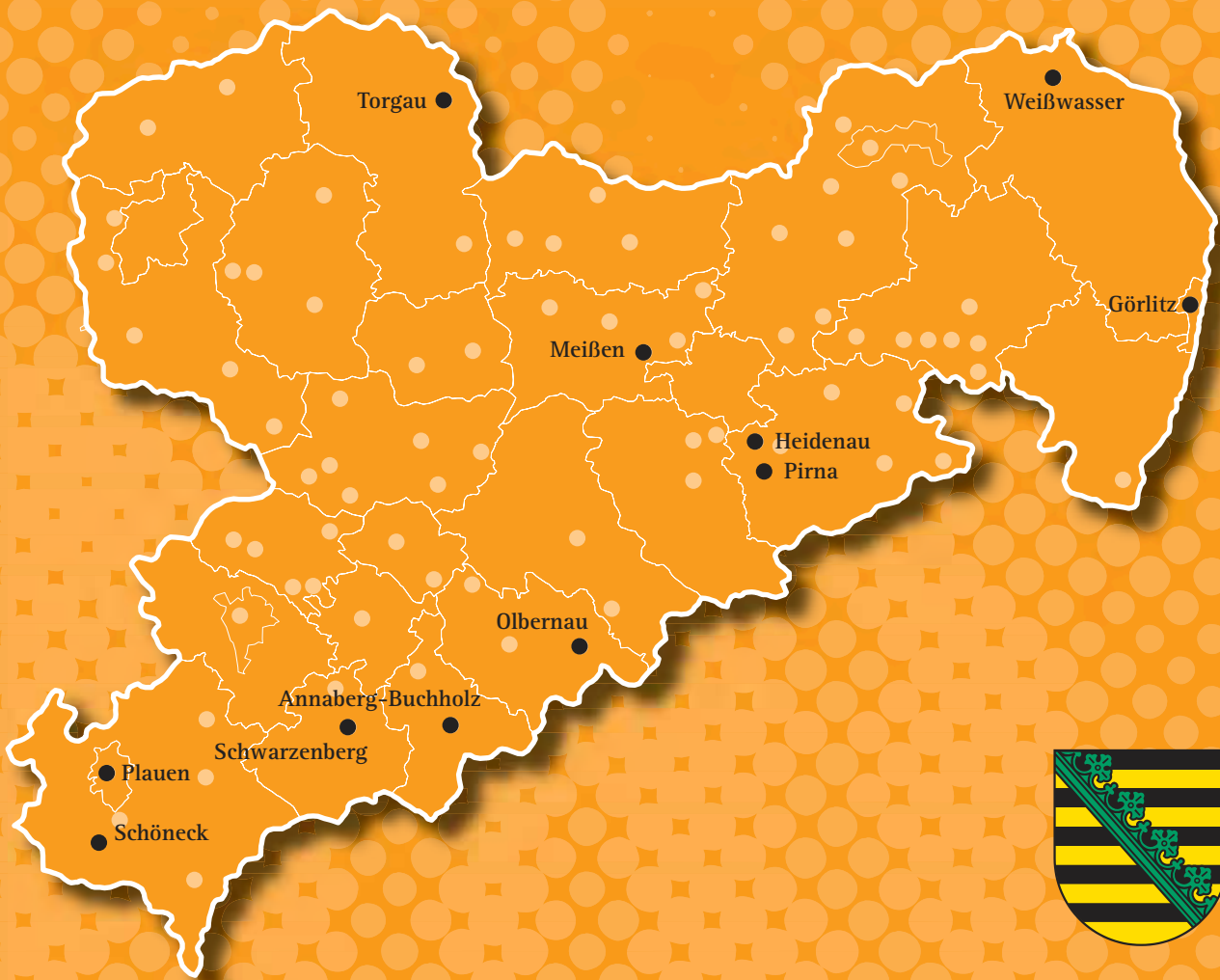
Wenn einen einmal das „Ab in die Mitte!“-Fieber und die Begeisterung erfasst hat, sollte man diese Motivation nutzen. Die Umsetzung des Projektes sollte nicht allein an einen Wettbewerbspreis geknüpft werden, wobei wir dies natürlich jedem – guten – Projekt wünschen. Wenn wir uns gemeinsam engagieren, dann können wir auch gemeinsam profitieren.

Karstadt

Jeder erarbeitet seinen Wettbewerbsbeitrag für die eigene Stadt oder Gemeinde. Diese „Authentizität“ sollte Basis sein.

Das spürt auch die Jury. Aber die Konzepte sollen nicht nur der Jury gefallen, sondern stellen für die Beteiligten selbst eine Chance dar, manch bisher verborgener Projektidee zum Leben zu verhelfen und endlich umgesetzt zu werden. Also: nutzen wir die Chance!

| Stadt/Gemeinde | Titel des Projektes |
|------------------------------|---|
| Annaberg-Buchholz | Glaube und Tradition - Renaissance für die einzige Bergkirche Sachsens |
| Auerbach/Vogtl. | Tour zu den drei Türmen |
| Bad Schandau | Die Bad Schandauer Kneip(p)Reise |
| Bautzen | Altstadt neu erleben - Geschichte neu erfahren |
| Borna | „Kult-UR-Sprung Alltags“ - Wechsel in Borna |
| Borsdorf | „Grün zieht an!“ - Parkanlage Schwanenteiche in Borsdorf |
| Chemnitz | Chemnitz - einladend und verlockend - Begegnungen der Kulturen |
| Crimmitschau | Crimmitschau in Familie |
| Delitzsch | Augen - Blick - mal - (b)Mitte |
| Görlitz | Be Sucht Die Mitte! |
| Grimma | Grimmaer LiederFlut - Vitalisierung Postgut |
| Großschönau | Durch und durch Damast und Frottier |
| Hainichen | Eine romantische Zeitreise |
| Heidenau | Alles Müller oder Was(ser)? Erlebnis(t)raum Mühlgraben |
| Klingenthal/Sa. | Radrundstrecken / Lichtspektakel |
| Leisnig | Grünende Wege zur erlebbaren Stadt |
| Lichtenstein/Sa. | Die Spielfabrik |
| Lunzenau | Familien gestalten und beleben unsere Stadt |
| Markranstädt | Markranstädt - Ein Regenbogen bringt Farbe in die Stadt |
| Meißen | Meißen „geht am Stock“ aktives Erleben mit Nordic Walking |
| Oelsnitz/Erzgeb. | 1. Oelsnitzer Hegebachfestspiele |
| Olbernhau | Spielend nach Olbernhau kommen - Olbernhau spielend erleben |
| Pirna | Stadt mit Vergangenheit...Stadt mit Zukunft...Leben unter einem Dach |
| Plauen | Plauen erleben - über und unter Tage |
| Radeberg | Lichtblick Radeberg |
| Radebeul | „Verzeih' n Sie, mein Herr, fährt dieser Zug nach Kötzschenbroda...“ |
| Reichenbach/Vogtl. | Der Rote Faden - das Grüne Band |
| Riesa | Umbau Rathausplatz und Riesaer Erlebnispfad |
| Sayda | Gastgeber „Goldener Löwe“ |
| Schleittau | NEUE CHANCE FÜR ALTE LÜCKE! |
| Schöneck/Vogtl. | Therapiepfad Schöneck |
| Schwarzenberg/Erzgeb. | LEBENS-art-SCHWARZENBERG |
| Stollberg/Erzgeb. | Mehr Bahnhof - mehr Stadt |
| Torgau | Torgau - bärenstark |
| Treuen | Treuener Hutzenzeit |
| Waldenburg | Brückenschlag |
| Weißwasser/O.L. | Pfad der Elemente - ein Weg erzählt Geschichte - |
| Wilsdruff | Wilsdruff und die Jacobikirche laden ein |



**„Ab in die Mitte!
Die City-Offensive Sachsen“ 2005**



Das Luftschutzmuseum „Meyerhof“

Mit „Plauen erleben – über und unter Tage“ wird ein neues touristisches Alleinstellungsmerkmal in Plauen entwickelt: die „Wiederbelebung“ dreier „Unter-Tage-Objekte“ im unmittelbaren Stadtzentrum. In den vergangenen Jahrzehnten gerieten Stollen und Gänge, die aus verschiedenen Grün-

den in unterschiedlichen zeitlichen Epochen unterirdisch angelegt und genutzt wurden, nahezu in Vergessenheit. Sie sind jedoch genauso Bestandteil der Stadt, prägten und prägen die Stadtgeschichte und können durch ihre unmittelbar innerstädtische Lage sogar Magnetfunktionen erhalten. Welche Stadt hat schon drei derartig einmalige „Unter-Tage-Objekte“ im Radius von weniger als 300 Meter vom zentralen Platz der Stadt zu bieten?

Es ist die Faszination, sich im Herzen der Stadt dreimal „unter Tage“ in unterschiedliche Zeitepochen zu begeben und diese als permanentes Event zu erleben und „über Tage“ zugleich das innerstädtische Flair aus Bummeln, Einkaufen, Verweilen und Kultur des

Das Plauener Projekt sieht den Ausbau und die inhaltliche Ausgestaltung der drei „Unter-Tage-Objekte“ Alaunbergwerk „Ewiges Leben“, Luftschutzmuseum „Meyerhof“ und Fluchtgang mit Zollkeller vor. Durch die „Über Tage“-Verbindung mit dem „City-Express“ sowie kontinuierliche Führungen und regelmäßige Veranstaltungen erfolgt die Vermarktung des Gesamtprojektes als Stadterlebnis.



Das Alaunbergwerk „Ewiges Leben“

PLAUEN ERLEBEN - ÜBER UND UNTER TAGE

PLAUEN

1. PREIS + SONDERPREIS





Plauener Stadtzentrums genießen zu können. Ein ehemaliges Alaunbergwerk wird wieder begehbar, um beispielsweise größere Gruppenveranstaltungen durchführen zu können. Lesungen oder „Mettenschichten“ sind ebenso geplant wie Führungen oder Ausstel-

lungen. Stadtgeschichte des 16. Jahrhunderts wird wieder lebendig. Im Luftschutzmuseum erleben die Besucher Stadtgeschichte vom ausgehenden 18. Jahrhundert bis in das 20. Jahrhundert. Nach einer ursprünglichen Nutzung als Bierkeller wurde der

Stollen als Luftschutzkeller während des II. Weltkrieges umfunktioniert. Zahlreiche Zeitzeugenberichte, Überreste von Waffen und Fliegerbomben und anderen Utensilien aus der damaligen Zeit sollen vor allem die junge Generation sensibilisieren und über his-

torische Hintergründe und ihre Auswirkungen auf die Plauener Bevölkerung aufklären.

Der Zollkeller mit Fluchtgang diente ursprünglich als Lagerkeller. So wurde schon in einem der fünf Keller im Jahr 1913 12.000 Flaschen 1904er

Plauen erleben – über und unter Tage

Der Zollkeller



Ein Cityexpress verbindet die drei markanten Punkte der Stadt

Chateau Langoa St. Julien gelagert. In Anlehnung an diese ursprüngliche Nutzung im 15. Jahrhundert und vom ausgehenden 19. Jahrhundert bis zum frühen 20. Jahrhundert können in besonderem Ambiente Weinverkostungen, Ausstellungen oder auch Gruppenveranstaltungen für die unmittelbar angrenzenden Jugendherberge stattfinden. Auch eine gastronomische Einrichtung im Weinkeller-Ambiente wird denkbar.

Die drei Objekte, die sich gegenwärtig in verschiedenen Ausbaustufen befinden, sollen in den kommenden Jahren städtebaulich aufgewertet und inhaltlich ausgestaltet werden. Ihre komplexe Vermarktung, die Organisation von Führungen und Veranstaltungen sollen Touristen – und hier insbesondere eine für Plauen neue Zielgruppe von Schülern, Jugendlichen und jungen Familien – dazu motivieren, nach Plauen zu kommen, um die Attraktivität und Multifunktionalität der Plauer Innenstadt zu sehen und zu erleben. Mit viel Engagement erschließen in ehrenamtlicher Tätigkeit seit einigen Jahren die Mitglieder



Gemütlichkeit im Alaunbergwerk

des „Vogtländischen Bergknappenvereins zu Plauen“ e. V. die „Unter-Tage-Welt“ im Plauer Stadtzentrum. Eng wird dabei zusammengearbeitet mit der Stadt Plauen, dem Stadtmarketing Plauen e. V., dem Tourismusverband Vogtland sowie der Freizeitanlage Syratal. Das ausgebaut und begehbare Alaunbergwerk „Ewiges Leben“, das am 16.04.2005 zum 60. Jahrestag der Zerstörung Plauens der Öffentlichkeit zugänglich gemachte Luftschutzmuseum „Meyershof“ und der freigelegte Fluchtgang unter der ehemaligen Stadtmauer mit Zollkeller zeugen von der fleißigen Arbeit der Bergknappen. Dieser unter Tage erschlossene „Schatz“ soll mit dem Projekt veredelt und in das „Über-Tage-Leben“ einer pulsierenden Innenstadt einbezogen werden. Wenn die Jungfernfahrt des „City-Express“ zwischen den 3 Objekten und weiteren kulturellen und musealen Anziehungspunkten in der Plauer Innenstadt stattfindet, wird Plauen ein neues, besonderes Highlight für Einwohner und Besucher der Stadt haben.

Die im Marktbereich stehende Bergkirche St. Marien wird einer umfassenden Erneuerung zugeführt. Im Innenbereich der Kirche betrifft dies auch die Instandsetzung der Bergmännischen Krippe. Durch künftige Veranstaltungen in der Kirche und deren Integration in das städtische System von Führungen soll die Funktion der Innenstadt von Annaberg-Buchholz nachhaltig gestärkt werden. Dabei gilt es u. a. die erzgebirgische Holzbildhauerkunst, die sich auch in der Kirchengestaltung widerspiegelt, Interessierten näher zubringen.

Direkt am Markt befindet sich die einzige Knappschaftskirche Sachsens - St. Marien. Obwohl diese Kirche historisch so bedeutsam ist, war sie sehr sanierungsbedürftig und es drohte langfristig eine Entwidmung, weil es kein adäquates Nutzungskonzept gab.

So wurde die Idee geboren, mit 31 geschnitzten Großfiguren die enge Verbundenheit der bergmännischen Tradition mit dem christlichen Glauben darzustellen. Mit der Thematisierung auf „Bergmännische Krippe“ war sehr schnell Einvernehmen hergestellt, weil dadurch nicht nur die erzgebirgische Holzbildhauerkunst eindrucksvoll zu bestaunen ist, sondern gleichzeitig die einzige knappschaftliche Sonderkir-

che Sachsens eine Wiederbelebung erfährt. So wurde seit Dezember 2004 das Dach der Kirche aus dem 16. Jahrhundert saniert, die Bleiglasfenster restauriert und mit Schutzglas versehen sowie ein neuer beheizbarer Natursteinboden verlegt. Der Eingang wurde behindertengerecht gestaltet, im Kellerraum eine Toilette eingebaut und die gesamte Kirche innen gemalert. Auch 150 neue gepolsterte Holzstühle stehen im Gotteshaus – bezahlt von Bürgern der Stadt. Das Interesse der Annaberg-Buchholzer für die Bestuhlungsaktion war übrigens so groß, dass viele potenzielle Sponsoren nicht mehr zum Zuge kamen.

390.000 Euro kostete das große Gemeinschaftsprojekt von Kirchengemeinde „St. Annen“ und Stadt. Geld dafür floss aus dem Förderprogramm städtebaulicher Denkmalschutz, von Stiftungen, Arbeitsamt, Landeskirche und aus dem Stadtsäckel. Zustande kam es, weil der städtische Marketingchef Eckhard Tanzhaus und der Pfarrer der Gemeinde St. Annen, Karsten Loderstädt, Stadt- und Kircheninteressenten in Einklang brachten und fortan alle Beteiligten an

Die Zusammenstellung der Bergmännischen Krippe



2. PREIS

GLAUBE UND TRADITION –
RENAISSANCE FÜR DIE EINZIGE BERGKIRCHE SACHSENS

ANNABERG-BUCHHOLZ



Hochzeit von Glaube und Tradition



einem Strang zogen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: In den hell getünchten Nischen der Wände können fortan das ganze Jahr über die 17 geschnitzten, bunt bemalten Figuren der Bergmännischen Krippe bewundert werden. 15 Plastiken sollten noch hinzukommen.

Ein Gotteshaus, das vordem nur zu besonderen Veranstaltungen geöffnet war, hält seine Türen jetzt täglich von 11:00 bis 17:00 Uhr offen. Es gibt Führungen für Einheimische und Touristen. Und die wunderschönen Figuren des Krippenweges, die von der Heimatverbundenheit und dem handwerklichen Geschick der Erzgebirger sprechen, haben endlich ein festes Domizil. In der Kirche finden weiterhin die Berggottesdienste der Bergknapp- und -brüderschaft Frohnau sowie größere Gemeindeveranstaltungen statt.

*Die Weihung der
Bergmännischen Krippe*



Die Präsentation der Bergmännischen Krippe

Am 25. September 2005 wurde groß gefeiert und alle waren gekommen, die neu sanierte Bergkirche mit den Figuren der Bergmännischen Krippe zu bestaunen.

Die Berg- und Adam-Ries-Stadt Annaberg-Buchholz ist nicht nur geografisch der Mittelpunkt des Erzgebirges, sondern auch für viele Bereiche des gesellschaftlichen Lebens ist sie das Herzstück schlechthin. Hier spürt man sowohl das Traditionelle einer altehrwürdigen Bergstadt als auch das Moderne einer aufstrebenden historischen Kleinstadt.

Mit der Realisierung des Projektes „Glaube und Tradition“ wurde ein weiteres Alleinstellungsmerkmal im Herzen der historischen Altstadt geschaffen, das die Gäste, die gezielt die vielfältigen historischen Sehenswürdigkeiten der Stadt besuchen, verstärkt in die Altstadt ziehen wird.

