



Stadt **gemeinsam** stärken: Handeln, **Teilen**, **Mitentscheiden**

DOKUMENTATION 2020



Freistaat
SACHSEN

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



Die Sächsischen
Industrie- und Handelskammern



Leuchtet ein!



w3work
Agentur für Online Marketing



INHALT

- 4 » Grußwort
 - 6 » Seit 2020 ist alles ganz anders – wie (re-)agieren Handel und Kommunen?
 - 11 » Unsere Partner
 - 17 » Prolog
 - 22 » Teilnehmerstädte
 - 23 » Übersichtskarte
-

PREISTRÄGER

- 24 » Zittau ____ Ab in die Lücke
- 28 » Delitzsch ____ DELITZSCH LAUSCHEN – Kommen, Hören, Staunen
- 32 » Görlitz ____ CINEMA CITY
- 36 » Lugau/Erzgeb. ____ Die Lugauer Gemeinschaftsgärten
- 40 » Oederan ____ Oederan: Schaufenster der mittelsächsischen Wirtschaft
- 44 » Landkreis Mittelsachsen ____ Gemeinsam sind wir stark
- 48 » Rodewisch ____ ROWI HutzN-Point
- 52 » Sebnitz ____ Statt einsam: Stadt gemeinsam!
- 56 » Burgstädt ____ Burgstädter-Marktplatz.de die BackStage App - für die Händler
- 60 » Kamenz ____ Freiräume gestalten - Der Kiezzgarten an der Kamenzer Mönchsmauer
- 64 » Meißen ____ Samuel Hahnemann - Ein Ehrenbürger kehrt zurück in seine Geburtsstadt
- 68 » Stollberg/Erzgeb. ____ Vision 2030

- 72 » Die Wettbewerbsbeiträge der Teilnehmer 2020
-

- 90 » Stadtgestaltung: Sonderpreis setzt blühende Akzente
 - 92 » Lichtgestaltung: Neue Akzente
-

- 96 » Aus den anderen Bundesländern
-

- 100 » Motto & Meilensteine 2021
- 102 » Impressum



„Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden ...“

Eine derartige Krise wie jetzt durch Corona hat Deutschland seit dem Zweiten Weltkrieg nicht mehr erlebt. Wir alle spüren die wirtschaftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Folgen. Die Regierungen von Bund und Ländern muten den Menschen und Unternehmen mit den Corona-Schutzmaßnahmen viel zu. Das ist bitter, davor habe ich großen Respekt und Verständnis für manchen Unmut und Ungeduld. Doch die beschlossenen Maßnahmen waren und sind nötig, um die Pandemie zu bewältigen, Menschenleben zu schützen, unser Gesundheitssystem aufrecht zu erhalten und irgendwann zu einem normalen Leben zurückzukehren, das wir alle so sehr vermissen.

Ich weiß um die große Last, die Handel, Gastronomie und Kultur zum Wohle unserer Gesellschaft tragen. Ich versichere Ihnen: Wir setzen alles uns Mögliche daran, dass auch die Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister und Kulturschaffenden diese Krise überstehen und den Innenstädten weiter ein individuelles Gesicht geben!

Von Anfang an stehen wir als Staat solidarisch an der Seite der betroffenen Unternehmen, Selbstständigen und Beschäftigten. Die Hilfsmaßnahmen in Deutschland sind weltweit wohl einzigartig. Und auch, wenn nicht alles zu 100 Prozent ausgeglichen werden kann, so lassen wir niemanden im Regen stehen. Wir unterstützen die von der Corona-Pandemie betroffenen sächsischen Unternehmen und Selbstständigen mit Finanzhilfen in Milliarden-Höhe. Bund, Länder und Europäische Union stemmen nie dagewesene finanzielle Leistungen, um Arbeitsplätze und Existenzen zu sichern und die Unternehmen und Arbeitsplätze zu erhalten. Für Beschäftigte hat der Bund weitreichende Hilfen über die Kurzarbeiterregelung geschaffen.

Gerade jetzt bin ich dankbar, dass wir schon seit vielen Jahren unseren Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ etabliert haben. Als Instrument zur Förderung, Stärkung und Belebung der Innenstädte ist er eine ideale Plattform für kreative Stadtentwicklung. Er unterstützt Städte und Gemeinden bei der Entwicklung und Umsetzung von Ideen und Konzepten und fungiert gleichzeitig als Impulsgeber für andere Orte.

