



DOKUMENTATION 2019  
„Kreatives Handeln in Erlebnis wandeln“



Freistaat  
**SACHSEN**

Mit freundlicher Unterstützung von:  
Sächsisches Staatsministerium für Regionalentwicklung  
Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



Die Sächsischen  
Industrie- und Handelskammern



**STRÖER**  
deutsche städte medien

**w3work**  
Agentur für Online Marketing



Handelsverband  
Sachsen  
HVS

DRESDNER  
**LÜNING LADENBAU**  
[www.dresdner-ladenbau.de](http://www.dresdner-ladenbau.de)

**Haus & Grund®**  
Eigentum. Schutz. Gemeinschaft.  
Landesverband Sachsen



UNIVERSITÄT  
LEIPZIG



TECHNISCHE UNIVERSITÄT  
BERGAKADEMIE FREIBERG  
Die Ressourcenuniversität. Seit 1765.

**HTWK**  
Leipzig

**LEIPZIGER  
MESSE**

**Leipziger  
Volksbank**

**KREATIVES SACHSEN**

**FISCHER-ART**

**MOB**  
MOB Multimedia  
Film- und TV-Produktion

**FISCHER** seit 1923  
druck&medien

**katz &  
tinte**

# INHALT

---

- 4 » Grußwort
  - 6 » „Aus der Taufe gehoben“: Wegbegleiter berichten
  - 9 » Die Initiatoren & Sponsoren
  - 13 » Neuer Sponsor: Flower and Shower GmbH
  - 14 » Prolog
  - 22 » Teilnehmerstädte
  - 23 » Übersichtskarte
- 

## PREISTRÄGER

- 24 » Riesa \_\_\_\_ Jugendladen Riesa / Von Jugendlichen - für Jugendliche
  - 28 » Kamenz \_\_\_\_ Schätze heben - Mitte neu erleben
  - 32 » Pirna \_\_\_\_ Das KiP-Lädchen - Gemeinsames Handeln in Zukunft wandeln
  - 36 » Görlitz \_\_\_\_ Stadt Oase Postplatz: Handeln & Verwandeln
  - 40 » Grimma \_\_\_\_ Hochzeitsstadt Grimma
  - 44 » Zittau \_\_\_\_ Vorhang auf für die Innere Weberstraße
  - 48 » Zwickau \_\_\_\_ Ateliercafé Moritz - Ein offener Kunst- und Kreativort mitten in der Stadt
  - 52 » Weißwasser / O. L. \_\_\_\_ Glas schafft das.
  - 56 » Burgstädt \_\_\_\_ Burgstädt zeigt Gesicht - Dein Comic deine Stadt
  - 60 » Delitzsch \_\_\_\_ Delitzsch floriert
  - 64 » Freital \_\_\_\_ PERGOLA - Wandelgang von Handel zu Kultur
  - 68 » Stollberg/Erzgeb. \_\_\_\_ Kreatives Wandeln- mit Augmented Reality durch Stollberg
  - 72 » Oederan \_\_\_\_ PERSPEKTIVA - Die Oederaner Fotowelt
- 

- 76 » Die Wettbewerbsbeiträge der Teilnehmer 2019
- 

- 102 » Nachhaltige Effekte von Förderprojekten zur Revitalisierung der Innenstädte in Sachsen:  
Evaluation ausgewählter Projekte 2004 bis 2010
  - 112 » Aus den anderen Bundesländern
- 

- 116 » Meilensteine 2020
- 118 » Impressum





## „Kreatives Handeln in Erlebnis wandeln“

Der Wettbewerb „Ab in die Mitte“ wurde im Jahr 2004 erstmals in Sachsen ausgelobt. Viele Städte und Gemeinden beteiligten sich bisher mit großem Engagement. Insbesondere waren es die sächsischen Mittelstädte, die mit Ihren Ideen diesen Wettbewerb prägten. So war es auch im Jahr 2019: 25 Projekte aus 24 Städten und Gemeinden sind eingereicht, zahlreiche Preise verliehen worden.

Die Idee des Wettbewerbs ist, die Vitalität und Lebensfähigkeit der Innenstädte zu stärken. Das ist auch der Beweggrund, warum das Sächsische Staatsministerium des Innern den Wettbewerb unterstützt: Die Mehrheit von uns lebt in Städten. Städte sind die Motoren der Entwicklung für ganz Sachsen. Nach Jahren der Konsolidierung wachsen die Großstädte wieder, die Mittelstädte sind auf gutem Wege. Stadtsanierung und Stadtentwicklung zeigen Erfolge und sind weiterhin Kernaufgaben der Arbeit der Staatsregierung. Wie wir in unseren Städten leben, bestimmt unseren Alltag. Wohnen ist für uns Menschen elementar – in attraktiven Städten zu leben, ist ein Faktor persönlicher Lebensqualität.

Wenn sich die Grundbedürfnisse des Menschen hinsichtlich des Wohnens im Laufe der Zeit wenig verändert haben, so hat sich demgegenüber die Funktionsverteilung innerhalb Stadt weitreichend geändert – oft zu Ungunsten der Innenstädte. Wir alle empfinden den Wert funktionierender Städte. Es ist nicht nur der Wert der eigenen Wohnung, sondern auch andere Wertigkeiten sind es, die Städte lebenswert machen: eine funktionierende Infrastruktur, die emotionale Geborgenheit im Wohnviertel und nicht zuletzt Sicherheits- sowie Umweltstandards sind Wertkriterien. Die Attraktivität eines Stadtzentrums fällt nicht vom Himmel. Sie ist das Ergebnis vielfältiger Anstrengung; sie ist an Voraussetzungen gebunden: Zum einen müssen Innenstädte aus sich heraus leben können. Sie müssen wirtschaftlich auf eigenen Beinen stehen. Eine tragfähige Einzelhandelsstruktur sowie Wohnungen im Innenstadtbereich sind die Grundlage von vielem. Zum anderen müssen Innenstädte architektonisch etwas bieten. Eine vielgestaltige Architektur und ganz gewiss ein differenzierter Städtebau sind die beste Voraussetzung für attraktive Innenstädte.

Ich habe die Hoffnung, dass auch für den Wettbewerb 2020 „spritziqe“ Ideen zur Belebung der Innenstädte eingereicht werden.

**Prof. Dr. Roland Wöller**

*Sächsischer Staatsminister des Innern*



## „AUS DER TAUFE GEHOBEN“: WEGBEGLEITER BERICHTEN



Misha Woitscheck,  
Geschäftsführer  
Sächsischer Städte- und Gemeindetag e.V.

WAR IHNEN ZU BEGINN DER INITIATIVE IM JAHR 2004 BEWUSST, DASS „AB IN DIE MITTE!“ EIN ERFOLGSMODELL WERDEN WIRD?

Natürlich haben wir an einen Erfolg von „Ab in die Mitte!“ geglaubt. Dass die Initiative aber so erfolgreich wird und inzwischen 15 Jahre durchgeführt wird, war 2004 noch nicht absehbar. Der erfolversprechende Gedanke für uns war, dass öffentliche Hand und Privatwirtschaft gemeinsam diesen Wettbewerb tragen. Zudem steht er allen Kommunen offen.

WAS SIND AUS IHRER SICHT HÖHEPUNKTE DER INITIATIVE, AN DIE SIE SICH GERN ERINNERN?

Höhepunkte der Initiative sind aus meiner Sicht vor allem die Abschlussveranstaltungen, wenn die Wettbewerbssieger benannt werden, aber natürlich auch die Auftaktveranstaltungen, wenn das jeweilige Wettbewerbsmotto bekannt gegeben wird. Ein weiterer Höhepunkt sind auch die seit 2017 stattfindenden Sommerabende der Initiative.

WORIN LIEGT DAS ERFOLGSREZEPT DER INITIATIVE?

Das Erfolgsrezept der Initiative liegt zum einen in der regen Beteiligung der Kommunen zum anderen in der Vernetzung von öffentlicher Hand und privater Wirtschaft. Zudem greift die Grundidee des Wettbewerbes ein stets aktuelles Thema auf, nämlich die Forcierung der Innenstadtentwicklung. Durch das jährlich wechselnde Wettbewerbsmotto ist der Wettbewerb auch immer aktuell und lässt zudem auch genügend Freiraum für eine Wettbewerbsbeteiligung. Dies zeigt auch der hohe Umsetzungsgrad der Projekte, unabhängig von einer Prämierung.

### WAR IHNEN ZU BEGINN DER INITIATIVE IM JAHR 2004 BEWUSST, DASS „AB IN DIE MITTE!“ EIN ERFOLGSMODELL WERDEN WIRD?

Den Blick in die Glaskugel wollten wir nicht wagen. Wichtig war uns, war mir das Beginnen. Unser „Ja“ als Handelsverband an der Wiege der Initiative war getragen von der Überzeugung, dass Stadt und Handel seit Jahrhunderten in spannender und auch spannungsreicher Partnerschaft leben. Und dass es sich lohnt, um diese „Ehe“ zu kämpfen!

### WAS SIND AUS IHRER SICHT HÖHEPUNKTE DER INITIATIVE, AN DIE SIE SICH GERN ERINNERN?

Der Städtewettbewerb war und ist quicklebendig. Anregende Jahres-Mottos, interessante Wettbewerbsideen, vorzeigbar realisierte Projekte, wunderschöne Veranstaltungsorte landauf landab, inhaltsreiche Workshops, tiefgründige Auseinandersetzungen zu den eingereichten Beiträgen in unseren Jursitzungen und bewegende Momente bei der Verkündung der Sieger: All das ist mir noch sehr präsent und doch möchte ich kein einzelnes Ereignis aus diesem Gesamtbild herausreißen.

### WORIN LIEGT DAS ERFOLGSREZEPT DER INITIATIVE?

Das Erfolgsrezept hat viele Zutaten: Engagierte Akteure und Sponsoren aus den innenstadtrelevanten Handlungsfeldern, eine stets sehr transparente, kompakte und gut lesbare Ausschreibung, bewährte und neue Veranstaltungsformate, respektable Preisgelder und jede Menge Motivation, sich gemeinsam als Initiative mit den Kommunen und den Unternehmen den Herausforderungen der Zeit zu stellen. Diese und manch andere Zutat mehr lassen erwarten, dass eine Wettbewerbsteilnahme auch in Zukunft „schmackhaft“ und begehrenswert bleibt und sächsische Innenstädte sich tagtäglich bestmöglich präsentieren.



Gunter Engelmann-Merkel,  
Geschäftsführer  
Handelsverband Sachsen e. V.



Thomas Ott,  
Stellv. Hauptgeschäftsführer  
Industrie- und Handelskammer Dresden

WAR IHNEN ZU BEGINN DER INITIATIVE IM JAHR 2004 BEWUSST, DASS „AB IN DIE MITTE!“ EIN ERFOLGSMODELL WERDEN WIRD? WAS SIND AUS IHRER SICHT HÖHEPUNKTE DER INITIATIVE, AN DIE SIE SICH GERN ERINNERN? UND WORIN LIEGT DAS ERFOLGSREZEPT DER INITIATIVE?

Anfangs sollte die Initiative nur kommunale Projekte unterstützen, die innerstädtischen Einzelhändlern und Dienstleistern zugutekamen. Mittlerweile finden sich in den Kommunen neben den Gewerbetreibenden viele gesellschaftliche Gruppen in der Projektvorbereitung wieder. „Ab in die Mitte“ hat dadurch in zahlreichen sächsischen Gemeinden ein gesamtbürgerschaftliches Engagement für die Innenstadt initiiert: Angefangen von der Wiederbelebung der „Pferdebahn“ in Döbeln 2008 über den „Spezialitätenladen mit Würstchenmarkt“ 2017 in Kamenz bis zum von Jugendlichen selbst geplanten „Jugendladen“ in Riesa 2019.

## UNSERE HAUPTSPONSOREN MIT BLICK AUF DAS JAHRESMOTTO: „KREATIVES HANDELN IN ERLEBNIS WANDELN“



### WAS IST FÜR SIE KREATIVE STADTENTWICKLUNG?

Wenn es um kreative Stadtentwicklung geht, freuen wir uns besonders darüber, wenn die kreativen Potentiale der einheimischen Unternehmen in diesem Prozess genutzt werden. Kreative Stadtentwicklung kann auch beinhalten, Experimentierräume zu schaffen oder vorhandene Potentiale, wie Brachflächen oder Leerstände für kreative Entfaltungsmöglichkeiten umzunutzen und anzubieten. Ziel der (kreativen) Stadtentwicklung muss es sein, „pfiffige“ Lösungen zu finden, welche die Stadt für Einheimische und Gäste anziehend macht. Es gilt, Alleinstellungsmerkmale zu schaffen oder auszubauen, um sich von anderen Kommunen zu unterscheiden.

### WO SEHEN SIE DIE KÜNFTIGEN HERAUSFORDERUNGEN DER STADTENTWICKLUNG IN DEN SÄCHSISCHEN STÄDTEN UND GEMEINDEN?

Ein wichtiger Aspekt ist die Vermeidung oder Beseitigung von Leerstand. Einen weiteren Schwerpunkt sehen wir in der Nutzung der vielfältigen Möglichkeiten durch die Digitalisierung, welche gleichzeitig Chance und Herausforderung für die Stadtentwicklung ist. Trotz des rasanten Wandels im Einzelhandel muss es gelingen, die Innenstädte als attraktive Orte zum Handeln, Verweilen, Leben und Arbeiten zu erhalten und weiter zu entwickeln. Mit integrierten Stadtentwicklungs- und Handlungskonzepten, die alle Fach- und Lebensbereiche einbeziehen und die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen im Ort im Fokus haben, gilt es die Basis für die zukünftigen Herausforderungen zu legen.



Bert Rothe,  
Stellvertretender Geschäftsführer Standort-  
politik, Industrie- und Handelskammer  
Chemnitz



Toni Kunze,  
Gesamtleiter  
Expansion Sachsen/Thüringen der  
EDEKA Grundstücksgesellschaft  
Nordbayern-Sachsen-Thüringen mbH

### WAS IST FÜR SIE KREATIVE STADTENTWICKLUNG?

Die EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen unterstützt die City-Initiative „Ab in die Mitte“ seit vielen Jahren aktiv. Unser Anliegen ist es, die Städte und Gemeinden für neue Ideen und Anregungen der Stadt- bzw. Gemeindeentwicklung zu begeistern. Kreative Stadtentwicklung ist für uns eine Mischung aus Kunst und Kreativität, Freude für Jung und Alt, basierend auf individuellen und funktionalen Wohn-, Arbeits- und Lebensräumen.

### WO SEHEN SIE DIE KÜNFTIGEN HERAUSFORDERUNGEN DER STADTENTWICKLUNG IN DEN SÄCHSISCHEN STÄDTEN UND GEMEINDEN?

Die künftigen Herausforderungen der Stadtentwicklung in den sächsischen Städten und Gemeinden sehen wir darin, die Belebung der Innenstädte und Ortszentren u.a. durch neue Projekte von „Ab in die Mitte – Die City-Offensive Sachsen“ weiter voranzubringen. Projekte, die zur Schaffung von Oasen zum Flanieren und Verweilen beitragen, die Aufwertung von Ortszentren beispielsweise durch individuelle und außergewöhnliche Fassadengestaltungen und die Erhöhung der Attraktivität des innerstädtischen Handels fördern, sollten dabei im Mittelpunkt stehen. Dies dient auch der engen Bindung der Bewohner an ihre Stadt und Gemeinde und wirkt so dem demographischen Wandel entgegen.



### WAS IST FÜR SIE KREATIVE STADTENTWICKLUNG?

Seit 2015 sind wir Sponsor des Sonderpreises Licht. „Licht lockt Leute. Licht verkauft!“ ist nicht nur ein Werbeslogan. Mit einer kreativen Lichtinszenierung werden die Menschen emotional angesprochen. Architekturbeleuchtung oder festliche Beleuchtung beispielsweise setzt städtische Bauten auf neue Art in Szene, lässt uns die Stadt anders sehen und zieht so Menschen wieder in die Städte, wovon Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus profitieren.

### WO SEHEN SIE DIE KÜNFTIGEN HERAUSFORDERUNGEN DER STADTENTWICKLUNG IN DEN SÄCHSISCHEN STÄDTEN UND GEMEINDEN?

Die Herausforderung besteht meiner Meinung nach darin, das Alleinstellungsmerkmal der jeweiligen sächsischen Stadt oder Gemeinde zu finden und den Bürgern sowie Touristen zeitgemäß zu kommunizieren. Dabei sind der effektive Einsatz digitaler Medien und die Digitalisierung vor Ort von großer Bedeutung. Z.B. Gebäudebeleuchtungen können heute anlassbezogen per App gesteuert werden. Interaktionen per Smartphone, wie das Ein- und Ausschalten oder die Steuerung der Farben einer Gebäudebeleuchtung über Töne und Musik, sind im Trend. Gerne stehen wir den Stadtentwicklern mit unseren Lichtplänen und Know-how in der Umsetzung zur Verfügung.



Dr. Uwe Teichert,  
Geschäftsführer der NEL Neotechnik  
Elektroanlagen Leipzig GmbH



Karl-Heinz König,  
Leiter  
Business Development Deutschland  
der MK Illumination Handels GmbH

### WAS IST FÜR SIE KREATIVE STADTENTWICKLUNG?

Der Erhalt und die Fortentwicklung urbaner Räume ist nicht mehr ausschließlich mit den tradierten Mechanismen und Methoden der Stadtentwicklung und -planung erreichbar. Andersartige Ideen zur Nutzung städtischen (Frei-)Raums, unorthodoxe Ansätze oder unkonventionelle Projekte in leer stehenden Immobilien, auch solche, die zunächst wenig „ökonomisch sinnvoll“ erscheinen, können einen Nucleus beinhalten, der zukünftig Früchte tragen kann und zugleich Impulsgeber für eine positive Entwicklung in einer Straße, einem Platz oder gar für ein ganzes Ortszentrum sein kann. Hierzu bietet gerade der „Ab in die Mitte!“-Wettbewerb den nötigen Freiraum.

### WO SEHEN SIE DIE KÜNFTIGEN HERAUSFORDERUNGEN DER STADTENTWICKLUNG IN DEN SÄCHSISCHEN STÄDTEN UND GEMEINDEN?

Der Einzelhandel ist nicht mehr der alleinige Treiber für funktionierende Ortskerne oder Innenstädte. Die Klein- und Mittelstädte, werden in besonderer Weise mit den daraus resultierenden Auswirkungen konfrontiert sein. Der lokale stationäre (Fach)Einzelhandel wird nicht gänzlich aus den Ortskernen verschwinden, aber er schrumpft weiter. (Laden-)Leerstände werden somit zunehmen. Hier wird die Herausforderung der handelnden Akteure sein, alternative Nutzungskonzepte aus anderen Lebensbereichen zu (er-)finden. Ziel wird es sein müssen, Ortskerne zu anderen, neuartigen Lebens-, Freizeit- und Arbeitsorten für alle Bevölkerungsgruppen zu entwickeln. Die Reduzierung der Ortskerne auf die reine Versorgungsfunktion ist ein Konzept des letzten Jahrhunderts. Der Zeitgeist der Menschen verlangt vielmehr ein Stadt-Raum-Erlebnis. Es darum eine neue Sehnsucht nach Stadterlebnis zu schaffen...

## FLOWER AND SHOWER



### KENNZAHLEN:

- » Gründungsjahr: Flower and Shower NL 2001/ Flower and Shower GmbH: 2017
- » Mitarbeiterzahl: 10
- » Standorte: Beekbergen und Kleve
- » Jahresumsatz: Im Geschäftsjahr 2019 hat Flower and Shower einen Umsatz in Höhe von 1,8 Millionen Euro erwirtschaftet (NL + DE).

### WESHALB UNTERSTÜTZT IHR UNTERNEHMEN DEN „AB IN DIE MITTE!“-WETTBEWERB?

Ob Klimawandel oder Online-Handel – der öffentliche Raum der Innenstadt braucht gute Ideen und attraktive Konzepte mehr denn je.

Mit unserem besonderen Mietkonzept mit dem einzigartigen Flower Basket Pflanzbehälter und dem Rundum-Sorglos-Paket (Hängung, Bewässerung, Pflege) ist Flower and Shower der Spezialist für bienenfreundliche, attraktive Straßen und Plätze voller Blumenpracht. Das Mietsystem erlaubt es, ohne eigenen Personalaufwand, sowohl im Sommer, als auch im Winter für ein Wohlgefühl bei den Besuchern Ihrer Stadt zu sorgen, damit sie länger verweilen und auch gerne wiederkommen. Damit unterstützen wir die biologische Artenvielfalt und die Aufenthaltsqualität in den Städten.

### WELCHE ERWARTUNGEN VERBINDET IHR UNTERNEHMEN MIT DEM „AB IN DIE MITTE!“-WETTBEWERB?

Wir wollen ein zuverlässiger und langfristiger Kooperationspartner der Städte werden, um gemeinsam ein gutes, attraktives und klimafreundliches Umfeld für die Menschen und die Natur zu schaffen.



Bert de Kruijk,  
Geschäftsführer

## KREATIV HANDELN UND IN ERLEBNIS WANDELN



Symbolische Scheckübergabe  
an die Gewinner aus Riesa



Preisverleihung  
an die Stadt Weißwasser/O.L.

Das neue Jahresmotto war – durch die Initiatoren und Sponsoren – relativ schnell gefunden. Es sollte wiederum viele Möglichkeiten und Freiräume zur Stadtgestaltung geben. Die sächsischen Städte und Gemeinden sollten zum Mitmachen eingeladen werden. Aber die Projekte sollten auch zielorientiert entwickelt und umgesetzt werden. Was brauchen unsere Innenstädte aktuell? Mehr Leben, mehr Erlebnis – so wurde das Wortspiel „Kreatives Handeln in Erlebnis wandeln“ kurzerhand zum Jahresmotto. Dass viele der Wettbewerbsteilnehmer mit diesen Begriffen etwas anfangen konnten, hat die wieder höhere Teilnehmerzahl von 25 Projekten aus 24 Städten und Gemeinden gezeigt. Die „Erfolgsquote“ war aber nicht nur bei der Teilnehmerzahl ganz ordentlich.

### 13 Preisträger gekürt – für viel Kreativität

Es konnten sich 13 Kommunen über Preisgelder oder Sonderpreise freuen. Den **1. Preis** mit einem Preisgeld von 30.000 Euro erhielt **Riesa** mit dem Projekt „Jugendladen Riesa / Von Jugendlichen - für Jugendliche“. Jeweils ein **2. Preis**, dotiert mit je 20.000 Euro, ging an die Stadt **Kamenz** mit dem Beitrag „Schätze heben - Mitte neu erleben“ und an die Stadt **Pirna** mit „Das KIP-Lädchen - Gemeinsames Handeln in Zukunft wandeln“. So wurde in diesem Jahr der Umgang mit problembehafteten Immobilien bzw. Grundstücken in den Stadtkernen besonders gewürdigt.

Zwei **3. Preise** und ein Anerkennungspreis wurden für die kreative Neugestaltung und Vermarktung innerstädtischer Plätze, Straßen oder ganzer Bereiche ausgesprochen. Die Stadt **Görlitz** erhielt für „Stadt Oase Postplatz: Handeln & Verwandeln“ und die Stadt **Grimma** für „Hochzeitsstadt Grimma“ jeweils 10.000 Euro. Schließlich konnte sich die Stadt **Zittau** mit Ihrem Beitrag „Vorhang auf für die innere Weberstraße“ über 5.000 Euro Anerkennungsprämie freuen. Alle drei Städte gehen in ihren Überlegungen von dem Grundsatz aus, neue Effekte in der Belebung zu suchen, sei es durch ein konsequentes, durchkonzipiertes Veranstaltungsmanagement für einen schönen, neu sanierten innerstädtischen, historisch wertvollen Platz (Görlitz, Postplatz), sei es durch die Zusammenführung der steigenden Nachfrage mit den vorhandenen, differenzierten Angeboten (und noch neu zu findenden) Angeboten für eine Hochzeitsstadt (Grimma) oder die Wandlung von einer niedergegangenen, aber historisch wertvollen, früher belebten Einkaufsstraße zu einem neuen Treffpunkt mit kreativen Highlights bereits mit Beginn der Durchführung der Sanierungsmaßnahme (Zittau). Die Stadt Zwickau entwickelt für ein leer stehendes Geschäft in der Fußgängerzone ein Drei-Säulen-Konzept. Gemeinsam getragen vom Eigentümer, Stadt und Gastronomen soll ein Kunst- und Kreativort entstehen, der historische Besonderheiten der Stadt mit künstlerischen Potenzialen verknüpft. Für den Beitrag „Ateliercafé Moritz - Ein offener Kunst- und Kreativort“ erhielt **Zwickau** einen Anerkennungspreis in Höhe von **5.000 Euro**.

#### *Sonderpreise – gestiftet von den Initiatoren und Sponsoren*

Für interessante Projekte, die sich mit kreativen Gestaltung durch Licht, Blumen, Digitalisierung, Vermarktung oder konkreter Stadtentwicklung beschäftigen, gewähren Sponsoren und Initiatoren Leistungen aus ihrem jeweiligen Geschäftsbetrieb als so genannte Sonderpreise im Wert von bis zu 5.000 Euro. **Burgstädt** wird so für „Burgstädt zeigt Gesicht - Dein Comic deine Stadt“ eine professionelle Unterstützung mit **Licht-Gestaltung** durch die NEL Neontechnik Elektroanlagen Leipzig GmbH erhalten. **Delitzsch** soll im Jahr 2020 durch attraktive Arrangements von Blumen im Fußgängerbereich florieren. Hier wie auch in einem zweiten „Blumen-Preis“ für die Stadt **Freital** für die Gestaltung rund um den „Pergola - Wandelgang vom Handel zur Kultur“ wird das holländische Unternehmen Flower and Shower GmbH für Natur, Farbe und sicher auch mehr Leben in den zentralen Bereichen sorgen. **Oederan** wartet als „alter Hase“ beim „Ab in die Mitte!“-Wettbewerb mit einem wiederum außergewöhnlichen Projekt auf. „Perspektiva - Die Oederaner Fotowelt“ bringt ganz neue Gestaltungselemente in die aktive Kleinstadt im Erzgebirge. Auf Grund der Vielseitigkeit der Akteure, der Komplexität der vielen Ideen aus den letzten Jahren in der Stadtgestaltung und -entwicklung bietet die HTWK Leipzig eine einjährig begleitende **Beratung zur Stadtentwicklung** und -gestaltung an. **Stollberg** setzt mit „Kreatives Wandeln- mit Augmented Reality durch Stollberg“ ganz darauf, durch zukunfts-



Begrüßung durch  
Thomas Rechentin

weisende technische Möglichkeiten Technikbegeisterte (jüngere und sicher auch Ältere) an Stationen, Plätze und Gebäude in der Stadt zu führen, die eine historische, interessante Bedeutung für Stollberg haben. Damit diese Technik (Internet, Augement Reality) im öffentlichen Raum funktioniert, bedarf es eines schnellen WLANs, wozu die IT-Innerebner GmbH die technischen Voraussetzungen im Wert von 5.000 Euro liefern wird.

### Neuer Sonderpreis Einzelhandel

Erstmals hat das Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr einen **Sonderpreis „Einzelhandel“** im Wert von **10.000 Euro** ausgelobt, „für ein Projekt, dass die ansässigen Einzelhändler in kreativer Weise unterstützt, ihre Geschäfts-konzepte zukunfts-fähig auszurichten und auf die besonderen Gegebenheiten vor Ort abzustimmen, um damit einen Beitrag zur Belebung und für die Attraktivität des Ortszentrums zu leisten,...“. Diesen erhielt die Stadt **Weißwasser / O.L.** für ihr Projekt „Glas schafft das“. Die kreative Wiederbelebung der „Glaskarte“, einer ehemals als „Kontingent-Bezugskarte“ für Angestellte, wird zum attraktiven Einkaufsgutschein und Wegweiser für interessante digitale Informationen als Acrylglas-Karte neu herausgebracht. Dies funktioniert nur im sehr engen, abgestimmten Zusammenwirken und gegenseitigem Unterstützen der Einzelhändler, Dienstleister, Stadt, Tourismus- und Kultur-Einrichtungen. Nicht zuletzt wird der Preis Motivation sein, um dieses notwendige Public Private Partnership auch zu (er-)leben. Alle Preisträger sowie auch die Beiträge werden traditionell in dieser Dokumentation ausführlich vorgestellt. Nachahmen ist nicht nur erlaubt, sondern Ideenanregungen sind geradezu erwünscht.



Auftakt im  
Biertheater Radeberg

Der Preisverleihung gingen wiederum Meilensteine im Wettbewerb voraus, welche trotz der wiederkehrenden Routine auch stets neue Aspekte und Ansätze mit sich bringen.



## Start in Radeberg

Traditionell luden die Initiatoren zum Auftakt ein, um den Startschuss, erste Anregungen und auch viele Informationen rund um den neuen Wettbewerb zu bringen. Dieses Mal folgten über 100 Teilnehmer der Einladung nach Radeberg ins Biertheater. Nicht nur die Bekanntgabe des Jahresmottos, sondern auch informative Gesprächsrunden mit erfahrenen Akteuren (die Bürgermeister der Städte Radeberg, Reichenbach im Vogtland und Strehla) haben interessante Sichtweisen und Einstellungen vermittelt. Mit dem neuen Partner Kreatives Sachsen e. V. fanden kreative Diskussionsforen statt.