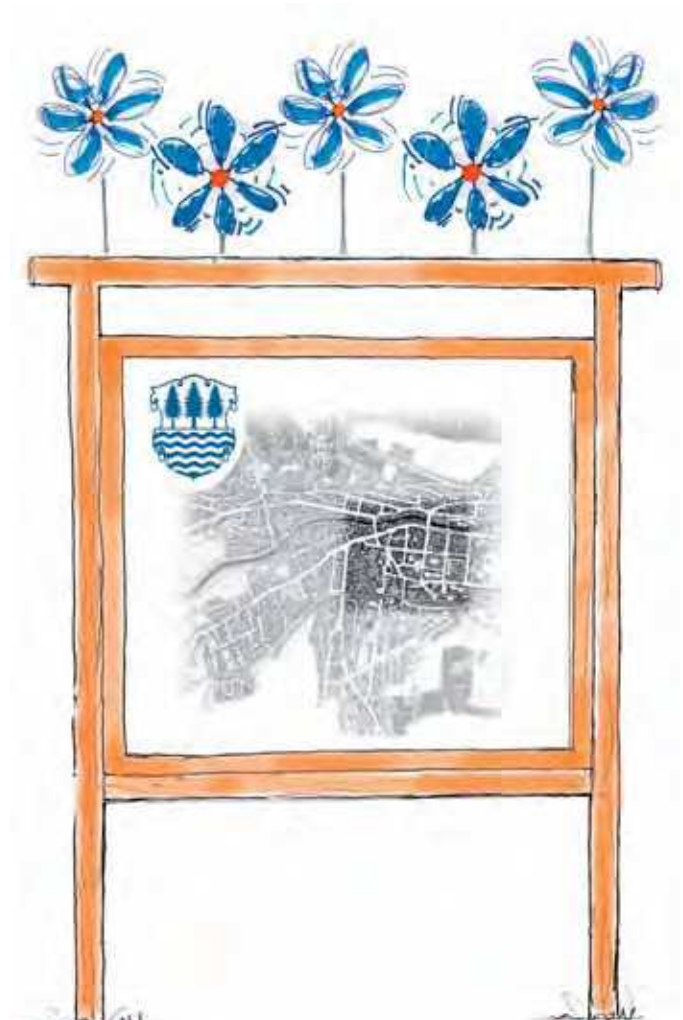


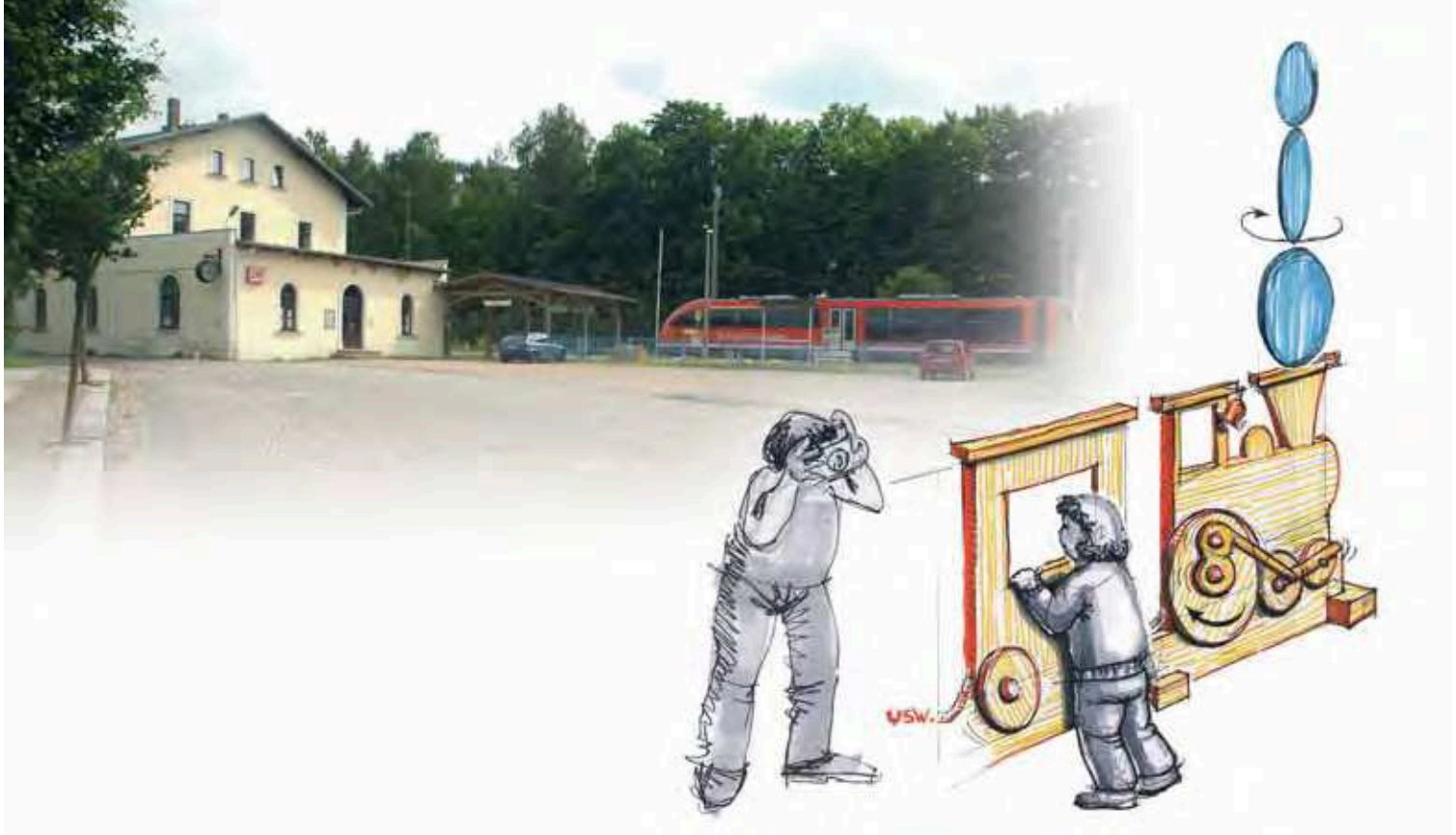


Infowichtl

Durch die Gestaltung des Bahnhofsvorplatzes, der Bahnhofstraße und des Postplatzes mit Spielelementen sowie dem Olbernhau-Spiel „Ausruhen, Orientieren, Spielen“ sollen Besucher, die mit der wiedereröffneten Erzgebirgsbahn nach Olbernhau kommen, die Stadt als Spielzeugland im Erzgebirge kennen lernen und erleben. Auf dem Rittergutsgelände laufen unter dem Thema „Ein Spielzeugmusterbuch erzählt...“ der Museumsbetrieb sowie Spiele- und Spielzeugmärkte bzw. weitere Spezialmärkte. Darüber hinaus werden leere Schaufenster entlang der Bahnhofstraße mit aktuellen Projektinhalten gestaltet, auf dem Bahnhofsvorplatz Wegweiser zu Sehenswürdigkeiten aufgestellt und ein Stadtrundgang „Erlebnis Jahrhundertwende“ vom Postplatz ausgehend als Informationselemente installiert.

Olbernhau trägt die Bezeichnung „Spielzeugland im Erzgebirge“ aus der Tatsache heraus, dass früher, aber auch noch heute Spielwaren aus Holz hergestellt und in alle Welt versandt werden. Das sollen natürlich auch die Gäste aus nah und fern erfahren und erleben. Schon mit dem Erst-Besuch der Stadt (im Sinne des Wortes) müssen dem Gast diese





SPIELEND NACH OLBERNHOU KOMMEN –
OLBERNHOU SPIELEND ERLEBEN

OLBERNHOU

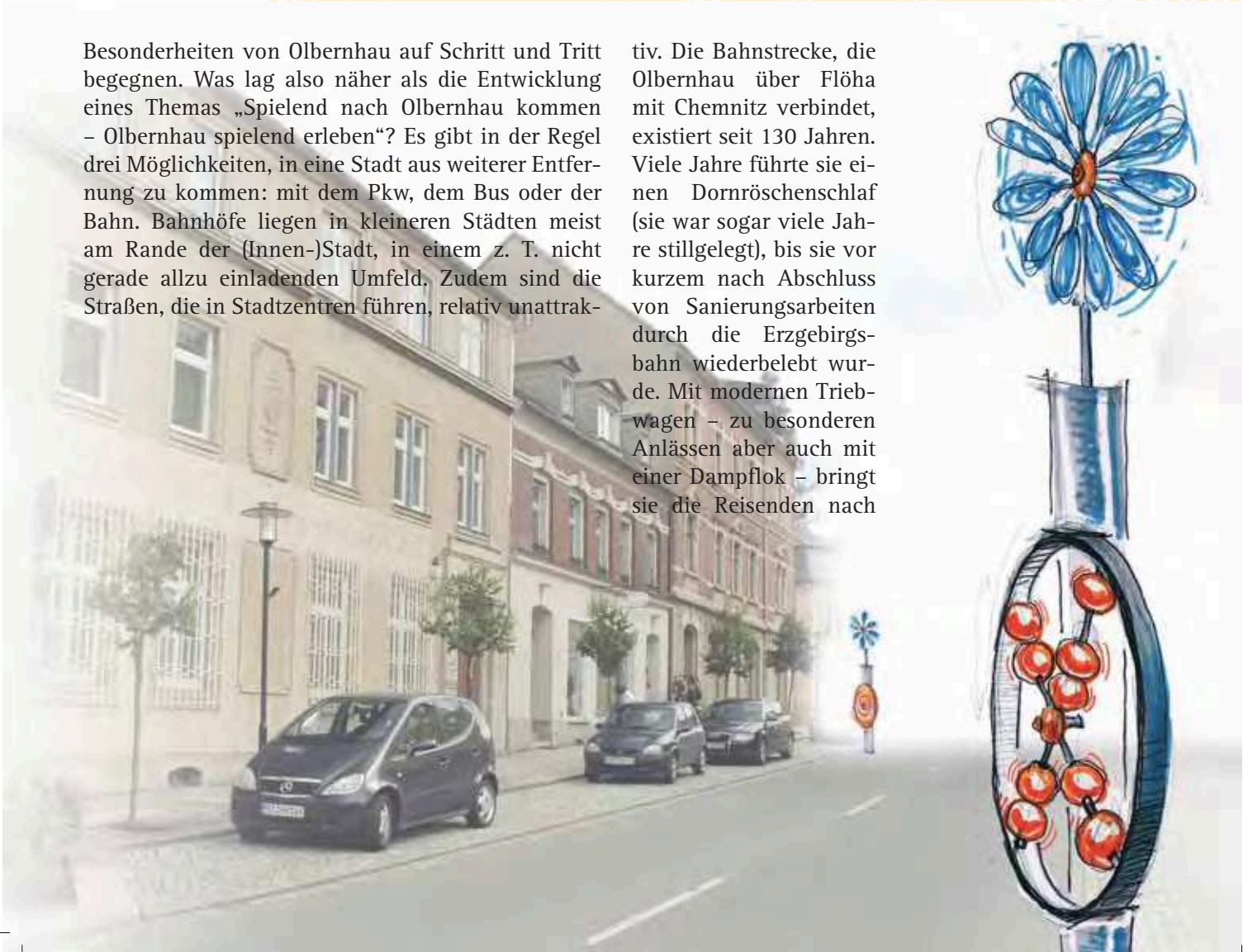
2. PREIS



Spielend nach Olbernhau kommen – Olbernhau spielend erleben

Besonderheiten von Olbernhau auf Schritt und Tritt begegnen. Was lag also näher als die Entwicklung eines Themas „Spielend nach Olbernhau kommen – Olbernhau spielend erleben“? Es gibt in der Regel drei Möglichkeiten, in eine Stadt aus weiterer Entfernung zu kommen: mit dem Pkw, dem Bus oder der Bahn. Bahnhöfe liegen in kleineren Städten meist am Rande der (Innen-)Stadt, in einem z. T. nicht gerade allzu einladenden Umfeld. Zudem sind die Straßen, die in Stadtzentren führen, relativ unattrak-

tiv. Die Bahnstrecke, die Olbernhau über Flöha mit Chemnitz verbindet, existiert seit 130 Jahren. Viele Jahre führte sie einen Dornröschenschlaf (sie war sogar viele Jahre stillgelegt), bis sie vor kurzem nach Abschluss von Sanierungsarbeiten durch die Erzgebirgsbahn wiederbelebt wurde. Mit modernen Triebwagen – zu besonderen Anlässen aber auch mit einer Dampflok – bringt sie die Reisenden nach





Eine Scheune als Ausstellungsfläche

Olbernhau – darunter auch verstärkt Touristen. Wer als Gast ankommt, steht in der Regel vor der Frage, wie komme ich ins Zentrum, was gibt es zu sehen? Kerngedanke der Projektidee ist deshalb die spielerische Führung der Besucher und Touristen der Stadt vom Bahnhof ins Stadtzentrum. Ein Stadtplan und verschiedene Spielelemente aus Holz geben erste Informationen, laden zum Entdecken und Fotografieren ein. Durch eine Neugestaltung des Bahnhofsvorplatzes, das Anlegen von Parkplätzen und den Abbruch leer stehender Industriege-

bäude wird das gesamte Areal aufgewertet. Die Spiel- und Infoelemente sollen einzigartig, „zum Anfassen“ und Ausprobieren und trotzdem stabil und solide sein. Dabei wird auch das Thema der Windspiele vom vorjährigen Wettbewerbsbeitrag wieder integriert. Leer stehende Schau-

fenster entlang des Weges können zu einer Ausstellungsfläche umfunktioniert werden. Vitrinen werden neu genutzt oder überhaupt erst erschlossen. Junge Bewohner der Stadt haben diese Idee aufgegriffen und bereits zwei solcher Schaufenster gestaltet. Das gemeinsame Engagement und die Auszeichnung für dieses Wettbewerbsprojekt werden sicher noch weitere Ideen spielerisch Realität werden lassen.



Mit dem Projekt will Schwarzenberg seinen Besuchern einen freundlicheren und angenehmeren Empfang bereiten. Dazu sind die Einrichtung eines neuen, ausgebauten Parkleitsystems, die Aufstellung der Beschilderung, die Aufwertung des Kirchsteigs als historischer Stadtaufstieg und der mittelalterlichen Natursteinmauern sowie die Sanierung des historischen Straßenzuges Steinweg vorgesehen. Als zentraler Anlaufpunkt für Touristen setzt der neu gestaltete Hammerparkplatz die Eisenbahn- und Industrielehrpfade und den vorhandenen Eisenbahntunnel besser in Szene. Der Eisenbahntunnel wird als Veranstaltungsort besser wahrgenommen und durch künstlerische sowie kulturelle Veranstaltungen wie art-figura und art-technica intensiver genutzt. Eine neue innerstädtische, touristische Attraktion entsteht durch die Sanierung und den Ausbau des Schlossturmes.

Stele als Identifikationsmerkmal



Was genau ist das und was macht sie aus – die LEBENS-art-SCHWARZENBERG? Die „Lebensart“ prägt jeden Einzelnen, aber auch eine ganze Stadt und macht sie erst zu dem, was sie ist. Schwarzenberg kann auf eine über 850-jährige, aufregende Geschichte zurückblicken. Die historische Besonderheit



Die Industrieausstellung art-technica

LEBENS-art-SCHWARZENBERG

SCHWARZENBERG

2. PREIS





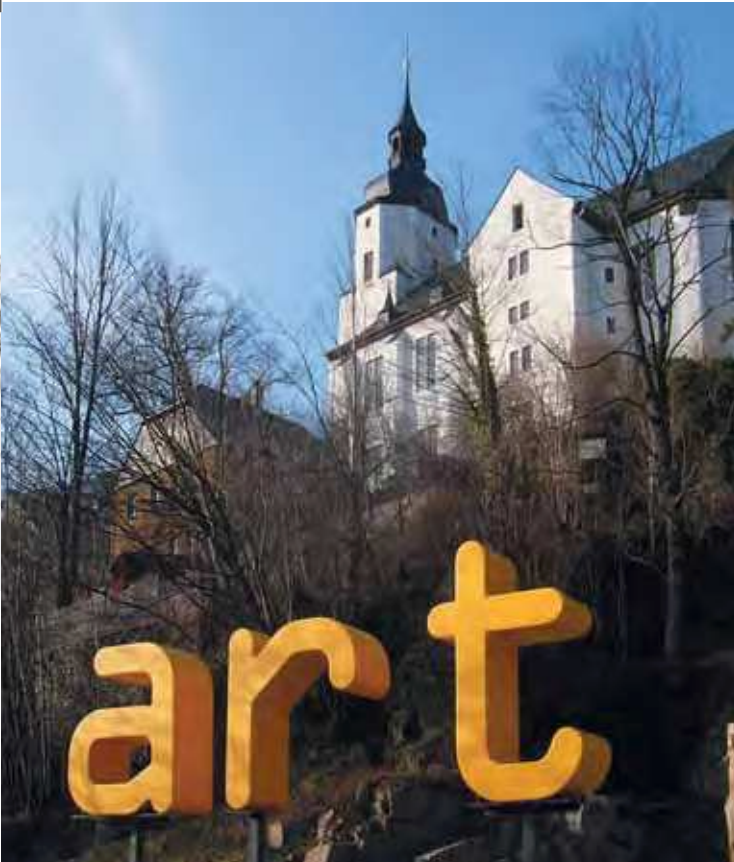
Der Hammerparkplatz und die Altstadt

LEBENS-art-SCHWARZENBERG

Eingang zum Eisenbahntunnel

der „Unbesetzten Zone“ zum Ende des Zweiten Weltkrieges, als die alliierten Besatzungskräfte für sechs Wochen nicht bis nach Schwarzenberg vorrückten, lässt viele Mythen um die Stadt ranken. Sie steht für die historische und idyllische „Perle des Erzgebirges“. Schwarzenberg ist aber genauso offen, modern, kunstliebend und kunstfördernd. Eine Stadt, die mit Hilfe ihrer zukunftssträchtigen und innovativen Unternehmen kreative Ideen wie die Industrieausstellung art-technica – ein Beitrag des „Ab in die Mitte!“-Wettbewerbes aus dem Jahr 2004 – verwirklichen konnte und sich stets neuen Herausforderungen stellt.





Schon am Ortseingang sollen den Besuchern „freundliche Willkommensschilder“ ein angenehmes Gefühl vermitteln und bereits hier von der „LEBENS-art-SCHWARZENBERG“ zeugen. Die Neukonzipierung und der Ausbau des vorhandenen Parkleitsystems werden die problemlose und touristenfreundliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Ziele ermöglichen. Der Hammerparkplatz unterhalb des Schlosses wird zentraler Anlaufpunkt für Gäste mit Sitzmöglichkeiten, Caravanstellplätzen und Informationsmedien – modernes Camping für Touristen mitten in der Stadt am Fuße des Schlosses und der Altstadt. Mit der Instandsetzung der romantischen mittelalterlichen Aufstiege zum Schloss und zur Kirche wird eine noch gastfreundlichere Erreichbarkeit des Stadtzentrums gewährleistet. Innerhalb weniger Minuten befinden sich die Gäste bereits inmitten der idyllischen Gassen

LEBENS-art-SCHWARZENBERG

und in unmittelbarer Nähe zum ältesten Gebäude in Schwarzenberg – dem Schlosssturm. Nach Abschluss der Sanierungs- und Ausbaumaßnahmen soll dieser als Aussichtspunkt dienen und auch ein Stadtmodell beherbergen. Die wiederhergestellten Gefängniszellen des Turmes werden an die unterschiedlichen Gefangenschicksale erinnern.

Der Hammerparkplatz nimmt durch seine ideale geographische Lage – direkt neben dem ehemaligen Eisenbahntunnel unter dem Schloss – eine Schlüsselstellung in der Verknüpfung aller weiteren Projekt-elemente ein. Ein Eisenbahnlehrpfad wurde bereits wirkungsvoll in Szene gesetzt durch eine gekippte Werkslokomotive und den angrenzenden Tunnel. In unmittelbarer Nähe befindet sich eine von 14 roten Stelen, die dazu einladen, Schwarzenberger Industriegeschichte zu entdecken. Diese Stelen entstanden durch die Zusammenarbeit vieler ortsansässiger Unternehmen und ziehen sich wie ein Band durch die gesamte Stadt. Vergangene und gegenwärtige Firmenstandorte werden durch sie näher beleuchtet und informativ beschrieben. Auch hier entstand die Verbindung von Historischem und Modernem – einer Besonderheit der LEBENS-art-SCHWARZENBERG.



Die gekippte
Werkslokomotive



BeSucht die Mitte! ist ein Stadtspiel für Görlitzer Gäste und Bewohner. Viermal jeweils Mittwoch 18:00 Uhr startet eine große goldene Kugel und rollt auf unbekannter Bahn durch die Innenstadt. Schaulustige, Neugierige und Passanten folgen der Kugel und der begleitenden Marching Band durch die Straßen, Plätze, Höfe bis zu einem Punkt, der für diesen Tag zum Mittelpunkt von Görlitz auserkoren ist. Unterwegs schließen sich weitere Leute/Neugierige an. Am Endpunkt erwartet die Teilnehmer eine außergewöhnliche Darbietung oder ein überraschendes Angebot.





3. PREIS

BE SUCHT DIE MITTE!

GÖRLITZ



BE SUCHT DIE MITTE!

Der spektakulärste vierte Kugellauf startet genau Mittwoch zur Mittsommernacht. Ausgangspunkt und Schauplatz fürs Finale ist der flächengrößte zentrale Platz, dessen Neugestaltung bevorsteht.

Das Stadtspiel-Finale bildet den Höhepunkt des Events und gleicht einem speziellen Stadtfest genau zur Mittsommernacht, am 24.06.2006, von 15:00-22:00 Uhr, startet auf dem Demianiplatz eine Super-Veranstaltung. Das Stadtspiel mit Teams aus den Städten des einstigen Sechsstädtebunds (14. Jhd.: Kamenz, Löbau, Zittau, Bautzen, Luban, Görlitz/Zgorzelec) findet seinen Höhepunkt. Street-Soccer-Turniere ziehen die Jugend und Sportler an. Spielangebote sollen Kinder

*Die Umgestaltung
des Demianiplatzes*



begeistern. Eine Tombola ‚Mitte Los‘ wartet mit tollen Preisen und Überraschungen. Livemusik und ein kulturelles Rahmenprogramm sorgen für Stimmung und Unterhaltung. Sogar ein originelles Catering (‚MittelBar‘, ‚UnMittelBar‘...) orientiert sich an dem Motto ‚BeSucht die Mitte!‘. Zahlreiche Institutionen wie das Theater, das Naturkundemuseum, das Gymnasium ‚Augustum Anne‘, das Kunsthistorische Museum sowie Firmen und Einzelhandelsgeschäfte am Platz werden spezielle Angebote liefern. Natürlich wird eine Liveübertragung der Fußball WM-Achtelfinalbegegnung (möglicherweise



Birgt diese alte Fabrik den Mittelpunkt der Stadt?

mit der deutschen Mannschaft!) an diesem Tag nicht fehlen. Anstoß zur weiteren Stadtgestaltung gibt jedoch der 1. Spatenstich zur Neugestaltung des Demianiplatzes.

Die Idee dazu wurde in einer Arbeitsgemeinschaft für den konkreten Ort und in Partnerschaft mit dem Eigentümer/Mieter konzipiert. Die ‚Mittelpunkt-Überschallung‘ soll so verlockend sein, dass der folgende Kugellauf noch mehr Leute anzieht. Dazu tragen auch die Ankündigung und die Berichterstattung in Presse, Stadt TV, Radio, Internet bei. Zur Realisierung des Stadtspiels bereitet eine Arbeitsgemeinschaft aus Akteuren verschiedenster Institutionen das Projekt konzentriert vor: Studenten der Hochschule Görlitz, Mitarbeiter des Quartiersmanagement Innenstadt, der Marketing- und Tourismusgesellschaft Görlitz, Unternehmer, Mitglieder von Vereinen sowie Mitarbeiter der Stadtverwaltung. So werden bis zur Re-

alisierung sicher weitere potenzielle Partner gefunden. Die bereits am Demianiplatz ansässigen Institutionen und Firmen bilden dafür „ein gutes Potenzial“ und können durch Sach- und Finanzleistungen wie auch inhaltlich bei der Realisierung der Idee mitwirken, so z. B. das Theater Görlitz, das Kunsthistorische Museum, der Kaisertrutz, das Staatliche Museum für Naturkunde, das Gymnasium Augustum Anne, Maxroi Graphics u. a. Firmen und Ladengeschäfte, die Stadtwerke Görlitz und die Verkehrsgesellschaft sowie natürlich die Geschäftsstelle Kulturhauptstadt Europas 2010.

Der Aufbau eines Nordic-Walking-Parks soll in Meißen eine weitere touristische Attraktion für Bewohner und Besucher schaffen und die Angebotspalette der Freizeitgestaltung ergänzen. Themenbezogene Strecken mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden verbinden die thematischen Schwerpunktbereiche Altstadt, Porzellan, Wein und Sport miteinander. Damit stehen auch bislang noch eher wenig beachtete Wege in der Stadt vor einer „breiten Öffnung“. Teilweise sind regelmäßig geführte Touren vorgesehen. Nordic Walking, Joggen oder Wandern sprechen einen breiten Interessentenkreis an. Damit verbunden wird ein weiterer Aufschwung für Handel und Gewerbe. Kulturveranstaltungen runden das Angebot ab.