Das letztjährige Wettbewerbsmotto „Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden...“ betonte besonders das gemeinsame Engagement, das auch die Organisatoren und Sponsoren des Wettbewerbes wieder bewiesen haben. Ihnen ist es gelungen, alternative Formate zu finden, um den Wettbewerb trotz aller Widrigkeiten erfolgreich durchzuführen.

Mein besonderer Dank gilt den Bewerberstädten, ihren Bürgerinnen und Bürgern und den Gewerbetreibenden. Es hat mich beeindruckt, dass trotz der schwierigen Situation 17 Kommunen und – erstmalig in der Geschichte des Wettbewerbs – ein Landkreis die Zeit und die Kraft gefunden haben, eine Projektidee zu entwickeln und einzureichen. Dies zeigt den Ideenreichtum und das Engagement unserer sächsischen Kommunen und Zivilgesellschaft und stimmt für die Zukunft optimistisch.

Martin Dulig

Sächsischer Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



Seit 2020 ist alles ganz anders – wie (re-)agieren Handel und Kommunen? Die Perspektive des Handels

Mit Beginn von 2020 und inmitten vieler guter Wünsche für dessen Gelingen konnte wohl niemand ahnen, was dieses Jahr für uns alle an Herausforderungen und Zumutungen bereithalten wird. Die immer mehr an Fahrt aufnehmende Fakten- und Nachrichtenlage zur Corona-Pandemie verhieß nichts Gutes für den sächsischen Handel und die Lebendigkeit unserer Städte. Der Verunsicherung unserer Kunden und deren Kaufzurückhaltung ab März folgten staatlich angeordnete Maßnahmen, die zur wochenlangen Schließung aller Geschäfte führten, die nicht überwiegend Waren des täglichen Bedarfs handeln. Ein Schock für alle Akteure im Einzelhandel und ein schwerer Eingriff in die unternehmerische Freiheit! Ein herber Schlag für unsere Standorte in den Städten: Denn Attraktivität und Anziehungskraft des Handels und seiner Partner, das, wofür stehen und kämpfen, waren vor dem Hintergrund der gesundheitlichen Bedrohungslage politisch nicht mehr gewollt und rechtlich nicht möglich.

Wenn Unternehmer nichts mehr unternehmen können, stabile Kundenbeziehungen durchtrennt, die wirtschaftliche Substanz auf Dauer geschädigt und die Zukunft vieler Firmen gefährdet wird, dann sind wir als sächsischer Verband des Handels und die gesamte Familie unter dem Dach des Handelsverband Deutschland in ganz außergewöhnlicher Weise gefordert. Das Ringen um das Verstehen der Politik, um Fördermittel, praxisgerechte Bedingungen fürs Handeln, die Möglichkeiten der Wiederöffnung – der Handelsverband Sachsen streitet an vorderster Front.

Viele Geschäftsleute nahmen allen Mut und Ideenreichtum zusammen und fanden Wege, aus geschlossenen Läden heraus kleinere und größere Aktivitäten zu entfalten und die Grundsteine für die „Zeit danach“ zu legen. Sie erprobten Neues, praktizierten Online-Beratung, gewährleisteten die telefonische und digitale Erreichbarkeit, richteten Abhol- und Liefermöglichkeiten ein, bauten ihren Service aus und machten

Schritte hin zur besseren Präsentation und mehr Funktionalität im Netz. Sie machten machbar, was machbar war. Diese Courage ging oft über die eigene Firma hinaus, viele weiteten den Blick hin zu konzertierten Aktionen bis hin zur Beteiligung bei „Ab in die Mitte! Sachsen und anderen verbindenden Initiativen. Gerade jetzt und trotz alledem hieß es im Städtewettbewerb 2020 „Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden...“. Die Teilnahme erbrachte respektable Beiträge und Projekte, glückliche Gewinner und ein wichtiges Pfund für die Zukunft aller Mitmacher.