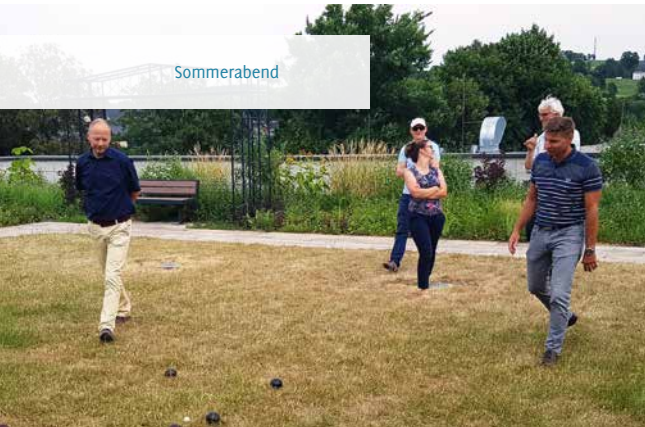
## Kreativ-Treff und Sommerabend

Erstmals ist allen sächsischen Städten und Gemeinden ein neues Format der Netzwerkarbeit, ein „Kreativ-Treff“ von „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“, angeboten worden. In Stollberg trafen sich so zum Sommerbeginn noch einmal viele Interessenten an kreativer Stadtentwicklung. In einem sehr interaktiv gestalteten Erfahrungsaustausch, mit eindrucksvoller Einführung durch einen „Kreativ-Profi“ (Olaf Franke) sowie an vier Thementischen haben sich alle Teilnehmer zu verschiedenen Herangehensweisen austauschen können.

Selbst Vertreter der Initiatoren waren an diesem Abend noch kreativ, und haben auf dem begrünten Dach eines Einkaufsmarktes in Stollberg – übrigens einst auch Preisträger mit dieser Idee – noch um Kugeln und Punkte in lockerer Atmosphäre gerungen. Auf Grund des hohen Zuspruches und der sicher auch daraus resultierenden größeren Beteiligung am Wettbewerb soll es eine Wiederholung dieses Formates geben.

Die Botschafter bzw. Botschaften von „Ab in die Mitte!“ Schon lang wird die Initiative weit über ihren eigenen





Wirkungskreis hinaus bekannt gemacht. So diskutiert man nicht nur über die eigenen Probleme und Ziele, sondern in der gesamten Komplexität der Stadtentwicklung. Auch 2019 gab es verschiedene Anlässe und Möglichkeiten, über „Ab in die Mitte!“ zu sprechen oder diesen Wettbewerb vorzustellen. Bereits seit Ende 2018 untersucht das Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft (ISB) an der Universität Leipzig die Wirksamkeit des Wettbewerbs. Eine erste Veröffentlichung dazu gab es schon im Sachsenlandkurier Nr. 05/2015. Ausführlich finden sich in dieser Dokumentation die gewonnenen Erkenntnisse.

Über die Europäische Union ist in Sachsen angefragt worden, zum 7. Stadtregionstag in Österreich in der Wiener Neustadt neue Ansätze in der Stadtentwicklung mit einzubringen. Was lag da näher, als den Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ hier mit vorzustellen?

Schließlich sind zahlreiche Projektumsetzungen in den Städten aus Beteiligungen auch vergangener Jahre Anlass, noch einmal auf die „Geburtsstunden“ mancher Projektidee hinzuweisen. So wurde u. a. mit dem erstmals stattfindenden „Kunstwinkelfest“ in Markkleeberg eine innerstädtische Brachfläche mit künstlerisch verarbeiteten Ideen beseitigt.

In Annaberg-Buchholz fand nun schon zum zweiten Mal im 2-Jahresrhythmus das Internationale Märchelfestival „fabulix“ mit durchschlagendem Erfolg statt.

In Radeberg ist das grüne Band um die Innenstadt – ein Preisträgerprojekt aus dem Jahre 2017 – durch die Eröffnung eines zweiten Teilabschnittes weitervervollkommen worden.

*Würdigung der Preisträger, Teilnehmer und aller Akteure am Wettbewerb*

Die Abschlussveranstaltung fand im Jahr 2019 in Zittau statt. Mit zahlreichen Projekten aus den Vorjahren und auch preis-



gekürten Beiträgen war diese Stadt als Gastgeber geradezu prädestiniert. Die Stadtführung, der traditionelle Überblick als „Ab in die Mitte!“-Film von MOB, die souveräne Moderation von Beate Werner (MDR) sowie die festliche Atmosphäre im und rund um den historischen Bürgersaal im Rathaus haben alle Teilnehmer überzeugt, für die lange Reise ins Drei-Länder-Eck mit vielen Eindrücken belohnt worden zu sein.

Die individuell erarbeitete und von ihm persönlich auch an alle Teilnehmer überreichte Urkunde von Michael Fischer-Art ist schließlich das traditionelle Dankeschön, was er mit seiner gewohnt kritischen Meinung zu vielen Fragen der Politik und des Lebens verband. Sein Statement kann man in einem Kurzvideo noch einmal nachverfolgen.



Zum Youtube-Video  
(abrufbar auch auf  
unserer Webseite)

Der Dank für ein kreatives, ereignisreiches und erfolgreiches „Ab in die Mitte!“-Jahr 2019 gilt wiederum allen Teilnehmern, Akteuren, Sponsoren und Interessenten, die sich für eine Fortführung einsetzen. Diese folgt mit dem Wettbewerb in 2020.

Bleiben Sie dieser Initiative gewogen. Ein Stück kann und soll diese vorliegende Dokumentation dazu dienen. Zum Studium derselben können wir nur animieren. Finden Sie erneut viel Motivation zur Teilnahme am neuen Wettbewerb!

*Ihr Organisationsbüro*



Grünes Band Radeberg



Abschlussveranstaltung  
mit Preisverleihung



Abschlussveranstaltung  
mit Preisverleihung

## DIE INITIATOREN, SPONSOREN UND PREISTRÄGER 2019



Unsere Initiatoren und Sponsoren





Preisträger des Wettbewerbs 2019



1. Groß Kreisstadt Bischofswerda \_\_\_\_ Schiebock - spielerisch (er)leben
- 👑 2. Stadt Burgstädt \_\_\_\_ Burgstädt zeigt Gesicht - Dein Comic deine Stadt
- 👑 3. Große Kreisstadt Delitzsch \_\_\_\_ Delitzsch blüht
4. Große Kreisstadt Flöha \_\_\_\_ Der rote Faden
- 👑 5. Große Kreisstadt Freital \_\_\_\_ PERGOLA - Wandelgang von Handel zu Kultur
- 👑 6. Große Kreisstadt Görlitz \_\_\_\_ Stadt Oase Postplatz: Handeln & Verwandeln
- 👑 7. Große Kreisstadt Grimma \_\_\_\_ Hochzeitsstadt Grimma
8. Stadt Groitzsch \_\_\_\_ GROITZSCHICHTE(N)
9. Stadt Grünhain-Beierfeld \_\_\_\_ Vom Kloster zum Erlebnisort für Alle - Zukunft erinnern
- 👑 10. Große Kreisstadt Kamenz \_\_\_\_ Schätze heben - Mitte neu erleben
11. Große Kreisstadt Kamenz \_\_\_\_ Der wandelbare Kamenz-Buggy
12. Stadt Lengenfeld i. V. \_\_\_\_ Lengenfeld (er)lebenswert
13. Stadt Lugau/Erzgebirge \_\_\_\_ Spuren hinterlassen
14. Große Kreisstadt Meißen \_\_\_\_ „Open Stage Meißen“
15. Große Kreisstadt Mittweida \_\_\_\_ Ab in die MITTWEIDAER SCHWEIZ - Ritter, Rüstzeit, Ringethal
16. Gemeinde Mulda \_\_\_\_ Multifunktionaler Generationenplatz „Zethau (er)fahren“
- 👑 17. Stadt Oederan \_\_\_\_ PERSPEKTIVA - Die Oederaner Fotowelt
- 👑 18. Große Kreisstadt Pirna \_\_\_\_ Das KiP-Lädchen - Gemeinsames Handeln in Zukunft wandeln
19. Große Kreisstadt Reichenbach im Vogtl. \_\_\_\_ Stadtabenteuer Reichenbach
- 👑 20. Große Kreisstadt Riesa \_\_\_\_ Jugendladen Riesa / Von Jugendlichen - für Jugendliche
- 👑 21. Große Kreisstadt Stollberg/Erzgeb. \_\_\_\_ Kreatives Wandeln- mit Augmented Reality durch Stollberg
22. Große Kreisstadt Torgau \_\_\_\_ Torgau - Kreatives TANKEN in Erlebnis wandeln
- 👑 23. Große Kreisstadt Weißwasser / O. L. \_\_\_\_ Glas schafft das.
- 👑 24. Große Kreisstadt Zittau \_\_\_\_ Vorhang auf für die Innere Weberstraße
- 👑 25. Große Kreisstadt Zwickau \_\_\_\_ Ateliercafé Moritz - Ein offener Kunst- und Kreativort mitten in der Stadt







## GROSSE KREISSTADT RIESA JUGENDLADEN RIESA / VON JUGENDLICHEN – FÜR JUGENDLICHE



### TECHNIK ✓

- verschleißbare Aufbe-  
wahrung
- nicht alles muss vom  
Beginn an vorhanden sein

### X SPORT- und SPIELGERÄTE

- Tischtennisplatte ✓
- kein großes Jugendzentrum,  
sondern Anlaufstelle zum  
Treffen, Abhängen und für  
kleinere Aktionen  
vorhandene Sportanlagen

### LAGE ✓

! Innenstadt !

### ERREICHBARKEIT ✓

### RÄUME ✓

- manches abhängig  
vom konkreten Objekt

### GESTALTUNG ✓

- Belag „pflegeleicht“  
Küche Hygiene be-  
weissen / Gesundheitsamt  
anbeziehen

# 1. PREIS (30.000 EURO)

## *Jurybewertung*

Rückläufige Einwohnerzahlen, Abwanderung der Jugend, Probleme mit der Nachnutzung innerstädtischer Geschäftsräume – mit all diesen Problemen haben sich viele unserer Städte auseinanderzusetzen. Der Wettbewerbsbeitrag von Riesa hat diese Probleme in einer scheinbar einfachen, jedoch kreativen Weise komplex aufgegriffen und so ein neues Projekt für die Innenstadt entwickelt.

Junge Menschen sollen sich selbst verwirklichen können. Sie bekommen die Chance, eigenständig, eigenverantwortlich, mit Unterstützung der Stadt und der Bildungseinrichtungen, ihren „Jugendladen“ zu suchen, zu planen und zu realisieren. In bester Geschäftslage entsteht somit ein neuer Treffpunkt, der für Belebung und Erlebnis der jungen Generation sorgen wird. Von der Wahl eines geeigneten Objektes, der Suche nach den Nutzungsmöglichkeiten, der Einrichtungsplanung, Veranstaltungsplanung bis natürlich zur Einrichtung selbst haben Jugendliche aus verschiedenen Schulen alle Freiräume und die volle Verantwortung.

Dieses kreative Projekt einer Integration trägt in vielerlei Hinsicht zur außergewöhnlichen Wiederbelebung innerstädtischer Geschäftsbereiche bei und bringt damit neue Perspektiven, den Handel bzw. das „Handeln in Erlebnis zu wandeln“.



Riesa will für junge Menschen attraktiver werden. Sie sollen sich in der Stadt wohlfühlen und diese mit ihren Ideen und Projekten bereichern. Mit dem Jugendladen entsteht ein Ort zum Entfalten der Kreativität, zum Wohlfühlen und zum Chillen, aber auch und vor allem zum Kennenlernen anderer junger Menschen. Hier entstehen Ideen für die Stadt aus Sicht der jugendlichen Bevölkerung, können diese Ideen weiterentwickelt und ausprobiert werden. Der Jugendladen ist ein koproduktives Projekt von jungen Riesaern, Verwaltung, Firmen und Stadtrat. Viele Beteiligte wirken gemeinsam, damit dieser Treffpunkt, diese Ideenschmiede und Vernetzungsplattform entstehen kann. Es soll ein Ort werden, an dem die Meinung der Jugendlichen gehört wird. Der Jugendladen ist ein Baustein zur stärkeren Jugendbeteiligung in der Stadt Riesa. Die Idee dazu kommt von Riesaer Jugendlichen und wird weitestgehend von ihnen selbst entwickelt und umgesetzt.

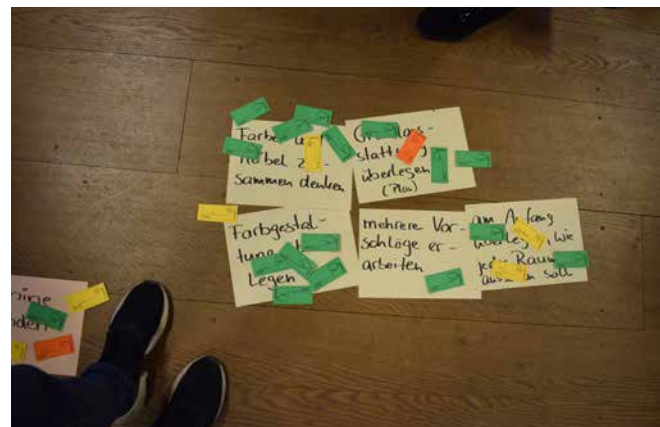
Die Jugendlichen sind also Ideengeber, Organisatoren und Macher. Sie stehen aber nicht allein, sondern erfahren Unterstützung durch den Oberbürgermeister und die Verwaltung, durch Stadträtinnen und Stadträte, durch die freien Träger der Jugendarbeit, durch Riesaer Firmen und durch die in der AG „Innenstadt – neu gedacht“ zusammengeschlossenen Akteure. Ein Ort für den Jugendladen ist bereits gefunden. Eine ehemalige gastronomische Einrichtung in der Innenstadt in zentraler Lage wird in den Jugendladen umgewandelt. Gemeinsam mit den Nutzern wird daraus ein Ort, an dem junge Menschen sich gern in ihrer Freizeit aufhalten, der sie zum Mitgestalten und Mitdenken anregt, der kommunikative Prozesse offline ermöglicht und dennoch mit W-LAN ausgerüstet ist. Hier finden sie Ansprechpartner, Unterstützer und Förderer. Der Jugendladen ist ein taschengeldfreundlicher Ort, der von Jugendlichen selbst organisiert und gestaltet wird. Gleich-



zeitig wird damit das Stadtzentrum belebt und junge Menschen in die Innenstadt eingeladen. Bislang finden diese in Innenstadtnähe keinen Ort, an dem sie sich ohne Konsumzwang aufhalten können. Eher werden sie als „Störenfriede“ empfunden. Mit dem Projekt zeigen sie, dass sie was auf die Beine stellen können, dafür auch bereit sind, einen großen Teil ihrer Freizeit aufzuwenden und etwas schaffen, was nicht nur die bislang aktiven Jugendlichen, sondern alle jungen Riesaer nutzen können. Riesa setzt sich seit mehreren Jahren mit seiner demografischen Entwicklung auseinander. Daher bewarb sich die Stadt beim Modellprojekt „Demografiewerkstatt Kommunen“ des BMFSFJ und wurde damals eine von acht Modellkommunen.

In dem Projekt werden Strategien, Methoden und Modelle entwickelt und erprobt, um Kommunen „demografiefest“ zu machen. In Riesa geschieht dies mit Mitteln der Bürgerbeteiligung. Im Rahmen dieses Prozesses entstand u.a. die Idee zum Projekt Jugendladen. Es ist ein zentraler Baustein zum Umgang mit den Folgen des demografischen Wandels in der Stadt Riesa. Neben der Bewältigung der Folgen dieses seit drei Jahrzehnten laufenden Prozesses bildet es ein präventives Projekt zur Verringerung der Abwanderung junger Bevölkerungsgruppen.

Im Stadtzentrum Riasas bildet der Jugendladen einen zentralen Baustein der Strategie einer generationsübergreifenden Aufwertung der zentralen Bereiche der Stadt Riesa. Dieser zentrale Anlaufpunkt für junge Menschen soll auch bei der Einbeziehung der jüngeren Bevölkerung im Prozess der Erstellung des neuen Stadtentwicklungskonzeptes „Riesa 2035“ genutzt werden.





GROSSE KREISSTADT KAMENZ  
SCHÄTZE HEBEN – WANDEL (ER)LEBEN –  
IMPULSE GEBEN





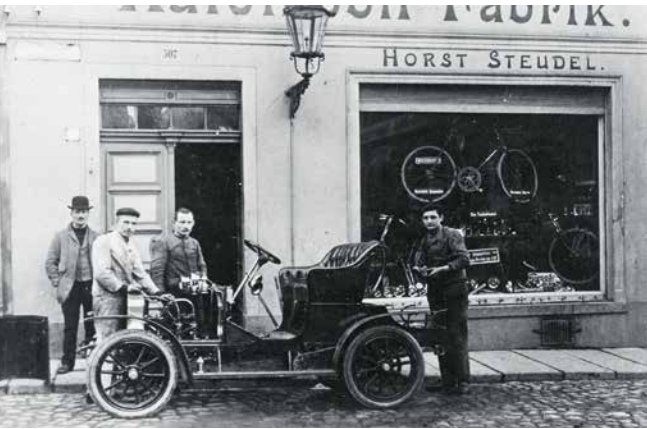
## 2. PREIS (20.000 EURO)

### *Jurybewertung*

Alles Große beginnt mit kleinen Schritten. Die alte Baderei in Kamenz ist ein vielversprechendes und vor allem ein vielseitig angelegtes Projekt. Ein stadtgeschichtlich wertvolles Gebäude in einem historischen Straßenzug soll revitalisiert, eine Straßenecke kann zum „Aushängeschild“ werden.

Der Ansatz zur Revitalisierung der alten Baderei ist deshalb so kreativ, weil nicht der übliche Weg Sanierung – Verkauf – Neue Nutzung gegangen wird, sondern, mit starkem persönlichen Engagement und anfangs „schmalem“ Budget gute Ideen gefunden werden sollen. Das historische Gebäude kann und soll nicht in einem Ruck saniert werden. Über das Kreieren und Ausprobieren wird ein niederschwelliger Einstieg in das Projekt sinnvoll und zugleich klug gewählt.

Die Aktivität mittels kleiner Schritte soll den Kamenzern vor Augen führen, wie ein positives Zeichen der Altstadtbelebung sichtbar werden kann. Aber nicht nur die materielle Seite ist zu sehen: Mit dem Projekt wird gezeigt, dass das Handeln Engagierter zum „Werden“ dieses Objektes auch zum Wohl der Allgemeinheit werden kann.



### *Dem Strukturwandel mit Kreativwirtschaft begegnen*

An der Pulsnitzer Straße 32/34 findet man eine Fundgrube voller Schätze, Vermächtnisse, Traditionen und Natureigenheiten vor. Ziel ist, die ehemalige Baderei mit ihren Kreuzgewölben, den Garten mit Pavillon und einer ca. 500 Jahre alten Eibe sowie die ehemalige Motorenfabrik Steudel durch geeignete nichtinvestive und investive Maßnahmen schrittweise durch vielfältiges kreatives Handeln vor Ort mit den Projektinitiatoren und Bürger/innen der Stadt in Nutzung zu bringen.



### *Baderei als Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens wiederbeleben*

Die Baderei geht in seiner Historie zurück ins Mittelalter. Seit mindestens 620 Jahren ist das öffentliche Baden in der Stadt Kamenz verbrieft. Das Baden wurde von allen Bevölkerungsschichten regelmäßig zur Reinigung, Gesundung und Unterhaltung durchgeführt. Später entwickelte sich aus dem Badehaus eine Gastwirtschaft mit Schnapsbrennerei. Es war immer ein Ort der Begegnung, der Geselligkeit, des Genusses und des Seelenheiles.



### *Wertschätzung für ehemalige Motorenfabrik Steudel*

Horst Steudel war ein Pionier der industriellen Revolution. 1895 wurden in der Pulsnitzer Straße 34 Dieselmotoren gefertigt, die zunächst als Hilfsmotoren in Fahrrädern und später in der Autoindustrie Anwendung fanden. Sein Ideenreichtum, seine Geschäftstüchtigkeit und seine ausgeprägte Tatkraft haben Vorbildwirkung. Das Leben und Schaffen von Horst Steudel verdient Wertschätzung und bietet Anlass Geschichte und Gebäude sprechen zu lassen und sie der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

### *Beteiligung und schrittweises Vorgehen*

Lebendige Orte entstehen meistens durch eine schrittweise, experimentelle Wiederbelebung. Die temporären Bespielung des Natur- und Baudenkmals soll zunächst öffentliches Interesse wecken, die Kommunikation der Bürger miteinander anregen und Schnittmengen von Tradition und Moderne und von Jung und Alt erzeugen. Nach Abriss maroder Gebäudeteile sollen Zwischennutzungen initiiert und die Bedeutung des Objektes für die Entwicklung in Kamenz durch niederschwellige Angebote für die Bürger/innen sichtbar gemacht werden. Damit wird Publikumswirksamkeit erzeugt, Neugierde geweckt und der Gestaltungswille entfaltet. Dabei soll ein kleiner Altstadtkiez entstehen mit einer Galerie Kamenzer Geschichten z.B. zum Leben und Wirken des Fahrzeugpioniers Horst Steudel, zur Geselligkeit im Mittelalter, zur Bauhistorie und Gartenkultur, u.v.m. Eine erlebbare Traditions- und Erbpflege wird Bestandteil der Zwischennutzung.

---

**Maßnahmen:** »Kamenzer Badetag« in Holzzubern, Klang-Yoga unter der Eibe, Lesungen mit lokalen Autoren, Verkostungen mit regionalen Anbietern & Besenwirtschaft, öffentliche Begleitung des Baufortschrittes im Areal, Kunstaktionen. Mit diesen Belegungs-Ideen wird ein zukunftsweisendes Stadtlabor und eine bedürfnisorientierte Nachfrage geschaffen mit Vorbildwirkung für eine rege Unternehmerkultur und für ein tragfähiges Gesamtkonzept. Bis zur 800-Jahrfeier soll durch begleitende investive Maßnahmen das gesamte Ensemble eingeweiht werden.







# GROSSE KREISSTADT PIRNA DAS KIP-LÄDCHEN – GEMEINSAMES HANDELN IN ZUKUNFT WANDELN“



## 2. PREIS (20.000 EURO)

### *Jurybewertung*

Die Jury zeichnet in diesem Jahr das Projekt „Das KiP-Lädchen – Gemeinsames Handeln in Zukunft wandeln“ in Pirna aus. Das Konzept eines Pop-Up Stores ist nicht neu. Der besondere Ansatz, gemeinsam mit verschiedenen Akteuren einen Ladenleerstand in der Innenstadt über mehrere Wochen mit verschiedenen Inhalten zu bespielen, stellt jedoch einen besonders innovativen und kreativen Ansatz dar.

Dabei spielte für die Entscheidung der Jury auch eine Rolle, dass der Ort jährlich wechselt und so im besten Falle nach und nach mehrere Läden aus ihrem „Dornröschenschlaf“ wachgeküsst werden. Auch der Ansatz, unterschiedliche Angebote, von Bürgersprechstunden, über Veranstaltungen bis hin zum Verkaufsraum, stieß auf Begeisterung bei den Jurymitgliedern. Das attraktive Angebot kann so auf besondere Weise beitragen, die Innenstadt langfristig mit bekannten und neuen Formaten wiederzubeleben.



Der Pirnaer Einzelhandel und damit auch die Lebendigkeit unserer Innenstadt steht in den nächsten Jahren vor großen Herausforderungen, die sich mit den Schlagworten geändertes Einkaufsverhalten, Fachkräftemangel und Sicherstellung von Geschäftsnachfolgen umreißen lassen.

Es ist zu erwarten, dass der klassische Einzelhandel in einzelnen Innenstadtbereichen nicht mehr funktioniert und neue Ideen gefragt sind. Hier setzt der Wettbewerbsbeitrag an, indem er zum regelmäßigen Diskurs animiert und alternative Nutzungsmöglichkeiten aufzeigt. Zugleich ist er Ideenschmiede, Eventlocation und Marketingmittel.

Herzstück ist das „KiP-Lädchen“, ein Pop-up-Store, der in einer leer stehenden Ladeneinheit für wenige Wochen im Jahr am Stück öffnet und von Jahr zu Jahr in einen anderen Leerstand „wandert“. KiP steht hierbei für den gut zu kommunizierenden Claim „Kauf in Pirna“. Durch das „wandern“ des Lädchens durch die Innenstadt rücken immer wieder neue Gassen und Stadträume in den Fokus.

In Anlehnung an die jährlich wechselnden Themenschwerpunkte der Pirnaer Stadtmarketingkampagne wird der Store in jedem Jahr unter unterschiedlichen Inhalten bespielt, die im Kontext mit der lebendigen Innenstadt und dem Handel betrachtet werden: Wohnen, Kultur, Tourismus, Familie, Einzelhandel, Wirtschaft und Arbeit.

Die Bestandteile des KiP-Lädchens bleiben jedoch immer dieselben. Es fungiert gleichermaßen als Büro (Arbeitsplatz mit Internetzugang, Schreibtischen und technischer Ausstattung), Vielfachladen (Verkauf der Pirnaer Unikate und weiterer Pirna-typischer Artikel) und Gesprächs-Lounge (Lounge-Ecke für Gespräche und Diskussionen). Die Idee wurde 2018 und 2019 im Rahmen der jährlichen



Einkaufsnacht bereits erfolgreich getestet. Entsprechend der Themenschwerpunkte „Einkaufsstadt Pirna“ (2018) und „Kinder und Familie“ (2019) diente das KiP-Lädchen insbesondere als Ort von Workshops, Gesprächsrunden und Events zwischen Konsumenten, Händlern, Lokalpolitikern, Verwaltung und Eigentümern.

Jenseits der „Schuldfrage“ für den Leerstand im Einzelhandel konnten so verschiedenste Innenstadtakteure im KiP-Lädchen miteinander ins Gespräch kommen und neben einer Ist-Situations-Aufnahme gemeinsam überlegen, wie Pirnas Innenstadt auch künftig noch attraktiv und lebendig gehalten werden kann. Dabei konnten über den Ladencharakter auch sonst schwierig erreichbare Zielgruppen angesprochen werden. Das KiP-Lädchen hat dabei den großen Mehrwert vor

allem der niederschweligen Kommunikation und des niederschweligen Informationsaustausches. Bereits bestehende Projekte oder Projekte „in Arbeit“ können auf Augenhöhe besprochen und Fakten auf einer emotionalen, aber trotzdem auch sachlichen Ebene besprochen werden. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass die Bürger auch einen persönlicheren und offenen Kontakt abseits von Workshops und Informationsabenden honorieren.

Die Verstetigung dieser Idee und die Fortführung des KiP-Lädchens bis ins Jahr 2022 bildet den Wettbewerbsbeitrag der Stadt Pirna im Rahmen von „Ab in die Mitte“ 2019. Dabei werden wir in den kommenden Jahren die Themen Wohnen und Leben, Wirtschaft und Arbeit sowie Kultur und Tourismus in den Mittelpunkt rücken.







## GROSSE KREISSTADT GÖRLITZ STADT OASE POSTPLATZ: HANDELN & VERWANDELN



### 3. PREIS (10.000 EURO)

#### *Jurybewertung*

Um die Innenstädte als Lebensort, als Handelsplatz mit Erlebnisqualität zu stärken braucht es gut dimensionierte öffentliche Räume, deren „Warenangebot“ nicht in der Menge der Verkehrsmittel besteht, die den Raum befüllen, sondern deren „Handelsgut“ in ansprechender Gestaltung, in Aufenthaltsqualität, in sozialen und kulturellen Ereignissen besteht, die gemeinschaftliches Erleben fördern und Identifikation ermöglichen. Das Projekt „Stadt Oase Postplatz“ verspricht diesen hohen Anspruch an Stadtraumqualifizierung einzulösen. Nach mehrjähriger Umbauzeit dieses zentralen Platzes in der Innenstadt wurde durch gezielte Verkehrsflächenreduzierung und Umgestaltung ein neues räumliches Angebot für den Stadtbenutzer geschaffen.

Ziel des Projektes ist es, das neue Flächenangebot in dauerhafte, also ganzjährige Benutzung und Benutzbarkeit zu nehmen. Der hierzu erstellte, komplexe Spielplan für diesen Platz reicht von den für den Aufenthalt nötigen Architekturelementen und Möblierungen bis zu einer ganzjährigen und abwechslungsreichen Abfolge kultureller, kommerzieller und gemeinschaftsbezogener Angebote, die das ganze Spektrum städtischer Akteure einbezieht. Dieses wohlgedachte und mit großer Beteiligung erarbeitete Projekt lässt erwarten, dass sich dieser zentrale Stadtplatz in Kürze als eigenständige Marke für lebendiges Stadterlebnis etablieren wird.





### Stadt Oase Postplatz: Handeln & Verwandeln

Die Neugestaltung des Postplatzes ist die umfangreichste Investition in einen Görlitzer Stadtplatz seit 100 Jahren. Die siebenjährige Bauzeit für den zentralen Geschäftsbereich der Görlitzer Innenstadt ist 2020 am Ziel. Stattliche Architektur des ausgehenden 19. Jahrhunderts säumt den Platz. Ein opulenter Zierbrunnen (liebevoll „Muschelminna“ genannt), apart gestaltete Blumenrabatten und aufwendige Naturstein-Pflasterungen machen die Attraktivität der „guten Stube“ von Görlitz aus. Erstmals gewinnt ein zentraler Platz große Flächen für Fußgänger zurück. Mit der Verlagerung des Autoverkehrs werden rund 2.000 qm der Platzfläche frei für neue Nutzungen. Den Postplatz künftig nicht nur zu queren, sondern aktiv zu erleben, sich dort zu treffen und zu verweilen, kann eine ungeahnte urbane Qualität schaffen. Stadtoase Postplatz beschreibt die Rolle des Stadtplatzes als Zielpunkt, als Ort für Erholung und Austausch. Hier verknüpfen sich Wege von Einkaufenden, Berufstätigen, Bewohnern und Touristen, die bislang vornehmlich die historische Altstadt beleben.