Informationstafel

Meißen – die Porzellan- und Weinstadt, Wiege Sachsens. Traditionell genießt Meißen einen guten, weithin bekannten Ruf als Stadt, die gern und viel besucht wird. Eine alte Stadt, in der man Traditionen pflegt und bewahrt – gleichzeitig ist sie jedoch auch eine sich entwickelnde junge Stadt mit Visionen und Ideen. So war es nur folgerichtig, dass sich der ortsansässige Gewerbeverein Meißen e. V., der Meißner Tourismusverein e. V., der Deutsche Skiverband, die Stadtverwaltung und weitere interessierte Partner zur Entwicklung und Realisierung eines neuen Projektes zusammenfanden.

Die Weinstrecke durch die Weinberge



MEISSEN „GEHT AM STOCK“

AKTIVES ERLEBEN MIT NORDIC WALKING

MEISSEN

3. PREIS



Die Überlegung, die bekannten „Markenzeichen“ Meißen – das Porzellan, den Weinbau und die historischen Altstadt mit im Trend liegendem Sporttourismus zu verknüpfen, mündete in die Idee der Einrichtung eines Nordic-Walking-Zentrums. Das Besondere daran ist, dass drei (neue) Strecken die bekannten touristischen Attraktionen Meißen



Die Porzellanstrecke

Meißen „geht am Stock“ aktives Erleben mit Nordic Walking

tangieren. Traditionelle touristische Angebote werden so mit gesundheitsfördernden Akzenten der sich entwickelnden Gesundheitsregion Meißen verbunden. Die kulturhistorische Strecke beginnt unmittelbar am Fuße der Albrechtsburg. Durch den Schlosspark über die Schlossbrücke führend, erschließen sich interessierten Meißnern und Gästen der Stadt romantische Gassen und verschlungene Wege der über 1000-jährigen Meißner Altstadt. Die Albrechtsburg, die Frauenkirche, Vincenz Richter als ehemalige Fürstenschule sowie das Theater an der Elbe sind einzelne Stationen und geben dieser Strecke ihren besonderen Reiz. Die Strecke führt nicht aus dem Stadtzentrum heraus, sondern vielmehr in die Stadt hinein und erschließt damit Meißen für Sportbegeisterte auf ganz neue unkonventionelle Weise.

Die Porzellanstrecke – mit 6,3 km die längste Strecke – führt im Wechselspiel von gepflegten Parkanlagen und Produktionsstätten von Porzellan und Keramik durch reizvolle Gebiete der Stadt. Bereits am Startpunkt der Strecke an der Nikolaikirche besteht die Möglichkeit, die aus Meißner Porzellan bestehende Innenausstattung des Kirchenraumes zu bewundern. Die Weinstrecke – ist in der Tradition Meißens mit seinem über 850 Jahren alten Weinbau begründet. Durch historische Weinberge führend, an Weinkelle-



Nordic Walking durch die Stadt

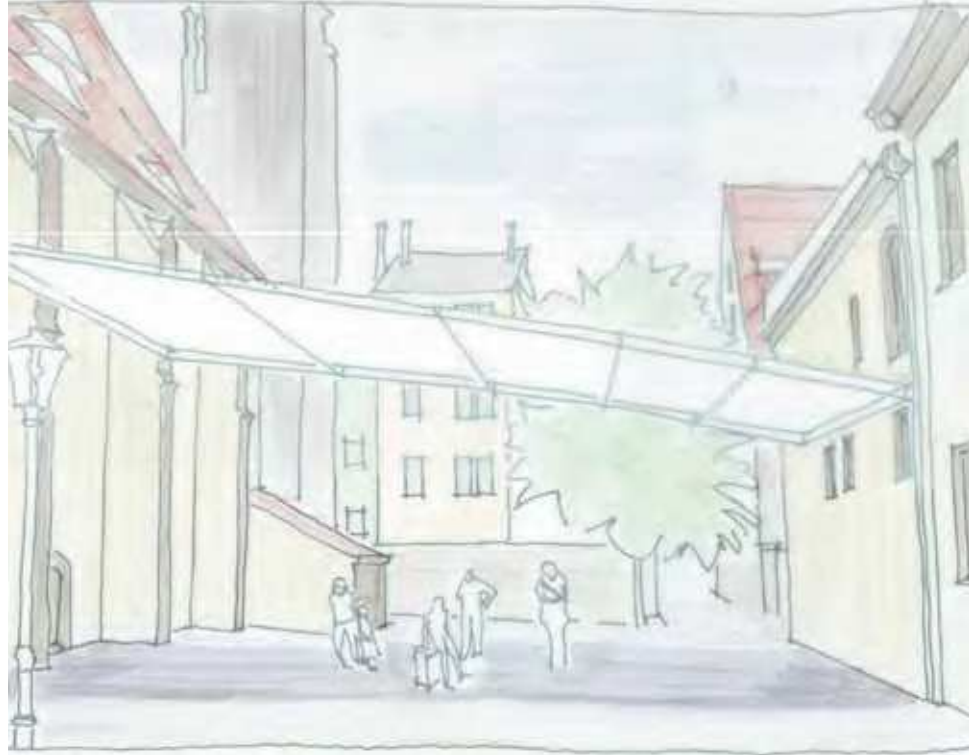


Die Preisübergabe

reien und Weinrestaurants vorbei, bietet die Strecke einen geschichtlichen und aktuellen Überblick über die Herstellung des Meißner Weines vom Rebstock bis zum Glas des edlen Getränkes. Bereits im Oktober 2005 konnte das Nordic-Walking-Zentrum gemeinsam mit dem DSV eröffnet werden. Zur zentralen Eröffnung auf dem Marktplatz im Herzen Meißens ver-

lieh der DSV an die Stadt Meißen per Urkunde den Titel „Nordic Walking Aktiv Zentrum“. Herbstmarkt, verkaufsoffenes Wochenende und kulturelle Umrahmung luden zusätzlich zu den Führungen entlang der „kulturhistorischen Strecke“ ein. Die Resonanz der Meißner, aber auch vieler Gäste sowohl zur zentralen Eröffnung als auch zu den Eröffnungen der Wein- und Porzellanstrecke zeigten, dass mit diesem Projekt ein neues attraktives Angebot geschaffen werden konnte, Meißen ein Gastgeber mit hohem Erlebniswert ist.

Neben traditionell kulturell interessierten Besuchern der Stadt wird Meißen hierdurch zunehmend auch für sportlich-aktive Gäste interessant und steigert das Image aufgrund des vielfältigen Erlebens und aktiver Betätigung in Meißen. Für die Meißner selbst trägt das Projekt zur Steigerung des Freizeitwertes, der Lebensqualität und zur Verbundenheit mit ihrer Heimatstadt bei. Ein Gewinn für Einwohner und Gäste gleichermaßen.



Das Projekt

Eine flexible Überdachung des Pirnaer Zollhofes und der Einkaufspassage soll die historische Bausubstanz mit moderner Architektur verbinden. Auf diese Weise entsteht ein multifunktionaler Platz in der historischen Altstadt, der für Kunst und Kulturereignisse z. B. als Open-Air-Spielstätte, Marktplatz oder Ruhezone ganzjährig genutzt werden kann. Es wird ein ständiger historischer Markt mit regionalen Produkten platziert. Die Möblierung des Zollhofs erfolgt mit Sandstein.



3. PREIS

STADT MIT VERGANGENHEIT...

STADT MIT ZUKUNFT...LEBEN UNTER EINEM DACH

PIRNA





Die Stadt Pirmasens liegt zwischen der Nationalparkregion der Sächsischen Schweiz und der Landeshauptstadt Dresden. Mit einem kleinen, attraktiven historischen Stadtzentrum unmittelbar an der Elbe gelegen, ist sie nicht nur Ausflugsziel für Dresdner, sondern Städtetouristen an sich. Die historische Altstadt hat sich trotz der Flutkatastrophe im Jahr 2002 zu einem einmaligen und zusammenhängenden Gesamtkunstwerk der Baugeschichte etabliert.

Stadt mit Vergangenheit...
Stadt mit Zukunft...
Leben unter einem Dach

Unmittelbar an der stark frequentierten Fußgängerzone nahe der Dohnaische Straße befindet sich der Zollhof. Dieser Hofbereich war einst Teil des ehemaligen Dominikanerklosters und ist von Gebäuden allseits eingefasst. Die Anbindung an die Fußgängerzone erfolgt durch einen schmalen Durchgang an der ansonsten geschlossenen Häuserzeile. Dieser zunächst vernachlässigte Freiraum soll eine wesentliche Aufwertung im Rahmen der Stadtsanierung erfahren. Es wird ein multifunktionaler Platz entstehen, der in Verbindung mit dem angrenzenden Pesthaus (Wettbewerbsbeitrag 2004) für unterschiedliche Festivitäten genutzt werden kann. Neben öffentlichen Kunst- und Kulturveranstaltungen können auch private Festivitäten jeglicher Art durchgeführt werden. Entsprechende technische Voraussetzungen dazu sind bereits umgesetzt worden. Um die Attraktivität zu erhöhen, ist eine großflächige Überdachung des Veranstaltungsplatzes geplant.

Ein flexibel einsetzbares Segel soll den Zollhof überspannen, das transluzent im Raum schwebt und bei Veranstaltungen als Sonnen- oder Regenschutz dient. Durch den Kontrast zwischen moderner Überdachung und historischer Bausubstanz wird ein besonderes Spannungsfeld entstehen, das durch eine spezielle Lichtinstallation verstärkt werden soll.

Die Überdachung des Zollhofes ist für das Jahr 2006 eingeplant und soll den ersten Schritt zu einer wetterunabhängigen Überdachung für Teile der Fußgängerzone bilden. Diese Vision, Freiräume flexibler, wetterunabhängig und trotzdem nicht isoliert zu nutzen, durchzieht die Vision der noch attraktiveren Innenstadt von Pirna.

Ein Rundweg soll wichtige Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten der Stadt Weißwasser/O.L. miteinander verbinden. Verschiedene Elemente (wie Stein, Holz, Wasser, Glas) symbolisieren die Attraktionen und werden jeweils vor Ort in geeigneter Form installiert.

Ausgangspunkt des Pfades ist der gestaltete Bahnhofsvorplatz. Das Ziegeleigelände wird als weitere Projektstation aufgewertet. Banderolen und ebenerdige Straßenlogos markieren den Weg. Schilder und Aufsteller informieren an verschiedenen Stationen. Ein zweiter Projektabschnitt erweitert den Pfad um weitere Angebote Weißwassers, so dass durch die Vernetzung mit regionalen Attraktionen ein touristisches Leitsystem der nordöstlichen Oberlausitz entsteht.



Die Waldeisenbahn Muskau

Die Entwicklung der Großen Kreisstadt Weißwasser ist seit 1989 von einem umfassenden Strukturwandel geprägt, die mit der Devise ihres Oberbürgermeisters „Wir bauen eine neue Stadt“ treffend beschrieben wird. Die Erhöhung der Attraktivität sowohl der Innenstadt als auch der unmittelbar angrenzenden „grünen Lunge“ haben dabei oberste Priorität.



PFAD DER ELEMENTE – EIN WEG ERZÄHLT GESCHICHTE

WEISSWASSER

3. PREIS





*Die Preisübergabe mit dem
Wirtschaftsminister Jurk*

Pfad der Elemente – ein Weg erzählt Geschichte

Mit dem „Pfad der Elemente“ sollen die Besucher auf besonders attraktive Seiten der Stadt aufmerksam gemacht werden und sie anregen, die touristischen Angebote selbst zu entdecken. Der „Pfad der Elemente“ ist ein Erlebnispfad. Durch ihn werden Denkmäler wie der Glasmacherbrunnen, das Glasmuseum und andere sehenswerte natürliche Gegebenheiten wie der Jahnpark und der Jahnteich miteinander verknüpft und so zu einem „Gesamt-Ensemble“ für die Stadt. Gerade in der abwechslungsreichen Sym-

biose von Kulturstätten, Kunstwerken sowie Natur und der jeweiligen symbolhaften Zuordnung der Elemente Holz, Wasser, Glas, Stein, Ton und Kohle besteht der besondere Reiz dieses Entdeckungspfad. Man wird feststellen, dass die wirtschaftlich bedingten Schrumpfs- und Umbaumaßnahmen das Gesicht von Weißwasser positiv verändern und reizvolle, neue Ansichten ermöglichen.

Der Pfad ist erster Abschnitt eines ganzheitlichen, touristischen Leitsystems durch die Stadt und die nähere Umgebung. Neben Tagestouristen werden verstärkt neue Zielgruppen angesprochen, die Weißwasser als Ausgangs- oder Endpunkt für eine Reise durch die Oberlausitz wählen können. Ausgangspunkt des Pfades ist der Bahnhofsvorplatz, wo eine Informationstafel über das gesamte Projekt informiert. Banderolen und ebenerdige Logos im Straßenraum weisen den Spaziergängern den Weg, der von jedem Punkt und in jede Richtung erkundet werden kann. Den jeweiligen Projektorten werden symbo-

lisch „Elemente“ bzw. Rohstoffe zugewiesen, die sich mit ihnen in geschichtlicher, technischer oder natürlicher Beziehung befinden. Neben den Darstellungen der Institutionen geben Aufsteller, Schilder und kleine Broschüren weitere Erläuterungen und präsentieren die Elemente in ihren Zusammenhängen. Die Nutzung der jeweiligen Materialien selbst für die Präsentationen sollen sie so auch (be-)greifbar machen. Das (städtische) touristische Leitsystem soll Ausgangspunkt für ein Komplett-Leitsystem in der Lausitz sein und in einem zweiten Realisierungsabschnitt folgen. Nach Fertigstellung können alle Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele der Region mit



Das Glasmuseum

den Angeboten Weißwassers vernetzt werden und die Besucher des Umlandes in die Stadt einladen. Besonders die Gäste des UNESCO-Weltkulturerbes Fürst-Pückler-Park, eines der größten Rhododendren-Parks Deutschlands in Kromlau, des Findlingsparks in Nochten sowie Radwanderer auf den Wegen durch die Lausitz werden davon angesprochen. Der „Pfad der Elemente“ und seine Erweiterung zu einem Fremdenverkehrs-Leitsystem ist ein auf Dauer angelegtes Projekt, das mit der Entwicklung der Oberlausitz von einem touristischen Geheimtipp zu einer Urlaubs- und Freizeitregion seine volle Wirksamkeit entfalten wird.



Der Lehrpfad

Der in der jüngeren Vergangenheit ins Abseits geratene Mühlgraben, der bereits seit dem 15. Jahrhundert existiert, soll im Rahmen des Projektes in Heidenau wiederbelebt werden. Mehrere charakteristische Mühlen sowie Verbindungswege zu verschiedenen städtischen Bereichen und deren Angeboten ergänzen die Projektidee. Der Mühlgrabenweg ist dabei als Lehrpfad vorgesehen, der die Historie der Mühlentradition erläutert und die vielseitige Verwendung der Wasserkraft dokumentiert. Über den in der Nähe verlaufenden Elbradweg gelangen Touristen auf dem Mühlgrabenweg ins Zentrum, das durch den Wasserweg an Attraktivität gewinnt. Die Mühlen werden über ein Nutzungskonzept ebenfalls in das Entwicklungsprogramm integriert.



ALLES MÜLLER ODER WAS(SER)? –
ERLEBNIS(T)RAUM MÜHLGRABEN

HEIDENAU

ANERKENNUNGSPREIS



Alles Müller oder Was(ser)? – Erlebnis(t)raum Mühlgraben

Zu den wesentlichen Bestandteilen von Natur und Landschaft gehören Gewässer, die in vielfältiger Weise deren Bild und ökologische Funktion prägen sowie vielfältigen Nutzungen unterworfen sind. Neben den natürlichen Gewässern wurden im Laufe der geschichtlichen Entwicklung künstliche Wasserbauten errichtet, die sowohl der Hebung und Weiterleitung als auch der Wasserförderung zur wirtschaftlichen Nutzung dienen. Auch der Mühlgraben Dohna/Heidenau stellt in der Vergangenheit eine reine Nutzungsanlage dar, die in Form eines künstlichen Wasserkanals errichtet wurde und die Mühlen antrieb. So wurde der Mühlgraben auch bereits im Zusammenhang mit den im Müglitztal angesiedelten Mühlen erstmals urkundlich erwähnt. Seit Beginn des 15. Jahrhunderts nutzten alle am Mühlgraben gelegenen Mahl- bzw. Schneidmühlen dessen Wasserkraft zum Antreiben ihrer Anlagen. Die Gesamtlänge des Mühlgrabens beträgt ca. 3.600 m. Davon befinden sich auf Dohnaer Flur ca. 1.200 m und auf Heidenauer Flur 2.400 m. Ausgehend von der Müglitz/Ritzschke in Dohna verbindet er vier historische Mühlen auf Heidenauer Flur und endet wieder an der Müglitz unmittelbar an deren Mündung in die Elbe. Die Erlichtmühle, die Obermühle, die Drogen-



Mühlengraben zur Drogenmühle

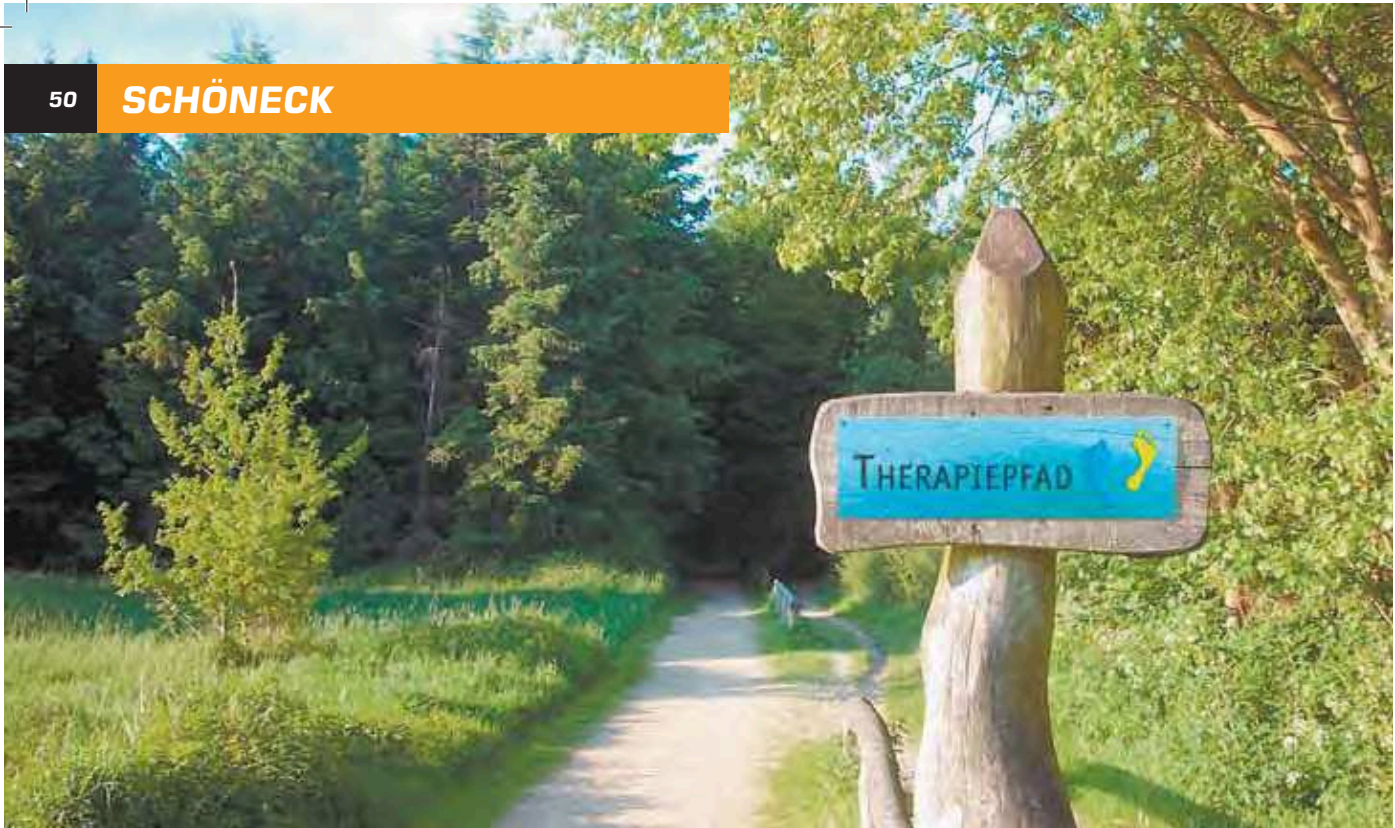
mühle und die Rote Mühle sind Zeitzeugen dieses Handwerks. Dieses historische, touristisch nutzbare Potenzial und Alleinstellungsmerkmal in Heidenau eignete sich für den Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ im Jahr 2005 ideal. Getreu dem Jahresmotto: „Gastgeber Stadt – Kommen, Sehen und Erleben“ wurde eine „Mühlenroute“ entwickelt, auf der der Besucher Zeitzeuge dieser mittelalterlichen Schätze wird. Durch das Motto: „Alles Müller oder Was(ser)?“ sollen nicht nur (echte) Historiker, sondern ein breites Besucherspektrum auf eine unterhaltsame Weise interessiert werden, diesen Pfad zu beschreiten. Der bereits teilweise sanierte Mühlgraben mit seinen geplanten kulturellen Höhepunkten wie zum Beispiel einem Treffpunkt am Elbradweg an der Roten Mühle, einem Wasserspielplatz, einem Mühlenlehrpfad entlang der Ernst-Thälmann-Straße bis zur Oberen Mühle soll unter dem Motto: „Erlebnis(t)raum Mühlgraben“ eine besondere Wertung erfahren.