Mit großer Hoffnung und viel Elan wurde im April und Mai auf Basis der Gesetzeslage sukzessive wieder geöffnet. Endlich! Corona blieb Thema und mit ihm manch Auflage und eingeübtes Verhalten: Abstand, Maske, besondere Hygiene. Aber es stellte sich so etwas wie eine neue Normalität ein. Jeder kleine und größere geschäftliche Fortschritt brachte Interaktion, Freude für Kunden, Beschäftigte und Unternehmer, Selbstbestätigung und Ausstrahlung ins benachbarte Umfeld. Die Geschäfte und Städte erwachten wieder zum Leben. Die folgenden Monate waren geprägt von dem Willen, durch eigenes Tun die wirtschaftlichen Folgen der Geschäftsschließungen kleiner und kleiner werden zu lassen und mit frischem Mut eine gute unternehmerische Grundlage für die Zukunft zu legen. Vieles schien auf einem guten Wege.



Gunter Engelmann-Merkel und Alexander Lorenz (Wirtschaftsförderung Delitzsch) weihen den Blumenturm in der Delitzscher Innenstadt (Sonderpreis 2020) ein.



Als Anfang November der Teil-Lockdown über Gastronomie und Kultur verhängt wurde, brachen im beginnenden Weihnachtsgeschäft wichtige Bausteine aus dem städtischen Gefüge. Dunkle Wolken zogen über die Branchen, denen bereits im Frühjahr von der Politik Sonderopfer in der Pandemiebekämpfung abverlangt wurden und erreichten Mitte Dezember 2020 weite Teile des Handels. Die Hilfsversprechen der Politik pro Einzelhandel klangen vollmundig und blieben doch vage. Es hat wenig mit Schwarzmalerei zu tun; Viele stationäre Einzelhändler sind im Überlebenskampf. Sie brauchen dringendst eine Perspektive abseits immer neuer Lockdowns.

Und doch richten viele den Blick nach vorn, solange sie dies irgend können. Der Wille, durch diese Krise zu kommen, weiterzumachen, wiederaufzubauen, was kaputtging ist unbändig und verdient mehr als den Respekt von Öffentlichkeit und Politik. Klare Zusagen, unkomplizierte Programme, die Zukunft sichern helfen, das braucht der Handel jetzt. Und die Städte brauchen den Handel, auch wenn diese Ehe sich immer wieder neu erfinden muss. In diesem Sinne wünschen wir uns auch einen mutmachenden Wettbewerb 2021 und Ergebnisse, die einen Beitrag für dieses Morgen leisten.

Gunter Engelmann-Merkel

Geschäftsführer des Handelsverbandes Sachsen e. V.



Seit 2020 ist alles ganz anders – wie (re-)agieren Handel und Kommunen? Die Perspektive der Kommunen

Nicht nur wir als Stadt Zittau mühen uns – und ich benutze das Wort ganz bewusst – um unsere Innenstadt, unser historisches Zentrum. Wir nutzen die gesamte Bandbreite der Städtebauförderung, um Gebäude, Straßen und Plätze und unsere denkmalgeschützte Parkanlage „Grüner Ring“ zu sanieren. Und doch gibt es immer noch Grundstücke und Gebäude, welche entwickelt werden müssen. Unser jüngster „Ab in die Mitte!“ Beitrag widmete sich auch einer schmerzlichen Baulücke.

Doch Stadt ist nicht nur Stein, sie ist vor allem urbanes Leben. Und nur dafür machen die Investitionen Sinn. Das bedeutet Handel und Dienstleistung, das bedeutet Kunst und Kultur und das bedeutet Dialog und Begegnung. Auch hier sind viele Akteure aktiv und bemüht. Aber machen wir uns nichts vor – auch vor der Coronapandemie - ist das in Städten unserer Größe kein Selbstläufer. Es bedarf vielmehr der operativen und finanziellen Unterstützung von Kommunen und von Bund und Land als Fördermittelgeber.

Was hat nun die Pandemie mit dem urbanen Leben gemacht? Ich habe das Gefühl, die Innenstadt und das Leben in ihr hält die Luft an. Ein Gefühl wie im Niemandsland. Ich möchte an der Stelle auch nicht verhehlen, dass ich mir große Sorgen mache, dass dabei dem ein oder anderen Geschäft oder Restaurant die Luft ausgeht.