Stadt Oase Postplatz ist der Spielplan zur Wiedereröffnung dieses schönen gründerzeitlichen Schmuckplatzes. Das Programm soll im Jahr 2020 Anrainer und Nutzer aktivieren und den Postplatz als städtischen Treffpunkt einführen. Die bereits an anderen Plätzen spürbaren veränderten Bedürfnisse, Stadt zu erleben und Urbanität zu genießen, sollen im Herzen von Görlitz einen Lieblingsort finden und gleichzeitig das Geschäftszentrum kräftigen.

Das Programm setzt bewusst auf eine Folge von kleinen und mittleren Veranstaltungen: Schüler bilden „Kleingeldorchester“ und finanzieren ihren Abschlussball. Fitnesstrainer und Therapeuten leiten morgendlichen Freiluft-

Sport. Bläser erklingen von den Balkons der Geschäftshäuser. Lichtkunst lädt zu nächtlichem Einkaufsbummel. Gärtner verraten ihre „Rabatten-Geheimnisse“. Die Feuerwehr sprüht den Rasen und erfrischt gleichzeitig Passanten in Hitzeperioden. Das einst beliebte „Muschelminna Fest“ lebt wieder auf. Zum Sommerkino oder Public viewing treffen sich hunderte Nachtschwärmer oder Fußballfans. Ein Neujahrsmarkt bildet verlockendes Pendant zum beliebten Christkindelmarkt in der Altstadt.

Die gemeinschaftliche Umsetzung von Events gehört zum Projekt. Auch die Ergänzung komfortabler Ausstattungen (Sitzmöbel, Sonnensegel, Licht) wird nur gemeinsam von Stadt, Händlern und Unterstützern zu schultern sein. Die städtebaulich einzigartige Platzfolge (Postplatz, Demianiplatz, Marienplatz, Elisabethstraße) erhält so ein vitales Herz und einen Erlebnisraum, zu dessen Gestaltung und Belebung viele beitragen.







GROSSE KREISSTADT GRIMMA  
HOCHZEITSSTADT GRIMMA





### 3. PREIS (10.000 EURO) UND SONDERPREIS „AUSSENWERBUNG“

#### *Jurybewertung*

Dieser Wettbewerbsbeitrag greift ein Thema auf, das unstrittig verbindet:

- Menschen, die gemeinsam ihre Zukunft anpacken – verbindlich – mit Liebe und mit Leidenschaft.
- Menschen, die das so gut finden, dass sie aus nah und fern herbeieilen.
- Menschen im Handel, in der Gastronomie, bei Dienstleistungen vor Ort und in der Stadtverwaltung mit ihrer Erfahrung, ihren guten Ideen und Offerten.

Die Angebote der Unternehmen vor Ort, die Qualitäten städtischer Gemäuer und die natürlichen Reize des unmittelbaren Umlands sind Pfunde, mit denen sich wuchern lässt. Und die Entwicklung der Zahlen zahlender Kunden und Gäste gibt dem Unterfangen, sich mit einem Vor-Ort-Gesamtauftritt unter einer Dachmarke zu versammeln, zusätzlich Auftrieb.

„Ja, ich will“ sagt die „Hochzeitsstadt Grimma“ und erhält für ihren Wettbewerbsbeitrag einen 3. Preis.

„Stärken stärken“ – getreu dieses Mottos fokussiert sich die Stadt Grimma auf das Thema „Heiraten“. Eine Gruppe engagierter Bürger, Gewerbetreibender und Mitarbeiter der Stadtverwaltung brachte als „Impulsteam Altstadt Grimma“ die Idee der „Hochzeitsstadt Grimma“ auf den Weg. Der ortsansässige Einzelhandel und Dienstleister wollen sich auf diesen vermeintlich banalen Trend konsequent und kreativ einstellen. Die Idee ist eine gemeinsame Klammer für viele privatwirtschaftliche und gesellschaftliche Angebote zu einem Thema in der Innenstadt. Mit der Dachmarke „Hochzeitsstadt Grimma“ finden die Gewerbetreibenden einen kreativen Ansatz, die vielen Angebote und Dienstleistungen gebündelt zu vermarkten, online wie offline. Der gemeinsam zu schaffende „Weddingstore“ sowie das Verlobungsgässchen sind signifikante Anlaufpunkte von vielen weiteren in der Innenstadt. Als auszeichnungswürdig ist der besonders kreative Umgang der Akteure vor Ort mit einem scheinbar einfachen Thema zu sehen. Mit der Vielfalt der Angebote wird einerseits das Image der Stadt gezielt gefördert und gleichzeitig das Zusammenwirken lokaler Akteure innerhalb der Stadt nachhaltig gestärkt.



Heiraten in Grimma ist zunehmend beliebt. Laut Statistik steigen die Eheschließungen Jahr für Jahr. Auch die ortsansässigen Einzelhändler und Dienstleister spüren diesen Trend und spezialisierten sich. Die Idee der Hochzeitsstadt war geboren. Zahlreiche Geschäfte der Altstadt richteten ihr Sortiment und ihre Dienstleistungen auf das Thema Hochzeit aus. Brautpaare schmieden in Grimma ihre Eheringe selbst, ein Brautmodengeschäft hat sich kürzlich erweitert, Hochzeitstorten werden individuell angefertigt, eine Werbeagentur baute einen Onlineshop nur für Hochzeitskarten auf und Hochzeitsfotografen sind gut gebucht – um nur einige Punkte zu nennen. Grimma bietet (fast) alles, was man für die Hochzeitsvorbereitung, eine perfekte Hochzeitszeremonie und anschließende Feier benötigt. Die Stadt genießt bei den Heiratswilligen ein attraktives Image. Unter der Marke „Hochzeitsstadt Grimma“ sollen nun alle Angebote gebündelt werden. Da sich Paare im Vorfeld vor allem im Internet über die Angebote und Locations informieren, soll eine zentrale Online-Plattform als Art „digitale Altstadt“ fungieren.

Das Portal steht den Einzelhändlern als zusätzlicher Vertriebskanal zur Seite, um das Potenzial des E-Commerce auszuschöpfen. Eine App, eine begleitende Broschüre, Social-Media-Kampagnen, PR-Aktionen, ein Wedding-Show-Room am Markt und gemeinsame Auftritte auf Messen sowie die Organisation von Reisen für Hochzeitswillige runden den Marketing-Mix ab. Installationen im öffentlichen Raum unterstreichen die Erlebbarkeit. Mit der Idee, Hochzeitsstadt zu werden, bewarb sich die Stadtverwaltung Grimma beim Wettbewerb „Ab in die Mitte“. Den Impuls gab die Händlerschaft. Gewerbetreibende sowie Bürgerinnen und Bürger feilten in der Stadtmarketing-Projektgruppe „Impulsteam Grimma“ am Konzept. Vertreter der Kirche, des Einzelhandels, der Bürgerschaft und der Verwaltung sind sich einig: Jede Eheschließung ist auch eine prägende Werbung für die Stadt und ein Wirtschaftsfaktor.







## GROSSE KREISSTADT ZITTAU VORHANG AUF FÜR DIE INNERE WEBERSTRASSE





## ANERKENNUNGSPREIS (5.000 EURO)

### *Jurybewertung*

Das Projekt „Vorhang auf für die Innere Weberstraße“ der Stadt Zittau zeichnet sich durch einen besonders kreativen Ansatz aus. Die geplante Sanierung der Straße wird begleitet durch künstlerische Aktionen und temporäre Events, welche den Gästen und BürgerInnen der Stadt eine “Was wäre, wenn-Situation” vermitteln. Was wäre, wenn diese Straße wieder zu einem Ort der Begegnung und des Erlebens wird.

Mit den Maßnahmen, die verschiedenste Akteure mit einbinden, soll eine langfristige Wiederbelebung der Inneren Weberstraße gelingen und somit die Innenstadt Zittaus generell aufgewertet werden. Diesen Ansatz würdigt nicht zuletzt die Jury mit Ihrer Entscheidung, das Projektvorhaben auszuzeichnen.



Die Innere Weberstraße gehörte in der Vergangenheit zu den beliebtesten Einkaufsstraßen der Zittauer Innenstadt und blühte besonders Ende der 1920er Jahre auf. Gewerbetreibende betrieben attraktive Fachgeschäfte, Cafés und Restaurants eröffneten, luden zum Verweilen ein. Die Innere Weberstraße mit ihren zahlreichen Barockfassaden hat eine besondere städtebauliche, architektonische und historische Bedeutung für die Stadt Zittau.

Leider hat sich das Bild in den vergangenen Jahren zum Negativen verändert. Beim Blick in die Straße verfliegt der Zauber alter Zeiten schnell. Leer stehende Geschäftsräume, triste Schaufenster, kaputte, holprige Gehwege und eine buckelige, schadhafte Straße prägen das Bild. Passanten verlieren dort die Lust auf einen Innenstadtbummel.

Die Stadt Zittau hat die grundhafte Sanierung der Straße aus Geldmangel immer wieder verschoben. Wenn es der städtische Haushalt zulässt, soll in diesem Jahr die lang ersehnte Sanierung der Straße beginnen. In den kommenden Wochen ist mit Entscheidung zu rechnen, ob die finanziellen Mittel bereit stehen.

Das Projekt „Vorhang auf für die Innere Weberstraße“ startet mit Beginn der Bauarbeiten. Das baustellenbegleitende Marketing soll die Zittauerinnen und Zittauern für das Bauvorhaben sensibilisieren. Mit einem Bauarbeiterfrühstück und dem Event „Sommer in der Stadt“ werden wir die Baustelle in den Fokus rücken. Von der zurückliegenden Sanierung des Marktplatzes wissen wir, dass dabei mit großem öffentlichen Interesse zu rechnen ist.

Nach dem Abschluss der Sanierung – voraussichtlich im Frühjahr 2021– laden wir über eine Dauer von vier Wochen Gewerbetreibende, Gäste der Stadt und Bewohner zu Aktio-

nen ein, um zu zeigen, wie sich eine belebte, innerstädtische Einkaufsstraße anfühlen kann. Es gilt ein gutes Gefühl zu erzeugen, das Interesse für den Standort zu wecken, damit Gewerbetreibende sich für den Standort entscheiden und Gäste zum Schlendern motiviert werden.

Wir wollen mit dem Projekt die Wiederbelebung der Straße nach der Sanierung nicht sich selbst überlassen, sondern mit einem fulminanten Auftakt ein positives Zeichen setzen. Stoffbahnen zwischen den Gebäudefassaden, Kunstinstallationen, begrünte Fassaden, verstärkte Warenauslagen, Außengastronomie und ein Oberlausitzer Pop-up-Store,

sind geplant. Auch die engen Gassen, die von der Inneren Weberstraße abgehen und wegen ihrer Verschmutzung gemieden werden, sollen sauber und wieder erlebbar werden.

Aus der Vergangenheit wissen wir, allein kehrt das Leben nicht in die Straße zurück, dafür ist zu lange ist nichts passiert, während andere Straßen auf Vordermann gebracht worden sind. Es ist deshalb unerlässlich die Anfangsphase aktiv zu begleiten. Mit einer emotionalen Initialzündung soll die Straße eröffnet werden, so wie man ein neues Geschäft eröffnen würde.







**GROSSE KREISSTADT ZWICKAU**  
ATELIERCAFÉ MORITZ – EIN OFFENER KUNST-  
UND KREATIVORT MITTEN IN DER STADT

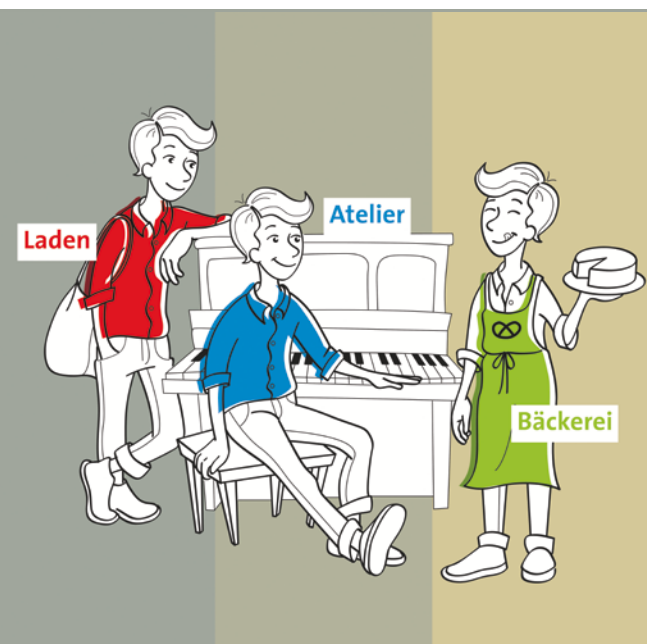




## ANERKENNUNGSPREIS (5.000 EURO)

### *Jurybewertung*

Mit einem auf drei Säulen beruhenden Projekt konnte die Stadt Zwickau die Jury überzeugen, in 2019 preiswürdig zu sein. Die kreative Idee, in einem leer stehenden 300 m<sup>2</sup> -Objekt in der Innenstadt Atelier, Laden und Gastronomie/Bäckerei zusammen anzusiedeln, wird allein schon zu einer attraktiven Nutzung führen. Durch die Ergänzung dieses „Ateliercafé Moritz“ um ein „Klavier für Jedermann“, welches je nach Möglichkeit im Innen- oder Außenbereich bespielt werden kann, sollte ein Besuch zum Erlebnis werden. Inklusion, Barrierefreiheit, Regionalität und Kreativität sind ergänzende Kriterien zu durchweg positiver Bewertung der Projektidee. Die neue Nutzung verspricht einen wesentlichen Schritt zur Wiederbelebung der innerstädtischen, bisher noch problembehafteten Straße im Fußgängerbereich.



Initiator des Wettbewerbsbeitrags der Stadt Zwickau ist der JOS e. V., ein gemeinnütziger, mitgliedschaftlich organisierter Verein, der sich für ein demokratisches, solidarisches und kreatives Miteinander einsetzt. Der Verein kam auf die Stadtverwaltung zu mit dem Anliegen, die Stadt aktiv mitzugestalten und einen offenen Kunst- und Kreativort mitten in der Stadt zu schaffen, in dem sich Menschen treffen, austauschen und kreativ tätig werden können. Gemeinsam mit dem Büro für Wirtschaftsförderung, der Gleichstellungs-, Ausländer-, Integrations- und Frauenbeauftragten der Stadt Zwickau, der Mühlenbäckerei Clauß sowie Mitarbeitern der Stadtmission Zwickau wurde das Konzept für das Ateliercafé entwickelt. Der Kreativort soll in einem ca. 300 qm großen leerstehenden Ladenlokal in der Hauptstraße 46/48 entstehen, in deren oberen Stockwerken sich das Internat des Robert-Schumann-Konservatoriums befindet.

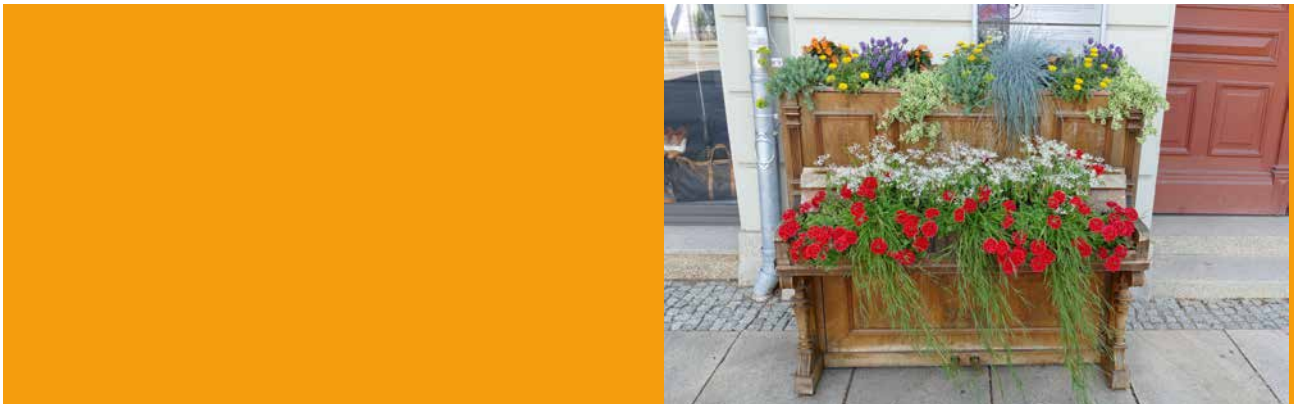
Das Projekt basiert auf drei „Säulen“: Atelier, Laden und Gastronomie/Bäckerei. Alle drei Säulen werden vom Grundkonzept der Inklusion sowie der Barrierefreiheit getragen.

- Das Atelier ist ein Ort, an dem Menschen im Bereich Kunst- und Kultur tätig sein können, von A wie Aquarell malen bis Z wie Zuckerwatte herstellen. Ziel ist es, gemeinsam zu kochen, musizieren, töpfern, nähen, malen, spielen und vieles mehr. Zudem können verschiedene Projektgruppen kulturelle Veranstaltungen wie Workshops, Vorträge, Lesungen, Akustik-Konzerte initiieren und durchführen.
- Der Laden bietet eine Ausstellungs- und Verkaufsplattform für regionale Händler, Künstler, Handwerker, Behindertenwerkstätten und Kreative.

- Gastronomie wird in Form einer Bäckerei mit Café und Mittagsangebot eingebunden. Das Café soll auch einen Außenbereich in der Hauptstraße erhalten.

Auch das „Klavier für Jedermann“, ein frei bespielbares Klavier, wird hier seinen neuen Standort finden. Vorgesehen ist dafür ein Instrument auf Rollen, welches vom Pianohaus Bayer/Piano Ritter zur Verfügung gestellt wird. Es kann sowohl in den Räumlichkeiten als auch draußen gespielt werden. Mit dem offenen Klavier als belebendem Element greift das Projekt unter anderem auch das Leitbild der Robert-Schumann-Stadt auf. Außerdem findet sich im Namen des Projekts „Ateliercafé Moritz“ der heilige Mauritius in seiner zeitgenössischen Form „Moritz“ wieder. Die Darstellung des Mauritius im Stadtwappen von Zwickau wird durch die aktuelle Form in die heutige Zeit transferiert und steht für ein weltoffenes und tolerantes Zwickau, welches sich mit der Tradition seiner Stadt verbunden zeigt.

Leerstand ist nicht nur in Zwickau in der öffentlichen Diskussion ein großes Thema. Die davon betroffene Hauptstraße erhält mit dem „Ateliercafé Moritz“ einen Treffpunkt und Veranstaltungsort sowie einen neuen Standort für das beliebte offene Klavier und gewinnt damit an Attraktivität und Lebendigkeit. Durch die umfangreiche Unterstützung des Vorhabens des JOS e. V. möchte das Büro für Wirtschaftsförderung der Stadt Zwickau aufzeigen, dass neue Konzepte zur Nutzung von Leerständen möglich sind. Es soll für Flexibilität hinsichtlich der Ausgestaltung der Zusammenarbeit von Immobilieneigentümern und Mietern geworben sowie motiviert werden, dem Leerstand kreativ und neuartig entgegen zu wirken. Mit dem Kreativort soll Zwickau in einer der schönsten Straßen der Innenstadt einen spannenden Ort erhalten, der nicht nur zur Belebung und Aufwertung beiträgt, sondern an dem sich Einheimische und Gäste auch wohl fühlen.





## GROSSE KREISSTADT WEISSWASSER/O. L. GLAS SCHAFFT DAS

GLASCODE



GUTSCHEINWERT

DYNAMISCHER QR CODE

SICHERHEITSSIEGEL



## SONDERPREIS „EINZELHANDEL“ (10.000 EURO)

### *Jurybewertung*

Zwar ist eine Kundenkarte für den Handel auf den ersten Blick zunächst keine besonders innovative Idee. Es gelingt der Stadt Weißwasser jedoch in höchstem Maß, das Jahresmotto „Kreatives Handeln in Erlebnis wandeln“ durch eine geschickte Verbindung verschiedener standortspezifischer Aspekte abzubilden. Dies äußert sich in der Wiederentdeckung der Glasindustrie als potenziellen touristischen und identitätsstiftenden Faktor, die Einbindung der Digitalisierung als zukunftsweisenden Trend im Bereich des stationären Handels, die Schaffung neuer Netzwerkstrukturen unter Händlern sowie auch anderen funktionalen Stadtstrukturen wie dem Glasmuseum und schließlich in der Herstellung eines hochwertigen Erkennungssymbols mit Sammlerwert in Form der Acrylglas-Karte. Durch die dargelegten Synergieeffekte entstehen aus Sicht der Jury interessante Anknüpfungspunkte für Folgeprojekte in den kommenden Jahren, die zur weiteren Stärkung der Innenstadt Weißwassers beitragen können.

Wie so viele andere Städte kämpft Weißwasser mit hinlänglich bekannten Faktoren gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und demographischer Veränderungen und ist dabei auf der Suche nach sich selbst. In diesem Zusammenhang muss das Projekt ganz klar auch als Start einer Reihe von Maßnahmen zur Wiederbelebung des gemeinschaftlichen Miteinanders gesehen werden. Die Abwanderung in den letzten Jahren war enorm, die Schrumpfung der Stadt ging einher mit dem Verlust von persönlichen Beziehungen, abnehmender Vernetzung und fehlender Einbindung in das soziokulturelle Leben.

Persönliche Enttäuschungen ob der eigenen Lebensgeschichte führten zum Rückzug aus der Gemeinschaft auf allen Ebenen. Fehlt die Bindung, geht zwangsläufig auch das Bewusstsein um der eigenen Geschichte und Tradition verloren. Ohne Identität wirkt eine Stadt aber nur noch als Grundversorger. Das Projekt möchte mit einfachen Mitteln die passive Lebensverwaltung in eine aktive Lebensgestaltung wandeln, aus einem wunderbaren Grunderlebnis eine neu ausgerichtete Erwartungshaltung wecken. Nicht an die Stadt, wie so oft, zur Lösung aller Probleme. Sondern an sich selbst.

Das Projekt „Glas schafft das“ ist also Teil einer Gesamtstrategie zu identitätsstiftenden Maßnahmen in der Stadt. Eine kleine Glaskarte steht dabei im Mittelpunkt

des Geschehens. Diese Karte kann dabei nicht nur als Einkaufsgutschein mit einem Warenwert für den lokalen Einzelhandel gesehen werden, sie ist zugleich Datenträger/-brücke zu historischen, vergessenen, aufgegeben, teils auch verlorenen Orten in der Stadt. Über ein Webportal können diese Plätze und Objekte wiederentdeckt, über eine Augmented-Reality-App im „Uncover“-Modus vor Ort erlebbar gemacht werden. Über den integrierten Glas-, Aktions- und Erlebniscode können online Angebote aus dem Handel, dem Kulturbereich und der Glaswelt aufgerufen werden. Der dynamische QRCode ermöglicht die gezielte Steuerung von Marketingmaßnahmen durch die Stadt und beteiligter Akteure. Darüber hinaus fungiert die Glaskarte gleichzeitig als Eintrittskarte für das örtliche Glasmuseum, nie war es einfacher, Tradition und Geschichte der Glasmacherstadt zu erfahren.

Die Idee für diese Glaskarte findet sich weit in der Vergangenheit der Stadt, als es für Arbeiter und Angestellte auf Karte noch Kontingente und Konditionen auf Glas gab. Dieser Ansatz wurde aufgegriffen, neu interpretiert und in das Projekt eingearbeitet. Gerade für die ältere Generation ist die Einbeziehung dieses geschichtlichen Details emotional wichtig, sie sind es, die das Erbe der Glasmacherstadt an die nächste Generation weiterreichen werden.



Gutschein für den stationären Handel



Dynamische URL mit Codes für digitale Angebote



Augmented Reality im „Uncover“-Modus



„Eintritt frei“ im örtlichen Glasmuseum



Historische Glaskarten für echte Fans

Das Projekt baut zudem intensiv auf den diesjährigen Theater-Parcours „Der Modellfall Weißwasser“ zum 100jährigen Bauhaus-Jubiläum auf. Erbe und Botschaft dieser Veranstaltung aus dem Sommer sind die intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte und die Wiederbelebung/-bespielung zum Teil aufgegebener Orte im Zentrum und Traditionen in der Stadt.

Die Realisierung des Projektes setzt auf den breiten Schulterchluss aller Akteure. Die Stadtverwaltung mit den Bereichen Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung und Citymanagement unterstützen das Vorhaben, Einzelhandel,

Gastronomie und Kultur stehen hinter dem Projekt. Das Glasmuseum und die Denkmalkommission sind weitere wichtige Partner dieser Unternehmung genau wie die örtlichen Geldinstitute. Mit der Cityinitiative Glasturbine begleiten schließlich Bürger und Vereine intensiv und projektnah die Umsetzung des Vorhabens. Die Stärke dieses Projektes, dieser Karte, liegt in ihrer Einfachheit. Die Einfachheit einer Erzählung, einer Emotion. Die Einfachheit in der Verbreitung und Anwendung. Gerade diese Einfachheit kann eine enorme Kraft entwickeln, eine Kraft, die diese Stadt für ihre Zukunft benötigt.



30 Glasschmelzöfen in 11 Betrieben, dazu noch eine Porzellan- und eine Spiegelfabrik sowie viele Handwerksbetriebe, die als Zulieferer und Veredler fungieren. Anfang des 20. Jahrhunderts ist aus dem 600-Seelen-Dorf Weißwasser der größte glasproduzierende Ort der Welt geworden. Namenhafte Künstler und Ingenieure folgen im Laufe der Zeit dem Ruf der Glasmacherstadt. Schüler des Bauhauses wie Wagenfeld, Neufert und Lange bestimmen Design und prägen das Erscheinungsbild des Ortes.

Die Stadt wächst und wächst, doch mit der politischen Wende ändern sich auch die Bedingungen für die heimische Glasindustrie. Sie bietet immer weniger Menschen einen Arbeitsplatz, fast alle Werke schließen. Mit Abriss der alten Fabriken geht zudem die Identifikation der Einwohner mit der Stadt als Glasmacherzentrum nach und nach verloren.

Viel Glasbruch, viel verlorenes Wissen. Doch es gibt Hoffnung, denn es formieren sich in der Stadt neue Bewegungen, welche die alten Glasplätze aufnehmen und zu neuen Dingen zusammenfügen. So bietet sich eine Chance, dass Glas-Tradition und Stadt auf eine andere Art und Weise wiederbelebt werden. Die Glaskarte ist dabei nur ein erster Schritt in dieser Reihe von Maßnahmen und Initiativen zur Erneuerung der Mitte und des gemeinschaftlichen Gefühls all seiner städtischen Bewohner.



STADT BURGSTÄDT  
BURGSTÄDT ZEIGT GESICHT –  
DEIN COMIC DEINE STADT



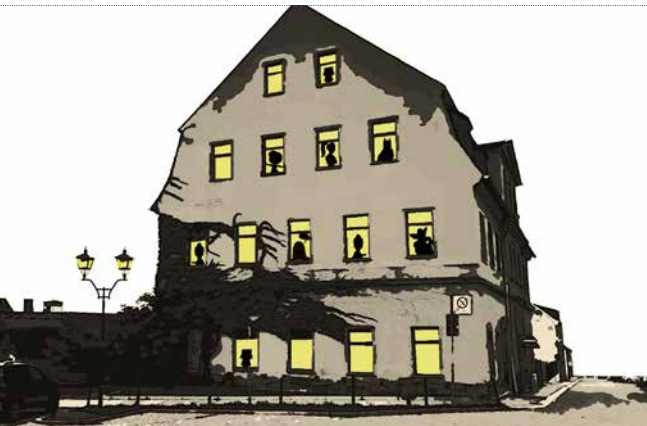


# SONDERPREIS „LICHT“

## *Jurybewertung*

Der intelligente, moderne Umgang mit Licht zur Aufwertung innerstädtischer Immobilien macht die Wettbewerbsidee von Burgstädt preiswürdig. Über das gerade von jungen Menschen eher akzeptierte Medium eines Comics sollen verschiedene Aktivitäten des Mitentwickelns, Mitmachens und Anschauens initiiert werden. Diese bringen Junge und „Alteingesessene“ zusammen, vereinen sie an mit Scherenschnitten beleuchteten, bedeutsamen innerstädtischen Gebäuden oder in einem Zeichenbuch. Besonders kreativ erscheint dabei der Umgang mit virtuellen und lokalen Potenzialen.

Jugendliche sind nicht mehr mit Facebook & Co. zu beeindrucken, sondern selbst entworfene und gestaltete Comics sollen zu eigener Aktivität und Kreativität führen. Damit eignet sich diese Wettbewerbsidee besonders zur Auszeichnung mit dem Sonderpreis „Licht“.