Durch das Hochwasserereignis 2002 wurde die ursprüngliche Wehranlage auf Dohner Flur (Wasserzuführung aus der Müglitz) vollständig zerstört. Aus Hochwasserschutzgründen ist eine Wiedererrichtung der Wehranlage in diesem Bereich nicht genehmigungsfähig. Deshalb wird eine neue Wasserentnahmestelle für die Wasserzuspeisung des Mühlgrabens in Erwägung gezogen, so dass auch die Erlichtmühle, die erste Mühle auf Heidenauer Flur, wieder Wasser erhalten kann. Wenn auch zurzeit der Mühlgraben noch nicht wieder Wasser führen kann, so wurden im Sanierungsgebiet der Stadt Heidenau der Mühlgraben wieder renaturiert. Alle Straßendurchlässe sind erneuert, Ufermauern saniert und Wehranlagen an der Obermühle und Drogenmühle neu errichtet

Die Drogenmühlennacht

worden. Ziel ist es, dem Mühlgraben einmal wieder in seiner historischen, naturnahen Form Leben einzuhauchen. Auch neue Attraktionen wie z. B. ein begrünter Skulpturenpark. neben der Drogenmühle (historisch bedingter Name!) entstand als Ergebnis eines Bildhauersymposiums. Bald soll der Mühlgraben wieder Wasser führen! Der Mühlgraben soll attraktives Erlebnis, ja zum Erlebnisweg selbst werden. Die Drogenmühle, bekannt für ihre interessante Gastronomie im historischen Ambiente und als kulturelles Zentrum mit vielfältigen Veranstaltungen, soll in Ergänzung der vorhandenen rekonstruierten Wehranlage eine historische Wasserturbine erhalten. Besucher der Stadt Heidenau werden viele neue Entdeckungen machen können.





Der Therapiepfad

Das künftige Kurzentrum in Schöneck/Vogtl. soll über einen Therapiepfad mit dem Innenstadtbereich verbunden werden. Als Stationen des Pfades bieten ein Erlebnisspielplatz, ein Kneipp-Kräutergarten, ein Kräuterlabyrinth, ein Ballancepfad und ein Kneipp-Aktivgarten unter dem Motto Gesundheit, Interessantes, Entspannendes, Sportliches und Künstlerisches. Der Kirchgarten und die Kunstraum Baumgruppe werden gestaltet. Das Konzept des Gesundheitstourismus wird außerdem durch geplante, regelmäßige Events und die neue Touristikinformation umgesetzt.



THERAPIEPFAD SCHÖNECK

SCHÖNECK

ANERKENNUNGSPREIS

Die Stadt Schöneck – der Balkon des Vogtlandes – ist bereits seit 1900 als Fremdenverkehrsort bekannt. Unter dem Motto „Wintersport und Sommerfrische“ entwickelte sich die höchstgelegene Stadt zu einem angesehenen Tourismusort im Vogtlandkreis. Seit 1964 trägt die Stadt den Titel „Staatlich anerkannter Erholungsort“. Vor allem die hervorragende Lage Schönecks und das gesundheitsfördernde und therapeutisch nutzbare Klima führten zur Entwicklung als „Kneipp-Kurort“. Mit dem IFA-Ferienpark besteht bereits eine überregional bedeutsame touristische Einrichtung. Die für das Jahr 2006 angestrebte Prädikatisierung wird die Produktpalette der künftigen

„Gesunden Region Oberes Vogtland“ mit den Staatsbädern Bad Elster und Bad Brambach ergänzen. Ein Baustein dieser Entwicklung soll die Realisierung eines Therapiefades sein.

Durch eine gezielt und mit vielen Besonderheiten ausbaute fußläufige Wegebeziehung soll das künftige Kurzentrum mit Bereichen der Innenstadt sowie dem Stadtpark (künftiger Kurpark) verbunden werden. Der nahtlose Übergang von der Innenstadt zum Kurgebiet in einer ansprechenden Umgebung verführt zum Bummeln, Entspannen und gleichzeitig dem Genießen der Vorzüge innerstädtischer Angebo-

Therapiefad Schöneck

Kneipp-Wassertretbecken



te. Auf dem Therapiefad selbst findet man verschiedene Gesundheitsangebote für Einwohner und Gäste, die das Kurangebot Schönecks ergänzen. Regelmäßige Führungen sollen Naturheilverfahren und die fünf Kneippschen Säulen (Wasser, Ernährung, Kräuter, Bewegung, Lebensordnung) vermitteln und für jedermann erlebbar machen. Einzelne Stationen des Therapiefades sind bereits realisiert: Der Kneipp-Heilkräutergarten mit Kneipp-Wassertretbecken an der Schule wurde im Frühjahr 2005 eingeweiht. Der Aufstieg zum „Alten Söll“ – ein Wahrzeichen der Stadt Schöneck – bindet als Steigungspfad die beiden Säulen Bewegungs- und Ordnungstherapie ein.

Der Startpunkt für das Terrainkurwegenetz befindet sich an dem im Jahr 2005 sanierten Heimatmuseum mit Tourismusbüro. Das Terrainkurwegenetz einschließlich der geplanten Nordic-Walking-Strecken ist in der Umsetzungsphase und soll ab Frühjahr 2006 nutzbar sein. (Wasser-)Tretbecken und Armbad werden im künftigen Gesundheitszentrum/Kurmittelhaus integriert. Ein Pflanzenlabyrinth und Balance-Pfad komplettieren das Angebot.

Die Stadtverwaltung, das Forschungsinstitut für Balneologie und Kurortwissenschaft Bad Elster, der Kneipp-Verein Schöneck, die Paracelsusklinik Schöneck, der IFA-Ferienpark, Gewerbetreibende



Die Stationen des Therapiepfades



und Schönecker Bürger – sie alle unterstützen dieses Projekt im Rahmen der Entwicklung der Stadt Schöneck zum Kneipp-Kurort. Zahlreiche Initiativen sorgen in Schöneck das ganze Jahr über dafür, den Kneipp-Gedanken den Einwohnern und Gästen der Stadt nahe zu bringen und eine breite Identifikation mit diesem Thema zu schaffen. Sehr aktiv ist hier der 2004 gegründete Kneipp-Verein. Regelmäßige Veranstaltungen und Kursangebote lassen die Kneippische Lehre für Menschen aller Altersgruppen erlebbar werden. Die Profilierung des Kneipp-Kindergartens und die Grundschule mit Ganztagsangeboten unter Kneipp-Aspekten werden schon den „Nachwuchs“ an diese Lehre heranführen und zu einer ganzheitlichen Integration des Kneippgedankens in der Stadt Schöneck beitragen.

Der Schulgarten

Die sanierungsbedürftigen Bärenunterkünfte und Baukörper des Torgauer Bärengrabens am Schloss Hartenfels sollen abgerissen und neu errichtet, der Freiraum soll saniert und aufgewertet werden. Die angrenzende mittelalterliche Stadtmauer wird ebenfalls saniert. Ein touristisches Wegeleitsystem führt

Besucher von den Ortseingängen in die Innenstadt und ein Basisrundgang durch die Pflastermarkierung mit Bärenatzen zieht sich durch die Innenstadt. Verschiedene Veranstaltungen laufen unter dem Motto „In Torgau tanzt der Bär“, z. B. ist eine Bärenlotterie, die Verleihung eines Bärenpokals geplant.



TORGAU UND DIE BÄREN GEHÖREN ZUSAMMEN
Mit Recht kann Torgau heute von sich behaupten, eine der schönsten Renaissancestädte Deutschlands zu sein, denn wo kann man schon einen fast vollständig erhaltenen historischen Stadtkern erkunden? – Mit dem Schloss Hartenfels, den Kirchen, dem Rathaus und den schönen Renaissance-Bürgerhäusern ist Torgau ein lohnendes Ausflugsziel des Städtetourismus weit über die Grenzen Sachsens hinaus.

Aber Torgau hat eine weitere besondere Attraktion zu bieten, die es gilt, bewusst für die Aufwertung des Städtetourismus zu nutzen. Schlendert man in Richtung Schloss, ist es ein unbedingtes Muss, am Bärengraben Halt zu machen. Seit 1525 tummeln sich hier die Torgauer Bären, die nicht nur für die Torgauer,

Historischer Stadtrundgang



TORGAU - BÄRENSTARK

TORGAU

ANERKENNUNGSPREIS



Die Schlosswache

sondern auch für die Gäste der Stadt schon immer ein beliebter Anziehungspunkt sind. Neu seit dem Sommer 2005 ist, dass „Meister Petz“ von einer historischen Schlosswache „bewacht“ wird. Der Bärengraben, der mehr als 500 Jahre alt ist, wurde in den Jahren 1953 bis 1956 in sein heutiges Erscheinungsbild gesetzt – Zeit also, die erheblichen Bauschäden, die den Fortbestand dieser einmaligen Anlage gefährden, zu beseitigen, die Anlage zu sanieren. Geplant sind der Neubau der Bärenunterkünfte, die Aufwertung des dazu gehörigen Freiraums sowie die Sanierung der angrenzenden mittelalterlichen Stadtmauer.



Torgau – bärenstark

TATZEN SIE SICH DURCH DIE STADT

Damit die Sehenswürdigkeiten der Innenstadt als Gesamtensemble noch besser präsentiert werden können, werden die Gäste künftig durch ein attraktives touristisches Wegeleitsystem direkt von den jeweiligen Ortseingängen bzw. von ausgewiesenen Parkplätzen Ab in die StadtMitte geführt und auf thematisch unterschiedlichen Wegen durch die gesamte Innenstadt geleitet. Das Leitsystem

wird speziell auf die Stadt zugeschnitten sein, orientiert sich an vorhandenen Traditionen, verwendet moderne, gestalterisch anspruchsvolle und leicht verständliche Gestaltungsmittel wie z. B. Flyer und Stelen, die den Weg entlang von vier thematischen Stadtrundgängen – dem Architektur-, dem Erlebnis-, dem Reformations- und dem Museumsrundgang, jeweils verschieden farblich gestaltet – weisen. Dabei kann jeder Besucher allein auf Entdeckungstour gehen oder sich von ausgebildeten Stadtführern im historischen Gewand durch die reizvolle Torgauer Innenstadt führen lassen – die Stadtgeschichte wird in jedem Falle erlebbar! Besondere, historisch wertvolle Gebäude veranschaulichen die traditionsreiche Geschichte Torgaus. Prägendes Element des Leitsystems sind natürlich die Torgauer Bären: Bärenatzen, die das Straßenpflaster zieren, führen den Besucher auf einem Basisrundgang nicht nur durch die historische Altstadt, sondern bringen ihm Handel, Gastronomie, Geschichte, Architektur und Kultur in der Gesamtheit näher. Höhepunkt der „Führung“ wird der Publikumsmagnet in Torgau schlechthin sein, die berühmten Torgauer Bären im Graben von Schloss Hartenfels.



KOMMEN – SEHEN – ERLEBEN

Zahlreiche Veranstaltungen und Aktionen unter dem Motto „In Torgau tanzt der Bär“ unterstützen die gesamte Neugestaltung. Ob Benefizkonzert zu Gunsten der Torgauer Bären, ein Bärenanztheater, ein großer Backwettbewerb „Wer bäckt den größten Bären?“, Bärenmalwettbewerbe, Bärenquiz oder der schon traditionellen Wettbewerb der Freizeitkicker um den Bärenpokal der Torgauer Zeitung – Torgau wird in jeder Hinsicht Bärenstark!

Statement des Landestourismusverbandes Sachsen e. V.

Attraktive Städte sind und bleiben Publikumsmagneten. So waren in der Gunst der Touristen im Jahr 2005 die absoluten Gewinner die Städte in Sachsen – allen voran Dresden mit einem Plus von 11,2 Prozent Gästeübernachtungen gefolgt von Chemnitz mit plus 3,0 Prozent. Die Zahlen sagen es deutlich: Städtetourismus und Kurzreisen liegen im Trend. Sachsen ist dabei kein Einzelfall. So stiegen die Übernachtungen in den Großstädten (über 100.000 Einwohnern) deutschlandweit mit 6 Prozent gegenüber dem Jahr 2004 überdurchschnittlich. In den übrigen Gemeinden (unter 100.000 Einwohnern) gab es immerhin noch ein Plus von 2 Prozent. Dennoch gibt es durchaus noch ausbaufähiges Potenzial. Während ein Hotelgast in Dresden, Leipzig oder Chemnitz knapp 120 Euro pro Tag ausgibt, sind es im Erzgebirge nur noch 70 Euro pro Tag.

Ohne Fleiß also kein Preis. Auch wenn wir auf zufriedene Gäste vertrauen können, stehen wir im direkten Wettbewerb mit ausländischen Reisezielen und müssen vorhandene Wachstumschancen wahrnehmen. Auch für kleinere Städte bietet sich durch einen gelungenen Mix von Sightseeing, Atmosphäre und Shopping die Möglichkeit, neue Gästegruppen anzusprechen und vom Trend zur Kurzurlaubsreise zu profitieren. Gerade Singles und kinderlose Paare, die zumeist über größere zeitliche und finanzielle Ressourcen verfügen, können für Kurz- bzw. Wochenendtrips gewonnen werden. Hier gilt es, gezielt Angebote und Pauschalen aufzubauen bzw. zu bündeln, um sich von unseren Mitbewerbern wirksam abheben zu können ganz nach der Devise: Mehr Themen- und Produkthighlights – weniger Einheitsbrei. Das Besondere ist gefragt.



Andreas Lämmel (MdB), Präsident

Basis für eine dauerhafte Etablierung als (Kurz-)Reiseziel ist dabei nach wie vor eine stabile Zusammenarbeit von Touristikern, Einzelhändlern, Kommune und Politik. Genau dafür hat die Wettbewerbsinitiative im Jahr 2005 einen aktiven Beitrag geleistet. Ob die Wiederbelebung historischer Wege und Plätze oder die Verknüpfung von Tradition und Moderne in Kirchen – im landesweiten Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ in Sachsen kann man sehen, dass Ideen, gepaart mit dem Engagement lokaler Akteure die (Weiter-)Entwicklung einer Stadt gewährleisten. Je nach Ausmaß bereichern Kuriosität und Einmaligkeit dieser Ideen das Image und damit auch nachhaltig die touristische Anziehungskraft der Stadt.

Die Zielstellung, Stadtentwicklung für mehr Erlebnisqualität voranzubringen, hat der Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ damit auch in seinem zweiten Jahr eindrucksvoll unterstützt.



Hans-Jürgen Goller, Geschäftsführer

Der Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ hat sich die nachhaltige Entwicklung sächsischer Städte und die Verbesserung der Lebensqualität für deren Bewohner zum Ziel gesetzt. Mit innovativen Projekten soll darüber hinaus die Erlebnisqualität in sächsischen Städten verbessert und die Verweildauer von Gästen erhöht werden. Für die TMGS sind dies entscheidende Aspekte, sich als Sponsor am Wettbewerb unter ausgewählten Themenstellungen zu beteiligen. Sachsen ist nach den Ergebnissen der Marktforschung ein typisches Kurzreiseziel.

Die Reiseanalyse 2005 des N.I.T. (Norddeutsches Institut für Tourismus- und Bäderforschung) bestätigt, dass Sachsen im Bereich der Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage) mit 5,4 % am Gesamtaufkommen in Deutschland einen Spitzenplatz einnimmt. Das entspricht einem Anteil von fast 40 % des Gesamtüber-

Statement der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH

nachtungsaufkommens im Freistaat. Kurzurlaube in Sachsen sind in erster Linie Städtereisen und Besuche von Freunden und Verwandten. Bei diesen Reisen werden kulturelle Angebote in den Städten genutzt, ebenso Natur- und Aktivangebote in deren Umfeld und in den Mittelgebirgsregionen. Die TMGS hat in der Ausrichtung des Themenmarketing landesweite Arbeitsgruppen gegründet. Neben Aktiv-Vital- und Familienurlaub sind die für Sachsen, als bedeutendstem Kulturreiseland Deutschlands, entsprechenden Arbeitsgruppen Musiklandschaft und Romantische Sächsische Städte im gemeinschaftlichen Marketing tätig. Mit dem im Jahr 2005 erstmals zur Verfügung gestellten „Sonderpreis für kreative Projekte und Maßnahmen mit touristischer Relevanz“, einem Marketingpaket im Wert von 5.000,00 EUR, will die TMGS den Städten einen zusätzlichen Anreiz für eine Wettbewerbsteilnahme geben und den Preisträger in der Umsetzung seines Projektes durch nachhaltige Marketingmaßnahmen unterstützen.

In diesem Sinne gratulieren wir der Stadt Plauen als dem Gewinner des Sonderpreises 2005 ebenso wie den weiteren Platzierten sehr herzlich, die mit ihren Projekten dazu beitragen werden, unsere Städte attraktiver zu gestalten und zusätzliche Anreize für einen Besuch zu schaffen. Ich wünsche dem Wettbewerb 2006, der unter dem Motto „Lebensgefühl Stadt – FreiZeitRaum“ steht, ebenso innovative wie außergewöhnliche Projektideen. Auch wenn die TMGS für dieses Jahr keinen Sonderpreis zur Verfügung stellt, werden wir den Wettbewerb aktiv begleiten und die Projektträger gern unterstützen.

Die im Marktbereich stehende Bergkirche St. Marien wird einer umfassenden Erneuerung zugeführt. Im Innenbereich der Kirche betrifft dies auch die Instandsetzung der Bergmännischen Krippe. Durch künftige Veranstaltungen in der Kirche und deren Integration in das städtische System von Führungen soll die Funktion der Innenstadt von Annaberg-Buchholz nachhaltig gestärkt werden. Dabei gilt es u. a. die erzgebirgische Holzbildhauerkunst, die sich auch in der Kirchengestaltung widerspiegelt, Interessierten näher zubringen.

Annaberg-Buchholz:

Glaube und Tradition – Renaissance für die einzige Bergkirche Sachsens



Auerbach/Vogtl.: Tour zu den drei Türmen



Mit dem Aufbau einer Kombination aus Wegen, dazugehörigem Leitsystem sowie thematischen Stadtrundgängen sollen insbesondere die Ortsteile Schnarrtanne und Beerheide mit der Innenstadt von Auerbach verbunden werden. Die letztjährige Wettbewerbsidee von Toren als markante Eingänge zum Stadtzentrum wird in das Wegesystem eingebunden. Ein Einkaufsführer mit Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten komplettiert das Projekt.

Bad Schandau:

Die Bad Schandauer Kneip(p)Reise

Im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes von Bad Schandau bietet sich die Möglichkeit, die Stadt als Kneippkurort mit den touristischen Ansprüchen an Gesundheit, Freizeitgestaltung und Einkaufen zu verknüpfen. Dieser Wohlfühltourismus ist als ein Alleinstellungsmerkmal der Stadt in der Sächsischen Schweiz angedacht und soll besonders den Innenstadtbereich beleben. Verschiedene Veranstaltungen werden den fünf Elementen der Kneipptherapien zugeordnet.



Bautzen: Altstadt neu erleben – Geschichte neu erfahren



Bautzen möchte das Stadtmuseum als prägnantes Gebäude im Innenstadtbereich erhalten und an neue Anforderungen anpassen. Neue Besuchergruppen sollen im Zusammenspiel von Kultur und Wirtschaft erreicht werden. Dabei erfolgt ein Ausbau zum Regionalmuseum der Oberlausitz. Mehrere thematische Veranstaltungsreihen vermitteln neue (Innen)stadteindrücke und darüber hinaus.

Borna:

Kult-Ur-Sprung Alltags – Wechsel in Borna

Ausgehend von der Sanierung der Stadtkirche und des daran anschließenden Martin-Luther-Platzes sollen kirchliche Tradition und Moderne in Borna durch Veranstaltungen miteinander in regen Austausch treten. Einerseits öffnet sich die Kirche verstärkt für Besucher und außerdem werden Touristen auf die Innenstadt aufmerksam. Ein Wegesystem in der Form einer Pilgerroute verknüpft Stadt und Region sowie Religion. In einer Städtebörse treffen sich anlässlich des 550. Kirchweih-Jubiläums Kommunen aus aller Welt, die eine Kirche als Symbol in ihrem Wappen tragen.



Borsdorf: Grün zieht an! – Parkanlage Schwanenteiche in Borsdorf

Zur Steigerung der touristischen Attraktivität der Gemeinde Borsdorf ist es Ziel des Projektes, den Schwanenteichpark wieder herzurichten und für verschiedene Veranstaltungen zu nutzen. Kulturelle Aktivitäten stehen dabei



im Vordergrund. Im neu geschaffenen „Museumsteich“ können z. B. Objektausstellungen stattfinden. Über die Einbindung in das bestehende Wegesystem werden Besucher in die zentralen Ortsbereiche geführt. Aufgrund der Lage gibt es Überlegungen, Wegeverbindungen mit Leipzig zu schaffen.

Chemnitz:

Chemnitz – einladend und verlockend

Im Vordergrund des Chemnitzer Projektes stehen verschiedene Veranstaltungen, die sich der Begegnung mit anderen Kulturen in Form der Partnerstädte von Chemnitz widmen. Mehrere Städte sollen sich abwechselnd während des Jahres in der Stadt darstellen. Das Stadtbild wird durch Beflaggung verändert und weist so außerdem auf Weltoffenheit und Moderne hin.



Crimmitschau: Crimmitschau in Familie



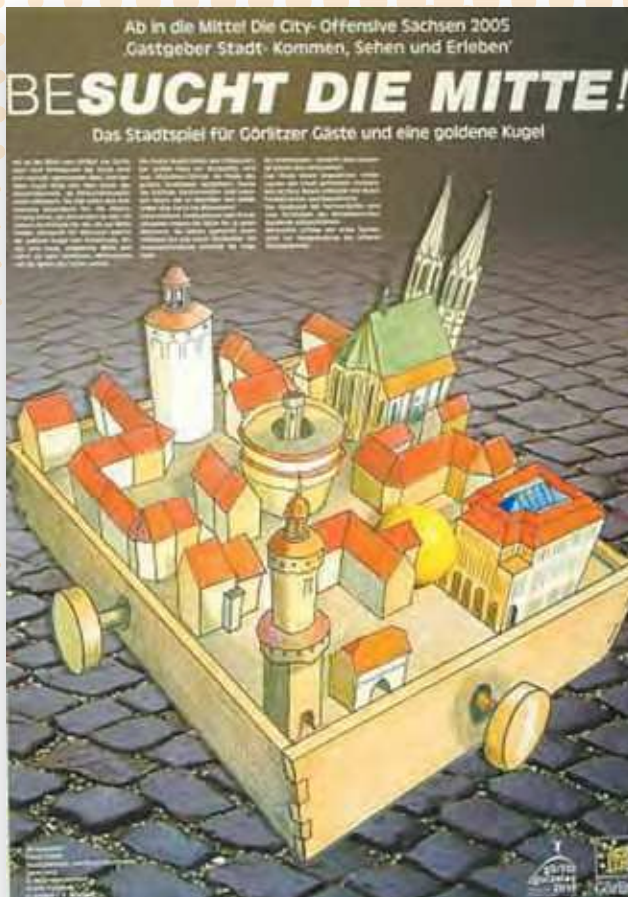
Mit der Verbesserung der Rahmenbedingungen ist in Crimmitschau vorgesehen, dass sich Familien besonders im Innenstadtbereich wieder heimisch fühlen. Zugleich wird das Tourismuspotenzial stärker erschlossen. Dies äußert sich insgesamt in der baulichen Umgestaltung z. B. mit der Errichtung von „Stadthäusern“, der Umgestaltung des „Sahnparks“ sowie der verstärkten touristischen Ausrichtung in Hinblick der Unterbringungsmöglichkeiten von Familien während ihrer Urlaubsaufenthalte. Veranstaltungen rund um das Thema Familie sowie Vereinsangebote für Kinder und Jugendliche runden das Projekt ab.

Delitzsch:

Augen – Blick – mal – (b)Mitte

Das ehemalige Kino „Ringtheater“ soll als zentraler Kommunikations- und Veranstaltungsort am Marktplatz aufgebaut werden. Es befindet sich zwischen dem Handelsbereich Eilenburger Straße und dem Kulturbereich Schloss in Delitzsch. Gewerbe, Vereine oder Behörden nutzen künftig das „Ringtheater“ für Aktionen. Damit erhält das Marktgeschehen eine neue Belebung und zieht neben Einheimischen auch Besucher in die Innenstadt.





Dem Projekt von Görlitz liegt die Neugestaltung des Demianiplatzes zugrunde, eines der zentralen Plätze in der Stadt. Damit soll eine Aufwertung des Gebäudeensembles in der näheren innerstädtischen Umgebung erfolgen. Parallel dazu ist die sanierte „Kaisertrutz“ als Museumsstandort vorgesehen. Der Durchgangsverkehr wird verringert, Barrieren für Fußgänger abgebaut und eine bessere Erreichbarkeit

Görlitz:

BE SUCHT DIE MITTE!

für Bustouristen erreicht. Damit verbindet sich eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität für Besucher sowie der Wohnqualität. Ein Stadtspiel für Touristen ergänzt das Projekt.





Grimma:

Grimmaer LiederFlut – Vitalisierung Postgut

Die Programmatik des Festivals „Grimmaer LiederFlut“ soll stärker auf den Bereich der Innenstadt von Grimma ausgerichtet werden. Das zentral gelegene ehemalige Postgut ist für die Nutzung u. a. während dieses Festivals vorgesehen. Bei einem entsprechenden Konzept könnte z. B. das Festivalbüro seinen Sitz dort haben. Damit wäre die Wiederbelebung eines bislang brachliegenden Gebäudes verbunden. Die urbanen Qualitäten der Stadt sollen den Besuchern vor allem während der „LiederFlut“ nahe gebracht werden.

Der Aufbau eines Ortszentrums ist in Großschönau eng mit textiler Tradition, touristischen Angeboten sowie der Entwicklung von Handel und Gewerbe verbunden. Industriebrachen in zentraler Lage werden umgenutzt, um spezielle touristische Ansprüche zu erfüllen. Dazu zählt z. B. die Präsentation des größten zusammenhängenden Umgebinderhausensembles

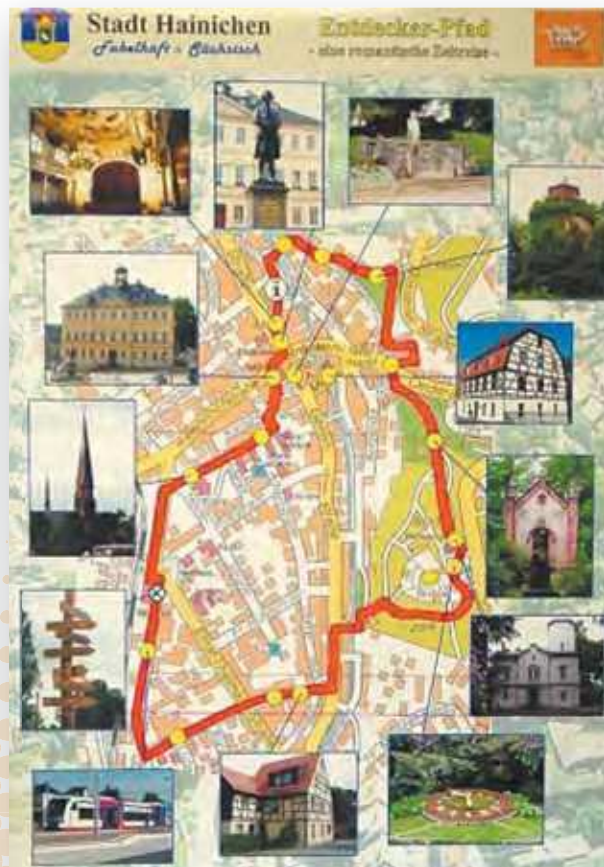
der Oberlausitz. Die verschiedenen Baudenkmäler werden über ein Leitsystem von den Besuchern erreicht. Außerdem vervollständigen die Schaffung eines Parkplatzes sowie eines zentralen Veranstaltungsortes das Projekt. Ein Ideenwettbewerb lotet die Möglichkeiten einer besseren Vermarktung der textilen „Damast- und Frottier-Tradition“ aus.

Großschönau: Durch und durch Damast und Frottier



Hainichen: Eine romantische Zeitreise

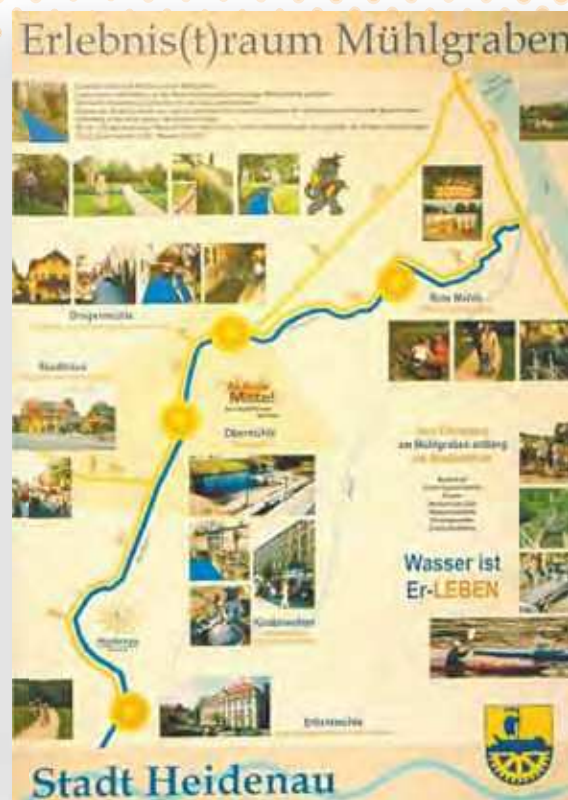
Mit der Rekonstruktion des Hotels „Goldener Löwe“ sollen insbesondere Bustouristen wieder eine ansprechende Übernachtungsmöglichkeit in Hainichen erhalten. Aushängeschild ist dabei der Neorokokosaal, der für Veranstaltungen einen repräsentativen Rahmen darstellt. Zusammen mit weiteren Sehens-



würdigkeiten ist die Errichtung eines Rundweges als Entdeckerpfad geplant. Dies stärkt den Markt und weitere innerstädtische Bereiche als Zentrum. Touristen, die mit der Bahn anreisen, erreichen über den Rundweg das Stadtzentrum. Dort können sie verweilen, einkaufen oder gastronomische Angebote wahrnehmen.

Heidenau: Alles Müller oder Was(ser)? – Erlebnis(t)raum Mühlgraben

Der in der jüngeren Vergangenheit ins Abseits geratene Mühlgraben, der bereits seit dem 15. Jahrhundert existiert, soll im Rahmen des Projektes in Heidenau wiederbelebt werden. Mehrere charakteristische Mühlen sowie Verbindungswege zu verschiedenen städtischen Bereichen und deren Angeboten ergänzen die Projektidee. Der Mühlgrabenweg ist dabei als Lehrpfad vorgesehen, der die Historie der Mühlentradition erläutert und die vielseitige Verwendung der Wasserkraft dokumentiert. Über den in der Nähe verlaufenden Elbradweg gelangen Touristen auf dem Mühlgrabenweg ins Zentrum, das durch den Wasserweg an Attraktivität gewinnt. Die Mühlen werden über ein Nutzungskonzept ebenfalls in das Entwicklungsprogramm integriert.





trum geplant. Große Potenziale werden im Sport- und Aktivtourismus gesehen. Mehrere Radsportveranstaltungen verstärken die Außenwahrnehmung als Sportstadt. Die Auslastung der touristischen Infrastruktur im Sommer erhöht sich. Das Naturerleben steht für die breite Radfahrerbasis im Vordergrund.

Klingenthal:

Radrundstrecken / Lichtspektakel

Die touristische Vermarktung von Klingenthal als ein Ort des Radsports – außerhalb der Skisaison – soll ausgebaut werden. Dazu gehören die Ausweisung von Rundstrecken mit entsprechender Beschilderung, die ihren Start bzw. ihr Ziel im Stadtzentrum haben, und die Herausgabe einer Radwanderkarte. Zur Erweiterung des Kultursommers ist eine Licht- und Klangshow im Zen-



Leisnig: Grünende Wege zur erlebbaren Stadt



Altstadt. In einem Wettbewerb stellen sich Innenhöfe und Gärten der Altstadt einer Jury. Das Stadtbild wird auf diese Weise eine Aufwertung erhalten, das Einheimischen und Gästen bei der Nutzung von sanierten bzw. umgenutzten Markt, Stadtgut, Stiefelmuseum oder auch Miruspark zugute kommt. Ziel ist weiterhin die bessere Vermarktung von Veranstaltungen innerhalb verbesserter Rahmenbedingungen.

Das Bahnhofsgebäude in Leisnig soll als Schnittstelle des ÖPNV als Basis für günstige Erreichbarkeit der Stadtmitte ausgebaut werden. Verkehrsberuhigte und begrünte Wege stellen das Bindeglied dar. Der Abbruch leerstehender Häuser bietet die Möglichkeit zur Anlage von Hausgärten sowie öffentlichen Grünbereichen. Veranstaltungen geben Anregungen zur Begrünung der



Lichtenstein: Die Spielfabrik

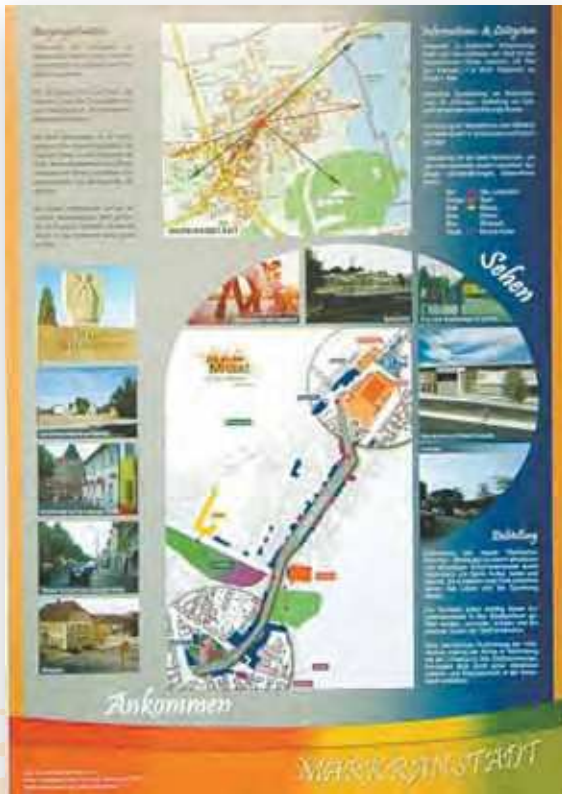
Ein brachliegendes Industriegebiet in Lichtenstein wird schrittweise zu einer „Spielfabrik“ rund um das Thema Eisenbahn umgebaut und stellt künftig eine zusätzliche touristische Bereicherung dar. Ziel ist die Gestaltung eines städtebaulich zusammenhängenden Stadtraumes. Auf kurzer Distanz werden Ausstellungen, Veranstaltungen, Freizeit-, Einkaufs- und Treffpunktmöglichkeiten kombiniert. Durch die Aufwertung des Projektgebietes erschließen sich neue Potenziale für das Stadtzentrum, das fußläufig gut erreichbar ist. (Modell-)Eisenbahninteressierte jeden Alters werden vor allem als Zielgruppe angesprochen.



Lunzenau: Familien gestalten und beleben unsere Stadt



Ziel des Projektes von Lunzenau ist, dass das Stadtzentrum von Bewohnern und Besuchern belebt wird. Die Wohn- und Gewerbefunktion der Stadt Lunzenau soll gefördert werden. Veranstaltungen wie der Triathlon und der Familienangeltag sowie die Eröffnung des historischen Bergkellers kennzeichnen diese Idee.



Markranstädt:

Markranstädt – Ein Regenbogen bringt Farbe in die Stadt

Mit dem Bau der neuen Turnhalle soll in Markranstädt die städtische Achse zwischen Markt und Bahnhof an Attraktivität gewinnen. Der Regenbogen als Marketing- und Orientierungssymbol führt Besucher entlang der Achse ins Zentrum. Im Umfeld des geplanten Turnhallenneubaus, der u. a. der Nachwuchsarbeit gewidmet wird, ist an die Errichtung einer Skater- oder BMX-Anlage gedacht. Der Charakter der Kommune als Sportstadt wird damit gefestigt. Besucher von Sportveranstaltungen können die Angebote im Marktbereich, z. B. Gastronomie, in einem verbesserten Umfeld wahrnehmen. Der Bau des Busbahnhofs, Ausbau des Radwegenetzes sowie die Durchführung verschiedener Veranstaltungen ergänzen das Konzept.

Meißen: „geht am Stock“ aktives Erleben mit Nordic Walking



Der Aufbau eines Nordic-Walking-Parks soll in Meissen eine weitere touristische Attraktion für Bewohner und Besucher schaffen und die Angebotspalette der Freizeitgestaltung ergänzen. Themenbezogene Strecken mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden verbinden die thematischen Schwerpunktbereiche Altstadt, Porzellan, Wein und Sport miteinander. Damit stehen auch bislang noch eher wenig beachtete Wege in der Stadt vor einer „breiten Öffnung“. Teilweise sind regelmäßig geführte Touren vorgesehen. Nordic Walking, Joggen oder Wandern sprechen einen breiten Interessentenkreis an. Damit verbunden wird ein weiterer Aufschwung für Handel und Gewerbe. Kulturveranstaltungen runden das Angebot ab.

Oelsnitz:

1. Oelsnitzer Hegebachfestspiele



Eisenbahnviadukt und der Gehengang Rote Schule neu gestaltet sowie ein Modell der ehemaligen Überlandstraßenbahn aufgestellt. Zweites zentrales Element stellen die Hegebachfestspiele dar, die als jährlicher Event etabliert werden. Dazu ist die Sanierung der Stadthalle vorgesehen.

Oelsnitz plant einen Bergbau- rundweg, der Besucher zu wichtigen, sehenswerten Punkten der Stadt führt. Im Zuge der Herstellung des Bergbaurundweges werden die Rote Schule, die als Kindertagesstätte und Stadtbibliothek genutzt werden soll, saniert, das



Olbernhau: Spieland nach Olbernhau kommen – Olbernhau spielend erleben



Durch die Gestaltung des Bahnhofsvorplatzes, der Bahnhofstraße und des Postplatzes mit Spielelementen sowie dem Olbernhau-Spiel „Ausruhen, Orientieren, Spielen“ sollen Besucher, die mit der wiedereröffneten Erzgebirgsbahn nach Olbernhau kommen, die Stadt als Spielzeugland im Erzgebirge kennen lernen und erleben. Auf dem Rittergutsgelände laufen unter dem Thema „Ein Spielzeugmusterbuch erzählt...“ der Museumsbetrieb sowie Spiele- und Spielzeugmärkte bzw. weitere Spezialmärkte. Darüber hinaus werden leere Schaufenster entlang der Bahnhofstraße mit aktuellen Projektinhalten gestaltet, auf dem Bahnhofsvorplatz Wegweiser zu Sehenswürdigkeiten aufgestellt und ein Stadtrundgang „Erlebnis Jahrhundertwende“ vom Postplatz ausgehend als Informationselemente installiert.

Pirna:

Stadt mit Vergangenheit...

Stadt mit Zukunft...Leben unter einem Dach



Eine flexible Überdachung des Pirnaer Zollhofes und der Einkaufspassage soll die historische Bausubstanz mit moderner Architektur verbinden. Auf diese Weise entsteht ein multifunktionaler Platz in der historischen Altstadt, der für Kunst und Kulturereignisse

z. B. als Open-Air-Spielstätte, Marktplatz oder Ruhezone ganzjährig genutzt werden kann. Es wird ein ständiger historischer Markt mit regionalen Produkten platziert. Die Möblierung des Zollhofs erfolgt mit Sandstein.



Plauen: Plauen erleben – über und unter Tage

Das Plauer Projekt sieht den Ausbau und die inhaltliche Ausgestaltung der drei „Unter-Tage-Objekte“ Alaunbergwerk „Ewiges Leben“, Luftschutzmuseum „Meyerhof“ und Fluchtgang mit Zollkeller vor. Durch die „Über Tage“-Verbindung mit dem „City-Express“ sowie kontinuierliche Führungen und regelmäßige Veranstaltungen erfolgt die Vermarktung des Gesamtprojektes als Stadterlebnis.



Radeberg: Lichtblick Radeberg

Der Bahnhof Radebergs soll saniert, das Umfeld neu gestaltet und die Sanierung des Schlosses Klippenstein fortgesetzt werden. Die längste Galerie Deutschlands mit Fotos von Radeberger Bürgern, die Besucher vom Bahnhof zum Schloss Klippenstein führt und eine fiktive Bierleitung, die Besucher vom Bahnhof zum Innenstadteingang und zur Radeberger Brauerei leitet, verbindet den Bahnhof verstärkt mit der Innenstadt. Zur Vernissage und Filmvorführung werden der Bahnhof, das Schloss Klippenstein und der Schlossteich illuminiert. An dieser Aktion beteiligen sich die Innenstadtbewohner, indem sie ihre Fenster beleuchten.

Radebeul: Verzeih'n Sie, mein Herr, fährt dieser Zug nach Kötzschenbroda ...

Serviceorientierte Angebote im Radebeuler Stadtteil Kötzschenbroda sollen den Aufenthalt für Besucher angenehmer gestalten. Hinweistafeln und die Beschilderung der ÖPNV-Haltepunkte verbessern die Wegweisung. Durch die Veröffentlichung des neu zu erarbeitenden Aktivitäten- und Veranstaltungskalenders Kötzschenbroda, die Stadtkarten sowie die Einrichtung von Informationspunkten z. B. für Fahrradtouristen am Elberadweg wird der Aufenthalt in Kötzschenbroda interessanter. Ein Bootsanleger markiert einen neuen Punkt des Ankommens für Wassersportler.



Reichenbach/Vogtl.: Der Rote Faden – das Grüne Band



Symbolisch verbindet ein Roter Faden wichtige Punkte und Plätze in Reichenbach/Vogtl. miteinander. Es sind Maßnahmen am Bahnhof, Sobrig-, Markt-, Kirch-/Johannesplatz sowie auf dem Gelände der Landesgartenschau geplant.

Zur Erschließung des Riesaer Stadtzentrums dient ein geplanter Erlebnispfad, der Besucher zu Fuß, per Rad oder per Straßenbahn mittels Wegweisern auf die wichtigsten Punkte hinweist. In leer stehenden Geschäftsräumen präsentieren ansässige Künstler regelmäßig ihre Arbeiten. Eine eigens eingerichtete Tourismusinformation informiert über den Erlebnispfad. Der daneben eingerichtete Schauraum wird als Ausstellungsraum genutzt, wo aktuelle Veranstaltungen

präsentiert werden, Vereine und Initiativen informieren. Ein interaktiver Informationsterminal kommuniziert Veranstaltungen. Eventstationen mit festem Jahresprogramm entstehen auf dem umgestalteten Rathausplatz und dem Freibadgelände des Stadtparks. Geplant sind weiterhin eine Sommerstation an der Elbe mit öffentlichem Grillplatz, Gastronomie und Beachvolleyballplatz sowie eine Radstation im Stadtzentrum.