### *Aufgabe - Transformation*

Wandel heißt der Geist der Stunde, er ist überall. Dem einen macht er Angst, dem anderen bereitet er Freude, einen dritten macht er neugierig. Die steinerne Stadt mit ihren Straßen und Plätzen ist Änderungen gegenüber oft behäbig, gern tolerant, gelegentlich entgegenkommend – soweit es nicht an ihre Substanz geht. Letzteres suchen wir zu vermeiden – wir lieben unsere, über 600 Jahre alte Stadt; sie gehört zur Familie!

So wie die Enkel der Oma das Handy nahe bringen, müssen wir die Wandlungen aus Globalisierung, Internationalisierung, Digitalisierung, Fokussierung in die kleinteilige Struktur unserer Stadt übersetzen. Wir müssen lernen, wie wir den Wandel in die Stadt hereinlassen und uns auf ihn einlassen. Dazu brauchen wir die neugierig Mutigen, die spielerisch Neugierigen, die Kreativen – die Jungen, die Enkel der Stadt!

### *Teilziel - Jugend*

In unseren verschiedenen Beteiligungsformaten - die öffentlichen Gremien, der wöchentliche Stadtanzeiger, Befragungen, Foren, Einwohnerversammlungen bis hin zu WerkStadtGesprächen – haben sich in Burgstädt stabile Kommunikationsnetzwerke zwischen den heute Handelnden gebildet.

Die Gruppe der künftigen Händler und Handelnden fehlt darin offensichtlich. Damit fehlen deren Input und deren Kraft, wenn es darum gehen soll, die Stadt für ihre Zukunft fit zu machen. Wir müssen die Nachwendegeneration, die U30-jährigen, erreichen und einbinden, um jetzt und auch künftig „Kreatives Handeln in Erlebnis wandeln“ zu befördern.

Kommunikation - Kein Anschluss unter welcher Nummer  
Der Sender trägt die Verantwortung dafür, dass sein Signal den Empfänger erreicht. Schüler finden bereits Facebook nur noch peinlich – welchen Sinn wird dann der Versuch machen, sie über das Amtsblatt anzusprechen?  
Ein Comic scheint demgegenüber als junges Medium.  
Ein Comic erzählt Geschichten in Bildern, gern mit Text kombiniert. Obwohl über 3.400 Jahre alt, sind Comics auch heute noch z.B. in Form von Mangas oder Eisköniginnengeschichten bei den Jungen und Jüngsten beliebt. Die Älteren erinnern sich an die Abrafaxe oder an Wilhelm Busch.

Mit dieser Vielfalt der Identifikationsmöglichkeiten; seiner Fähigkeit, Inhalte und Emotionen transportieren zu können; seiner Freiheit in der Form erscheint der Comic als ideales Medium für die angestrebte generationsübergreifende Kommunikation. Er bietet Mitmachpotenzial, insbesondere für eine Generation, welche sich im Stadtbild gern auch mal über Graffiti und Tags artikuliert.

Deren Kraft und Kreativität wollen wir erschließen und sie zunächst zu Treffen in der virtuellen Welt des Comic einladen. Hier kann man spielen und spiegeln, ausprobieren und verwerfen, dokumentieren und träumen. Hier können Protagonisten zeitreisen. „Dein Comic für Burgstädt – wie siehst du dich und deine Stadt“ soll Einladung an die Burgstädter Kinder und Jugend sein.

### *Comic – ab in die Virtuelle Welt*

Die Ergebnisse aus der Stadtbildanalyse zur Erhaltungssatzung sollen für die Reise zum ersten Transportmittel werden. Die Strichskizzen sollen nicht nur in der Gestaltfibel für die Altstadt erscheinen, sondern auch die Vorlagen für ein Burgstädter

Ausmalbuch liefern. Das Zeichenbuch soll den Kindern die Möglichkeit geben ihre Sicht auf die Stadt und ihre Ideen abzubilden. Zunächst verteilt an die Burgstädter Kitas und Grundschulen, ergänzt durch Heimatkunde und Geschichte, sollen über die Betreiber und Träger, über das Jugendnetzwerk in die weiterführenden Schulen und Einrichtungen weitere Anregungen transportiert werden, um zunächst einen Wettbewerb „Dein Comic für Burgstädt“ zu initiieren. Die Kickoff Veranstaltung dazu ist für 03/2020 terminiert. Ausrichter und Jury wird das Altstadtmanagement sein, der neue Jugendstadtrat wird zur Mitwirkung eingeladen.

### *Meilenstein – Lichtprojekt*

Ein erster Meilenstein auf diesem Weg soll ein Lichtprojekt werden, das die Protagonisten aus der virtuellen Welt in die Burgstädter Altstadt holt.

Das Deutsche Haus in Burgstädt ist stadtbekannt, städtebaulich bedeutsam, seine Geschichte und Geschichten als Vergnügungsort mit Restaurant, Hotelbetrieb und Tanzsaal historisch und für den einen oder anderen persönlich bedeutsam – und steht seit vielen Jahren leer. Historische Aufnahmen zeigen seine Fassade zudem mit Fassadenmalerei verziert. Wieder angelehnt an das historische Vorbild sollen im Rahmen eines temporären Projektes die Grenzen zwischen Virtualität und Realität verwischen und in die derzeit leeren Fensterhöhlen Licht und mit diesem via Scherenschnittmotiven Bewohner einziehen dürfen. Die Lichtinstallation wird dann im Jahr 2020 im Rahmen des Stadtfestes (Oktober) umgesetzt.



# GROSSE KREISSTADT DELITZSCH

## DELITZSCH FLORIERT





# SONDERPREIS „BLÜHENDES ZENTRUM“

## *Jurybewertung*

Die Stadt Delitzsch spielt gekonnt mit seinem offiziell anerkannten Zusatztitel „Stadt der Türme“ – aber trotzdem ganz anders als gedacht. Mit Blumentürmen soll sie aufblühen. Die Stadt wird florieren, durch Grün- und Blühflächen mit farbenfrohen Blumenelementen in der Fußgängerzone. Ambiente, Wohlfühlen und Willkommensgefühl sollen für erlebnisreiche Begegnungen und Unterhaltung für jeden in der Innenstadt sorgen.

Der Sonderpreis „Blühendes Zentrum“ soll Delitzsch unterstützen, um durch blühende Hingucker von Mai bis Oktober die Innenstadt mit Leben zu füllen im Sinne des Wortes. Die immer schöner werdenden Pflanzen, die diese umschwirrenden Bienen, Schmetterlinge und andere Insekten bringen unmittelbares Leben und Erlebnis in die Fußgängerzone. Lobenswert ist außerdem hervorzuheben, dass die Idee zum Wettbewerbsprojekt von der Händlerschaft konsequent begleitet wurde.



Delitzsch hat sich in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt. Die meisten Häuser sind saniert. Liebevoll gestaltete Fassaden nach historischem Vorbild zeigen die Schönheit einer gewachsenen Struktur.

Die Stadt kann bereits auf eine über 500-jährige Geschichte mit Rosen zurückblicken. Im Rosengarten und in Parkanlagen der Stadt Delitzsch ist die Rose zu sehen. Auch im Straßenbegleitgrün ist sie präsent. In der Innenstadt von Delitzsch sind im Laufe der letzten Jahre noch viele weitere Neuanpflanzungen vorgenommen wurden. Zahlreiche begrünte Anlagen und Hinterhöfe können im Frühjahr im Rahmen der jährlich stattfindenden offenen Gartenpforten besichtigt werden.

Als stadtbildprägende Maßnahmen sollen Grün- und Blühflächen nun mit farnefrohen Blumen- und Pflanzelementen als handelsnahe Orte der Begegnung und Kontemplation entwickelt werden. Der öffentliche Lebensraum wird durch Blumenschmuck anheimelnder. Das gesamte Stadtbild gewinnt für Bürger und Besucher der Stadt an Attraktivität.

Der historische Stadtteil wird durch die Ansicht von vier Türmen geprägt (Breiter Turm, Hallescher Turm, Kirchturm und Turm des Barockschlosses). Delitzsch ist deshalb bei vielen Gästen bekannt als Stadt der Türme. Daher kam die Idee das Bild der Innenstadt durch einen Blumenturm zu erweitern. Ein künstlerischer Blumen- bzw. Pflanzenturm wird das Herz der Stadt verschönern. Der Turm bietet nebenbei auch das perfekte Fotomotiv. Weiterhin sind Blumenampeln in der Innenstadt für ein attraktives Einkaufsumbiente angedacht. Durch die Installationen soll in der gesamten Einkaufsmeile eine reizvolle Optik hergestellt werden, denn Blumen und Pflanzen machen glücklich, erfreuen den Menschen und drücken auch die Wertigkeit

einer Stadt aus. Das Pflanzgefäß und der jeweilige Mast selbst bilden dann optisch eine untrennbare Einheit. Anwohner und Gäste werden sich an einer blühenden Pracht vom Frühjahr bis in den Herbst hinein erfreuen können. Der Pflegeaufwand wird so gering wie möglich gehalten, denn die Händler und die Bürger in der Innenstadt wollen Pate für die Bepflanzungen sein.

Blumenschmuck und Grünpflanzen sind ein probates Mittel, um die Aufenthaltsqualität weiter zu erhöhen. Sie machen den Wechsel der Jahreszeiten sichtbar, beleben die Innenstadt und setzen Akzente. Ein neues, farbenfrohes Ensemble soll das Wohlfühl verbessern und lockere Gemütlichkeit erzeugen. Eine bunte Pflanzenvielfalt ist attraktiv und verbessert zudem das Stadtklima.

Die Funktionen und Effekte von Stadtgrün sind außerdem sehr vielfältig, man kann sie zu jeder Jahreszeit anpassen. Blumen und Pflanzen verbessern die Luftqualität und das Stadtklima und tragen zur Insektenvielfalt in der Stadt bei.

Dies alles sorgt für ein erholsames und gesundes Verweil- und Einkaufsambiente. Darüber hinaus tragen die Pflanzen zu einem gesunden Klima bei und fangen Feinstaub ein.

Die Frühjahrsputzaktionen sollen fortgeführt werden und das neue Straßenfest „Delitzsch strahlt“ soll das Miteinander und die Belebung der Innenstadt auf kreative Weise weiter fördern. Die Menschen sehnen sich nach Licht, Farben und Natur. Fein herausgeputzt soll das neue Straßenfest das Ambiente und das Flair der Stadt gekonnt in Szene setzen.







## GROSSE KREISSTADT FREITAL PERGOLA – WANDELGANG VOM HANDEL ZUR KULTUR





# SONDERPREIS „BLÜHENDES ZENTRUM“

## *Jurybewertung*

Die Pläne, den neuen Ortskern für Freital am Neumarkt zu schaffen, hat die Jury als sehr positiv bewertet. Durch das Engagement einer kreativen Gruppe soll der Platz in diesem geplanten neuen Zentrum von Freital schon vor Neugestaltung bzw. neuer Umbauung mehr ins Bewusstsein der Bevölkerung und der Entscheidungsträger rücken. An der neu errichteten Pergola wird es außerdem eine bunte Mischung aus kulturell-künstlerischen Angeboten und Veranstaltungen geben, damit das junge „Entwicklungspflänzchen“ nicht wieder eingeht.

Der Sonderpreis „Blühendes Zentrum“ soll Freital unterstützen, um mit blühenden Hinguckern rund um die Pergola den ganzen Sommer einen erlebnisreichen Aufenthalt zu schaffen. Mit Pflanzmischungen, die Bienen, Schmetterlingen und anderen Insekten etwas zu bieten haben, kann zusätzlich die Biodiversität gefördert werden.



Freital entstand 1921 durch die Vereinigung von durch den Bergbau und die industrielle Revolution erstarkten Dörfern im Tal der Weißeritz. In der geografischen Mitte der heutigen Stadt liegt der Neumarkt, auf den sich schon seit Gründung der Stadt aufgrund dieser zentralen Lage der Wunsch zur Entwicklung eines „echten“ Zentrums konzentriert. Die konkrete Umsetzung dieses Ziels wurde und wird nicht nur auf Verwaltungsebene, sondern auch in der Bevölkerung viel diskutiert, aber in kontinuierlichen Schritten, in gesundem Tempo und bewusst die Stadtbevölkerung involvierend umgesetzt.

Der Stadtrat stimmte den Plänen zur Aufwertung und Neugestaltung des Neumarktes im September 2016 zu, die Arbeiten starteten im Dezember 2016. Die Baumaßnahme wurde durch die Städtebauförderung des Freistaates Sachsen gefördert. Entstanden ist eine moderne Platzfläche als Pendant zum 2013 errichteten Technologiezentrum direkt gegenüber. Mit der Gestaltung der rund 1.740 Quadratmeter wird dem städtebaulichen Ziel aus der Gründungszeit der Stadt Rechnung getragen, in diesem Bereich die Zentrumsfunktion zu stärken und zugleich, unter heutigen Gesichtspunkten, eine hohe Aufenthaltsqualität zu erreichen.

Das Soziokulturelle Zentrum Freital unterstützt mit seiner Arbeit nicht nur Strategien der Kommunalpolitik hinsichtlich demografischer Prozesse, sondern auch der Stadtentwicklung. Die Förderung von Identitäts- und Gemeinschaftsbildung mit Stadtbezug sind Faktoren des Haltens im Sinne von „Bleiben“. Attraktive breitenkulturelle und künstlerische Angebote der Partizipation wirken sinnstiftend und erhöhen die Zufriedenheit eines Menschen bei entsprechend hoher äußerer und innerer Beteiligung. Eine Bevölkerung, die sich wirtschaftlich gesichert und lebensräumlich wohl fühlt, bleibt, eine Kommune mit

ausreichend nach außen sichtbarer Attraktivität zieht auch weitere Bevölkerung an. Unter diesem Credo arbeitet die Stadtverwaltung daran, dass Investitionen in Bauwerke gleichzeitig auch Investitionen in eine lebendige Stadt sind.

Seit 2017 findet auf dem Neumarkt der Freitaler Wochenmarkt statt. Die im Sommer 2019 eingeweihte Pergola an der Ostseite des Neumarktes auf einer gegenüber dem Parkplatz leicht erhöhten Fläche schafft den räumlichen Abschluss des Platzes. Die Blick- und Wegebeziehungen zum Windberg bleiben erhalten und werden verstärkt („Fenster in die Landschaft“). Gleichzeitig entsteht ein Bereich besonderer Aufenthaltsqualität, der durch sein wechselndes Schattenspiel, die Bepflanzung mit Kletterrosen und Bänke zum Aufenthalt einlädt. Hier gehen Stadtplatz und Landschaft ineinander über und es entsteht ein Identifikationspunkt für die Freitaler, der auffordert, durch vielfältige Aneignung Teil des räumlichen, baulichen und sozialen Zentrums Freitals zu werden.

Unter organisatorischer Leitung des Soziokulturellen Zentrums Freital wird es zukünftig eine bunte Mischung aus kulturell-künstlerischen Angeboten und Veranstaltungen unter und an der neu errichteten Pergola am Neumarkt durchgeführt. Porträtzeichner, Musiker, Gesangsgruppen, Akrobaten, Tänzer usw. nutzen die ebene Fläche im Wandelgang und darüber hinaus, um sich zu zeigen und damit auch Publikum und potentielle Kundschaft für den wirtschaftlichen Handelsplatz der Stadtmitte anzuziehen.

Hier ist das PERGOLA-Projekt, mit dem sich die Stadt Freital gemeinsam mit dem Soziokulturellen Zentrum Freital beim Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ 2019 um einen Preis bewarb, als eine Art Rankhilfe der städtischen Kultur zu verstehen und bietet damit eine der Möglichkeiten, das Konzept des neu entstehenden Stadtzentrums in Freital nicht nur visuell vorstellbar, sondern mit allen Sinnen bereits vorab erlebbar zu machen.



## GROSSE KREISSTADT STOLLBERG/ERZGEB. KREATIVES WANDELN – MIT AUGMENTED REALITY DURCH STOLLBERG





## SONDERPREIS „WLAN-ZONE“

### *Jurybewertung*

Unter Nutzung modernster technologischer Möglichkeiten aus dem virtuellen Bereich sollen viele Orte im Stadtzentrum von Stollberg wieder und neu erlebbar werden. Durch eine App erweiterte und immer neu erweiterbare Informationsvermittlung mit Videos, Übersichten, aktuellen Informationen gibt der Stadt die Chance, lokale Punkte besonders kreativ aufzuwerten. Ein Zusatzprojekt zur Steigerung der Aufenthaltsqualität zwischen den Punkten mittels traditioneller Elemente, recherchiert und vorgeschlagen durch Schüler, bringt Professionalität mit traditioneller Kreativität zusammen.

Dafür erhält Stollberg den Sonderpreis „WLAN-Zone“, um ihr futuristisches Augmented Reality-Konzept nutzungswirksam umsetzen zu können.



„Technologie trifft Lebensqualität“ ist der neue Leitspruch in Stollberg und im Logo zu finden. Mit unserem Projekt möchten wir einen weiteren Schritt in diese Richtung gehen und die augmented reality (AR) aus der Industrie in die Stadt bringen. Bei der AR handelt es sich technisch um eine computergestützte Erweiterung der Wahrnehmung. Man taucht nicht komplett in eine virtuelle Welt ein, sondern bekommt zusätzliche Informationen in Form von Videos, Textbausteinen oder Audiofiles.

An 15 Punkten in der Stollberger Kernstadt wird es die Möglichkeit geben, über eine App in Bewegung gebracht zu werden. An jedem Punkt kann man spielen, Neuigkeiten erfahren und Historisches lernen.

Die Spiele werden halbjährlich durch Schüler aktualisiert und hier gilt es am schnellsten zu sein. Für den Gewinner/ die Gewinnerin gibt es einen Einkaufsgutschein für die Stollberger Geschäfte zu gewinnen. Der Einkaufsgutschein wird mit unserem Projekt ebenfalls auf den Weg gebracht. Neuigkeiten werden durch die Stadtverwaltung, Vereine und Gewerbetreibende der Stadt aktualisiert. Somit lohnt es sich immer wieder durch unsere Stadt zu wandeln, da sich die Inhalte regelmäßig ändern und man damit gut informiert bleibt. Historische Inhalte werden von der Stadtbibliothek Stollberg und den Schülern des Carl-von-Bach Gymnasiums erarbeitet und bereitgestellt.

Die Realisierung des Projekts erfolgt in dem Zeitraum der Förderung für das Stadtteilmanagement „Kernstadt“ bis 2022.

Die unaufhaltsame Digitalisierung in vielen Lebens- und Arbeitsbereichen brachte uns auf die Idee, diese kreativ und positiv zu nutzen, um die Menschen in unserer Stadt in Bewegung zu bringen und damit unsere Innenstadt zu beleben.

Bei der Entwicklung und Implementierung der App geht es um viel mehr, als nur um Digitalisierung von bereits existierenden Sachverhalten.

Der Nutzer muss sich in Bewegung setzen und durch die Stadt WANDELN. Nur direkt vor Ort, und nicht von einem beliebigen oder gar häuslichen Punkt aus, kann er die verborgenen Inhalte erkunden und an den partizipativen Prozessen teilhaben.

Gerade auch für den nicht Smartphone-affinen Zeitgenossen wird eine Brücke in die digitale Welt gebaut. Analoge Erklärbilder mit konkretem Bezug zur Stadt sind so UMGEWANDELT, dass sich die digitalen Funktionen wie von selbst erklären.

Man kann z.B.:

- am REMA-Radio einen Knopf aufdrehen, einen Kanal wählen und Musik verschiedener Zeiten hören
- die Fenster des Carl-von-Bach-Hauses öffnen und die Familie des großen Stollberger Entwicklers und Forschers in seinem Geburtshaus am Tisch sitzen sehen und einem seiner Vorträge lauschen
- oder die Schubladen des sonst im Ratskeller verborgenen Buchdruckerschrankes aufziehen und die erste Ausgabe des „Anzeigers für Stollberg und Umgebung“ von 1853 herausnehmen.

Für potentielle Spaziergänge von Großeltern und Enkeln eine generationsverbindende und für beide Seiten medienpädagogisch lehrreiche Sache.

Außerdem werden sich die eingespeisten Inhalte immer wieder VERWANDELN. Durch verschiedenste Perspektiven der Stadtakteure wird eine lebendige Medienlandschaft entstehen:

- die Kulturabteilung lädt mit einem Podcast zu Veranstaltungen ein
- Gewerbetreibende werben für besondere Einkaufsaktionen
- das Stollberger Kindertheater spielt Stollberger Geschichten in Videoclips
- die Musikschüler und lokale Jugendbands präsentieren eigene und bekannte Werke in Audiofiles
- Stollberger Ortschronisten zeigen historische Dokumente
- ...

Mit der App wird der Stadt Stollberg und ihren Bürgern ein multifunktionales und sich immer wieder wandelndes Werkzeug für Stadtgestaltung und Stadtentwicklung zur Verfügung stehen, welches durch kreatives Handeln der Stollberger und ihrer Besucher für unvergessliche Erlebnisse sorgen wird.



# STADT OEDERAN PERSPEKTIVA – DIE OEDERANER FOTOWELT





# SONDERPREIS „WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITUNG“

## *Jurybewertung*

Das Projekt Perspektiva setzt auf sich wandelnde visuelle Erlebnisorte als belebende Kraft für die Innenstadt. Turnusmäßig neu gestaltete Fototafeln sollen ausgewählte Orte im Innenstadtbereich attraktiver machen. Besonders bemerkenswert ist die Verbindung der Tafeln mit einer weiteren innovativen Idee, die der Mitnahmebänke. Hier werden neue Sitzgelegenheiten an zentralen Orten geschaffen, die den Vorbeifahrenden signalisieren, dass derjenige, der darauf Platz nimmt, von Ihnen mitgenommen werden möchte: Ein interessanter Beitrag hin zu einer nachhaltigeren Mobilität.

Für den Erfolg des gesamten Projektes wird es im Besonderen darauf ankommen, dass die Foto- und Sitzelemente eine überdurchschnittliche Gestaltqualität aufweisen und die Auswahl der Orte unter besonderer Beachtung ortsgestalterischer, denkmalpflegerischer und stadtfunktionaler Belange erfolgt.

Die Jury würdigt diesen innovativen Beitrag daher mit dem Sonderpreis für wissenschaftliche Begleitung durch die Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Leipzig.



Mit dem Projekt „Perspektiva“ reicht die Stadt Oederan ihren fünfzehnten Beitrag in den sächsischen „Ab in die Mitte!“ Wettbewerb ein.

Durch das langjährige Oederaner Engagement im „Ab in die Mitte“-Wettbewerb setzte die Stadt viele Projekte um, die zur Belebung der Innenstadt beitragen. Sie alle sind Bestandteile des Oederaner „Ab in die Mitte!“-Konzeptes „WELT(EN)STADT OEDERAN“. Besonders nachhaltig ist die Familien- und Erlebniswelt. Sie ist ein großer Anziehungspunkt für Familien. Auch die Wasserwelten oder der virtuelle Stadtrundgang sind Projekte, die bei „Ab in die Mitte“ eingereicht wurden, und heute zur Belebung der Innenstadt beitragen. Zugleich befindet sich die Perspektiva als neue Welt (Fotowelt), im Bereich des öffentlichen WLANs, das als Bestandteil des Projektes „Oederan mit Stil - virtuell mobil“ Preisträger des Städtewettbewerbs ist. Das neue Projekt fügt sich darin ein und verbreitert das Zielgruppenspektrum des „Ab in die Mitte!“-Gesamtkonzeptes.

Dieses Projekt soll die Innenstadt wieder intensiver beleben. Idee des Projektes ist es, einen nachhaltigen investiven Beitrag zur Stärkung der Innenstadt zu etablieren und langfristig zu entwickeln. Das Projekt hat eine identitätsstiftende Funktion. Zum einen vermittelt die Ausstellung den Einwohnern ein Gefühl der Zusammengehörigkeit, zeigt die Schönheit ihres Wohnortes und regt dazu an, mit offenen Augen ihr Umfeld wahrzunehmen. Das fördert die Bleibebereitschaft und den Zuzug junger Menschen in den ländlichen Raum, was einen positiven Einfluss auf die Stadtentwicklung hat. Zum anderen erhalten Gäste wertvolle Tipps für Ausflüge in die unmittelbare Umgebung, was sich positiv auf den Tourismus auswirken wird. Das stärkt die Wirtschaftskraft der Stadt.



Die Perspektiva ist eine unbefristete, ganzjährige Freiluft-Fotoausstellung. Sie besteht aus Fototafeln, die sich über die Innenstadt verteilen. Die Perspektiva bringt einerseits kunstbegeisterte Menschen ins Stadtzentrum und fördert gemeinsam mit kreativen Sitzgelegenheiten deren Verweilen. Andererseits lädt sie Vereine, Initiativen und Einwohner, aber auch Profi- und Laienfotografen zum aktiven Mitmachen ein. Durch fortwährend thematisch neue Galerien, aber auch durch Wettbewerbe bleibt die die Oederaner Fotowelt stets aktuell und dauerhaft spannend. Die Perspektiva erstreckt sich über mehrere Bereiche des Stadtzentrums: den Marktplatz, das Areal an der Stadtkirche und die Familien- und Erlebniswelt.

Fundamental für den Erfolg der Perspektiva ist deren Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung. Selbstredend wird es dafür eine eigene Homepage geben. Zugleich kann das Projekt aber auch auf die in Jahrzehnten aufgebaute Künstlerdatenbank der VOLKSKUNSTSCHULE samt persönlichen

Kontakten zurückgreifen. Zusätzlich wurde bereits Kontakt zur regionalen Presse - speziell zur Freien Presse - aufgenommen. Sie soll die Oederaner Fotowelt nicht nur aktiv begleiten, sondern auch Fotos ihres traditionellen eigenen Fotowettbewerbs beisteuern.

Das gesamte Projekt ist eine breit aufgestellte Public-Private-Partnerschaft (Stadtverwaltung, VOLKSKUNSTSCHULE, Vereine, Unternehmen, Profi- und Laienfotografen). Damit möchte die Perspektiva das Gemeinschaftsgefühl innerhalb Oederans und die Verbundenheit mit der Stadt stärken. Freilich wirkt die Perspektiva auch auf die (Laien-)Fotografen. Im Wettbewerb wie im Austausch mit anderen können sie ihre Fähigkeiten schärfen und verbessern.

Die Oederaner Freiluft-Fotoausstellung ist die erste ihrer Art in Sachsen. Ähnliche Projekte, die eine öffentliche Galerie in solcher Größe und unter Einbezug solch zahlreicher Akteure umsetzen, gibt es in unserem Freistaat nicht.

# Bischofswerda: Schiebock – spielerisch (er)leben

Bischofswerdas größtes Wohngebiet soll durch ein Abbild der Stadt selbst für Kinder und junge Familien attraktiver gestaltet werden. Dazu wird u. a. ein Wasserspiel auf dem „Südmarkt“ in Bischofswerdas größten Stadtteil installiert. Einheimische und Besucher werden animiert, ihren Aufenthalt auf dem Areal zu verlängern und die Besucherfrequenz generell zu erhöhen.

**SCHIEBOCK**  
– spielerisch (er)leben

**Bischofswerda**  
VOR ZUK OBERLAUSITZ

**Schaukelrad**

**Lehne mit Zick-Zack**

**Schleuse**

**Kinderfest**

**Ab in die Mitte!**  
Die CapOlive  
Bauwerk

**Der SCHIEBOCK** spiegelt eine hitzige Schalkarne aus Frühen Zeiten vor dem aus die Händler ihre Waren verkaufen – ist landläufig der Spitzname der bischöflichen ehemalige Bischofswende. Ein einziges Abbildungsmerkmal zu symbolisieren, sollen im Stadtbild von Bischofswerda die Schiebocke an vielen Stellen sichtbar werden. Bischofswerda ist ein Ort, der sich durch die hier dargestellte Idee „der Schiebock als Wasserspiel“ soll in den Südsatz auf einen Erlebnis-Ansatz realisieren werden, wo die Schiebock-Gedanke für Kinder und deren Familien spielerisch erlebbar wird.

**Wasserspiel als Symbol**  
Das WASSERSPIEL ist eine verkleinerte Darstellung der Stadt Bischofswerda. Hauptelement ist der Schiebock, der sich auf dem quadratischen Marktplatz befindet. Zu Füßen des Marktes liegen der Fischer gemeinsame Markt sowie der Coudendrich und dabei im Wasserspiel nur durch eine Schleuse getrennt. Verantwortlich sind das System durch den sich durch Bischofswerda und Umgebung langgestreckte Fluss. Das Wasserwerk sowie mehrere Grünflächen – die zentrale Gestaltung der Oberflächensatz. So entsteht eine reale Verbindung zwischen den wichtigsten Wasser elementen der Stadt an der zur Oberflächensatz sind. Dieses wichtigste Element verknüpft im Wasserspiel. Direkt neben dem Wasserbereich befindet sich ein Sand baden. Für kleine Kinder kann es weiterhin als schillerter Sandkasten dienen und bietet somit Familien mit Kindern unterschiedlichen Alters die Möglichkeit gemeinsam dort Zeit zu verbringen. Die natürlich geformten Grundrisse unterschiedlicher Größe laden besonders im Sandbadbereich als Sitzgelegenheit für Eltern ein, um ganz nah an der Erlebniswelt ihrer Kinder teilnehmen zu können.