Riesa:

Umbau Rathausplatz und Riesaer Erlebnispfad



Sayda:

Gastgeber „Goldener Löwe“ – Nachbarschaft als Chance

Durch die Sanierung und Revitalisierung des „Goldenen Löwen“ soll in Sayda eine böhmisch-sächsische Begegnungsstätte mit einem Saal für Veranstaltungen, böhmisch-sächsischer Erlebnisgastronomie, Hotelbetrieb und Ausgangspunkt für touristische, grenzüberschreitende Aktivitäten wie Wanderungen und Gesundheitstourismus entstehen.

Sayda - Nachbarschaft als Chance

Vom wandern entlang der Salzstraße
öffnen und einander begegnen
am Wieselstein bei Mezibori
miteinander feiern • miteinander arbeiten

Der Bogen spannt sich grenzenlos!

Gastgeber "Goldener Löwe"

Haus der Begegnung an der Salzstraße
Gastlichkeit und kulinarische Verwöhnküche der böhmischen und sächsischen Art

Hotel
Gaststätte
Tagungsstätte
Vereinsleben

Nachbarn arbeiten miteinander

Der Kreis schließt sich in Sayda.

Schlettau: NEUE CHANCE FÜR ALTE LÜCKE!

Ein „Lückenfest“ sieht die Aufstellung einer Fassadenattrappe auf einer Baulücke in Schlettau am Markt. Diese steht für eine neue Nutzung dieser Fläche. Als neues touristisches Angebot führt der historische Stadtrundgang durch die Innenstadt. Weiterhin werden an Höhepunkten mehrmals im Jahr historische Bahnfahrten zum Bahnhof neue Besucher in die Stadt führen. Weitere Elemente sind die Neu- und Umgestaltung des Schlossparks, die Sanierung der Schlossmühle und die Schaffung von Parkflächen sowie die Einrichtung eines altersgerechten Wohnhauses am Markt 2 mit Hofgestaltung.



Schöneck: Therapiepfad Schöneck



Das künftige Kurzentrum in Schöneck/Vogtl. soll über einen Therapiepfad mit dem Innenstadtbereich verbunden werden. Als Stationen des Pfades bieten ein Erlebnisspielplatz, ein Kneipp-Kräutergarten, ein Kräuterlabyrinth, ein Balance-Pfad und ein Kneipp-Aktivgarten unter dem Motto Gesund-

heit, Interessantes, Entspannendes, Sportliches und Künstlerisches. Der Kirchgarten und die Kunstraumbaumgruppe werden gestaltet. Das Konzept des Gesundheitstourismus wird außerdem durch geplante, regelmäßige Events und die neue Touristikinformation umgesetzt.

Schwarzenberg: LEBENS-art-SCHWARZENBERG

Mit dem Projekt will Schwarzenberg seinen Besuchern einen freundlicheren und angenehmeren Empfang bereiten. Dazu sind die Einrichtung eines neuen, ausgebauten Parkleitsystems, die Aufstellung der Beschilderung, die Aufwertung des Kirchsteigs als historischer Stadtaufstieg und der mittelalterlichen Natursteinmauern sowie die Sanierung des historischen Straßenzuges Steinweg vorgesehen. Als zentraler Anlaufpunkt für Touristen setzt der neu gestaltete Hammerparkplatz die Eisenbahn- und Industrielehrpfade und den vorhandenen Eisenbahntunnel besser in Szene. Der Eisenbahntunnel wird als Veranstaltungsort besser wahrgenommen und durch künstlerische sowie kulturelle Veranstaltungen wie art-figura und art-technica intensiver genutzt. Eine neue innerstädtische, touristische Attraktion entsteht durch die Sanierung und den Ausbau des Schlossturmes.



Stollberg/Erzgeb.: Mehr Bahnhof – mehr Stadt



dem sich die Bürger beteiligen können. Veranstaltungen wie der Lauf der EM Mountainbike 4X oder „Großer Bahnhof am Bahnhof“ sind besondere Attraktionen und tragen zur Belebung des Bahnhofgeländes und der Innenstadt bei.

Durch die Sanierung des Bahnhofes sowie die Aufwertung des Umfeldes durch Bepflanzungen soll ein innerstädtischer Erlebnis- und Informationsbereich im Zentrum Stollbergs/Erzgeb. mit einem Kinder- und Jugendclub und einer Skaterhalle entstehen. Die Gestaltung der Fußgängerachse Bahnhof – Stadtkern erfolgt über einen Ideenwettbewerb, an



Die sanierungsbedürftigen Bärenunterkünfte und Baukörper des Torgauer Bärengrabens am Schloss Hartenfels sollen abgerissen und neu errichtet, der Freiraum soll saniert und aufgewertet werden. Die angrenzende mittelalterliche Stadtmauer wird ebenfalls saniert. Ein touristisches Wegeleitsystem führt Besucher von den Ortseingängen in die Innenstadt und ein Basisrundgang durch die Pflastermarkierung mit Bären-

rentatzen zieht sich durch die Innenstadt. Verschiedene Veranstaltungen laufen unter dem Motto „In Torgau tanzt der Bär“, z. B. ist eine Bärenlotterie, die Verleihung eines Bärenpokals geplant.

Torgau:
Torgau – bärenstark

TORGAU: Bärenstark

Kommen. Sehen. Erleben!

Ab in die Mitte und
Tatzen Sie sich durch die Stadt!

Das Labyrinth wird speziell für Torgau mit...
wieder, anknüpft sich an...
der vorhandenen Tradition...
und verbindet moderne...
Gestaltungsmittel.
Neben Touristiken und...
Wegweiserbildern und die Tradition...
der Torgauer Bären aufgründet...
Bärenstark führen den Besucher auf...
historischen Wegen durch die...
Altstadt. So wird zum einen ein...
auktueller Erlebnischarakter...
geschaffen, zum anderen erhält das...
Labyrinth Einzug zu einem...
Publikumsprogramm - das bei einem...
Bären im Gitter vor...
Schloss Hartenfels.

Der Bären...
graben...
der mehr als 500...
Jahre alt ist, wurde...
im Jahr 1992...
bis 1996 in seine...
jetzigen...
Erscheinungsform...
gebracht.
Nachdem er...
ist - erblickte...
Besucher...
gehörte die...
Festbestand...
ist die...
Bärenunterkünfte, die...
Achtung...
Freizeits...
sowie...
die...
rezeptions...
mittelalterliche...
Stadtm...
Die...
sichtbar...
gestaltet.
Die...
auf...
die...
Schloss...
„Bärenstark...
Dank...
des...
Freizeits...
Bären...
und...
der...
Stadt...
Torgau.

Treuen: Treuerer Hutzenzeit

Der Marktplatz soll neu gestaltet werden und durch das neue Veranstaltungskonzept der „Treuerer Hutzenzeit“, das traditionelle Feste der Stadt Treuen zu drei Aktionswochen zusammenfassen wird, zu einem

attraktiven und belebten Stadtzentrum beitragen. Ein neues Wegekonzept mit origineller Beschilderung und eine City-Broschüre führt Besucher in die Innenstadt und an historische Plätze.



Waldenburg: Brückenschlag

Das Waldenburger Projekt thematisiert die fehlende Brücke zwischen der Altstadt und den Stadtteilen Ober- und Mittelstadt. Es ist die Gestaltung und Aufwertung der Brückenköpfe vorgesehen. Am Brückenkopf Mittelstadt entsteht ein zentraler Festplatz, der Brückenkopf Altstadt wird Schauplatz der Aktion „Brückenschlag“ anlässlich der 225-Jahrfeier des denkmalgeschützten „Grünfelder Parks“. Im Mittelpunkt steht



die Verbindung Park – Stadtteile durch eine symbolische Brücke, eine Fähre oder einen Schülerwettbewerb. Die Aufstellung von Gartenplastiken, künstlerische Mitmachaktionen, die Umgestaltung des Haupteingangs des Parks, eine Park-Beschilderung ergänzen das Projekt. Mittel- und langfristige Planungen sehen die Errichtung eines Aussichtsturmes im Park sowie eine Brücke für Fußgänger und Radfahrer, die die durch die Mulde getrennten Stadtteile miteinander verbindet, vor.



Weißwasser:

Pfad der Elemente – ein Weg erzählt Geschichte

Ein Rundweg soll wichtige Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten der Stadt Weißwasser/O.L. miteinander verbinden.

Verschiedene Elemente (wie Stein, Holz, Wasser, Glas) symbolisieren die Attraktionen und werden jeweils vor Ort in geeigneter Form installiert. Ausgangspunkt des Pfades ist der gestaltete Bahnhofsvorplatz.

Das Ziegeleigelände wird als weitere Projektstation aufgewertet. Banderolen und ebenerdige Straßenlogos markieren den Weg. Schilder und Aufsteller informieren an verschiedenen Stationen. Ein zweiter Projektabschnitt erweitert den Pfad um weitere Angebote Weißwassers, so dass durch die Vernetzung mit regionalen Attraktionen ein touristisches Leit-system der nordöstlichen Oberlausitz entstünde.

Wilsdruff: Wilsdruff und die Jacobikirche laden ein

Die Sanierung der denkmalgeschützten Jacobikirche in Wilsdruff sowie die Umgestaltung des Ehrenfriedhofs zu einer Park- und Freianlage bilden den Ausgangspunkt für die Reaktivierung der Autobahnkirche. Als lokaler Veranstaltungsort mit einem anspruchsvollen und regelmäßigen Kulturprogramm soll die Jacobikirche in Wilsdruff als kultureller und spiritueller Anlaufpunkt für Besucher und Bürger fungieren.



Zschopau:

Die eigene Mitte finden in der Mitte der Stadt

Leitidee des Projektes von Zschopau ist das Mandala (Wort aus dem Sanskrit, bedeutet Kreis), das Ruhe, Ausgleich und Bewusstsein symbolisiert. Dieser Grundgedanke soll auf den Zschopauer Stadtkern übertragen werden, indem regelmäßig wiederkehrende Veranstaltungen Tradition und Moderne miteinander verbinden. Unter anderem finden Malwettbewerbe, Vorträge zum Thema Mandala, Stadtmitte und Mitte des Menschen statt. In der Stadtparkmitte wird ein Mandala gestaltet. Städtebauliche Elemente sind die Sanierung der Turmfassade des „Dicken Heinrich“ sowie die Einrichtung eines multimedial konzipierten Stadtmuseums auf dem Schloss Wildeck.



Zwickau: Robert-Schumann-Jahr 2006



Anlässlich des Schumann-Jubiläumsjahres soll eine Reihe unterschiedlicher Events starten, die Zwickau langfristig zu dem Image einer kulturell geprägten Stadt verhelfen und auf diese Weise Touristen aus ganz Deutschland anziehen. Zu den Höhepunkten zählen das Zwickauer Schumann-Fest, der Zwickauer Kulturmarathon, der internationale Robert-Schumann-Chorwettbewerb sowie die Sonderausstellung „Robert Schumann – früh bis spät“.

28. Februar 2005

Trotz Schneetreibens und eisiger Kälte fanden über 180 Vertreter aus ca. 70 Städten und Gemeinden Sachsens den Weg nach Chemnitz in DASTietz zur Auftaktveranstaltung von „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“. Ein Veranstaltungsort wie DASTietz passte nicht nur zur Veranstaltung, sondern „lebt“ selbst die Ziele von „Ab in die Mitte!“. Als ehemaliges innerstädtisches Warenhaus umgebaut und umgewidmet zur Stadtbibliothek, Volkshochschule mit kleinen Geschäften und Cafés ist es heute neuer Treffpunkt und Bildungsstätte für Chemnitz.

So gab das imposante Gebäude der Veranstaltung nicht nur den richtigen Rahmen, sondern inspirierte zu eigenen Ideen, zum Mitmachen im Wettbewerb. Dieser Wunsch zur kreativen Beteiligung an der Initiative äußerte nicht nur der Wirtschaftsminister Sachsens Thomas Jurk, sondern auch alle weiteren Referenten auf dieser Veranstaltung. Mit dem gewählten Jahresmotto für 2005 „Gastgeber Stadt - Kommen, Sehen und Erleben“ konnten als neue Partner der Landestourismusverband Sachsen sowie die Tourismus Marketing Gesellschaft mbH Sachsen gewonnen werden.

Andreas Lämmel, Präsident des Landestourismusverbandes Sachsen e. V. und MdB knüpfte dann auch die Erwartung an die Wettbewerbsbeiträge, dass damit ganz neue, interessante Themen aufgegriffen werden. Von der Tourismus Marketing Gesellschaft mbH Sachsen wurde schließlich ein Sonderpreis zur Vermarktung des eigenen Projektes in Aussicht gestellt. Beate Werner, bekannte MDR-Moderatorin, vermittelte auf unterhaltsame Weise Erfahrungen und Tipps aus zahlreichen „Unterwegs“-Sendungen,



Auftaktveranstaltung



Projektauswahl

die für eine gute Gäste-Betreuung beim Besuch einer Stadt beherzigt werden sollten (s. Kasten). Der Startschuss für „Ab in die Mitte!“ in Sachsen war gegeben. Städten, Gemeinden, Gewerbetreibenden und anderen Institutionen blieb nun Zeit bis zum Sommer, Ideen zu finden und daraus gemeinsam Projekte zu entwickeln. Ansätze gab es genug. Auf die Konkretisierung und konzeptionelle Umsetzung der Gedanken kam es nun an.

30. Juni 2006

Im Organisationsbüro liefen nicht nur mit dem nahenden Termin zur Abgabe der Wettbewerbsbeiträge die Telefondrächte heiß. Bereits im Vorfeld wurde deutlich, dass zahlreiche Akteure in den sächsischen Städten und Gemeinden wiederum sehr intensiv an Konzepten arbeiteten. Die eingegangenen vierzig Beiträge zeugten dann auch von einer sehr hohen

Qualität. Dies konnte man schon an den mit eingereichten Projekttafeln erkennen. Hier wird durch gekonnte Illustrierung deutlich, wie kreativ man mit guten Ideen umgegangen ist. Solche Tafeln eignen sich natürlich sehr gut für öffentliche Ausstellungen, was in der Folgezeit auch intensiv genutzt wird (s. Überblick).

17. August 2005

Was den Wettbewerbsteilnehmern verborgen bleibt: Nach Eingang der Beiträge beginnt eine eilige Systematisierung, Be- und Auswertung aller vierzig Beiträge. Die vom Initiativkreis (aus)gewählte Jury soll ein möglichst umfassendes, aber auch nach wettbewerbsrelevanten Kriterien vorstrukturiertes Bild über die Beiträge erhalten. Natürlich wurde bereits allen Jurymitgliedern der vollständige Wettbewerbstext



Jurysitzung

aller Teilnehmer übergeben. Nunmehr erhalten sie jedoch eine konzentrierte Zusammenfassung jedes einzelnen Projektes sowie eine so genannte Vorbewertung. Hier wurden die Beiträge nach den jeweiligen zu erfüllenden Kriterien in einem eigens dafür entwickelten „Ampelsystem“ eingeschätzt, ob diese voll, teilweise oder nicht erfüllt sind. Somit hat jedes Jurymitglied zumindest eine „Richtschnur“ für die eigene Bewertung. Diese Vorbewertung kann und soll eine eigene Entscheidung jedoch nicht ersetzen.

13. September 2005

Im Novotel Leipzig City treffen sich die Jurymitglieder, um die Preisträger des diesjährigen Wettbewerbs zu ermitteln. Die systematische Auswahl kann nur ansatzweise nach dem Motto „Die guten ins Töpfchen, die schlechten ins Kröpfchen“ erfolgen, denn wenige erfüllen die geforderten Wettbewerbskriterien zum Teil unzureichend. Interessant werden solche Entscheidungen auch immer dann, wenn Vertreter

verschiedener Berufs- und vielleicht sogar Interessensgruppen sich einigen sollen. Sehr hilfreich waren deshalb die erstmalige, komplette Ausstellung aller Wettbewerbsbeiträge während der gesamten Jurysitzung. Die endgültigen Entscheidungen wurden dann schließlich auch mit bzw. an diesen Projekttafeln der einzelnen Teilnehmer selbst getroffen.

14. September 2005

Die Preisträger stehen fest. Die Presse ist eingeladen zur offiziellen Bekanntgabe der Favoriten in diesem Jahr. Natürlich lassen sich die Initiatoren es jedoch nicht nehmen, wenige Minuten vor dieser offiziellen Bekanntgabe die Ober- und Bürgermeister der „Siegerstädte und -gemeinden“ direkt selbst von ihrem Erfolg zu berichten. Oft spürte man bei diesen Anrufen bereits die Spannung. Die Freude war dann nicht nur zu hören, sondern auch zu fühlen... Jurymitglieder und Vertreter der Initiatoren und Sponsoren haben zur Pressekonferenz ihre hohe Wertschätzung



Preisübergabe Plauen

für die Vielfalt und Kreativität der Beiträge zum Ausdruck gebracht. „Wir sind sehr beeindruckt, wie engagiert die Städte sind, was für tolle Ideen die Städte haben und wie wild entschlossen sie sind, ihre Ideen zu realisieren.“ (Barbara Meyer, Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit)

14. Oktober 2005

In der Altmarkt-Galerie Dresden werden erstmals in diesem Wettbewerb nahezu alle Wettbewerbsbeiträge anhand der Projekttafeln öffentlichkeitswirksam präsentiert. Bürgermeister und Projektverantwortliche nutzten die Gelegenheit, zu einer Eröffnung der Ausstellung selbst ihr Projekt vorzustellen. In der darauf folgenden Woche hatten u. a. Citymanager

der Bundesrepublik während einer Tagung Gelegenheit, bei einem Besuch der Altmarkt-Galerie die Ergebnisse des Wettbewerbes in Sachsen zu begutachten. Das Centermanagement hat bereits zum zweiten Mal die Ausstellungsfläche zur Verfügung gestellt und die gesamte Organisation tatkräftig unterstützt.

25. Oktober 2005

Plauen ist Gastgeber. Aus Anlass der offiziellen Übergabe des ersten Preises im Wettbewerb 2005 hat der Oberbürgermeister, Herr Ralf Oberdorfer, viele am Wettbewerbsbeitrag beteiligte Akteure der Stadt eingeladen, um den 1. Preis offiziell in Empfang zu nehmen. In den anderen Preisträgerstädten fanden bis dahin oder einige Tage später ähnliche Veranstal-

tungen statt. Parallel zur Preisverleihung in Plauen überzeugte sich der Initiativkreis selbst von den Inhalten des Konzepts und führte in der Stadt eine Arbeitssitzung durch. Auf einem innerstädtischen Rundgang wurde deutlich, wie ernst und konkret man das zweifach ausgezeichnete Wettbewerbsprojekt (Sonderpreis der TMGS) weiter verfolgt.

18. November 2005

Die Abschlussveranstaltung - letzter offizieller Höhepunkt des Wettbewerbes in diesem „Ab in die Mitte!“-Jahr in Sachsen - findet statt. Ort und Termin

se GmbH unterstützten diese Verknüpfung nicht nur ideell. Viele beteiligte und interessierte Kommunen sowie Vertreter von Institutionen, Verbänden, Vereinen etc. waren gekommen, sich auf einer Abschlussveranstaltung über die Wettbewerbsergebnisse zu informieren, Erfahrungen auszutauschen und natürlich schon wieder Motivation zur Beteiligung am nächsten Wettbewerb zu holen.

Dazu trug sicher auch ein zweites Mal die eigens für den Wettbewerb gestaltete Urkunde von Michael FischerArt bei, die jeder beteiligten Stadt als Dank und



Ausstellung Abschlussveranstaltung

der Veranstaltung waren nicht zufällig: Während der jährlich stattfindenden Messe „Touristik & Caravaning“ bietet es sich einfach an, einen landesweiten Wettbewerb mit einem Schwerpunktthema Tourismus den entsprechenden „Rahmen“ zu geben. Der Veranstalter der T&C sowie die Leipziger Mes-

Anerkennung für die eigene Initiative vom Künstler persönlich überreicht wurde. Die zweite, wiederum limitierte Urkunde stellt gewissermaßen eine Fortsetzung dar für jede Kommune, die sich wiederholt am Wettbewerb beteiligt hat. So kann das auch für die dritte in Aussicht stehen.

Der Weg zum Ziel: Innenstadtentwicklung durch lokale Projekte

Innenstädte bzw. Stadtteilzentren zeichnen sich einerseits durch Multifunktionalität aus und geben Impulse für die Entwicklung der gesamten Kommune oder einer ganzen Region. Andererseits werden Zentren mit Attraktivitäts-, Urbanitäts- und Funktionsverlusten konfrontiert, deren Ursachen vielschichtig sind: Der ständige Wandel, der teilweise marode Zustand der Bausubstanz sowie vielerorts schlechte Infrastruktur und die zunehmende Homogenisierung innenstadttypischer kleinteiliger Nutzungsstrukturen erfordern die Konzentration auf die Aufwertung und Stabilisierung der Entwicklung von Zentren.

Der Wettbewerb ‚Ab in die Mitte!‘ in Sachsen verknüpft übergeordnete Zielstellungen der Stadtentwicklung mit konkreten Projekten zur Revitalisierung von Innenstädten (vgl. Abb. 1). Dabei wurden die Ansätze der ‚Ab in die Mitte!‘-Initiativen in NRW, Hessen und Niedersachsen entsprechend dem Handlungsbedarf in der Stadtentwicklung Sachsens um investive Projekte erweitert. Neben Veranstaltungen und Aktionen, durch die sowohl Bürger als auch Besucher verstärkt in das innerstädtische Geschehen einbezogen werden sowie dem in diesem Zusammenhang häufig etablierten kooperativen Citymarketing, liegt der Fokus auf nachhaltigen Maßnahmen der Stadtentwicklung.

Unter dem Wettbewerbsmotto ‚Gastgeber Stadt - Kommen, Sehen, Erleben‘ entwickelten sächsische Kommunen die verschiedensten Projekte. Gegenüber dem ersten Wettbewerb erweiterte sich das Spektrum der thematischen Schwerpunkte der Wettbewerbsbeiträge von 2005. Neben Kultur, der Einrichtung von

Rundwegen bzw. touristischen Leitsystemen und dem Bezug auf innerstädtische Grundfunktionen spielen stadtbildprägende Traditionen, Gesundheit und Sport sowie die Einrichtung von Treffpunkten eine wesentliche Rolle. Dem Ziel durch Einzelprojekte, die für Bürger, Besucher und potenzielle Investoren interessant sind, die Stadtentwicklung in den sächsi-

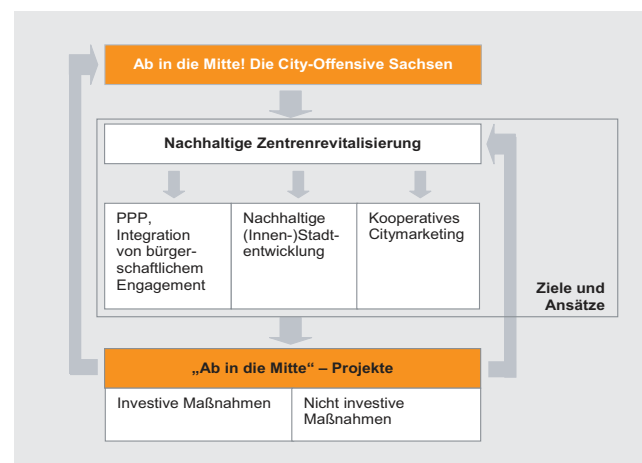


Abbildung 1: Prinzipien zur Zielerreichung der City-Offensive

schen Kommunen auf die Lösung der Probleme von Stadtzentren zu fokussieren und diese voranzutreiben, sind die Initiatoren und Hauptsponsoren von ‚Ab in die Mitte!‘ näher gekommen. Die Evaluation der Initiative durch das ISB der Universität Leipzig ergibt eine positive Bilanz: Etwa ein Jahr nach der Preisverleihung 2004 befand sich der Großteil der zwölf ausgezeichneten Projekte in der Umsetzung bzw. trug bereits teilweise zur Verbesserung der Innenstadtattraktivität bei, da städtebauliche Missstände behoben werden (vgl. Abb. 2). Brachflächen, Plät-

ze und Gebäude erhielten neue Nutzungen, bis dahin fehlende Wegebeziehungen wurden neu geschaffen oder frühere Verbindungswege wiederbelebt. Die-

jekte hinausgehende, umfassende Citymarketingprozesse konnten jedoch bislang nicht in Gang gebracht werden. Von den Projekten der Städte Oederan,

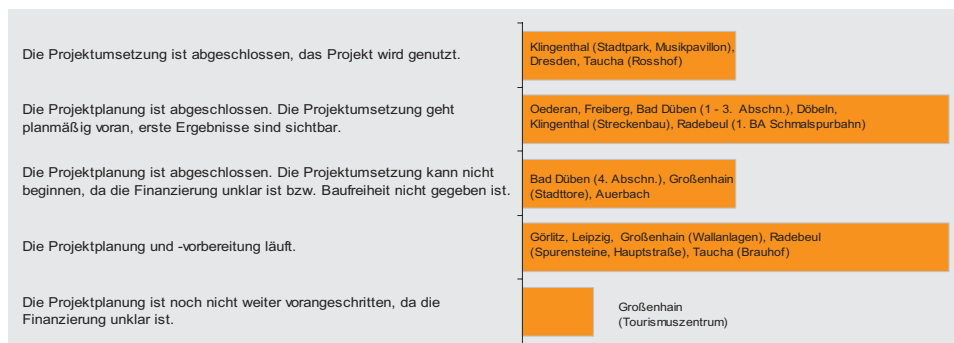


Abbildung 2: Realisierungsstand bauliche Maßnahmen (Stand: 07/2005)

se vielfältigen Konzepte können einen Beitrag zur Baukultur, die auch regionale Besonderheiten herausstellt, leisten. Sie fördern gleichermaßen die Identifikation der Bürger mit ihren Städten und steigern insgesamt das Interesse von Besuchern und Investoren. Neben diesen investiven städtebaulichen Projekten liefen im Rahmen der nicht investiven Maßnahmen Veranstaltungen und Aktionen, die bereits einmalig die Zentren beleben konnten (vgl. Abb. 3).

Kooperatives Handeln als Strategie im Citymarketingprozess Wesentlich für eine nachhaltige Attraktivitätssteigerung

sind die regelmäßige Wiederholung sowie die Einbindung dieser Events in ein Citymarketingkonzept. Zwar planen die meisten lokalen Akteure die Wiederauflage der Veranstaltungen, über die Einzelpro-

gingen bereits Impulse für das Citymarketing aus. Ist die Projektrealisierung in Großenhain, Freiberg, Bad Döbeln, Radebeul und Döbeln abgeschlossen, wird künftig ebenfalls mit Anregungen im City- bzw. Stadtmarketing gerechnet. In Taucha, Klingenthal, Görlitz und

Leipzig sind keine besonderen Effekte für eine Verstärkung des Citymarketingprozesses erkennbar, was jedoch nicht in Zusammenhang mit der Qualität der Wettbewerbsprojekte selbst zu bringen ist. Im Transformationsprozess gilt es neben der Bündelung vorhandener finanzieller Mittel der öffentlichen Hand das Engagement privater Akteure zu mobilisieren.

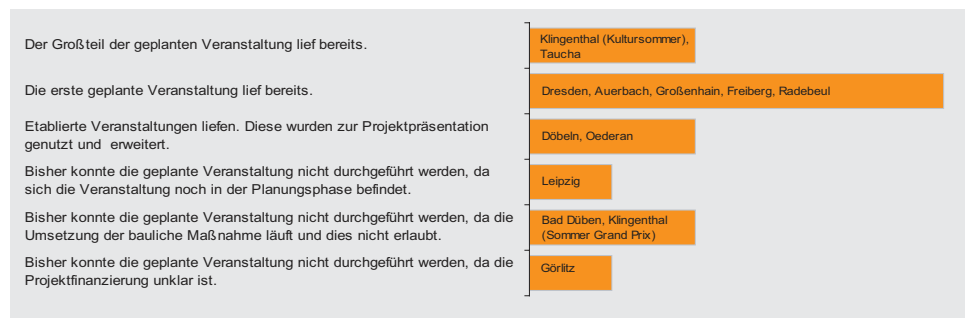


Abbildung 3: Realisierungsstand Veranstaltungen (Stand 07/2005)

An den im ersten Wettbewerbsjahr ausgewählten ‚Ab in die Mitte!‘-Projekten wirkten bzw. wirken teilweise bestehende Kooperationen. Bei mehr als der Hälfte der zwölf Preisträger-Kommunen aus dem Jahr

2004 gab der Wettbewerbsbeitrag einen Anstoß für eine vollkommen neue Zusammenarbeit zwischen Kommune, Wirtschaft, Vereinen und Bürgern (vgl. Abb. 4).

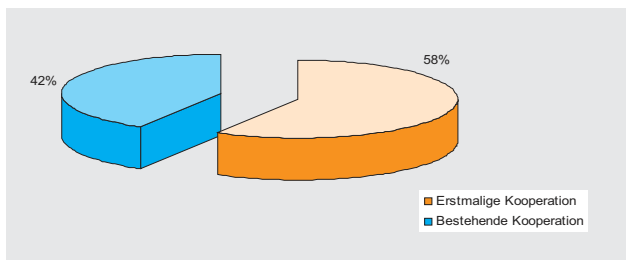


Abbildung 4: Anteile der Kooperationen (Stand: 07/2005)

Im Hinblick auf die häufig angespannte Finanzlage der Kommunen versprechen Public Private Partnerships (PPP) finanzielle Entlastung insbesondere durch verstärktes Engagement privater Investoren. Das Engagement der lokalen Wirtschaft und Vereine ist enorm, obwohl bei den entstandenen PPP-Formen die Projekte i.d.R. nicht paritätisch von der Wirtschaft und den Kommunen finanziert werden. Alle Kooperationsformen können auf (Teil-)Erfolge verweisen, indem sie endogene Potenziale nutzen. Kooperationen zwischen den Akteursgruppen sind nach Meinung der befragten Projektverantwortlichen prinzipiell sinnvoll und zweckmäßig, da Bedürfnisse Betroffener berücksichtigt werden sowie vorhandenes Engagement weiterer Akteure insbesondere von Bürgern einfließen kann. Eine paritätische Finanzierung der Projekte ist aufgrund beschränkter finanzieller Beiträge, die lokale private und halböffentliche

Akteure aufbringen können nicht realistisch. Wichtiger als erste schnelle Erfolge ist die nachhaltige Wirkung, die durch die Fortführung der Kooperationen über die Projekte hinaus erreicht werden kann. Der Großteil der involvierten Akteure strebt eine Fortsetzung an, sodass die wichtigste Voraussetzung für nachhaltig und längerfristig agierende Kooperationen erfüllt ist (vgl. Abb. 5).

Nachhaltige Attraktivitätssteigerung von Zentren. Die 2004 prämierten Projekte können bereits erste Ergebnisse bezüglich der Steigerung der Innenstadtattraktivität vorweisen. Klingenthal und Dresden konstatieren positive Effekte und hohe Resonanz: Die baulichen Maßnahmen werden von den Bürgern angenommen und genutzt. Auch Radebeul verweist auf erste Ergebnisse, deren Wirkung sich nach Fertigstellung weiter entfalten wird. Für die aktuell in der Planung bzw. Realisierung befindlichen Projekte erwarten die befragten Projektverantwortlichen der Städte Döbeln, Bad Dübener, Freiberg, Großenhain, Leipzig und Oederan eine Attraktivitätssteigerung nach vollständiger Umsetzung. Obwohl eine Erhö-



Abbildung 5: Fortführung der Kooperationen (Stand: 07/2005)

hung der Attraktivität des Stadtzentrums noch nicht vorliegt, zieht Auerbach eine positive Bilanz, da das Projekt und die Problemstellung zum Gesprächsthema bei Bürgern und Händlern geworden sind. In

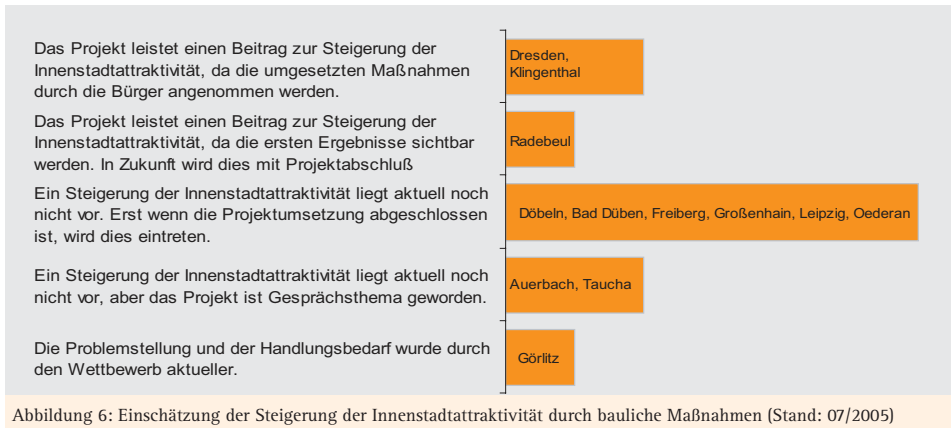


Abbildung 6: Einschätzung der Steigerung der Innenstadtattraktivität durch bauliche Maßnahmen (Stand: 07/2005)

Taucha konnte das Projekt als Impulsgeber für weitere Ansätze fungieren. Görlitz benennt ebenfalls die zunehmende Aufmerksamkeit für die Problemstellung und den einhergehenden Handlungsbedarf in der Öffentlichkeit u. a. durch den Wettbewerb. Aufgrund dieser unterschiedlichen Realisierungsphasen der städtebaulichen Maßnahmen kann die Steigerung der Attraktivität der Stadtzentren bisher nur bedingt nachgewiesen werden (vgl. Abb. 6).

Die Veranstaltungen und Events in Freiberg, Auerbach, Dresden, Großenhain und Klingenthal liefen mit großer Resonanz und leisteten einen Beitrag zur Belebung und Attraktivität der Innenstädte. Da die Veranstaltungen in Döbeln, Bad Dübau und Leipzig noch nicht durchgeführt wurden, ist eine Steigerung der Anziehungskraft der Stadtzentren ebenfalls erst mit der Umsetzung

dieser Projektbausteine zu erwarten. Oederan und Radebeul registrieren eine gestiegene Bereitschaft der privaten Akteure, sich an Aktionen zu beteiligen. In Görlitz und Taucha wurde der Handlungsbedarf durch den Wettbewerb deutlich (vgl. Abb. 7).

Da die Umsetzung des Großteils der Konzeptionen noch nicht abgeschlossen ist, kann eine nachhaltige Wirkung erst nach der Fertigstellung der Baumaßnahmen eintreten (vgl. Abb. 8). Unabhängig davon, ob die Veranstaltungen bereits liefen oder noch nicht, schätzen alle Befragten ihre Veranstaltungsprojekte als nachhaltig ein, da es sich um regelmäßig wiederkehrende Aktionen handelt. Die Stadt Taucha macht eine nachhaltige Wirkung der Veranstaltungen von der zukünftigen Entwicklung der Veranstaltungen abhängig (vgl. Abb. 9).

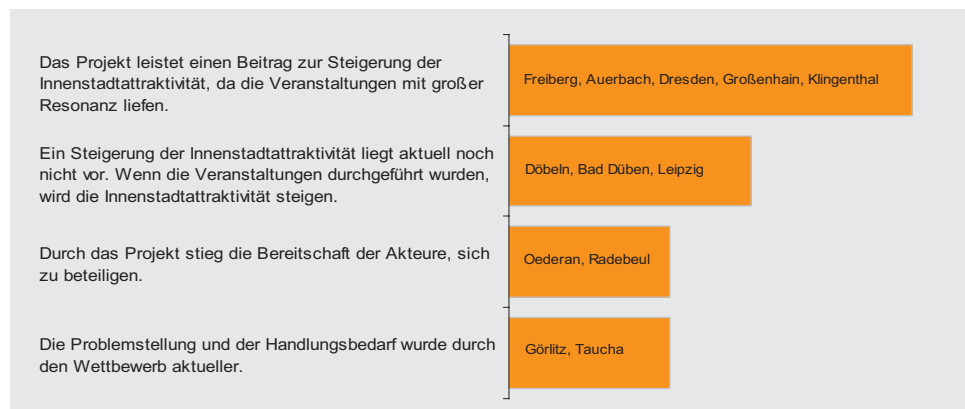


Abbildung 7: Einschätzung der Steigerung der Innenstadtattraktivität durch nicht investive Maßnahmen (Stand: 07/2005)

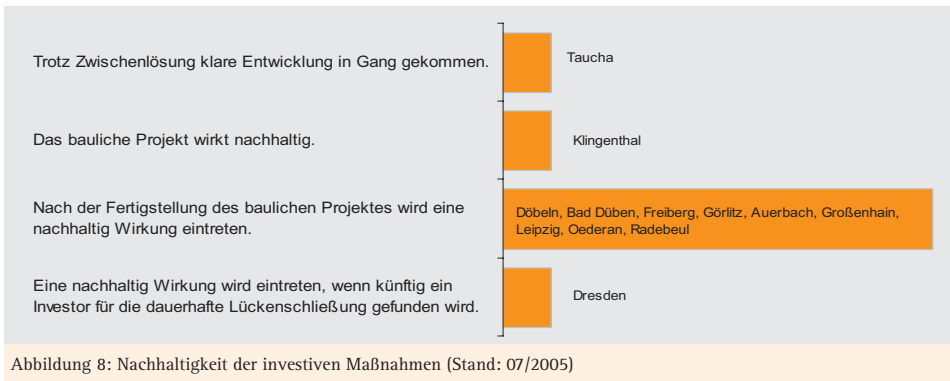


Abbildung 8: Nachhaltigkeit der investiven Maßnahmen (Stand: 07/2005)

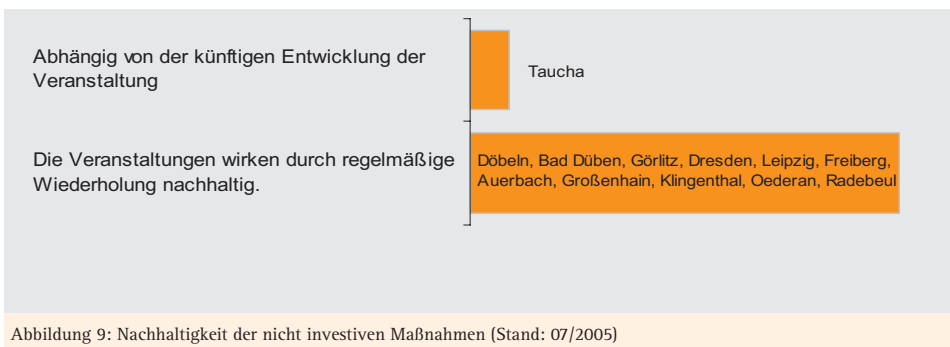


Abbildung 9: Nachhaltigkeit der nicht investiven Maßnahmen (Stand: 07/2005)

Mitte!'-Akteure zurückzuführen sind. Die positiven Erfahrungen der Preisträger von 2004 sind richtungsweisend für alle Kommunen, die sich künftig am Wettbewerb beteiligen wollen. Dabei spiegelt sich der Erfolg nicht allein in einer Wettbewerbsprämierung wider.

Entscheidend für die Umsetzung von Innenstadtprojekten sind neugewonnene Motivationen und frei werdende Energien. So brachte beispielsweise der erste Wettbewerb Konzepte wie die der Städte Bad Schandau oder Penig

Die Öffentlichkeitswirkung der jeweiligen Projekte fiel überwiegend positiv aus. Neben neu in Gang gekommenen Diskussionen seitens der Bürger hatten die Kommunen reges Interesse der lokalen Presse zu verzeichnen. Lediglich in Leipzig und Görlitz konnten die „Ab in die Mitte!“-Projekte kaum Interesse in der Öffentlichkeit erzielen. Die Ursache hierfür wird in der frühen (Planungs-)phase der Konzepte gesehen.

Die Initiative als Erfolgsmodell mit Zukunft Die Evaluation der Projekte des Wettbewerbsjahres 2004 dokumentiert die herausragenden Erfolge, die von der gesamten Innenstadtinitiative ausgehen und ausschließlich auf das Engagement aller „Ab in die

hervor, die über Fördermittel der Städtebaulichen Erneuerung finanziert und realisiert wurden, obwohl sie keine Prämierung erhielten. Vor diesem Hintergrund ist eine Teilnahme am Wettbewerb in jedem Fall lohnenswert.

Dr.-Ing. Silke Weidner lehrt am Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft der Universität Leipzig. Sie ist Mitglied im Initiativkreis von „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ und betreute die Diplomarbeit zur Evaluation der City-Offensive. 2004 legte sie ihre Dissertation mit dem Titel „Stadtentwicklung unter Schrumpfungsbedingungen - Leitfaden zur Erfassung dieses veränderten Entwicklungsmodus von Stadt und zum Umgang damit in der Stadtentwicklungsplanung“ vor.

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Christiane Dornbusch legte die Diplomarbeit mit dem Titel „Public Private Partnership als Strategie zur Stärkung der Innenstädte am Beispiel von Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ vor.

*Anstoß Neukölln, Fennpfuhl,
Friedrichstraße*



Pankow / Light-Writing

Konkurrenz fördert nicht nur das Geschäft, sondern auch Kreativität. 34 Beiträge sind dem ersten Berliner Aufruf zu „MittendrIn Berlin! Die Zentren-Initiative“ mit vielfältigen Konzepten gefolgt. Der Wettbewerbscharakter und die engen Zeitfenster waren für alle Beteiligten eine Herausforderung. Fünf Beiträge wurden 2005 prämiert und umgesetzt. Zwischen den ersten Ideen, der Vorbereitung und der Umsetzung lagen wenige Monate. Damit sind die Erfolge unmittelbar zu erleben.

Die Metropole

Berlin hat nicht die eine Innenstadt, sondern viele unterschiedliche Zentren und einen Bezirk Mitte. Aus „Ab in die Mitte!“ wurde daher „MittendrIn Berlin!“. Initiatoren des Projektes sind die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und die IHK Berlin sowie auch hier die beiden Warenhausunternehmen Karstadt und Kaufhof.

Neue Kooperationen etablieren!