**Wird im Rahmen eines Begründerwochs (i.d.R. zum Walkindertag im September) ein Baum, Strauch, etc. für die angrenzenden und bürgerlichen Areal mit dem Namen „Schiebock“ und ein Straußengarten.**

**Auf dem Spüren Schiebocks**  
Das Wasserspiel ist eine Einmaligkeit und ist eine Abgrenzung von herkömmlichen Wasserspielen. Es verbindet **ERLEBTES MANDAT** in Form eines Wettbewerbsbeitrags von Bürgern für Bürger, modernes Design und Historie – geliebt zu die **DOE** des städtischen Marktes. Der „Schiebock“ soll als kulturelle Abgrenzungsmarkmal und touristisches Markenzeichen in der Stadt etabliert werden. Dafür steht sich die Arbeitstypen „Zoothema“ und Kultur“ bestehend aus Bürgern, Vertretern der Stadt und Unternehmen ein.

**Ort der Generationen**  
Der „SÜDMARKT“ befindet sich in Bischofswerdas größtem Wohngebiet mit Kindertagesstätte, Schul und Erholungsflächen (Schilfbach Bogen). Das Areal fungiert bereits als Verweilfläche, Bewegungsstätte, Spielplatz, FcH und Markt platz. Es soll um das Element des „Wasserspiels“ erweitert werden. Durch das Wasserspiel sollen und entsprechend aufgewertet werden. Durch den Wasserplatz abgeben Marktsätzen und den Schiebock erbringt eine Verbindung der Stadtbild (Marktplatz) statt nach Süden, was durch die Idee der Orientierung mit dem Schiebock als Markenzeichen der Stadt. Der „Schiebockquadrat“ wird als Symbol für alle herwachsenden Kinder der Stadt gestaltet. Die Verwendung einheimischer Holz und Gestein steht für ein symbolisches zu Hause sein in der Region. Gleichzeitig dient das Areal als Begrüßung / Verweilfläche für alle Generationen. Das Projekt soll somit die Identifizierung, Bindung der Südsatz unterstützen und ihr den typischen Schiebock Charakter verleihen, der bereits an vielen Stellen der Altstadt zu entdecken ist. Darüber hinaus erhält der Südsatz durch das Wasserspiel sowie das rausgehaltene Erlebnis eine gewisse Aufwertung und Bereicherung im Quartier Bischofswerda. Das Areal des Quartiers Südmarkt und kulturellen Stadtbild (Marktplatz) auf dem Schiebock zum wichtigsten Element – unterstützt von ortsnahen Verweilen und Verbinden unterschiedliche/te die Wertigkeit des Quartiers und fördert das soziale Miteinander.

**Durch zielgerichtetes Vorgehen soll erreicht werden, dass diese Erkenntnis stärker als bisher für Stadtentwicklung Kultur und Tourismus genutzt werden kann. Denn wenn es gelingt, den Schiebock als touristische „Stadt Marke“ wirkungsvoller zu nutzen, kann (invers) Stadtentwicklung und touristische Attraktivität gestärkt werden und tagsüber, wie Touristen deutlich als bisher zwischen Märkten. Bspw. ist es nicht selten, dass in der Stadt ankommen, damit einher geht (invers) Stadtentwicklung, denn Besucher kaufen auch ein, weil sie in Gaststätten oder Geschäften (Einrichtungen) (z.B. Tropic, Kiosk, Café, etc.) sehen. Gelernt).**

**Ein und höher: Ein drittes nicht weniger wichtiger Aspekt ist die damit verbundene finanzielle, Schul und Erholungsflächen (Schilfbach Bogen). Das Areal fungiert bereits als Verweilfläche, Bewegungsstätte, Spielplatz, FcH und Markt platz. Es soll um das Element des „Wasserspiels“ erweitert werden. Durch das Wasserspiel sollen und entsprechend aufgewertet werden. Durch den Wasserplatz abgeben Marktsätzen und den Schiebock erbringt eine Verbindung der Stadtbild (Marktplatz) statt nach Süden, was durch die Idee der Orientierung mit dem Schiebock als Markenzeichen der Stadt. Der „Schiebockquadrat“ wird als Symbol für alle herwachsenden Kinder der Stadt gestaltet. Die Verwendung einheimischer Holz und Gestein steht für ein symbolisches zu Hause sein in der Region. Gleichzeitig dient das Areal als Begrüßung / Verweilfläche für alle Generationen. Das Projekt soll somit die Identifizierung, Bindung der Südsatz unterstützen und ihr den typischen Schiebock Charakter verleihen, der bereits an vielen Stellen der Altstadt zu entdecken ist. Darüber hinaus erhält der Südsatz durch das Wasserspiel sowie das rausgehaltene Erlebnis eine gewisse Aufwertung und Bereicherung im Quartier Bischofswerda. Das Areal des Quartiers Südmarkt und kulturellen Stadtbild (Marktplatz) auf dem Schiebock zum wichtigsten Element – unterstützt von ortsnahen Verweilen und Verbinden unterschiedliche/te die Wertigkeit des Quartiers und fördert das soziale Miteinander.**



# Burgstädt: Burgstädt zeigt Gesicht – Dein Comic deine Stadt

**BURGSTÄDT ZEIGT GESICHT**  
**DEIN COMIC DEINE STADT**

**AS IN DIE**  
Der Sender fragt die Verantwortung dafür, dass sein Signal den Empfänger erreicht. Schüler finden bereits Facebook nur noch geräusch – welchen Sinn wird denn der Versuch machen, sie über das Ambient zu erreichen?  
Ein Comic scheint demgegenüber als junges Medium. Ein Comic erzählt Geschichten in Bildern, gern mit Text kombiniert. Obwohl über 1400 Jahre alt, sind Comics auch heute noch beliebt z.B. in Form von Mangas, Graphic Novels und Popkulturgeschichten bei den jüngeren und jüngsten. Die Autoren erörtern sich an die Abrafaxe oder an Wilhelm Busch.

**PROJEKTZIEL**  
In unseren verschiedenen Beteiligungsformaten – die öffentlichen Gremien, die wöchentliche Stadt-anzeiger, Befragungen, Einwohnerversammlungen bis hin zu Werkstattgesprächen – können sich in Burgstädt stabile Kommunikationsnetzwerke zwischen den heute Handelnden gebildet.  
Die Gruppe der künftigen Handelnden haben wir bisher im partizipativen Prozess zu wenig erreicht. Damit fehlen deren Input und deren Kraft, wenn es darum gehen soll, die Stadt für ihre Zukunft fit zu machen.  
Wir möchten unsere Kinder, Jugend- licheit und jungen Erwachsenen aktiver in den Kommunikations- und Gestaltungsprozess zu unserer Stadt einbinden, um jetzt und auch künftig „Kreative“ Handeln in „Gretchen wandeln“ zu befördern.

**WERKSTADTGESPRÄCHE**  
beim täglichen Gang durch die Stadt, vorbei an schicken und leeren Läden – die Amazon- und Lieferando-App auf dem Handy – macht Handlungsrelevanzgespräche, Büromark- verkauf oder Restaurantschließung traug und betroffen. Die Gründungsgeneration der 1900er Jahre geht in Rente. Was wird denn aus unserer Stadt? Diese Frage kann nicht allein beantwortet werden. Dafür braucht es die Menschen in einer Stadt, die sie formen, gestalten, verändern und mit Leben füllen.  
Mit den Werkstattgesprächen wurde eine stabile Kommunikationsform für die Stadtgesellschaft initiiert. Gemeinsam mit den Bürgern, lokalen Akteuren, Gewerbetreibenden und Fachexperten wurde Beste- hendes reflektiert, Qualitäten und Defizite analysiert, Herausforderungen erkannt und neue Ideen gesammelt.  
So wie die Enkel der Oma das Handy nahe bringen, müssen wir den Wandel aus Glöb- lisation und Digitalisierung in die lebe- nstüchtige Struktur unserer Stadt übersetzen. Dazu brauchen wir die „neuginger“ Maßgeb- lichen, die Kreativeln, die Jungen, die Enkel der Stadt!

**KOMMUNIKATIONS- PLATTFORM**  
Wir wissen, dass sind noch mehr Menschen mitkreativ sein können. Wir brauchen deshalb „Zeig dich Zeigt Gesicht“

**WAS MACHT DIE INNERSTADT BESONDERS**  
Wer wird die AKTEURE?

**AUSTAUSCH ZU DEN FRAGEN**  
Wann soll die Stadt künftig eine BÜHNE bieten?

**WELCHE STRUKTUREN/ OBJEKTE SOLL ERHALTEN BLEIBEN**  
Welche RÖLE SOLL DIE INNERSTADT IN UNSEREM LEBEN SPIELEN?

**LICHTRAUM UND STEINER**  
KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT STADT- UND VERKEHRSPLENNE CITYMANAGER

Ab in die Mitte!  
Die Deutsche Haus

Burgstädt möchte mit einem temporären Lichtprojekt das Deutsche Haus als „erstes Haus am Platz“ insbesondere den jüngeren Altersgruppen nahe bringen. Mit dem „Burgstädter

**VIRTUELLE WELT**  
Durch seine Freiheit in der Form erscheint der Comic als ideales Medium für die angereichtete generations- übergreifende Kommunikation. Er ist filigran, lebhaft und Emotionen zu transportieren. Er bietet Mitmach- potential, insbesondere für eine Generation, welche sich im Stadtbild gern auch mal über Graffiti und Tags artikuliert.  
Deren Ideen und Kreativität wollen wir erschließen und sie konkret zu Treffen in der virtuellen Welt des Comic- einladen. Hier kann man spielen und spiegeln (auspro- bieren) und verwerfen, dokumentieren und tauschen. Hier können Protagonisten entstehen. „Dein Comic für Burgstädt – wie siehst du dich und deine Stadt“ soll Einbindung an die Burgstädter Kinder und Jugend sein.

**ZEICHENBUCH**  
Die Ergebnisse aus der Stadtbildungsanalyse zur Erhal- tungssatzung sollen für die Reise zum ersten Trans- portmittel werden. Die Stilzeichen sollen nicht nur in der Gestaltungsbibel für die Altstadt erscheinen, sondern auch die Vorlagen für ein Burgstädter Zeichenbuch liefern.  
Zunächst verteilt an die Burgstädter Kinder- und Jugendeinrichtungen, soll der Wettbewerb „Dein Comic für Burgstädt“ initiiert werden. Ausdiffer- und aus wird das Altstadtmanagement unter Einbe- ziehung des Jugendstadtrates sein.

**LEBENSQUALITÄT**  
Das Deutsche Haus in Burgstädt ist stadtbekannt, städtebaulich bedeutsam, seine Geschichte und Geschichten als Vergnügungsort mit Restaurant, Hotelbetriebs und Tanzsaal historisch und für den einen oder anderen persönlich bedeutsam – und steht seit vielen Jahren leer.  
Im Rahmen eines temporären Projektes sollen die Grenzen zwischen Virtuelles und Reales verwischen und in die derzeit leeren Fensterhöhlen Licht und mit diesem via Scherenschnittsmotiv Bewohner einziehen. Damit holen wir die Protagonisten aus der virtuellen Welt in die Burgstädter Altstadt.

Ab in die Mitte!  
Die Deutsche Haus

Comic“ soll die Grundlage für die aktive Teilhabe am Kommunikations- und Gestaltungsprozess in der Stadt geschaf- fen werden..

## Delitzsch: Delitzsch floriert

Die Stadt Delitzsch möchte öde Grünflächen mit farnefrohen Blumenelementen aufwerten. Verschiedene neue Pflanzungen sollen dabei helfen, die Turmstadt neu in Szene zu setzen. Zentrales Element soll der Blumenturm auf einem neu gestalteten Platz im Herzen der Stadt sein. Graffitiaktionen tragen dazu bei, dass in der Stadt neue Akzente gesetzt werden. Des Weiteren verschafft das innerstädtische Straßenfest "Delitzsch strahlt" einen unvergesslichen Erlebnistag.

# Delitzsch *floriert*

**Delitzsch blüht**

Als zentrale Straßen werden die Eisenburger Straße und breite Straße (gartenkinderreich) aufgewertet. Verschiedene nachhaltige Pflanzungen setzen die Innenstadt neu in Szene, damit sie in neuem Glanz erstrahlt. Auch das andere Handwerk verbindet aus Delitzsch wird dabei eine Plattform geboten. Neben das Handwerk hat Nachschubsprache und vielleicht lässt sich auf diesem Wege der Vielfalt der Handwerksbetriebe legitimieren. In dieser Kooperation sollen weitere blühende Säulen in der Stadt entstehen, beispielsweise Kreuzerkäfer und Pflanzenzoo.

Ein künstlerischer Blumen- bzw. Pflanzenzoo wird das Herz der Stadt verschönern. Der Turm bietet ebenfalls auch das perfekte Umfeld und bietet Überdammung für viele Insassen. Die Stadt wird auch mit Kaffeeplätzen am öffentlichen WC am Schulze-Deitzsch-Denkmal und mit bunten Blumenspiegeln als Mustergartnung entlang der innerstädtischen Einkaufszone geschmückt. Die Handwerker und die Bürger in der Innenstadt werden viele für die Begrüßungen sein.

**Delitzsch kreativ**

Eine neue Graffitiaktion ergänzt das bestehende Portfolio an kreativ gestalteten Fassaden direkt am Unteren Bahnhof soll ein Bahnhofsgebäude neue Farbakzente erhalten, damit der Besucher sofort in die Innenstadt gelangt wird. Die Gäste können bei einem Barbecue im öffentlichen Stadt und mehr festliche Aktivitäten entdecken, denn in Delitzsch finden sich viele neue ausgefallene Hingucker. Einige Häuserfassaden, der Tempelmarkt oder diverse Schul- und Stromkästen wurde in den letzten drei Jahren im Busch von Street-Art verpackt.

**Delitzsch pflegt**

Für ein sauberes Delitzsch geht der Werbegemeinschaft Delitzsch e.V. zusammen mit der Stadtverwaltung Delitzsch bereits seit über zehn Jahren mit gütigen Bäumen in Sachen Frühjahrspflege voran. Immer mehr Bürger beteiligen sich mit zusätzlichen Reinigungsaktionen in weiteren Stadtteilen, damit die Stadt das ganze Jahr über glänzt. Der Delitzscher Werbegemeinschaft e.V. verspricht sich, dass Jung und Alt für die Thema Mülltrennung sensibilisiert werden und ein Bewusstsein zum Ressourcenschutz entwickelt.



**Delitzsch strahlt**

Im September wird in hart in der Stadt und die Delitzscher sind eingeladen, das Sommerfest selbst mitzugestalten. Das innerstädtische Straßenfest liefert der Werbegemeinschaft Delitzsch e.V. schaffte Mehrwert und verbindet. An diesem unvergesslichen Erlebnis tag fördern gemeinschaftliche Aktivitäten das Weiswerden:



Durch die Einbeziehung von Vereinen, Kulturinstitutionen, Einzelhändlern, Unternehmen und Künstlern bei Sport-, Fitness- und Mitmachangeboten, Kunst und Unterhaltung werden Klein und Groß überrascht:





Große Kreisstadt Delitzsch | Werbegemeinschaft Delitzsch e.V.

## Flöha: Der rote Faden

Die Stadt Flöha möchte ihre alte Baumwollfabrik als neues Stadtzentrum etablieren. Besucher vor Ort sollen sich mit der Geschichte der „Alten Baumwolle“ auseinandersetzen. Info- und Orientierungstafeln laden dabei zum Rundgang ein. Des Weiteren ist eine Dauerausstellung geplant.

# Ab in die Mitte! Die City- Offensive Sachsen

## „Kreatives Handeln in Erlebnis wandeln“

**Ausgangssituation**

Der Name „Alte Baumwolle“ steht symbolisch für eine der ältesten Baumwollspinnereien Sachsens, die ununterbrochen über 185 Jahre lang von 1809 bis 1984 produzierte. Der Betrieb hat damit bereits sehr lange eine besondere Bedeutung für die Stadt und die Region. So war die „Alte Baumwolle“ nicht nur wirtschaftlich über viele Jahrzehnte ein bestimmender Faktor, sondern prägte auch nach dem Produktionsende durch ihre besondere Industriearchitektur das Stadtbild Flöha – und ist dies bis heute auf einzigartige Weise. Diese herausragende Stellung der „Alten Baumwolle“ in Verbindung mit einem blühenden Stadtzentrum führen zu Überlegungen, das numeriert denkmalschützte Ensemble zu revitalisieren und aus dem ehemaligen „Industriezentrum“ in einem deutschlandweit einmaligen Umwandlungsprozess das Stadtzentrum für Flöha entstehen zu lassen.

Begleitet wird dieses im Jahr 2021 begonnene Großprojekt durch eine beständige Öffentlichkeitsarbeit, um die Bürger auf diesen Weg „mitzunehmen“ und ihnen sowie potentiellen Investoren, Planungs- und Baubehörden zu zeigen. Dies hat entscheidend dazu beigetragen, dass die „Alte Baumwolle“ inzwischen als einzigartigste Beispiel der Stadterneuerung bundesweit bekannt ist und der anfangs kontrovers diskutierte Umwandlungsprozess von den Bürgern nunmehr mitgetragen und auch mitgesteuert wird.

Die neuen Nutzungen der Gebäude sind mittlerweile für jedermann ersichtlich. Aber welche Funktionen hat die Gebäude fächer? Wann sind sie entstanden und warum haben sie diese Bauweise? Was sagt sich dazu? Das ist vor Ort nicht mehr erkennbar.

Die Gesamtkonzeption „Der rote Faden“ soll helfen, diese Fragen zu beantworten sowie die Vergangenheit mit der Gegenwart zu verbinden. Zugleich werden mit diesem Teil der Verortung von Baumwolle auf dem Areal über einen Zeitraum von 185 Jahren und die beeindruckende Backsteinarchitektur symbolisch aufgegriffen.

Als weiterer Baustein der Öffentlichkeitsarbeit birgt die Projektidee die Chance, die identitätsstiftende Wirkung der „Alten Baumwolle“ auf die Bürger Flöha vor Ort zu stärken, die Akzeptanz des neuen Stadtzentrums weiter zu fördern und gleichzeitig ein beeindruckendes Stück deutscher Industriegeschichte so zu dokumentieren, dass auch über die Stadtgrenzen hinaus das Interesse an der „Alten Baumwolle“ geweckt wird.

**ALTE BAUMWOLLE**

### Der rote Faden

**Konzeption**

**2**

**Infotafeln**

**Dauerausstellung**

**Orientierungstafeln**

An den beiden Hauptgängen zum Areal ist die Aufbereitung von Orientierungstafeln (Format 110 x 150 cm) geplant, die dem Besucher in Form einer Gesamtansicht schnell und kompakt einen Überblick über das Areal ermöglichen. Eine weitere Orientierungstafel ist zentral am zukünftigen Marktplatz vorstellbar. Durch Anbringen von QR-Codes werden die virtuelle Baugänge, welche bereits online verfügbar ist, und ein ganzzahlig berechneter Audioguide eingebunden.

Jedes Gebäude erhält an der Fassade eine verortungsbestimmte Info-Tafel (Format 30x40 cm), welche jeweils einen Kurzüberblick zum Gebäude, Baugeschichte / Nutzungen (1 von 1) und eine Verortung im Areal enthält. Auf den Tafeln werden QR-Codes platziert, um den Besuchern Zugang zu weiterführenden Informationen über die Webseite „Alte Baumwolle“ und zum Ausganssitzung zu ermöglichen.

Im Gebäude „Wasserbau“ ist im öffentlichen Bereich eine Dauerausstellung geplant, welche die Geschichte der „Alten Baumwolle“ umfassend illustriert. Dabei soll ein Mix aus Print- und Digitalmedien den Weg vom Areal zum Stadtzentrum über einen Zeitraum von über 200 Jahren anschaulich darstellen. Architekturmotive und Exponate ergänzen die Ausstellung.



## Freital: PERGOLA – Wandelgang vom Handel zur Natur

An der neu errichteten Pergola auf dem Neumarkt der Stadt Freital soll in Zukunft eine bunte Mischung aus kulturell-künstlerischen Angeboten und Veranstaltungen entstehen. Künstler aller Art nutzen die ebene Fläche, um auf sich aufmerksam zu machen und laden dabei zum Verweilen ein. Die künstlerische Untermalung soll den Wochen- und Flohmarkt aufwerten und mehr Kunden sowie auch Händler anziehen.





# Görlitz: Stadt Oase Postplatz: Handeln & Verwandeln

**Ab in die Mitte!**  
Die City-Offensive Sachsen

**Ab in die Mitte! City-Offensive Sachsen Wettbewerb 2019: „Kreatives Handeln in Erlebnis wandeln“**

Der Postplatz ist der schönste Platz im Geschäftszentrum von Görlitz. Sein Brunnen die „Muschelminna“ ist Wahrzeichen der Stadt, sein Wasser wirkt wie eine Oase, anziehend für Korawanen, erfrischend für alle. Nach vier Jahren Bauzeit erstrahlt der Platz 2020 neu, Autoverkehr wird auf eine Schmalseite begrenzt, 2.000 Quadratmeter Platzfläche sind dann frei für Neues. Doch wie lässt sich der Platzgewinn in Freizeit, Spaß und Erlöse ummünzen? Der

**Spielplan Stadt Oase**  
macht aus Bürgerstolz aktive Mitwirkung - ganzjährig und dauerhaft, denn „Nach dem Bau ist vor dem Leben“.

**Treffen & Bleiben**

| Was?                                                                    | Wann?           | Wer?                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Sitzinseln</b><br>Liegestühle, Lammesofas, Sitzen ohne Verzehr-Zwang | ganzjährig      | Stadt                                                             |
| <b>Sonnenschirme</b><br>Ein Platz - ein Design                          | April - Oktober | Läden am Platz                                                    |
| <b>Fitness</b><br>im Freien, Mitingsport für Angestellte                | Mai - Juni      | Fitnesscenter, Physiotherapeuten, Gesundheitskassen, Stadtgärtner |
| <b>Platzregen</b><br>ab 35°C Rasensprengen als Erfrischung              | Hitzewelle      |                                                                   |

**Hören & Sagen**

| Was?                                                                     | Wann?      | Wer?                                |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------|
| <b>Kleingeld-orchester</b><br>Schüler musizieren „für den Hut“           | ganzjährig | Gymnasien, Musikschulen, Bläserchor |
| <b>Balkonblasen</b><br>Blasmusik von Balkonen und Dachterrassen am Platz | Jahrgang   |                                     |
| <b>Lautlos Konzerte</b><br>auf Liegen, über Kopfhörer                    | Sommer     | Oberschulen                         |

**Verlockend anbieten**

| Was?                                                                             | Wann?           | Wer?                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Abi Ball Bazar</b><br>Schüler bieten Produkte und Serviceleistungen           | April, Oktober  | Gymnasien                                                |
| <b>Neujahrsmarkt</b><br>Pendler zum Christkindmarkt in der historischen Altstadt | Dezember/Januar | Kulturservice, Händler, Aktionäre                        |
| <b>Fernsicht</b><br>Reise- und Outdoor-Messe mit Augenzeugenberichten            | September       | Preisverleiher, Sporthändler, IHK, Tierra Eine Welt e.V. |

**Schauen & staunen**

| Was?                                                                              | Wann?         | Wer?                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|
| <b>Lichterglanz</b><br>langer Samstag mit temporärer Lichtgestaltung              | November      | Händler, Aktionäre, IHK               |
| <b>Lichtgestaltung</b><br>dauerhafte Aufwertung                                   | ganzjährig    | Stadt                                 |
| <b>Blüenzauber</b><br>Gärtner verraten ihre Geheimnisse vom Rabatten-Glück        | September     | Stadt, Gärtnervereine                 |
| <b>Sommerkino</b><br>Kaffee - diesmal oben ohne                                   | Juli - August | Filmklub „Von der Rolle“              |
| <b>Background Guide</b><br>Führungen hinter die Fassaden bedeutender City-Gebäude | ganzjährig    | Stadlergang Tourismus/Management, EGZ |

**Momente feiern**

| Was?                                                   | Wann?      | Wer?                                |
|--------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------|
| <b>Muschelminnefest</b><br>Neubelebung des Stadtfestes | Mai        | Aktionskreis, Kulturservice Görlitz |
| <b>Fußball EM 2020</b><br>gemeinsam (Public viewing)   | Juni/ Juli | Event Manager                       |
| <b>Wettbewerb</b><br>Beachvolleyball                   | August     | Sportvereine                        |
| <b>Erntedankfest</b>                                   | Oktober    | Kirchgemeinden                      |

# Stadt Oase Postplatz

## Handeln & Verwandeln

Impressum: Herausgeber: Stadt Görlitz Grafikdesign: Amt für Stadtentwicklung, Görlitz 2019

Der gründerzeitliche Postplatz im Zentrum der Grenzstadt Görlitz wird durch umfangreiche Investitionen neu aufbereitet. Anwohner und Besucher sollen durch neue Möblierung, Lichtgestaltung sowie verschiedene Veranstaltungen an-

mirt werden, den Postplatz als innerstädtischen Treffpunkt wiederzuentdecken. Neue gesellschaftliche Bedürfnisse, die Stadt zu erleben und zu genießen, sollen zur Stärkung des Geschäftszentrums beitragen.



## Groitzsch: Groitzschichte(n)

Mit dem Projekt „Groitzschichte(n)“ will die Stadt Groitzsch ein zeitgemäßes Informationsangebot für ihre Bewohner und Besucher bereitstellen. Das Heimatmuseum stellt dabei ein leicht zugängliches Informationsmedium bereit, welches per QR-Code abgerufen wird und somit auf die mobilen Endgeräte gelangt. Die angesprochenen Codes findet man auf Hinweisschildern wieder, welche eine kurze Grundinformation zu dem Platz oder Gebäude geben.



### „App in die Mitte!“

Unser Vorhaben schafft ein zeitgemäßes Informationsangebot des Heimatmuseums der Stadt Groitzsch. Es ermöglicht Einwohnern und Besuchern auf bequemen Weg, die Stadtgeschichte(n) am authentischen Ort ihrer Entstehung zu erfahren. Und das rund um die Uhr - beispielsweise beim Verweilen auf einer öffentlichen Sitzbank oder dem Sonntagsspaziergang. Dazu stellt das Heimatmuseum den Nutzern ein leicht zugängliches digitales Informationsmedium zur Verfügung, das verschiedene historisch wichtige Orte im Stadtgebiet ansprechend erklärt und zu deren Besuch animiert. Dazu gilt es „die Menschen dort abzuholen, wo sie sind.“ - sie für die spannende Geschichte ihrer Heimat zu begeistern und ihnen deren weitestgehende Bezüge zu illustrieren. Die Idee, die Nutzer selbst zu Entdeckern und Forschern zu machen und sie damit für die Institution Heimatmuseum zu aktivieren, erfolgt durch die Kommunikation von offenen Forschungsfragen, Ratespielen oder anderen, auch analogen Mitmachangeboten.

**Projektpartner:**  
1. Stadtverwaltung Groitzsch  
2. Naturfreunde- und Heimatverein Groitzsch e.V.  
3. Gruppe ZEITRAUMORT

**Ziele unseres Projekts sind die**  
1. Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt  
2. Revitalisierung des Heimatmuseums  
3. Förderung des Tourismus  
4. Identitätsstiftung für die Stadtgesellschaft

**Projektschritte und Zeiträume**  
Ab 2020 Entwicklung des Pilotprojekts  
Ende 2020 Öffentlichkeitswirksame Präsentation des Pilotprojekts mit Bürgerbeteiligung.  
Ab 2021 Weiterentwicklung und Verfeinerung des Angebots.  
Ende 2021 Öffentlichkeitswirksame Veranstaltung mit Präsentation der Ergebnisse der Pilotprojekts und Bürgerbeteiligung.  
Ab 2022 wird das Projekt dauerhaft vom Verein betrieben, das Angebot vertieft und es erfolgt die weitere Bürgerbeteiligung sowie Einbeziehung von Bildungseinrichtungen (Kindergarten, Schule, Hort), um letztlich ein breites, interaktives Netzwerk an stadt- und naturräumlichen, historischen und kulturhistorischen Angeboten zu einer hautnah erlebbaren Kulturlandschaft zu verweben.

**UNTERSTÜTZER**  
Die City-Offensive  
Sachsen

**STADT**  
GROITZSCH

**Naturfreunde- und Heimatverein**  
Groitzsch e.V.

**Gruppe**  
ZEIT RAUMORT

## Grünhain-Beierfeld: Vom Kloster zum Erlebnisort für alle – Zukunft erinnern

**Vom Kloster zum Erlebnisort für Alle  
Zukunft erinnern**

**Zukunft erinnern.**  
Die Klosteranlage Grünhain erwacht zu neuem Leben und wird mithilfe digitaler Medien zum wohnhaften interaktiven Lernort.  
An historischer Stätte im Zentrum der Stadt Grünhain-Beierfeld entsteht durch die Kooperation von Stadtverwaltung, Kreativwirtschaft, gemeinwohl-orientierten Einrichtungen und der Bürgerschaft ein attraktiver Treffpunkt für Kultur und Bildung, Begegnung, Erholung, Freizeit und Tourismus. Ein Erlebnisraum, der alle Generationen zum Mitmachen und Gestalten einlädt.

**Virtuelle Zeitreise – die Kräuter Fee und der Mönch.**  
Das Startprojekt sieht einen Rundgang vor, in dem Besucher mithilfe einer mobilen App auf dem eigenen Smartphone oder Leihgerät über mehrere Stationen des Klostergeländes geführt werden.  
Begleitet von den virtuellen Figuren Fee und Mönch und durch Augmented Reality Technologie (AR) erleben und erfahren sie die bedeutsame und bewegte Geschichte des Klosters, von der Gründung über Blütezeit und Niedergang, über das 20. Jahrhundert bis zu dessen Gegenwart und Zukunft.