„MittendrIn Berlin!“ zielt darauf, die Berliner Zentren und Geschäftsstraßen in ihrer vielfältigen Struktur zu stärken und neue Kooperationsformen zu etablieren, um mit spezifischen lokalen Ansätzen auf den Strukturwandel in den Zentren zu reagieren. „Anstoß Neukölln“ integriert über Sport und Musik die unterschiedlichen ethnischen Gruppen, die im Umfeld der traditionellen Berliner Einkaufsstraße Karl-Marx-Straße leben. Passend zum Bundesliga-Auftakt werden die türkischen, deutschen und anderen Vereine aktiv. „Trommeln für Pankow“ kommuniziert mit Musik. Die Brachen, die im Quartier liegen, wieder in den Blickpunkt zu rücken, ist eine der Botschaften. Kunstaktionen wie „Light-Writing“ inszenieren Flächen, die sonst nicht genutzt werden. Die „Weitlingstraße“ wird zu „Lichtenbergs Gelber Seite“. 4 500 qm gelber Teppich vermitteln ein

*Weitlingstraße / Grotest Maru*

völlig neues Raumgefühl. Die Straße und die, die sie besuchen, an ihr leben, dort Handel betreiben, befinden sich für drei Tage im Gelbfieber. Die WeitlingCard als Einkaufsführer sammelt in den beteiligten Geschäften das Gelbe vom Ei, gelbe Kunstaktionen und das gelbe Gießkannen-Orchester sind weitere Höhepunkte. Die „Fennpfehlmeile(n)steine“ nutzen sieben thematische Routen, um das Quartier zwischen Anton-Saefkow-Platz und Storkower Bogen neu zu beleben. Die Sportmeile mit Hochhaus-Treppenlauf und Abseilaktion oder die LiteraTOUREN der Bibliothek sind nur einige Aktionen. Die „Via Condotti zu Gast in der Friedrichstraße“ setzt italienischen Flair in den Quartieren, Hotels und auf der Straße in Szene. Die berühmten Einkaufsboulevards der Welt ins Zentrum von Berlin zu holen und die Friedrichstraße selbst an anderen Orten zu präsentieren, soll auch im kommenden Jahr fortgesetzt werden. Alle lokalen Projekte umfassen ein breites Akteursspektrum. 30 % Eigenmittel sind auf der lokalen Ebene notwendig. Die lokalen Initiativen haben ihre Netzwerke genutzt, erweitert oder neue gebildet, um in knapp 12 Wochen attraktive Konzepte und Ansätze für ihre Finanzierung zu erarbeiten.

Kommunikation

Netzwerkbildung setzt eines voraus: den Dialog zwischen den Akteuren und die Kommunikation nach außen. Das Rückfrage-Kolloquium, die bezirklichen Informationsrunden, das Coaching vor Ort sind das eine, die ungezählten Treffen der lokalen Aktiven das andere. Hinzu kommt die Öffentlichkeitsarbeit auf der lokalen und gesamtstädtischen Ebene. Zwischen den Mitgliedern der Initiativen, mit den Bezirken, Senatsverwaltungen und IHK werden alte Kommunikationsstrukturen gefestigt und entstehen neue. Dies ist eine Basis für kontinuierliche Prozesse und für das Verfahren im Jahre 2006. Kreativität und Ideen sind von neuem gefragt.

HESSSEN

„AB IN DIE MITTE!
DIE INNENSTADT-
OFFENSIVE HESSEN“ 2005



*„Innen – Gewinnen! Ab in die Mitte: Familien erobern Marburg“
Umwelttag*

Lebendige und attraktive Innenstädte und Ortszentren stiften Identität und steigern die Lebensqualität. Daher ist es wichtig, die Anziehungskraft der Zentren langfristig zu erhalten bzw. weiter zu verbessern. Negativen Entwicklungstendenzen wie Leerständen, Filialisierungen und Verödungen soll entgegengewirkt werden, damit für die Bürgerinnen und Bürger einer Stadt und ihre Besucher die Innenstädte als Identifikationspunkte städtischen Lebens bestehen können. Mit „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ setzt das Land Hessen gemeinsam mit Partnern aus dem öffentlichen Bereich und der privaten Wirtschaft (Public-Private-Partnership) ein Zeichen, um neue Impulse für die Stadtentwicklung einzufordern und damit das Augenmerk der Öffentlichkeit auf die Attraktivität der Zentren zu lenken. „Ab in die Mitte!“ will die hessischen Kommunen motivieren, mit dem örtlichen Handel und der Gastronomie, dem Tourismus sowie den Kulturschaffenden, den Vereinen und weiteren Beteilig-

ten Stadtmarketing-Konzepte zu entwickeln, die die Identität der Innenstädte stärken und die Menschen wieder für ihre Stadt begeistern. Die Innenstadt-Offensive fand 2005 in Hessen bereits zum dritten Mal statt. 28 Städte und Gemeinden Hessens hatten sich der Aufgabe gestellt, mit Veranstaltungen, die vor allem Kunst, Kultur, Sport und Freizeit umfassen, ihre Innenstädte zu beleben. Eine unabhängige Jury wählte 15 Preisträger aus, die mit einer Förderung bedacht wurden.

Folgende Konzepte wurden gefördert und umgesetzt: „Bebra – biberstark!“, „Büdingen – zum Anbeißen gut!“, „Eschwege auf neuen Wegen“, „FrankfurtBook Town“, „Friedberg leuchtet“, „Vulkanien – Feuer und Flamme für Gedern“, „Schlammbeißer in Gießen – Kanäle, Kultur und Kompetenz“, „Hanau in Gold – Mein lieber Schwan“, „Kunst, Kultur, Kulinarisches – Homberg mit allen Sinnen erleben“ in Homberg/ Efze, in Kassel „Kinder, Architekten und Bürger planen Stadt.“, „Das blaue Band“ in Limburg an der Lahn, „Zeitmaschine Lorsch“, „Innen – Gewinnen!“ Ab in die Mitte! Familien erobern Marburg“, „Night life in Niddatal“ und „Spangenberg – bergauf“.

Dass sich so viele unterschiedliche Akteure zur Verwirklichung eines gemeinsamen Anliegens zusammenschließen, ist ein wichtiges Signal und hat Vorbildcharakter. Zudem haben viele Menschen in Hessens Städten und Gemeinden durch großes bürgerschaftliches Engagement zu einem neuen Bewusstsein für die Innenstädte beigetragen und beispielhafte Projekte umgesetzt. Ihnen ist neben den Kommunen und Unternehmen, die sich trotz oft schwieriger wirtschaftlicher Situation gemeinsam für die Innenstädte eingesetzt haben, dieser Erfolg mit zu ver-



Skulpturen von Schülern schmücken die Wallgärten und wunderschöne Buchsbaumquadrate, die noch bepflanzt werden

danken. Die Innenstadt-Offensive in Hessen ist eine Gemeinschaftsinitiative des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, der Karstadt Warenhaus AG und der Kaufhof Warenhaus AG. Außerdem unterstützen der Hessische Städte- und Gemeindefesttag, der Hessische Städte- und Gemeindefesttag, die Arbeitsgemeinschaft Hessischer Industrie- und Handelskammern, die Arbeitsgemeinschaft der Hessischen Handwerkskammern, der Landesverband des Hessischen Einzelhandels e. V., die Arbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels im Lande Hessen e. V., der Hessen Touristik Service e. V., der Hotel- und Gaststättenverband Hessen und die Binding Brauerei AG die Initiative. Als Medienpartner begleiten die Deutsche Städte-Medien GmbH, die Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, hr4 und das hr-fernsehen „Ab in die Mitte!“.

NIEDERSACHSEN

„AB IN DIE MITTE! DIE CITY-OFFENSIVE
NIEDERSACHSEN“ 2005



*Osnabrück: Erlebbar wurde
der City-Slogan „Osnabrück
– Hier ist alles drin“ mit
einem Blick hinter die Stadt-
Kulissen bei „Osnabrück
backstage“*

es verstanden, authentische Stadt-Marken und Veranstaltungsformate zu entwickeln, die nicht unbedingt den kulturellen „Knalleffekt“ anstreben, sondern die wachsende Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt oder Gemeinde durch ungewöhnliche Aktionen mit regionalem Bezug. Dass die Projekte der ersten zwei Jahre in anderen Kommunen im Sinne des best practice Impulse setzen konnten, belegt die deutliche Ausrichtung der Konzepte 2005 in Richtung Handel. Einige Preisträger beeindruckten durch ebenso innovative wie konsequente Ideen zur Stützung und stärkeren Einbindung des City-Einzelhandels z. B. durch einheitliche Öffnungszeiten, ein gemeinsames strategisches Marketing und vor allem durch verbindliche Netzwerk-Arbeit. Die Begleitung der niedersächsischen Preisträger zeigte 2005 einmal mehr, wie bedeutend die Vorbereitungs- und Planungsphase der lokalen Maßnahmen ist. Durch intensivere Kommunikation der City-Akteure entsteht ein Informations- und Beziehungsgeflecht,

In den ersten zwei Jahren konnte die City-Offensive Niedersachsen erfolgreich in diesem durch seine Flächengröße geprägten Bundesland mit vielen kleinen und mittelgroßen Kommunen implementiert und etabliert werden. Getragen vom Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, den Handelsverbänden LVMG und den Kommunalverbänden Städtetag und Städte- und Gemeindebund und den beiden Warenhausunternehmen Karstadt und Kaufhof erlangte „Ab in die Mitte!“ bei Kommunen und Medien steigende Aufmerksamkeit.

Ganz im Sinne der Initiatoren wiesen die Bewerbungen des Jahres 2005 eine noch deutlichere Ausrichtung hin zu nachhaltigem und Struktur förderndem Stadtmarketing aus als zuvor. Eine Entwicklung, die auch die Fachjury goutierte: Die 14 geförderten Städte und Gemeinden verfolgen klar die Strategie, den Erlebniswert ihrer Zentren durch qualitativ hochwertige und auf Langfristigkeit angelegte Maßnahmen zu erhöhen. Diese waren teilweise eng mit stadtplanerischen und stadtentwicklungsrelevanten Zielen verbunden. Gerade kleinere Kommunen haben



Verden (Aller): Unternehmer unterstützten die Entwicklung zur Familien- und Kinderfreundlichen Stadt mit dem Bau eines Bodenratespiels in der City von Verden.

bündnisse mit Akteuren der lokalen Arbeitsgruppen über den Wettbewerbsantrag hinaus geschlossen zu haben bzw. dies zu erwarten. Diese Ergebnisse stimmen positiv auf die Fortführung der City-Offensive Niedersachsen 2006 ein. In Zukunft, so sind sich Initiatoren und Sponsoren der Public Private Partnership einig, wird auf die Einbindung des lokalen Einzelhandels, die Durchgängigkeit der Städte-Themen im Handel und die Steigerung des Erlebniswertes des Handelsraumes besonderes Augenmerk gelegt.

das von den Beteiligten nicht selten als bedeutsamer eingeschätzt wird als etwa erfolgreiche neue Festivitäten. Dies belegt auch eine Evaluation, an der teilzunehmen sämtliche bisher geförderten Städte und Gemeinden aufgerufen wurden. 73 % der Befragten halten allein die Teilnahme am Wettbewerbsverfahren, abgesehen von einer späteren Auszeichnung, für „sehr sinnvoll“. Gefragt, welche Effekte durch die „Ab in die Mitte!“-Projekte in den Kommunen erzielt werden konnten, gaben die Kommunen an: eine verbesserte Kommunikation zwischen verschiedenen Akteuren und Gruppen (88,8 %), einen nachhaltigen Imagegewinn (84,4 %), mehr Besucher (68,8 %) und eine verbesserte Kooperation durch die Bildung von Netzwerken wie Arbeitsgruppen (68,8 %).

Übertroffen wurden die Erwartungen der Befragten bezüglich der Bürgerbeteiligung und der kulturellen Profilierung der Kommune: In beiden Aspekten wurden bei 55,5 % positive Effekte erzielt. Ein erfreulicher Beleg für die Nachhaltigkeit der City-Offensive ist die Angabe von 75,5 % der Befragten, Arbeits-

Lüneburg: Die konsequente Verknüpfung der Aspekte Stadtgeschichte, Baukultur und Tourismus bot „Lüneburg backSTEINREICH“.



Nordrhein-Westfalen gilt als das „Mutterland“ der City-Offensiven. 1999 als Pilotprojekt mit 10 ausgewählten Städten realisiert, erfreut sich der seit dem Jahr 2000 jährlich ausgeschriebene Wettbewerb bis heute einer ungebrochen hohen Resonanz und Beteiligung bei den Städten und Gemeinden in NRW. Insgesamt haben 148 Städte und Gemeinden seit Beginn der City-Offensive NRW 430 Bewerbungen eingereicht. 153 stadtspezifische Veranstaltungskonzeptionen und Projekte konnten bislang in 70 verschiedenen Kommunen NRWs gefördert werden. Die Tatsache, dass es einerseits immer wieder zu neuen Antragstellern kommt, andererseits ein großer Anteil „Wiederholungstäter“ zu verzeichnen ist,

NORDRHEIN-WESTFALEN

„AB IN DIE MITTE! DIE CITY-OFFENSIVE NRW“ 2005



Beim ungewöhnlichen Stadt-Spektakel „grenzenLOS - Festival der Generationen“ in Bielefeld galt es unter anderem, alle Altersgrenzen zu überwinden...

verweist darauf, dass „Ab in die Mitte!“ die Städte und Gemeinden sowohl jeweils aktuell anspricht und motiviert als auch als nachhaltiges Instrument zur Belebung der Innenstädte eingesetzt wird. Eine wesentliche Erfahrung ist, dass die Kommunen alleine schon von der Bewerbung, den frischen Ideen und neuen Kooperationspartnern in der Stadt profitieren. Auch wenn keine Förderung erfolgte, haben viele Kommunen ihre Projektideen – häufig dann in einem etwas geringeren Umfang – dennoch realisiert. Auch das Engagement der Initiatoren und Sponsoren zeichnet sich in dem Public-Private-Partnership-Verbund zwischen dem Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes NRW, den beiden Warenhaus AGs Karstadt und Kaufhof, dem Einzelhandelsverband und dem Städtetag NRW durch hohe Konstanz aus. Als neuer Medienpartner konnte im Jahr 2005 zudem die Stör Deutsche Städte Medien GmbH gewonnen werden. In NRW ist es Ziel und erfolgreiche Praxis, durch wechselnde Jahresmottos auf jeweils aktuelle Fragestellungen und Probleme in der Stadtentwicklung zu reagieren.

Ging es 2002 mit dem Leitthema „Stadtidentitäten NRW“ für die Kommunen noch darum, sich zunächst grundlegend der eigenen Wurzeln und der Identität bewusst zu werden, animierte im Jahr 2003 der Zusatz „Veränderte Stadtansichten“ die Städte und Gemeinden dazu, mit dieser Identität zu spielen und auch einmal andere Sichtweisen auf die Stadt zu wagen. Im Jahr 2004 richtete sich



Kleine Energiespender zeigten sich in Minden fasziniert von einer Neuerung, die das Sammeln von Energie zum Wohle der Stadt ermöglicht

der Blick weg von grundlegenden Überlegungen hin auf die Menschen in den Städten: „Spiel – Platz – Stadt“ rückte Kinder, Jugendliche und Familien konsequent in den Mittelpunkt der Veranstaltungen – eine Zielgruppe, deren Ansprüche und Bedürfnisse es gerade angesichts von Schrumpfung und Alterung der Gesellschaft und der Abwanderung von Familien an die Ränder der Stadt zu berücksichtigen gilt. Das Motto im Jahr 2005 „Spiel – Platz – Stadt. Stadt der Generationen“ erweitert den Zielgruppen-Blick des Vorjahres und möchte den divergierenden Ansprüchen der zu einer Familie gehörenden Generationen mit spezifischen Veranstaltungsangeboten begegnen und ihre Bedürfnisse in der Stadtpolitik stärker berücksichtigen. 64 Kommunen haben sich für das „Ab in die Mitte!“-Fördergeld beworben. Eine unabhängige Jury hat 17 Städte und Gemeinden ausgewählt, die – erneut mit innovativen und attraktiven Maßnahmen – erfolgreich Identifikation und Engagement der verschiedenen Generationen für ihre City angeregt und verbessert haben.

Unter dem Motto „BürgerUnternehmenStadt – Handel(n) für Qualität“ gilt es im Jahr 2006 weiter, das bürgerschaftliche Potenzial im Rahmen der Stadtentwicklung und -gestaltung zu nutzen und zu befördern. Als „Qualitätsoffensive“ sollen zudem insbesondere dem innerstädtischen Handel verbesserte und neue Möglichkeiten der Beteiligung an der City-Offensive geboten werden und damit die Durchlässigkeit des „Erlebniseinkaufs“ optimiert werden.



Eine Licht- und Klangkunstinstallation verwandelte die Leonhardstraße in Castrop-Rauxel in einen poetischen Ort für Jung und Alt

Herausgeber:

Initiativkreis „Ab in die Mitte!
Die City-Offensive Sachsen“

Texte der Städtepräsentationen:

Annaberg-Buchholz: E. Tanzhaus
Görlitz: F. Dreßler
Heidenau: S. Fiedler
Meißen: J. Böhme
Olbernhau: Dr. S. Laub
Pirna: S. Möhrs
Plauen: P. Schneider
Schöneck: S. Jakob
Schwarzenberg: K. Blechschmidt
Torgau: K. Aulrich
Weißwasser: H. Rauh

Weitere Texte:

Initiativkreis „Ab in die Mitte!
Die City-Offensive Sachsen“
Dr. Silke Weidner, Universität Leipzig
Wirtsch.-Ing. Christiane Dornbusch, Universität Leipzig
Dr. Eddy Donat, Projektleitung

Titelfoto:

Dorothea-Stolln der Berg- und Adam-Ries-Stadt Anna-
berg-Buchholz mit freundlicher Genehmigung des Touris-
musverbandes Erzgebirge e.V.

Fotos der Städtepräsentationen:

Annaberg-Buchholz: Stadtverwaltung Annaberg-
Buchholz
Görlitz: Stadtverwaltung Görlitz, Ferdinand Liedke
Heidenau: Stadtverwaltung Heidenau
Meißen: Stadtverwaltung Meißen, Gewerbeverein Meißen
Olbernhau: Stadtverwaltung Olbernhau
Pirna: Stadtverwaltung Pirna
Plauen: Stadtverwaltung Plauen

Schöneck: Stadtverwaltung Schöneck, Bauconcept Pla-
nungsgesellschaft

Schwarzenberg: Stadtverwaltung Schwarzenberg

Torgau: Stadtverwaltung Torgau, Bernd Blume,
Wolfgang Sens

Weißwasser: Stadtverwaltung Weißwasser

Weitere Fotos:

Dr. Eddy Donat

Urkunde zum Wettbewerb:

Fischer-Art

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:

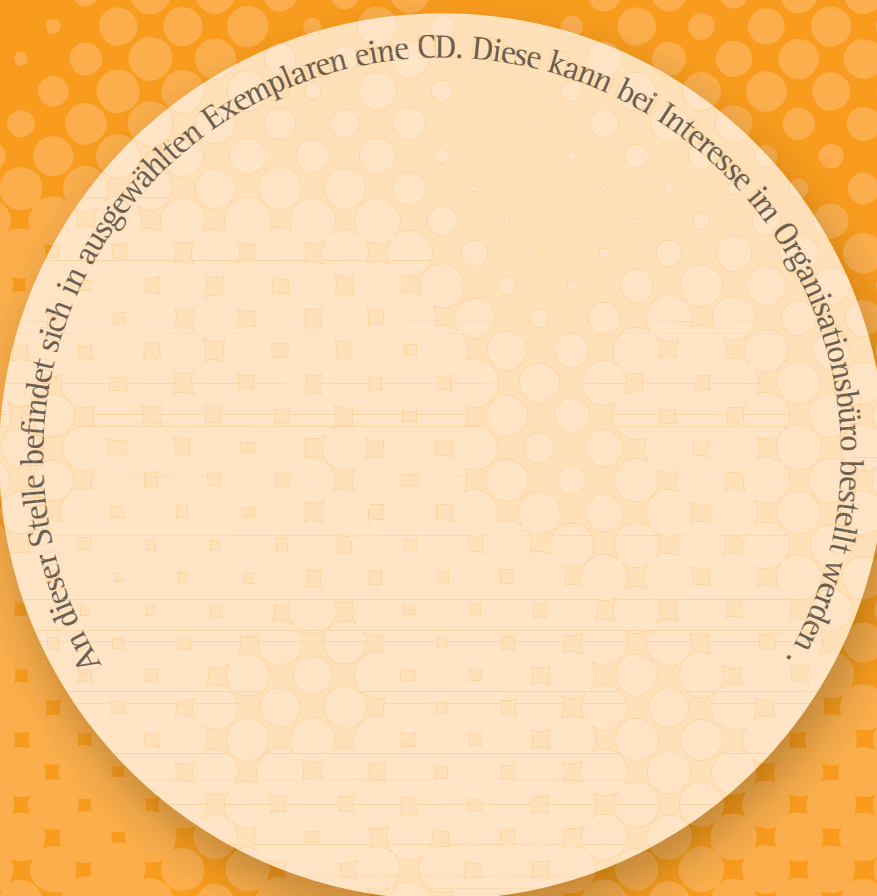
1.000 Stück

Copyright:

März 2006. Der Initiativkreis „Ab in die Mitte! Die City-
Offensive Sachsen“ und die Autoren.

**Ab in die
Mitte!**

Die City-Offensive
Sachsen



CD mit den Filmen der Wettbewerbsjahre 2004 und 2005 sowie die Projekttafeln des Wettbewerbes 2005 als Bildergalerie

Filme im DVD-Format können bei MOB-Multimedia | Eichenweg 19, 04425 Taucha, E-Mail: info@mob-taucha.de bestellt werden.



Urkunde für die Teilnehmer 2005

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

www.abindiemitte-sachsen.de