**Partizipation**  
Über das Startprojekt des Rundgangs hinaus soll die Stärkung der Identifikation, des Gemeinschaftsgefühls und der bürgerschaftlichen Beteiligung durch regelmäßige Veranstaltungen und Mitmach-Aktionen erreicht werden.  
Kreativwettbewerbe verknüpfen die lokalen Akteure aus Verwaltung, Bildung, Kultur, Handel und Gewerbe. Verbunden mit Sammelaktionen von wiederverwertbaren Materialien und Reststoffen (Upcycling) bilden sie die Basis zum Aufbau eines Bauspielplatzes. Unter Anleitung „erfahrener Paten“ gestalten Kinder und Jugendliche die Kulissen für ihr eigenes Phantasie-Kloster. Ein Maker-Space als Experimentierfeld für Jung und Alt.

**Gelebte Nachhaltigkeit**  
Das langfristige Ziel des Lernortes knüpft an die Kräutertradition des Klosters an. „Werde Pate eines Kräuter-Bettes, werde Selbstversorger, baue ein Modell eines Wasserrades und erfahre, wie damit Energie gewonnen wird, werde Architekt und Kulissenbauer.“ Inmitten der Stadt und umgeben von grüner Natur ist die Klosteranlage prädestiniert als Vorbild für städtisches Grün, Urban Gardening und für eine zukunftsfähige ökologische Energieversorgung. Ein Beitrag, den Fachkräfte-Nachwuchs und die Innovationskraft der Stadt zu stärken, der Jugend eine Perspektive zu geben und damit dem demographischen Wandel entgegenzuwirken.

Die Stadt Grünhain-Beierfeld möchte die Klosteranlage als Lern- und Begegnungsort etablieren. Mittels einer mobilen App wird man in Verbindung mit Augmented-Reality-Technologie (AR) durch verschiedene Zeitepochen und

auf seinen Rundgang durch das Kloster begleitet. Darüber hinaus sind auch Wettbewerbe vorgesehen, um die virtuelle Zeitreise weiter zu entwickeln.

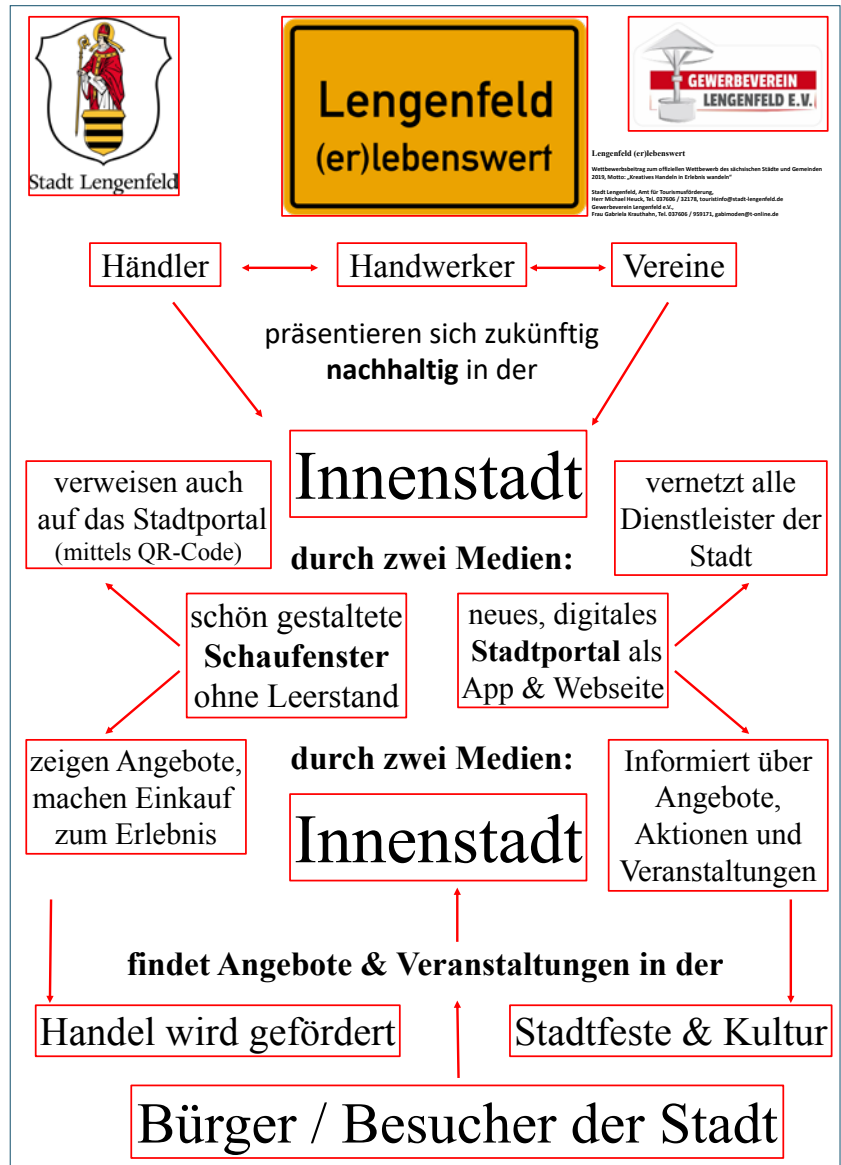






## Lengenfeld i. V.: Lengenfeld (er)lebenswert

Eigentümer von leerstehenden Geschäften der Stadt Lengenfeld sollen animiert werden, ihre Schaufenster ortsansässigen Handwerksbetrieben und Vereinen zur Verfügung zu stellen. Im nächsten Schritt werden die Schaufenster zur Vorstellung, Gewinnung von Fachkräften und Mitgliedern oder Werbemöglichkeit genutzt. Mittels QR-Code kann man später das gebündelte Angebot im Internet wiederfinden.



## Lugau/Erzgeb.: Spuren hinterlassen

An der Oberschule der Stadt Lugau wollen Schüler Spuren hinterlassen und ihren jahrelang vernachlässigten Schulgarten als grüne Oase in der Stadt umgestalten. Darüber hinaus setzen sie sich für ein grünes Klassenzimmer und ein neues Buswartehäuschen ein.



Am entgegen gesetzten Ende der Schule, an der Straße am Stadtbad vor der sanierten Turnhalle, ist eine andere Gruppe wirksam. In der über das Programm LEADER und der Stiftung Sächsischer Architekten geförderten Maßnahme „Architektur macht Schule“ beschäftigen sich die Schüler mit einem dafür ausgewählten Architekten ein Jahr lang mit der Gestaltung eines fehlenden, notwendigen Buswartehäuschens. In Workshops wurden Ideen und Modelle erarbeitet, wie ein Unterstand zum Schutz vor Regen, Schnee, Sonne und Wind aussehen könnte. Nun wäre dieses Projekt zu Ende, würden sich die Schüler mit ihren Entwürfen zufrieden geben. Das machen sie aber nicht, denn die Warthalle wird dringend gebraucht. Vielleicht werden die am Projekt teilnehmenden Schüler nicht mehr an der Schule lernen, wenn das Buswarte-häuschen errichtet ist, aber sie wollen mit viel Engagement Spuren in ihrer Lugauer Schule hinterlassen.



# SPUREN HINTERLASSEN

KREATIVES HANDELN IN ERLEBNIS WANDELN

An der Oberschule am Steegenwald in Lugau gibt es viele Ganztagesangebote und Arbeitsgruppen. Zwei davon haben sich für ein neues Projekt zusammengesetzt, um ihre bisherigen Arbeiten zum Vorteil für die Schüler, zum Nutzen für die Stadt und für die Natur zu bündeln. Zum einen gestaltet eine Gruppe von Schülern im Rahmen von Arbeitsgemeinschaften und Neigungskursen seit einiger Zeit den ehemaligen Schulgarten zu einem Naturgarten mit Beetflächen, Kompostplatz und Öko-Teich um. Für alle diese Projekte, zu denen auch ein Grillplatz gehört, gibt es viel Unterstützung aus der Elternschaft, der freien Wirtschaft und der Stadtverwaltung. An weiteren Ideen mangelt es nicht: so soll aus einem nicht mehr genutzten Volleyballplatz ein Grünes Klassenzimmer entstehen.



Beide Gruppen stellen sich und ihre Projekte im Stadtrat mit dem Ziel vor, die Räte von ihren Ideen zu überzeugen. Für das Buswartehäuschen und das Grüne Klassenzimmer erhoffen sie sich ideelle sowie finanzielle Unterstützung.



Da die Schüler aber wissen, dass Einzelkämpfer oft auf verlorenem Posten stehen, tun sie sich nun zusammen. Das Umfeld des geplanten, den Schülern Schutz bietenden Bushäuschens, soll zur puren Natur werden, mit Blumenwiese und Insektenhotels. Darum werden sich die Schulgärtner mit ihren Erfahrungen kümmern. Auch das ist aktiver Klimaschutz. Im Gegenzug bringt sich die andere Gruppe mit ihren Kenntnissen zu Architektur in die Gestaltung des Grünen Klassenzimmers ein. Beide Projekte verbinden sich zu einer Initiative für eine lebens- und liebenswerte Schule in einem natürlichem Umfeld. Die Spuren eines solchen gemeinsamen Handelns werden weit über die Schulzeit und die Schulgrenzen hinaus wirken und die „Grüne Mitte“ Lugaus ergänzen.



LUGAU

Tiny City...

BT& Life!





## Meißen: Open Stage Meißen

Die Stadt Meißen will mit einer Kleinkunsthöhne Künstlern aller Art eine Möglichkeit geben, sich selbst ins Rampenlicht zu rücken und ihr Können vor Passanten der Altstadt unter Beweis zu stellen. Durch auf den Boden angebrachte Sterne – angelehnt an den „Walk of Fame“ – sollen Besucher der Stadt motiviert werden, selbst einen kulturellen Beitrag zu leisten. Mittels einer App hat jedermann die Chance, sich in einen Bühnenkalender einzutragen.



**OPEN STAGE MEISSEN**

Die Bühne gehört dir!

Es steckt ein Star in dir!

Dein Weg zum Ruhm!

Meißens malerische Silhouette bildet eine ideale Kulisse für Hochkultur und traditionsreiche Feste. Zahlreiche Großveranstaltungen wie NEUE BURGFESTSPIELE MEISSEN, das Chor- und Literaturfest oder die Lange Nacht der Kunst, Kultur und Architektur bringen jedes Jahr viele Künstler auf die Bühnen und zehntausende Besucher in die Altstadt.

Schön und gut! Wo jedoch können Musiksöhler, Stand-Up-Comedians, Alleinunterhalter, Rezitatoren, Breakdancer oder Pantomime sich und ihr Können präsentieren? Für all diejenigen, die mit einer Begabung gesegnet sind, welche der Öffentlichkeit auf keinen Fall vorenthalten werden sollte, gibt's in Meißens Altstadt jetzt die „Open Stage Meißen“.

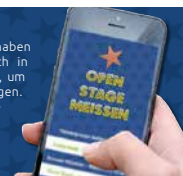
### DIE IDEE, DIE DICH AUF DIE BÜHNE BRINGT

Die „Open Stage Meißen“ ist eine Kleinkunsthöhne, welche dich ins Rampenlicht bringt! Zeig den Passanten in der Altstadt was in dir steckt. Egal ob du in Meißen oder der Region wohnst und präsentieren möchtest was du auf dem Kasten hast oder ob du als Tourist in

der Stadt bist und etwas aus deinem Heimatland vorführen möchtest – die „Open Stage Meißen“ stellt dich auf die Bretter, die die Welt bedeuten! Die „Open Stage Meißen“ ist eine circa 5 x 3 Meter große Bühne. Welcher Platz ist als

Standort für eine solche Bühne besser geeignet als der Theaterplatz, auf dem sich durch Theater, Kino, Kunsthandwerker, Restaurants und Cafés viele Kunst- und Kulturbesister treffen? Bei Bedarf kann die Bühne jedoch auch an anderen Standorten genutzt werden.

### VON BREAKDANCE BIS BLASMUSIK



**Ab in die Mitte!**

**AUF DEM BODEN ANGEBRACHTE MARKIERUNGEN** in Form von „Stars“ wie auf dem „Walk of Fame“ in Los Angeles weisen den Weg zur Open Stage Meißen. Die „Stars“ sind mit Slogans wie „Dein Weg zum Ruhm!“, „Die Bühne gehört dir!“, „Es steckt ein Star in dir!“ versehen und sollen Passanten motivieren spontan die Bühne zu besteigen und einen kulturellen Beitrag zu leisten.

**MITTELS EINER EIGENEN APP** haben Interessierte die Möglichkeit, sich in einen Bühnenkalender einzutragen, um ihren Auftritt im Vorfeld anzukündigen. Und Fans von Kleinkunst haben die Chance sich darüber zu informieren, ob schon konkrete Auftritte auf der „Open Stage Meißen“ geplant sind.





## Mulda: Multifunktionaler Mehrgenerationenplatz - Zethau (er)fahren

Die Gemeinde Mulda will im Ortsteil Zethau einen multifunktionalen Mehrgenerationenplatz schaffen. Investiv geplant ist dabei ein Fahrradparcours mit Verkehrslehrgarten. Dieser Platz fördert nicht nur Bewegung für die Bürger sondern ist auch Bindeglied zwischen allen bisher geschaffenen erlebnisorientierten Angeboten und Einrichtungen im Ort. Für die bessere Erreichbarkeit ist ein Fuß- und Radweg geplant.

### Multifunktionaler Mehrgenerationenplatz „Zethau (er)fahren“

- Hügel Landschaft für BMX-Räder, Fahrräder, Laufräder (Pump Track), Buckelplatte
- Begegnungsstelle für Gruppen und Vereine mit Lagerfeuerplatz, Picknicktisch und Bänken (barrierefrei)
- Verkehrsparcours, Asphaltfläche mit Straßenmarkierung zum Erlernen der Straßenverkehrsordnung
- Trainingsplatz für Vorschul- und Grundschulkinder – Vorbereitung Fahrradprüfung
- Hindernisparcours mit Rampe, Half Pipe, Stufen, Balken, schiefe Ebenen.

Der Platz wird multifunktional genutzt für die jährlich stattfindenden Frühlingsspiele, Missbach-Treffen u.a. Deshalb werden die Teile und Elemente transportabel gefertigt.

- Fuß- und Radweg zum Spielplatz, dem BHG (Begegnungshaus der Generationen und Nationen – „Ab in die Mitte“ 2009) und „Grüne Schule grenzenlos“. Dieser zu schaffende Wegeverlauf garantiert eine sicher Verbindung aller Plätze des Ortszentrums ohne Nutzung der öffentlichen Straße.

**Zethau (er)-fahren**

**Gemeinde Mulda**

- Kindergarten Zethau
- Flachsmuseum
- Feuerwehr
- Sportverein Zethau
- Grüne Schule grenzenlos e.V.
- Hort und Schule Mulda
- Elterntermininitiative
- Tourismusverband
- Kirchgemeinde Zethau
- Sponsoren

Ab in die Mitte!

## Oederan: Perspektiva - Die Oederaner Fotowelt

**Ausgangssituation**

In der Oederaner Innenstadt gibt es attraktive Verweilbereiche, Wegebeziehungen und Events. Sie entspringen oft dem „Ab in die Mitte“-Wettbewerb. Dazu gehören die Wasserweilen, die Familien- und Erlebnisseite, die Wohn(n)esserschaft u.a.m. Die Angebote wurden einfach, damit sich Einwohner und Gäste gleichermaßen wohlfühlen. Zusätzlich zielen sie aber auch darauf, dem innerstädtischen Handel potenzielle Kundschaft zuzuführen.

Trotz vergangener Maßnahmen bleibt die Situation der Innenstadt schwierig. Die Stadtverwaltung, die am Marktplatz ein wichtiger Frequenzbringer war, ist für mehrere Jahre heraus aus dem Stadtzentrum umgezogen. Entsprechend „ruhig“ geht es zwischen Markt und Albrechts zu. Nicht nur kurzfristig, sondern dauerhaft gibt es neue spannende Angebote helfen, zusätzliches Leben in die Stadt zu bringen.

**PERSPEKTIVA OEDERAN**

**Die Perspektiva - die Oederaner Fotowelt - ist eine unbefristete, ganzjährige Freiluft-Fotoausstellung. Sie besteht aus mobilen Fototafeln, die sich über die Innenstadt verteilen.**

Die Perspektiva bringt einerseits kunstbegeisterte Menschen ins Kleinstadtzentrum und fördert gemeinsam mit kreativen Sitzgelegenheiten deren Verweilen. Andererseits lädt sie Vereine, Initiativen und Einwohner, aber auch Profi- und Laien Fotografen zum aktiven Mitmachen ein. Durch fortwährend thematisch neue Galerien, aber auch durch Wettbewerbe bleibt die Oederaner Fotowelt stets aktuell und dauerhaft spannend.

**Projektziele**

Die Perspektiva soll eine über die Stadt hinaus wirkende Attraktion werden. Sie möchte nicht allein die Einwohner Oederans in die Innenstadt ziehen, sondern auch Gäste von außerhalb sollen den Weg ins Oederaner Zentrum finden.

**Projektinhalt**

Die Perspektiva erreicht sich über mehrere Bereiche des Stadtzentrums: den Marktplatz, das Areal um der Stadtkirche und die Familien- und Erlebniswelt; insgesamt stellt die Stadtverwaltung zwölf mobile Fototafeln auf. Zusätzlich schaffen die Verwaltung und der Gewerbeverein unterschiedliche Sitzgelegenheiten an. Diejenigen des Gewerbevereins werden mehr den Fototafeln aufgestellt. Diejenigen der Stadtverwaltung sind in „Mitnahme-Bänken“. Sie sind alle aus Eisenblech, die zeigen vom Klein-Erzgebirge hergestellte werden. Sie werden in ihrer Hauptverkehrslinie in der Innenstadt und in den Ortsteilen aufgestellt.

Mehrere Altsitz - speziell die VOLKSKUNSTSCHULE und die Kultur- und Kunstvereine Oederan e.V. - bringen die Fototafeln hauptsächlich mit thematisch wechselnden Motiven. Die Ausstellungen richten sich dabei mal an Profis, mal an Laien. Ergänzt werden sie bisweilen durch vorgeschaltete Fotografinenwerkstätten, aber auch durch Wettbewerbe unterschiedlicher Couleur - einmal geht es um die Thema der nächsten Ausstellung, ein anderes Mal wird das beste Foto prämiert. Die Perspektiva wird am 25. Juni 2020 eingeweiht. Der Rahmen bietet die Fülle der in Niquette, der dazu zum zweiten Mal in Dierbach stattfindet.

**Das gesamte Projekt ist eine breite aufgestützte Public-Private-Partnerschaft (Stadterwaltung, VOLKSKUNSTSCHULE, Vereine, Unternehmen, Profi- und Laienfotografen). Damit realisiert die Perspektiva das Gemeinschaftsgefühl innerhalb Oederans und die Verbundenheit mit der Stadt stärken.**

Freilich wirkt die Perspektiva auch auf die Laien Fotografen, mit Wettbewerben wie im Austausch mit anderen können sie ihre Fähigkeiten schärfen und verbessern.

**NIMM MICH MIT!**

**Logo: OEDERAN**

**Logo: VOLKS KUNST SCHULE**

In Oederan soll in Zukunft eine Freiluft-Fotoausstellung kunstbegeisterte Menschen ins Stadtzentrum und die Ortsteile locken. Fortlaufend neue Galerien und Foto-Wettbewerbe sorgen dafür, dass die Ausstellung dauerhaft spannend bleibt. Neben den 30 mobilen Fototafeln laden

auch verschiedene Sitzgelegenheiten zum Verweilen ein. Verschiedene „Mitnahme-Bänke“ signalisieren, dass Passanten in das Stadtzentrum mitgenommen werden möchten (oder heraus).



# Pirna: Das KiP-Lädchen - Gemeinsames Handeln in Zukunft wandeln

## Das KiP-Lädchen

### GEMEINSAMES HANDELN IN ZUKUNFT WANDELN



#### 2022 KiP – Kultur in Pirna

**Thema:** Pirna  
**Highlight:** „Kultur ist ein Mensch, keine Art.“  
**Aktions:** ...

#### 2021 KiP – Kompetenz in Pirna

**Thema:** ...  
**Highlight:** ...  
**Aktions:** ...

#### 2020 KiP – Kids in Pirna

**Thema:** ...  
**Highlight:** ...  
**Aktions:** ...

#### 2019 KiP – Komfort in Pirna

**Thema:** ...  
**Highlight:** ...  
**Aktions:** ...

#### 2018 KiP – Kauf in Pirna

**Thema:** ...  
**Highlight:** ...  
**Aktions:** ...

### Was ist KiP?

Ein der emotionalen Bindung und Akzeptanz für das Lädchen zu steigen, wird am „Stadtschlösschen“ angelegt. Aus diesem Grund wurden die Begriffe „KiP-Lädchen“ und „KiP-Star“ entwickelt. KiP besteht sich hierbei auf die Schwerpunkte der einzelnen Projekte, im Mittelpunkt steht dabei immer der Bezug zu Pirna. So lautet 2018 das Motto „Kauf in Pirna“, da dieses Jahr unter dem Thema „Einkaufsnacht“ fiel. Das Jahr 2019 steht für „Kids in Pirna“, denn es soll die Kinder- und Familienfreundlichkeit unter den Gesichtspunkten einer lebendigen Innenstadt betrachtet werden. Die folgende werden für 2020: „Wohnen und Leben“, Kompetenz 2021 – „Wirtschaft und Arbeit“ und Kultur 2022 – „Kultur und Tourismus“ in Pirna stehen.

Von einem Pirnaer Graffiti-Künstler wurde ein passendes Logo und daraus eine Art „Abzeichen“ in Ballform entwickelt. Ein „KiP-Star“ ist jeder der sich für eine lebendige Innenstadt einsetzen möchte. In der 2018er-Kampagne herumorganisierte Vereine, Vereine, Vereine, ist nicht nur Zeugnis der ersten KiP-Lädchen, sondern auch Themenring und so weitergeplant werden.

### Das KiP-Lädchen

Das „KiP-Lädchen“ als Pop-up-Store, besteht aus einem Leerstand temporär als multifunktionaler Ort einzuweihen und so ein Forum für niederschwellige Diskurs zu schaffen. Hier werden die durch diese komplexen Themen der Stadtentwicklung besprochen, gemeinsam Ideen entwickelt, Ideen gleichzeitig aber auch erlebbar gemacht und dabei Kultur sowie Unterhaltungsangebote eingebunden.

Der Wettbewerbsertrag bietet sich auf den Projektzeitraum von 2020 bis 2022. Das Lädchen wird in diesem Jahr immer im September für 2 bis 3 Wochen geöffnet. Doch es wandelt durch die Innenstadt und wird in jedem Jahr an einem anderen Ort zu finden und sich den wechselnden Lokalisationen sowie den jährlichen Schwerpunkten anpassen. Auf diese Weise gibt es immer wieder neue Highlights, Inhalte und Veranstaltungen, welche für weiterführende Aufmerksamkeit sorgen.

Dabei bilden die nachfolgenden vier Bestandteile die Eckpfeiler eines jeden KiP-Lädchen:

#### Büro Co-Working Space

Schreibende, Drucker, Internetzugang und weitere technische Geräte gestalten das gemeinsame oder alleine Arbeiten im Lädchen und ermöglichen gleichzeitig die Möglichkeit des Co-Working. Das Büro dient zudem für einen reibungslosen Ablauf und ermöglicht im Laden auch ein neues Projekt zu arbeiten.

#### Gesprächs-Lounge

Sowohl inhaltlich, als auch im Laden selbst wird ein großer Bereich für Gespräche und Diskussionen genutzt. In der Lounge-Ecke werden in geselliger Atmosphäre zudem Ideen erarbeitet und weiterentwickelt.

#### Vielfachladen

Ein Bereich des Lädchen wird zudem als Vielfachladen eingerichtet. Hier werden lokal angelegte Produkte, die sogenannten „Pirnaer Unikate“ sowie regionale, Merchandising-Artikel der Stadt Pirna angeboten.

### Ab in die Mitte!

Die City Offensiv Sachsen

Herzstück des Projekts der Stadt Pirna ist das KiP-Lädchen. Dabei handelt es sich um einen Pop-up-Store in einer leerstehenden Ladeneinheit, der von Jahr zu Jahr in einen neuen Leerstand wandert. Das KiP-Lädchen soll als Eventlocation, Ideenschauplatz sowie Marketingmittel dienen

und zum Diskurs anregen. Es wird jedes Jahr im September für mehrere Wochen geöffnet, da in diesen Zeitraum die Pirnaer Einkaufsnacht mehr Gehör bietet für Events, Gesprächsrunden und Workshops.

# Reichenbach im Vogtland: Stadtabenteurer Reichenbach

## Stadtabenteurer Reichenbach

einkaufen | genießen | erleben  
Projektbeitrag „Ab in die Mitte“ Sachsen 2019

### Informationssystem

Das 2018 gedachte Informationssystem wurde weiterentwickelt und soll mit großformatigen **Touch-Bildschirmen** nun **digital** ausgeführt werden und mehr Funktionen erfüllen. Einerseits soll es **Besucher** durch die Stadt **leiten**, andererseits bei **Kulturereignissen** konkret für diese Veranstaltung (**Hotkarte, einzelne Programmpunkte usw.**) nutzbar sein. Angezeigt werden wichtige Informationen z. B. ein **Stadtplan** und eine **Händlerübersicht**. Durch wechselnde Inhalte bleibt das System **interessant**. Neben klassischen Inhalten kann auch **Werbung** mit eingebracht werden, welche zur **Finanzierung** des Betriebs beitragen könnte. Darüber hinaus werden die Informationen über eine **Web-APP** abrufbar sein. Gestalterisch wird ein **übergroßes** Übersallen der **Textilindustrie** festgehalten, um die **Tradition** der Reichenbacher Geschichte spielerisch darzustellen. Den Rahmen der Bildschirme bilden **Nadeln, Stecknadeln und Fäden**. Als Standorte kommen wichtige **innersädtische Orte** infrage, wie etwa **Markt, Postplatz oder Schulplatz** sowie die beiden Parkhäuser und der Bahnhof. Dort soll es Besucher Reichenbachs begrüßen und mit **wichtigen Informationen** versorgen.

Eingliederung des Informationssystems ins Stadtbild

### Der „rote“ Faden durch die Stadt

Das Informationssystem soll durch seine Gestaltung nicht nur **punktuell** wirken, sondern in den **urbanen Raum eindringen**. So soll der **„rote“ Faden** die einzelnen Tafeln des Informationssystems mit dem **zentralen Punkt des Postplatzes „vernetzen“**. Dabei streckt, weckt, nährt und fließt der Faden durch die Stadt und schafft auch hier eine **Verbindung zur Textiltradition Reichenbachs**.

Informationsbildschirm & passende Web-APP

### Gestaltungselemente für die Innenstadt

Die Stadt soll durch **temporäre Akzente** die Menschen aus ihrer eigenen Routine holen, um eine **Steigerung des WIR-Gefühls** zu erreichen.

### temporäre Bepflanzungen

Diese sollen das Thema des **Handels** aufgreifen und mit **Witz** und **Charme** die **Besucher** in der **Innenstadt** abholen. Für die **Bepflanzung** sollen **atypische Pflanzgefäße** genutzt werden, welche das **Portfolio** des **Innenstadthandels** widerspiegeln. **Vorstellbar** sind u.a.: **Kleingewächse wie Jense, Kerndeln, Schulse, Zuckerzitze, Aquarium, Waschmaschine, Waschbecken, Schulranzen, Badewanne, Kaffeemaschine, Toaster**. Aufgestellt werden die **Bepflanzungen** im **Innenstadtbereich**. Sie sollen nicht **direkt** passend zu den jeweiligen **Geschäften**, sondern **unabhängig** von diesen **verstreut** werden, um eine **zusätzliche Beschäftigung** mit der **Stadt** zu erreichen.

mögliche Bepflanzungen, die sich durch Reichenbach ziehen soll

### Kunstsockel

Der **Kunstsockel** bietet eine **wechselnde** **Ausstellungsfläche** inmitten der **Innenstadt**. Der **Sockel** soll etwa **1 Kubikmeter groß** und aus **Beton** sein. Durch **entsprechende** **Osen** und **Gewindestangen** lassen sich die **Kunstwerke** ohne **Probleme** am **Sockel befestigen**. Dabei sollen **regionale** und **überregionale Künstler** bzw. **Künstlergruppen** entweder **bestehende** **Werke** ausstellen oder **neue Werke** in **Zusammenarbeit** mit **Sockel** und **Stadt** schaffen. **Angedacht** ist, dass das **Kunstwerk** sich in einem **dreimonatigen Rhythmus** **wechseln** soll. Die **ausgestellten Werke** sollen zum **Diskurs** **anregen** und **aufleiten** wie **vielfältig** **Kunst** ist.

Kunstsockel

Überdimensionale Portraitsausstellung auf dem Reichenbacher Marktplatz

### Portraitsausstellung „Du bist Reichenbach“

Das Projekt **„Du bist Reichenbach“** ist eine **überdimensionale** **Ausstellung** im **öffentlichen Raum**. Dabei sollen **großformatige** **Fotografieren** von **Reichenbachern** auf dem **Marktplatz** **ausgestellt** werden. **Zusätzlich** sollen die **Fotos** mit **kurzen** **Statements** der **Fotografierten** zu ihrer **Stadt** **ergänzt** werden. Es soll eine **Beschäftigung** mit der **eigenen Stadt** **erreicht** werden, ein **Diskurs** mit sich **selbst** und **dem was Reichenbach ausmacht**. **Die Städte** **leben** **mit** **durch** die **Menschen** die sich hier **wohlfühlen**, die **gestalten** und die **etwas bewegen wollen**. Die **Schau** soll dies in den **Fokus** der **Betrachtung** **legen**. **Auf** der **anderen Seite** soll es zu einer **emotionalen** **Wechselwirkung** zwischen **Gesehenen** und **Realität** **kommen**. Die **Rezipienten** sollen ihre **eigene** **Wahrnehmung** **hinterfragen** und mit **offenem** **Augen** durch **Reichenbach** **gehen** und somit die **eigene** **Stadt** mit **den** **Menschen**, die hier **leben** **neu** **erfahren**. Durch die **überdimensionalen** **Bilder** (**2,5m Höhe**) wird eine **Nähe** zu **den** **abgebildeten** **Menschen** **geschaffen**, welche im **normalen** **Leben** so **nicht** **vorhänken**, schon **gar** **nicht** **bei** **Fremden** oder **nur** **für** **flüchtig** **bekanntem** **Menschen**. Dieses **Spiel** mit **Nähe** und **Distanz** **reißt** die **Menschen** aus **ihrem** **eigenen** **Routine** **heraus** und **schafft** eine **neue** **Art** der **Wahrnehmung** der **eigenen** **Umgebung**. Diese **Form** der **Kunst** im **öffentlichen** **Raum** wirkt **direkt** und **ungefällig** **auf** die **Besucher** der **Innenstadt**, da sie sich **ausgrund** der **Überdimensionalität** der **Fotografieren** der **Ausstellung** **so** **schwer** **entziehen** **können**. Das **daraus** **entstehende** **kollektive** **Gefühl** der **Besucher** **wirkt** sich **wiederum** **auf** das **Stadtleben**, **auf** **Unterhalten** und **Gespäcche** **aus** und **schafft** **zusätzlich** eine **Beschäftigung** mit **sich** **selbst**, **den** **Motiven** und **Reichenbach**.

## Stadtabenteurer Reichenbach

Ein Projekt von:

Reichenbach möchte ein digitales Informationssystem für Anwohner und Besucher der Stadt entwickeln. Über großformatige Touch-Bildschirme sollen wichtige Informationen und wechselnde Inhalte vermittelt werden. Gestalterisch

wird an den historischen Bezügen zur Textilindustrie festgehalten. Darüber tragen temporäre Bepflanzungen, ein Kunstsockel und eine überdimensionale Portraitsausstellung zur Aufwertung und Abwechslung im Zentrum bei.

## Riesa: Jugendladen Riesa / Von Jugendlichen - für Jugendliche

Jugendliche der Stadt Riesa wollen einen Aufenthaltsort im Zentrum schaffen, der als Treffpunkt, Ideenschmiede und Vernetzungsplattform dient.

Durch Unterstützung der Stadt wurde ein Leerstand zur Umnutzung in einen Jugendladen gefunden. Dort möchten sich junge Menschen gern vernetzen und zum Mitgestalten und Mitdenken anregen.

### EIN BETEILIGUNGSPROJEKT IN RIESA VON JUGENDLICHEN FÜR JUGENDLICHE

**Die Idee ist simpel:**  
ein Ort zum Entfallen der Kreativität, zum Wohlfühlen und zum Chillen, aber vor allem zum Kennenlernen anderer junger Menschen.

**Was daran besonders ist?**  
Entstanden ist die Idee in der Zukunftswerkstatt der „Demografiewerkstatt Kommunern“. Hier kam die Frage auf: „Was fehlt uns in Riesa?“. Jugendliche verschiedener Altersgruppen können sich an diesem Ort besser vernetzen, sich kennenlernen und das ohne Beschwerden von Anwohnern.

**Wo ist dieser Jugendladen?**  
Das ganze Projekt liegt sehr zentral, am Alexander-Puschkin-Platz in Riesa. Hier ist durch die vielen Bushaltestellen ein großer Treffpunkt für Jugendliche, die aus den umliegenden Dörfern oder Städten kommen.

**Was geht im Jugendladen?**  
Was genau im Jugendladen passieren soll, entscheiden die Nutzer\*innen selbst.

**Welchen Nutzen hat das Projekt für die Jugendlichen?**  
Das Leben miteinander und das Verantwortungsbewusstsein wird durch den selbstverwirklichten Jugendladen gestärkt! Vorurteile gegenüber anderen Gruppen oder Kulturen sollen aus dem Weg geräumt werden.

**In vielen Dingen ist man sich einig:**  
Es sollen gemeinsame Kochstunden, Do-It-Yourself-Projekte und Karaoke-Abende stattfinden.

**Eine ehemalige, leerstehende Kneipe in einem chilligen und coolen Jugendladen umbauen? Kein Problem!**  
Eine Gruppe engagierter Jugendlicher hat es sich zur Aufgabe gemacht, sich dieser Herausforderung zu stellen. Diese werden von vielen Akteur\*innen in Riesa z. B. der Stadtverwaltung, der Outlaw gGmbH oder dem Sprangret e. V. unterstützt.

**Und das Beste ist:**  
Die Regeln werden von den Jugendlichen selber aufgestellt und durchgesetzt!







## Torgau: Torgau - kreatives TANKEN in Erlebnis wandeln

Im Hinblick auf die Landesgartenschau 2022 möchte Torgau Tankstellen einer neuen Art schaffen. Dabei soll jede umgestaltete Bank und Pflanzkübel einen Paten erhalten. Auf diesen Weg können auch Händler Werbung für ihr Geschäft machen. Einbezogen in das Projekt werden ebenso Profikünstler, Schulen, Vereine und KiTas.

AB IN DIE MITTE 2019



# Torgau

KREATIVES TANKEN  
in Erlebnis wandeln

Upcycling von Pflanzkübeln und Umwandlung zu Tankstellen einer besonderen Art

Torgau blickt schon jetzt auf die Landesgartenschau 2022. Bereiche in der Innenstadt werden in die Schau einbezogen, so dass sich Innenstadt und Gartenschau-Gelände gegenseitig bereichern. Themen wie Nachhaltigkeit, alternatives Wirtschaften und lange zukunftsfähige Ideen stehen hierbei verstärkt im Fokus.

Diese Themen und ein damit beginnendes Umdenken im 21. Jahrhundert berühren die Menschen sowohl gesellschaftlich als auch privat und setzen neue Maßstäbe für die Gestaltung des städtischen Lebensraumes. Dominiert im 20. Jh. Tankstellen und Autovekehr im urbanen Raum, so ist im 21. Jh. der Wunsch der Bürger nach „Tankstellen“ anderer Art präsent: Aufstehen in grünen Oasen, Suche nach Näheerholung und authentischer Begegnung mit Mensch und Natur.

Torgau möchte vorhandene Pflanzkübel und Bänke in der Innenstadt künstlerisch upcyclen und gleichzeitig zu Tankstellen einer neuen Art werden lassen. Jeder Pflanzkübel erhält einen Paten, der diesen gestaltet, bepflanzt und pflegt. Händler können auf diese Weise gleichzeitig Werbung für ihr Geschäft machen. Die Pflanzkübel werden gemeinsam mit Händlern, Schulen, KiTas, Gastronomen, Vereinen und Künstlern gestaltet. Ein gemeinsamer Graffiti-Workshop auf dem Marktplatz, mit der Auszeichnung der schönsten Kübel, begleitet die Aktion. Zusätzlich zu den bemalten Kübeln werden neue Pflanzkübel in den Stadt- Farben das Stadtbild aufwerten.

- Bepflanzung mit insektenfreundlichen Blüten zur Schaffung von »Bienen-Tankstellen«
- Bepflanzung mit Obst und Gemüse im Sinne einer »essbaren Stadt« zur Schaffung von »Vitamin-Tankstellen«
- »Upcycling« alter Bänke zu »Ruhe-Tankstellen«
- Ein Entfeuert mit einer langen Picknick-Tafel in der Backerstraße als »Genuss-Tankstelle«.

Dies soll jährlich im Oktober stattfinden und mit besonderen Aktionen in den Geschäften verbunden werden.

- Pflanzkübel in Höfen mit Ergänzung von Sport und Spiel als »Kraft-Tankstellen«



## Weißwasser / O. L.: Glas schafft das

Im Projektmittelpunkt der Stadt Weißwasser steht eine funktionale Glaskarte. Diese verfügt über einen QR-Code, der auf ein gebündeltes, dynamisches Angebot von Handel, Kultur und der Glaswelt aufmerksam macht. Des Weiteren gewährt die Karte gleichzeitig Eintritt in das örtliche Glasmuseum.

# Glas schafft das.

## Alte Geschichten. Neue Erlebnisse.

Gutschein für den stationären Handel

Dynamische URL mit Codes für digitale Angebote

Augmented Reality im "Uncover"-Modus

"Eintritt frei" im örtlichen Glasmuseum

Historische Glaskarten für echte Fans

11 Glasmanufakturen in 11 Betrieben, darunter eine Karabiner- und eine Spiegelmanufaktur sowie eine Reparaturwerkstatt, die ein Zehlfabrik und Hersteller Longines, Anfang der 20. Jahrhundert, ist aus dem 19. Jahrhundert. Das Unternehmen hat großes Glasproduktionsort der Welt gewonnen. Mehrere hundert Arbeiter und Angestellte folgten Lady von Dine Spinn für das Glasmanufaktur, Größe des Bauwerks war 18 Gebäude, heutzutage und lange Geschichte folgt und prägt das Erscheinungsbild der Orte.

Die Stadt weißt und macht, dass mit der politischen Entwicklung auch die Bevölkerung für die wirtschaftliche Entwicklung. Die Stadt weißt und macht, dass mit der politischen Entwicklung auch die Bevölkerung für die wirtschaftliche Entwicklung. Die Stadt weißt und macht, dass mit der politischen Entwicklung auch die Bevölkerung für die wirtschaftliche Entwicklung.

1873 Die erste Glasfabrik in Weißwasser wurde am Produktionsort

1964 21 Glaswerke sind geschlossen, 15.000 Mitarbeiter sind mit Umstellung in den Stand angepasst

1988 Wirtschaftspiegel wird kontinuierlich Leiter der Vereinigung "Ländliche Glaswerke AG"

1988 Gruppe 40.000 Einwohner leben in der Glas- und Glasmanufaktur

2019 Das Bürgerprojekt "Glaswerk" startet

2019 10.000 Einwohner, 10000 Glaswerke produzieren die ersten Gläser nach Glas- und Metallwerk

# Zittau: Vorhang auf für die innere Weberstraße

## VORHANG AUF FÜR DIE

### Innere Weberstraße

Mehrfach ist die Sanierung der Inneren Weberstraße verschoben worden. Die ehemals bedeutende Handelsstraße Zittaus leidet mit einer Vielzahl unansichtiger Gebäude, leeren Schaufenstern, baulichen Geländegen und einer schadhaften Fußgänger in weiten Teilen ein Bild der Tristesse. Ihr dezentriger Zustand ist deshalb eine offene Wunde im Herzen der Stadt, hat die Straße doch eine besondere städtebauliche, architektonische und historische Bedeutung. Im kommenden Jahr erfolgt die lang ersehnte Sanierung mit dem grandiosen Ausbau der Straße. Gehwege werden breiter und das Pflaster wird neu verlegt.

Nach Abschluss der Sanierung laden wir im Frühjahr 2023 über einen Zeitraum von vier Wochen Gewerbetreibende, Investoren, Kulturschaffende und Beweiser etc. um mit der Aktion „Vorhang auf“ zu demonstrieren, wie eine lebendige Straße mit Handel, Gastronomie, Kunst und Kultur aussehen könnte. Die Aktion soll ein gutes Gefühl erzeugen, das Interesse für den Standort wecken. Gewerbetreibende motivieren sich erteilsch, Bewohner und Gäste zum Schließen und zur Wiederkehr einladen.

Im Rahmen eines öffentlichen Ideenwettbewerb entwickelten wir ein neues Motto-Spielplatzkonzept zur Neugestaltung des in die Jahre gekommenen Spielplatzes in der Weberskirche und fördern damit die Kreativität und Identifikation der Beteiligten.

Im ehemaligen Fischhaus entsteht eine temporäre Galerie, in der regionale Künstler ihre Werke vorstellen. Die Ausstellung wird an einzelnen Tagen von kleinen Konzerten und Empfängen begleitet.

Ein Pop-up-Store „Dreiländerer“ wird als temporäre Ladenlokalität über den Aktionszeitraum in der Inneren Weberstraße eröffnet. Zum bunten Sortiment gehören Angebote der ansässigen Gewerbetreibenden sowie regionale Produkte und Lebensmittel regionaler Erzeuger, die in einem „Überliefertes Regal“ präsentiert werden.

Leuchtende Vorhänge, die über die Straße gespannt werden, dienen als Leuchtarch und visualisieren somit das Thema „Vorhang auf“. Gemeinsam mit dem Straßenrand aufgestellten Palmkübeln erzeugen sie eine farbefrohe, mediterrane Atmosphäre.

Das Restaurant „Cavallini“ organisiert im Aktionszeitraum Außengastronomie im markierten Bereich auf einer Straßenseite. Die Parkflächen gegenüber entfallen zu der Zeit.

Das marode Eckhaus in der Inneren Weberstraße Nummer 51 wird in den Abendstunden zum Anziehungspunkt für Innenstadtbewohner. Lichtganzeln und computergesteuerte Scheinwerfer tauchen die sonst „toten“ Fenster in wechselnde Farben und transportieren aktuelle Facts der Bewerbung zur europäischen Kulturhauptstadt 2025.

Blickfänger Fassaden benachbarter Gebäude erhalten eine künstlerische Bemalung oder werden horizontal und vertikal begrünt. Originelle Stuhlmodelle (ohne Abbildung) steigern die Aufenthaltsqualität in der Straße zusätzlich.

Leerstand der Gewerbeeinheit im Erdgeschoss

Ab in die Mitte!  
Die Originalstadt  
Zittau

Die Stadt Zittau möchte der Inneren Weberstraße neues Leben einhauchen. Im nächsten Jahr erfolgt die längst überfällige Sanierung. Mit Kunstinstallationen, verstärkter

Außengastronomie, Fassadenbegrünung und weiteren kreativen Ideen möchte Zittau die Innere Weberstraße für Anwohner und Besucher wieder attraktiver gestalten.

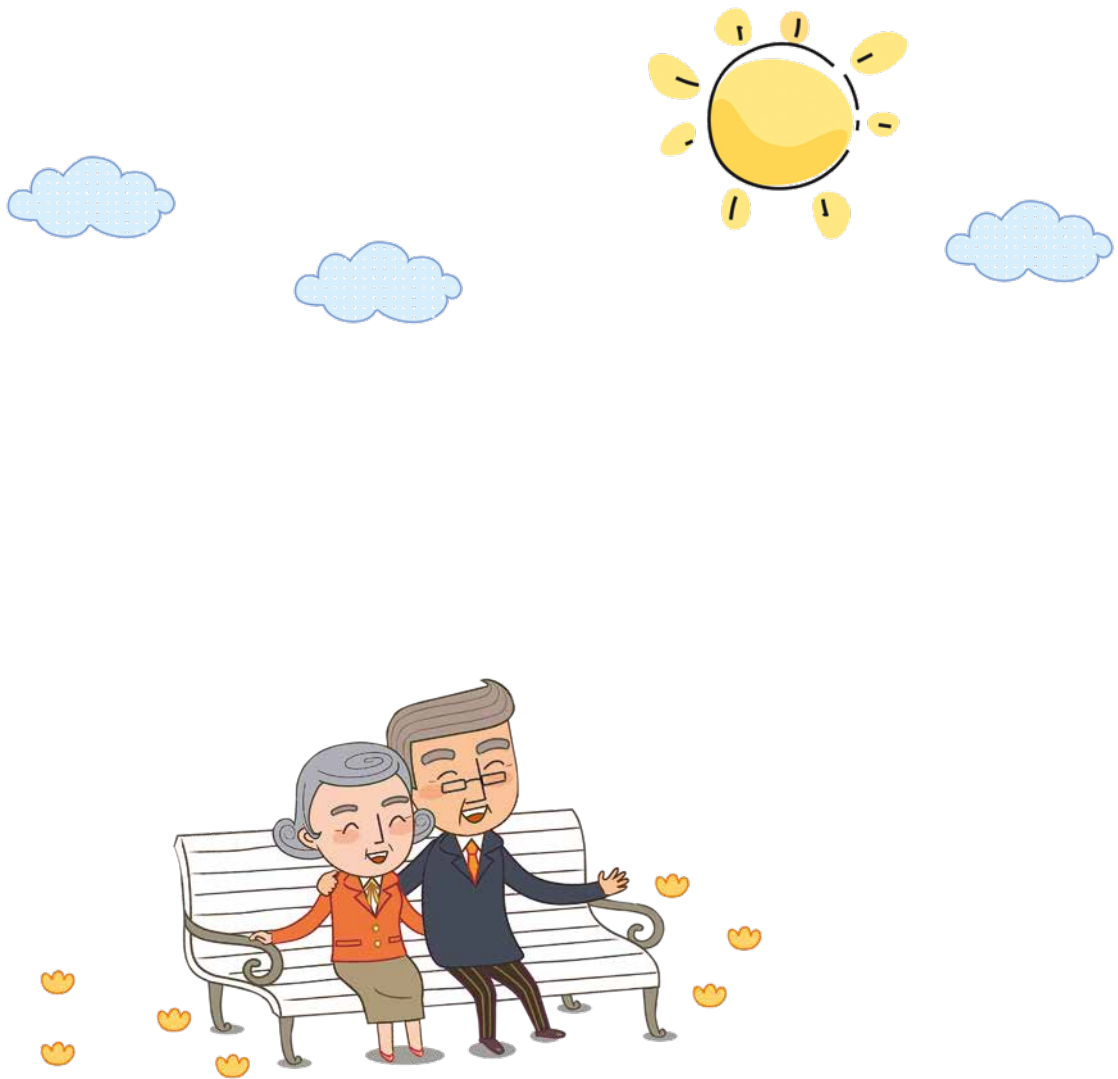
## Zwickau: Ateliercafé Moritz



Der Verein JOS e.V. der Stadt Zwickau möchte einen Ort schaffen, der Menschen in ihrer Kreativität und Kunst verbindet. Der bisherige Leerstand im Zentrum steht auf folgenden drei Säulen: ein Atelier, ein Laden für regionale

Händler und einer Bäckerei mit Café. Darüber hinaus soll ein öffentliches Klavier, welches von einer ortsansässigen Klavierfirma bereitgestellt wird, zum Verweilen und Lauschen einladen.







## NACHHALTIGE EFFEKTE VON FÖRDERPROJEKTEN ZUR REVITALISIERUNG DER INNENSTÄDTE IN SACHSEN EVALUATION AUSGEWÄHLTER PROJEKTE 2004 BIS 2010



Abbildung 1

### 1. EINLEITUNG UND METHODIK

Die Initiative „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ trägt dazu bei, dass sich Städte aller Größenklassen kontinuierlich neuen Themen der Innenentwicklung stellen und kreative Projekte zur Stärkung ihrer Zentren hervorbringen. Seit nunmehr 16 Jahren wurden über 500 Innenstadt-Entwicklungsprojekte bspw. aus den Bereichen Einzelhandel, öffentlicher Raum, Kultur- und Freizeitangebote angestoßen, viele der Projekte wurden bereits umgesetzt.

Basierend auf dieser Grundgesamtheit untersuchte das Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft (ISB) der Universität Leipzig die nachhaltigen Effekte der Projekte. Dabei konzentrierten sich die Forscher insbesondere auf städtebaulich/ funktionale Effekte, auf Folgeinvestitionen, auf die Verbesserung der Kooperations- und Netzwerkstrukturen sowie auf touristische Außenwirkungen (Abbildung 1).

Für eine fundierte Evaluierung wurde eine komplexe, wissenschaftliche Herangehensweise gewählt. Die wissenschaftliche Vorgehensweise gliederte sich in zwei Arbeitsbausteine. Arbeitsbaustein I war durch eine quantitative, auf sekundärstatistischen Daten basierende Analyse gekennzeichnet. Aus der Grundgesamtheit von circa 450 Projekten erfolgte eine Auswahl von circa 80 umgesetzten Projekten. In einem zweiten Schritt erfolgte nach den Kriterien Umsetzungsgrad und Verfügbarkeit der Ansprechpartner eine weitere Eingrenzung auf 40 Projekte. Für diese wurden Telefoninterviews geführt, hinsichtlich der jeweiligen Projektausrichtung, der kooperierenden Projektpartner, der akquirierten und eingesetzten Mittel, der Funktionalität und touristischen Effekten etc., ausgewertet und anhand einer Entscheidungsmatrix visualisiert.



Katrin Schade,  
Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft (ISB)  
Universität Leipzig



Susann Radisch,  
Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft (ISB)  
Universität Leipzig

Im Arbeitsbaustein II fand eine weitere Filterung der 40 ausgewählten Projekte aus Arbeitsbaustein I statt. Es wurden 10 Projekte selektiert und es erfolgte eine empirische Untersuchung zum Beispiel durch Vor-Ort-Besichtigungen und leitfadengestützte Interviews mit lokalen Experten.

## 2. Vorher-Nachher-Effekt

Anhand dieses Beispiel-Projektes (Abbildungen 2 und 3) wird der positive Vorher-Nachher-Effekt, den eine Wettbewerbsteilnahme hervorrufen kann, deutlich.

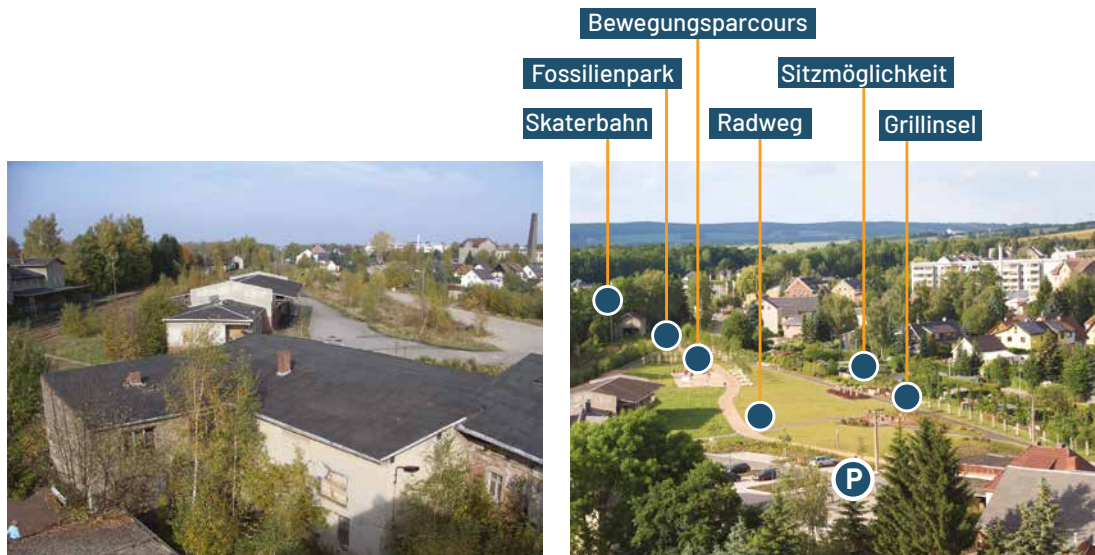


Abbildung 2 / links:  
Das Bahnofsareal/  
der Stadtpark vor  
Wettbewerbsbeteiligung  
Foto: André Kühn

Abbildung 3 / rechts:  
Das Bahnofsareal/  
der Stadtpark nach  
Wettbewerbsbeteiligung  
Foto: Thomas Dietz

*„Es ist jetzt wirklich ein ‚großes Ganzes‘, es ist einfach ein schöner Treffpunkt geworden. Es heißt ja auch immer: Bibliotheken sollen der ‚dritte Ort‘ werden, das ‚Wohnzimmer der Stadt‘ quasi.“*

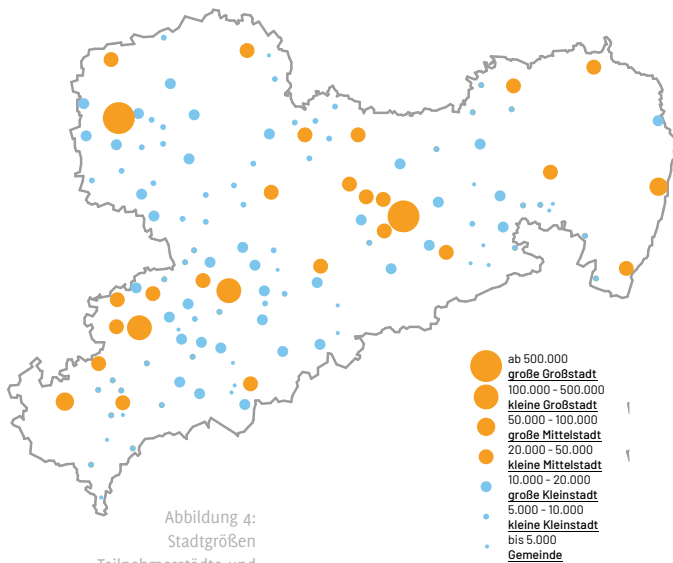


Abbildung 4:  
Stadtgrößen

Teilnehmerstädte und  
-gemeinden in Sachsen  
(2004 bis 2010)

Das im Jahr 2008 von Lugau eingereichte Projekt zur Revitalisierung des ehemaligen Bahnhofsareals wurde aufgrund des großen Umfangs und Gesamteffekt zur näheren Betrachtung im Arbeitsbaustein II ausgewählt. Es wurden das gesamte Areal umgestaltet und dort befindliche Gebäude saniert oder wiederbelebt. Entstanden sind ein Stadtpark mit Sitzmöglichkeiten, eine Grillinsel, ein Fossilienpark, eine Skaterbahn und eine BMX-Strecke. Man schaffte einen neuen Radweg, der den bestehenden Radweg in Nord-Süd-Richtung vervollständigt. Außerdem sind das Kulturzentrum „Villa Facius“ mit Stadtmuseum und der Bibliothek entstanden. Das Bahnhofsgebäude selbst wird derzeit saniert und zu einem „Ort der Begegnung“ umgenutzt. Es ist ein deutlicher Vorher-Nachher-Effekt zu erkennen, denn die Durchquerung des Grundstückes ist nun wieder von allen Seiten möglich. Es erfolgte eine deutliche Aufwertung der Innenstadt durch die Schaffung von qualitativen Aufenthaltsflächen.

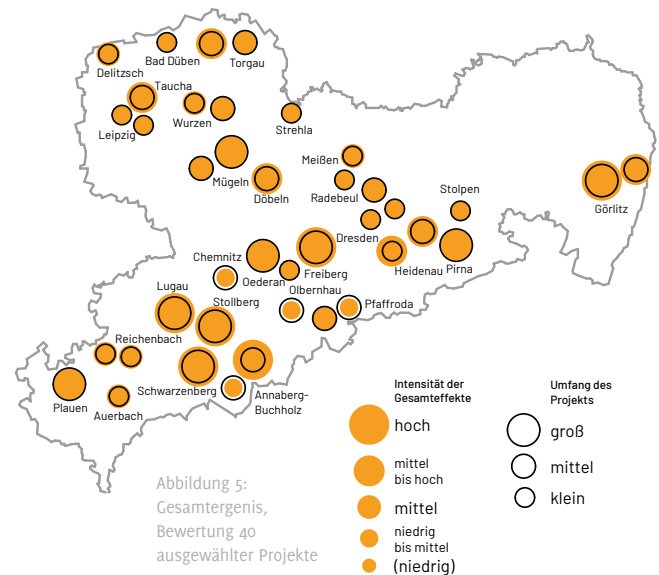
### 3. GESAMTERGEBNIS

In einer Gesamtanalyse werden alle „Ab in die Mitte!“-Projekte von 2004 bis 2018 evaluiert. Von Gemeinden mit Einwohnerzahlen unter 5.000 EW bis hin zu großen Großstädten mit über 500.000 EW ist jede Stadtgröße vertreten (Abbildung 4). Auffällig ist, dass sich vor allem viele Kleinstädte und Gemeinden an der Initiative beteiligen. Bei einer Einteilung von Sachsen in fünf Regionen, wird anhand der Häufigkeit der Teilnahmen der Städte an „Ab



in die Mitte!“ deutlich, dass es hier regional durchaus Unterschiede gibt. Grundsätzlich gibt es Teilnehmer in jeder Region Sachsens. Man erkennt jedoch Konzentrationen der Teilnahmen, die vor allem im Mittleren Erzgebirge besonders hoch sind. In anderen Gebieten finden sich weniger teilnehmende Städte, was auch zurückzuführen ist auf die geringe Population und Dichte der Städte bzw. Regionen, wie zum Beispiel in der Oberlausitz und Leipzig/ Westsachsen. Offenbar kommt es aber auch zu einer geringeren Wettbewerbsbeteiligung, die es zukünftig zu fördern gilt. Die Gründe für die Nichtteilnahme werden ermittelt, um eine zukünftige Teilnahme zu fördern.

Alle betrachteten 40 Projekte wurden überwiegend positiv bewertet (Abbildung 5). Die erzielten Effekte entsprachen dem geplanten Umfang des Projekts oder waren sogar größer, als erwartet. Die Einzeleffekte konnten in den meisten Fällen nicht durch konkrete Zahlen ausgedrückt und belegt werden, sondern sind subjektive Einschätzungen verschiedener Ansprechpartner, die in die Projekte involviert waren, z.B. Stadtvertreter, Gewerbeeinrichtungen oder Vereine. Neben den Fragen zum jeweils konkreten Projekt und den erzielten Effekten, wurden die Ansprechpartner auch zur „Ab in die Mitte!“-Initiative allgemein befragt, zu Chancen, Herausforderungen und Entwicklungsmöglichkeiten. Mittels einer Code-Analyse, wertete das Forscherteam die Aussagen wissenschaftlich aus und brachte sie in eine vergleichbare Form.



## Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Initiative

"(...) und deshalb auch jedes Jahr die Beteiligung, um einfach auch zu zeigen, um mal was zurück zugeben diesem Wettbewerb, dieser Initiative; und zu sagen - **Wir sind ein verlässlicher Partner** -"

Abbildung 6



Abbildung 7

## 4. EINZELERGEBNISSE

In Interviews mit beteiligten Akteuren der Städte oder der freien Wirtschaft wurde sehr häufig geäußert, dass man sich gegenüber der Initiative „Ab in die Mitte!“ verantwortlich fühlt und regelmäßig als Stadt teilnimmt, um etwas zurück zugeben und um die Initiative zu stärken (Abbildung 6). Das ist ein sehr positiver Effekt, denn einerseits können Städte von der Initiative profitieren, aber andererseits profitiert die Initiative auch von teilnehmenden Städten.

Die Einzelergebnisse beziehen sich auf aktuelle Herausforderungen der Städte sowie Chancen, die sich für Städte durch die Initiative ergeben. Außerdem wurden Perspektiven betrachtet, die sich durch die Teilnahme ergeben, aber andererseits auch Risiken, die für Städte durch die Teilnahme entstehen könnten (Abbildung 7).

**Was sind aktuelle Herausforderungen für teilnehmende Städte?** Sehr häufig wurde ein Sanierungsstau angesprochen, denn in fast jeder Stadt gibt es anstehende und konkrete Bauprojekte, bei denen die Realisierung stagniert. Ein Dauerthema ist der Rückgang des stationären Handels in Zusammenhang mit Digitalisierung und Online-Handel. Auch die Weiterentwicklung, Modernisierung und Aufarbeitung von bereits bestehenden Konzepten und Projekten stagniert. Eine weitere Herausforderung stellen zukunftsorientierte

Entwicklungen dar, darunter der Breitbandausbau in Kleinstädten oder diverse Klimaschutzaktivitäten. Die Suche nach einem Alleinstellungsmerkmal ist nach wie vor für viele Städte von Bedeutung. Großer Handlungsbedarf besteht im Bereich Versorgung, denn viele Städte sprechen von Ärztemangel oder der Stagnation des Ausbaus von Barrierefreiheit in der Innenstadt. Auch Mobilität stellt für viele Städte eine Herausforderung dar, dazu gehören Angebot und Nachfrage des ÖPNV, die Anbindung an die nächste Großstadt und die Frage nach Stellplätzen in der Innenstadt.

#### Welche Chancen entstehen für teilnehmende Städte?

Vor allem ermöglicht die Initiative den Gedankenaustausch und die Kommunikation unter den Städten. Viele stehen vor den gleichen Herausforderungen und haben durch "Ab in die Mitte!" die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen, voneinander zu lernen und zu profitieren. "Ab in die Mitte!" wird als Impulsgeber und Bindeglied zwischen den Städten wahrgenommen. Häufig existieren schon Projektideen, die durch die Wettbewerbsteilnahme konkretisiert und zu einer richtigen Aufgabenstellung formuliert werden. Die Initiative ist auch eine Finanzspritze, denn einige Städte können ihre Projekte nur mithilfe von Preisgeldern realisieren. Des Weiteren werden die Anforderungen zur Teilnahme als angemessen, niedrigschwellig und umsetzbar eingeschätzt. Häufig gibt es schon eine Projektidee in der Schublade, die auf den Wettbewerb abgestimmt wird. "Ab in die Mitte!" ist

*„Wir sind auch sehr interessiert, was andere Städte einreichen, weil im Endeffekt kämpfen wir um das selbe Problem und es gibt kein größeres Lob, als wenn man abgekupfert wird, weil's ne gute Idee ist.“*

*„Die Projektidee gab es schon vorher. (...) es war die Idee der Stadt, das nochmal aufzugreifen, zu konkretisieren und dort nochmal ein Stück weiter zu investieren (...) „Ab in die Mitte“ war der Impuls, eine richtige Aufgabenstellung draus zu machen.“*

*„(...) ich kann mich erinnern, als wir letztes Jahr das Open-Air hier hatten, das war 'ne schöne Geschichte! Da hab ich dann die Leute vom Management und von der Band ins Brauhofo-Hotel gefahren und da saß der ganze Biergarten noch voll nach dem Konzert. Belebung der Innenstadt durch die Besucher der Kulturbastion, ja.“*

auch eine Motivation, “über den Tellerrand zu denken”. Es ist eine Möglichkeit für Städte, kreativ zu werden außerhalb des generellen Stadtplanungsprogramms. Besonders kleinere Städte profitieren und haben Erfolge in einem städtebaulichen Wettbewerb. Die Wirksamkeit der Initiative ist natürlich je nach Stadtgröße verschieden. Kleinere Städte haben den Vorteil enger Netzwerke und direkter Kontakte unter den Akteuren. Größere Städte hingegen haben den Vorteil größerer Verwaltungen und damit verbunden einfacherer Bewältigung der Teilnahme.

**Welche positiven Auswirkungen der Teilnahme an “Ab in die Mitte!” können benannt werden?** Erstens, ist das die Möglichkeit der Stärkung der Identität einer Stadt. Ein, oder auch mehrere, Alleinstellungsmerkmal(e) kann/ können etabliert und in Folgeprojekten weiter verfolgt werden. Zweite positive Auswirkung sind städtebauliche Effekte, die sich zum Beispiel auf die Belebung der unmittelbaren Nachbarschaft oder das Profitieren von Nutzungsüberschneidungen und Synergieeffekten beziehen. Eine weitere Perspektive sind Folgeinvestitionen aus einem Ursprungsprojekt, denn einige “Ab in die Mitte!”-Projekte werden in den Folgejahren weitergedacht und tragen zur Identitätsbildung einer Stadt bei. Durch die Projektarbeit werden viele, zum Teil auch neue, Akteure aktiviert. Der Aufwand zur Teilnahme am Wettbewerb, die jährliche Ideenfindung unter dem Anspruch, sowohl ein nachhaltiges als auch kreatives Projekt einzureichen, wird als sehr hoch

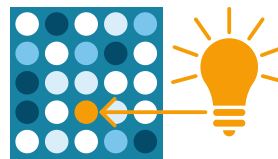


eingeschätzt. Eine weitere wichtige Frage ist die nach der Finanzierbarkeit eines Projektes. Denn allein durch die Preisgelder können die meisten Projekte nicht finanziert werden, meist sind weitere Fördergelder notwendig. Angesprochen wurden auch Interessenkonflikte, die es zum einen zwischen der Bevölkerung und der Stadt gibt, aber auch zwischen Akteuren geben kann. Ein weiteres Risiko stellt der Mangel an kommunalem Interesse und Unterstützung für eine Projektidee dar.

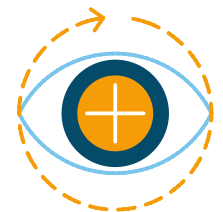
## 5. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Was kann aus diesen Ergebnissen geschlussfolgert werden? Welche Handlungsempfehlungen lassen sich für die zukünftige Teilnahme an „Ab in die Mitte!“ aussprechen? Eine erste Handlungsempfehlung ist die konzeptionelle Einbettung zum Beispiel im Stadtentwicklungsprogramm einer Stadt. Es sollten langfristige Strategien zur regelmäßigen Teilnahme am Wettbewerb formuliert, nicht nur projektbezogen gedacht werden. Außerdem ist zu empfehlen, einen Weitblick bei der Ideenfindung zu entwickeln, das heißt „über den Tellerrand zu schauen“ und über „Ab in die Mitte!“ hinauszudenken:

Wie kann meine Stadt auch nach der Wettbewerbsteilnahme von einem Projekt profitieren? Außerdem sollte der Gedankenaustausch zwischen den Städten gestärkt werden, miteinander über aktuelle Herausforderungen diskutiert



Konzeptionelle  
Einbettung



Weitblick



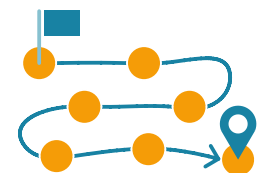
Gedankenaustausch



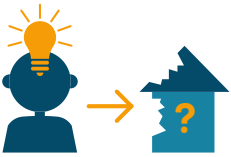
Partizipation  
der Stadtbevölkerung



Identität



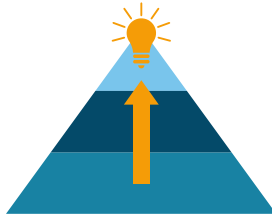
Prozessprojekte



Eigeninitiative



Synergieeffekte

Über den Tellerrand  
denken

Proaktiver Teameinsatz



Bezug zur Stadtmitte



Realitätsbezug

und voneinander abgeschaut werden. Soweit es möglich ist, ist es ratsam, die Stadtbevölkerung an der Projektgestaltung teilhaben zu lassen. Viele Städte arbeiten auch schon eng mit der Bevölkerung zusammen, indem sie zum Beispiel kreative Workshops anbieten oder Online-Umfragen durchführen. Auch Schulklassen wurden schon mit in die Ideenentwicklung eingebunden.

Ein weiterer Vorschlag sind identitäts-stiftende Projekte oder Gestaltungsmerkmale, die eine Stadt auszeichnen und immer wieder zu finden sind. Vielleicht ist es ein Wahrzeichen der Stadt, was an unterschiedlichen Orten und in der Vermarktung auftaucht, oder es ist ein Motto, was in verschiedener Art umgesetzt wird.

Mit Prozessprojekten ist gemeint, dass sich eine ursprüngliche Projektidee in den Folgeprojekten fortführt und weiter verfolgt wird. Auch Eigeninitiative spielt eine wichtige Rolle, denn die Realisierung einer Projektidee kann auch unabhängig eines Preises oder Preisgeldes stattfinden. Städte sollten bemüht sein, ihre kreativen und nachhaltigen Ideen immer umzusetzen.

„Synergieeffektenutzen“ bedeutet, dass Städte oder Projekte auch von Nutzungsüberschneidungen profitieren können. Diese positiven Effekte können sich zum Beispiel aus dem Zusammenschluss verschiedener Akteure ergeben oder aus Überschneidungen mehrerer Projektideen entstehen.

„Über den Tellerrand denken“, oder auch „out of the box denken“ meint ein kreatives und ungewöhnliches Denken durch das Verlassen von Begrenzungen. Die Initiative bietet dafür den passenden Rahmen. Kommunen haben die Möglichkeit, kreative Projekte umzusetzen, die im allgemeinen Stadtplanungsprogramm nicht vorgesehen sind. Die Empfehlung zum „proaktiven“ Teameinsatz, oder auch zum „bottom up-denken“, bezieht sich zum Beispiel auf Inspirationen durch neue Akteure und die Motivation der Teammitglieder, die sich aktiv beteiligen können und dadurch kreativer denken und mitgestalten.

In jedem Projekt sollte stets der Bezug zur Stadtmitte hergestellt werden. Das bedeutet, die Projekte sollten in irgendeiner Form in der Innenstadt, im Stadtbild oder in abgewandelter Form ersichtlich sein.

Eine letzte Handlungsempfehlung bezieht sich auf den Realitätsbezug, der während der Projektarbeit nicht aus den Augen verloren werden sollte. Auch die Initiative „Ab in die Mitte!“ selbst ist bemüht, sich weiterzuentwickeln. Zum einen sollen die Jurysitzungen transparenter gestaltet werden, zum anderen werden aber auch die Anforderungen zur Teilnahme überarbeitet. Beispielsweise wird unter anderem an Strategien zur Motivation zur Teilnahme und an Entwicklungsmöglichkeiten der Initiative im Allgemeinen gearbeitet.



## Transparenz der Jurysitzung



## AB IN DIE MITTE! DIE INNENSTADT-OFFENSIVE HESSEN

River Tales Dome Working



16 LANDESSIEGER MIT PROJEKTEN, DIE ZUR VITALISIERUNG UND ATTRAKTIVITÄTSSTEIGERUNG IHRER INNENSTÄDTE BEITRAGEN

Unsere Mischung macht's! Vielfalt tut gut

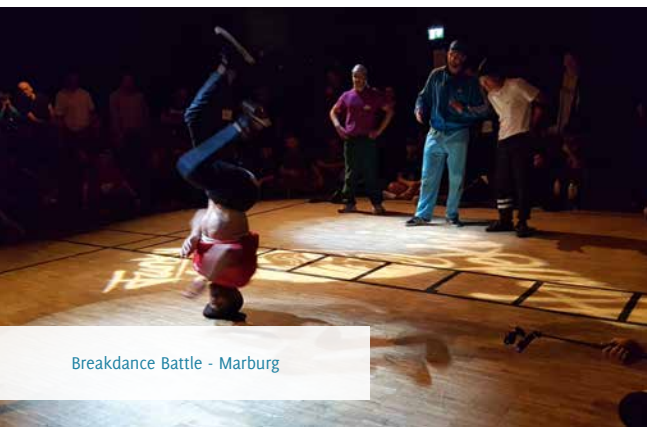
Der Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ macht sich stark für vielfältige und lebendige Innenstädte und Ortskerne in Hessen. Bürgerinnen und Bürger bietet er eine Bühne für Ideen und Wünsche an die eigene Stadt.

30 Bewerbungen aus ganz Hessen – darunter viele Erstbewerbungen – machten deutlich, wie wichtig den Menschen im Land ihre Innenstädte sind. In diesem Jahr ging es um gute Beispiele zum Motto „Unsere Mischung macht's!“. „Was gehört in eine Stadt, in der sich die Menschen wohlfühlen? Was braucht es für Zutaten? Zeigen Sie uns Ihre ganz besondere Mischung und wer dabei mitmischt!“ hieß es in der Ausschreibung.

Es ist erstaunlich, wie viele Aspekte von ‚Mischung‘ die Bewerbungen thematisiert haben. „Gute Nachbarschaften, mehr Aufenthaltsqualitäten, weniger Verkehr, Kunst, Kultur, Traditionelles, Neues, Grünes. Anders ausgedrückt: Da steckt viel Gutes drin!“

Von den Preisträgern wurde das Motto sehr unterschiedlich interpretiert. Bad Schwalbach richtete beispielsweise mit

Breakdance Battle - Marburg





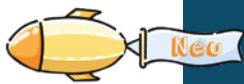


Lesegarten - Friedrichsdorf

einem „Outdoor-Wohnzimmer“ an einer Hauptverkehrsstraße neue Orte der Begegnung ein.. Rotenburg an der Fulda machte aus Parkplätzen für Autos temporäre „Park-Plätze“ für Menschen mit viel Grün und Bänken. Marburg und Gießen wiederum wollten gemeinsam die Hip-Hop-Szenen beider Städte verknüpfen, ihre Mischung bestand aus Street Art, Fassadenkunst sowie Tanz- und Kunstworkshops und überzeugte die Besucherinnen und Besucher.

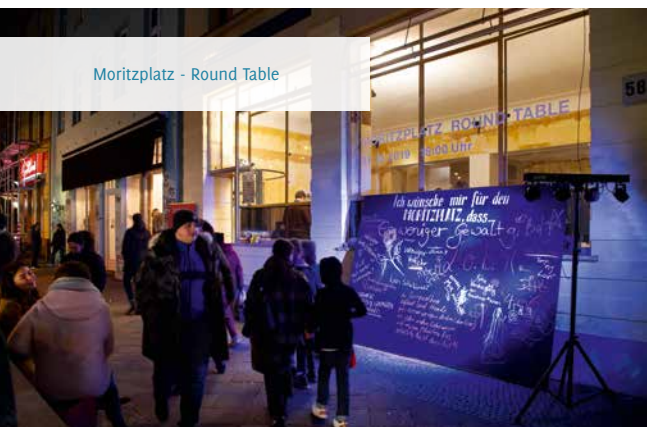
### Die Preisträger im Einzelnen

- Alsfeld: Verkehrsverein Alsfeld e.V.: „Marktplatz Alsfeld: Mein Platz im Herzen“
- Bad Karlshafen: Arbeitsgemeinschaft Lebendige Altstadt: „Zeitreise – Geschichte(n) vom Barock zum Mittelalter“
- Bad Orb: Kinderinitiative in Bad Orb e.V.: „Unsere Mischung macht´s – Wir bringen Menschen zusammen“
- Bad Salzschlirf: Touristik & Service GmbH: „Nicht geschüttelt und gerührt – emulgiert“
- Bad Schwalbach: Freie Initiative Stadtgarten Bad Schwalbach: „Begegnungspunkte – Bad Schwalbach mit allen Sinnen genießen“
- Bensheim: Bürgernetzwerk: „Das Herz schlägt in der Mitte: Bensheim erleben“
- Eltville am Rhein: Stadt Eltville am Rhein: „Vielfalt ist nachhaltig – die „Fair-Mischung“ macht´s in Eltville am Rhein“
- Friedrichsdorf: Stadt Friedrichsdorf: „Unser Landgraf baut um“
- Hessisch Lichtenau: Initiative Hessisch Lichtenau LebensWert: „Unsere Mischung macht`s!“
- Kirchhain: Stadt Kirchhain: „Kirchhain – sehen, hören, genießen“
- Lauterbach: Stadtmarketing Lauterbach e.V.: „Über 12 Steine wirst Du gehen ...!“
- Marburg/Gießen: Interessengemeinschaft Bildung für Nachhaltige Entwicklung (IBNE) / 3 Steps: „MaGiC Tales – LAHNKULTUR meets RIVER TALES“
- Nidderau: Stadt Nidderau / HLTC Landtauchclub Nidderau 1979 e. V.: „Nidderau – Ganz. Schön. Bunt.“
- Rotenburg an der Fulda: Marketing- und Entwicklungsgesellschaft Rotenburg mbH: „ParkPlätze Breitenstraße“
- Schlüchtern: Stadt Schlüchtern: „6 | 36 | 76 | Das 3-Generationen-Prinzip“
- Sontra: Initiative Runder Tisch – Kinder in Sontra: „Kunst aus der Dose – Sontra wird bunt!“



## MITTENDRIN BERLIN! 2019/20 PROJEKTE IN BERLINER ZENTREN

Moritzplatz - Round Table



Das Wettbewerbsverfahren MittendrIn Berlin! 2019/20 Projekte in Berliner Zentren erfindet sich im aktuellen Verfahren neu und bleibt sich trotzdem treu: Die Zukunft Berliner Zentren und Geschäftsstraßen aktiv zu gestalten, bleibt Ziel des Verfahrens. Neu ist, dass den Gewinner\*innen des Wettbewerbs die professionelle Erarbeitung eines fundierten und auf den eigenen Standort zugeschnittenen Konzepts im Wert von je bis zu 30.000 Euro winkt.

Der Wettbewerb startete im April 2019. Aus den 28 Bewerbungen wählte eine Fachjury im August 2019 acht Gruppen aus, die in einer zweiten Wettbewerbsrunde um den Gewinn bei MittendrIn Berlin! 2019/20 konkurrieren. Für die acht nominierten Gruppen geht es in der zweiten Phase darum, ihre Ideen für den Standort zu schärfen und ihr Netzwerk auszubauen, um Ende Januar 2020 einen qualifizierten Wettbewerbsbeitrag für die finale Juryentscheidung einzureichen. Dafür veranstaltete jede Gruppe im Zeitraum von Oktober bis November 2019 eigenständig ein öffentliches "MittendrIn vor Ort"-Treffen.

Nikolaiviertel - Virtueller Rundgang



Den Auftakt machte die Interessensgemeinschaft Nikolaiviertel e.V. in der Nikolaikirche – der historischen Mitte Berlins. An interaktiven Stationen erlebten die Besucher\*innen, was man sich unter der Digitalisierung des historischen Kern



Workshop - Weißenseer Spitze

Berlins vorstellen kann, und konnten zudem ihre eigenen Ideen einbringen. In Frohnau diskutierten lokale Initiativen und die Anwohner\*innen bei Kiezspaziergängen und einer anschließenden Werkstatt Fragen zur lebenswerten Zukunft der Frohnauer Plätze. Die Gruppe Moritz & Friends lud an den Round Table mit Kreativen, Anwohner\*innen und Architekt\*innen, um über die zukünftige Gestaltung des Moritzplatzes in Friedrichshain-Kreuzberg zu diskutieren. In Adlershof diskutierte die Initiative „Wir Adler“ im „Mittendrin vor Ort“-Treffen wie ein gemeinsam getragenes und positives Baustellenmarketing für die bevorstehende Umbauphase entwickelt werden kann. Die Initiative Netzwerk Süd-West Berlin e.V. lud Groß und Klein zur Diskussion im Rheingauviertel ein, wie der Kiez plastikfrei werden kann. Auf Einladung der IG Leipziger Straße e.V trafen sich Anwohner\*innen der Leipziger Straße und Fachleute, um die Zukunft des zentralen Standorts vitaler und „l(i)ebenswerter“ zu gestalten. Den Abschluss der „Mittendrin vor Ort“-Treffen bildeten zwei Treffen im Bezirk Pankow. Während ihrer anderthalbtägigen „Caligari Camp Challenge“ wurden kreative Ideen und Visionen für die Weißenseer Spitze entwickelt und neue Netzwerkpartner\*innen gefunden. Zeitgleich gab es in Wilhelmsruh dank Podiumsdiskussionen, Kiezband und

verschiedenen Marktständen viele Mitmachmöglichkeiten auf dem ersten Wilhelmsruher Herbstmarkt.

Die Erfahrungen und Erkenntnisse, die die nominierten Initiativen auch durch die „Mittendrin vor Ort“-Treffen gewinnen konnten, helfen dabei, den qualifizierten Wettbewerbsbeitrag zu entwickeln. Wer den Zuschlag für die Erarbeitung eines individuellen Standortkonzeptes erhalten wird, entscheidet sich Ende Februar 2020, wenn die Fachjury ein zweites Mal zusammenkommt, um die bis zu drei Gewinner\*innen zu prämiieren. Über den Sommer 2020 erfolgt die Erarbeitung der Konzepte, die dann im Herbst 2020 öffentlich präsentiert werden.

Verfolgen Sie das weitere Verfahren auf dem Instagram-Kanal [@berlinmittendrin](https://www.instagram.com/berlinmittendrin) und finden Sie detaillierte Informationen zu Mittendrin Berlin! auf der Internetseite [www.mittendrin.berlin.de](http://www.mittendrin.berlin.de).



## MEILENSTEINE FÜR DEN „AB IN DIE MITTE!“-WETTBEWERB 2020

Wettbewerbsmotiv 2020  
Design: Katrin Hussock





---

WETTBEWERBSMOTTO: „STADT GEMEINSAM STÄRKEN: HANDELN, TEILEN, MITENTSCHEIDEN ...“

---

16.03.2020 » Auftaktveranstaltung \_\_\_\_\_ Ort: Schloss Wurzen

---

06.2020 » Kreativtreff \_\_\_\_\_ Ort: SchlossArena Auerbach/Vogtl.

---

06.2020 » Sommerabend mit der Staatsregierung \_\_\_\_\_ Ort: SchlossArena Auerbach/Vogtl.

---

11.09.2020 » Abgabe Wettbewerbsbeiträge \_\_\_\_\_ Ort: IHK zu Leipzig

---

10.2020 » Jurysitzung \_\_\_\_\_ Ort: Leipziger Volksbank eG

---

6.11.2020 » Abschlussveranstaltung \_\_\_\_\_ Ort: Leipziger Messe (im Rahmen der Messe „denkmal“)

---

Ab 11.2020 » Preisübergaben vor Ort \_\_\_\_\_ Ort: Preisträgerstädte

---

Die Angaben können sich ggfs. noch verschieben.

## **Herausgeber:**

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

## **Texte der Kommunen:**

- Burgstädt: Dominique Dörfel, Westsächsische Gesellschaft für Stadterneuerung mbH
- Delitzsch: Alexander Lorenz, Referatsleiter Wirtschaftsförderung und Tourismus
- Freital: Josephine Schattaneck, Amtsleiterin Stadtplanungsamt
- Görlitz: Friedemann Dreßler, Amt für Stadtentwicklung
- Grimma: Sebastian Bachran, Medien, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Kamenz: Anne Hasselbach, Citymanagement
- Oederan: Erika Wünsch, Stadtinformation
- Pirna: Norbert Kaiser, Fachgruppe Stadtentwicklung
- Riesa: Diana Weishaupt, Amt für Bürgerservice und Bildung
- Stollberg: Stefan Herold, Innenstadtmanager
- Weißwasser: Frank Lublow, Citymanagement
- Zittau: Stephan Eichner, Citymanager
- Zwickau: Ariane Spiekermann, Stadtmanagerin/Büro für Wirtschaftsförderung

## **Weitere Texte:**

- Dr. Eddy Donat
- Susan Radisch, Universität Leipzig
- Daniel Schertel, Begleitbüro MittendrIn Berlin!/raumscrip
- Rolf Gußmann, IMORDE Projekt- & Kulturberatung GmbH



### **Fotos/Grafiken der Kommunen:**

- Burgstädt: Stadtverwaltung Burgstädt, Westsächsische Gesellschaft für Stadterneuerung mbH
- Delitzsch: Stadtverwaltung Delitzsch
- Freital: Stadtverwaltung Freital; Architekturbüro Dr. Braun & Barth, Landschaftsarchitektur Grohmann
- Görlitz: Friedemann Dreßler
- Grimma: RedokArt/David Rieger
- Kamenz: Stadtverwaltung Kamenz, Citymanagement
- Oederan: Stadtverwaltung Oederan, Rolf Büttner
- Pirna: Stadtverwaltung Pirna
- Riesa: Stadtverwaltung Riesa
- Stollberg: cocoon / Büro für Design Oelsnitz/Erzgeb.
- Weißwasser: Stadtverwaltung Weißwasser/O.L.
- Zittau: Stadtverwaltung Zittau, Thomas Glaubitz, Peter Hennig
- Zwickau: Stadtverwaltung Zwickau; Friedrichs | GrafikDesignAgentur Zwickau

### **Weitere Fotos:**

- Dr. Eddy Donat
- „Ab in die Mitte!“-Organisationsbüro
- Benjamin Pritzkeleit/MittendrIn Berlin!
- Axel Herbst (Beitrag Hessen)
- Stadtverwaltungen Friedrichsdorf und Marburg (Beitrag Hessen)
- SMI/C. Reichelt (Grußwort)

### **Urkunde zum Wettbewerb:**

Michael Fischer-Art

### **Redaktion:**

Dr. Eddy Donat

Dipl.-Geogr. Andrea Schötter

### **Gestaltung:**

Stefanie Bamberg,

Katz & Tinte Kommunikation, Leipzig

### **Druck:**

FISCHER druck & medien GmbH

### **Auflage**

350 Stück

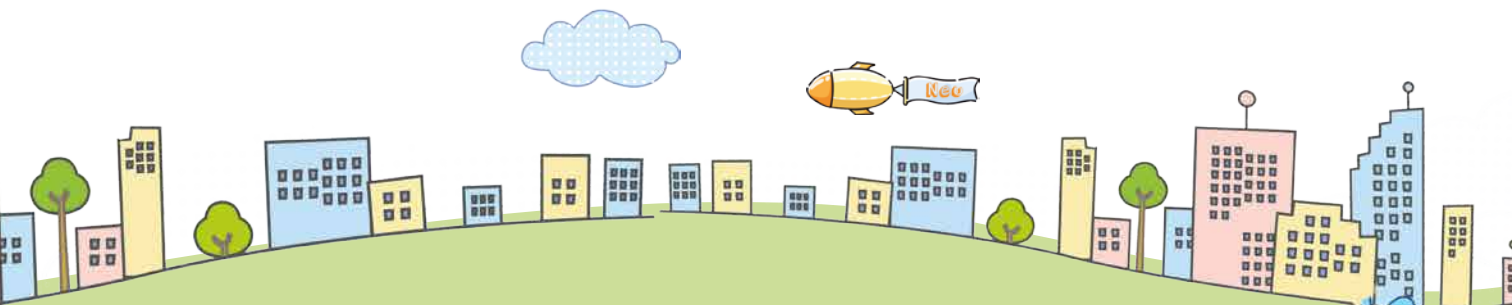
### **Copyright:**

Februar 2020.

Der Initiativkreis „Ab in die Mitte!“

Die City-Offensive Sachsen“ und die

Autoren





Teilnahme-Urkunde von  
Michael Fischer-Art für den Wettbewerb 2019

ORGANISATIONSBÜRO DES INITIATIVKREISES  
c/o IHK zu Leipzig | Goerdelerring 5 | 04109 Leipzig  
Telefon 0341 1267-1236 | Fax 0341 1267-1422  
E-Mail: [abindiemitte@leipzig.ihk.de](mailto:abindiemitte@leipzig.ihk.de)

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

Ab in die  
**Mitte!**  
Die City-Offensive  
Sachsen