In Zittau haben das City Management und das Stadtmarketing unter Mitwirkung weiterer Akteure die Aktion „#zittauhältzusammen“ ins Leben gerufen. In der Kategorie Gastronomie und Handel wurden dadurch dreimal so viele Gutscheine des Gewerbe- und Tourismusvereins Zittau lebendige Stadt e.V. verkauft als in den Vorjahren. Natürlich wurden auch die Lieferdienste von Handel und Gastronomie gemeinsam beworben. In Vorbereitung ist eine Kampagne, die die Stammkundschaft zu Wort kommen lässt. Generell spüren wir schon nach dem ersten Lockdown ein steigendes



Bewusstsein der Kunden für regionale Angebote, was mit dieser Kampagne Gesichter bekommen soll. Das stiftet Zuversicht und Hoffnung, erinnert andere an die Angebote in ihrer Stadt.

Doch was kommt danach? Kunst und Kultur werden wieder aufleben, die Sehnsucht der Menschen danach ist groß. Das trifft auch auf Dialog und Begegnung zu. Passend dazu haben wir mit unserem prämierten Wettbewerbsbeitrag „Ab in die Lücke“ gute Chancen dafür: In einer interessanten Baulücke soll ein neuer Ort für Dialogkultur in der Stadt entstehen – und zwar von Angesicht zu Angesicht. Wie wichtig genau das ist, haben alle schmerzlich während der Lock-Downs gespürt.

Aber was ist mit Handel und Dienstleistung? Wir verschließen nicht die Augen davor, dass der Großteil der Bedarfe, die sonst in der Innenstadt erledigt wurden, online gedeckt wurden bzw. werden mussten. Davon werden die Innenstädte nach der Pandemie nicht wieder alles „zurückholen“ können. Die Pandemie wird den grundsätzlichen Wandel im Handel, aber darüber hinaus auch die Funktion von Innenstädten beschleunigen. Bedarfe werden noch mehr dort gestillt, wo es schnell und bequem ist (online, Fachmarktstandorte mit Parkplätzen). Da haben wir Glück, denn die Zittauer Innenstadt verzeichnet eine positive Einwohnerentwicklung und ist Sitz relevant großer Arbeitgeber. Das heißt, es wird auch in Zukunft Platz für Händler geben, die kurz- bis mittelfristige Bedarfe stillen. Wünsche aber werden dort erfüllt, wo es schön ist. Wir werben mit „Einkaufen mit Atmosphäre“ für unsere Innenstadt. Als Stadtverwaltung kümmern wir uns um die baulichen und gestalterischen Rahmenbedingungen; als konkretes Beispiel möchte ich die Weihnachtsbeleuchtung nennen. Das werden wir auch weiterhin in dem Umfang tun. Der einzelne Händler ist gefordert Atmosphäre in seinem Laden umzusetzen: freundliche Inneneinrichtung und Beleuchtung, Erlebnisse schaffen – vor Ort oder digital, bspw. über Instagram Stories oder Facebook-Videos, Beratung und Service forcieren (das Gläschen Sekt dazu). Viele unserer Händler waren schon vor der Pandemie auf dem richtigen Weg. Viele nutzen den verordneten „Leerlauf“ für Investitionen, evaluieren ihre Kundenbindung, probieren neue Ideen aus und entwickeln neue Konzepte. Manche aber sind generell und manche aktuell ob ihrer existenzbedrohlichen Situation nicht in der Lage zukunftsorientiert zu denken und zu handeln, was ich nicht kritisiere, sondern sehr gut verstehe. City Management und IHK versuchen anzuregen, zu beraten und zu unterstützen. Ich baue darauf, dass viele aus eigener Initiative und Kraft, weitere mit Unterstützung durch die Pandemie kommen und eine Chance im Wandel sehen. Fakt ist, dass Handel und Dienstleistung nach Corona nicht mehr so sein werden wie vorher, die Pandemie wird auch Katalysator für neue Entwicklungen sein. Das Wichtigste dabei ist und bleibt, im Individuellen aber eben auch im Zusammenspiel aller in einer Stadt, klare Impulse zu setzen.

Thomas Zenker

Oberbürgermeister der Großen Kreisstadt Zittau

Unsere Partner Mit Blick auf das Jahresmotto: „Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden ...“

CORONA CONTRA „AB IN DIE MITTE!“ – WIE PASST DAS ZUSAMMEN?

Die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie haben das gesellschaftliche Leben in den Innenstädten nahezu zum Erliegen gebracht. Handel, Dienstleister und Gastgewerbe, aber auch Kulturschaffende und Museen sind nicht in der Lage, sich um die Attraktivität der Innenstädte zu kümmern, sondern kämpfen häufig um das eigene Überleben. Aber die Maßnahmen zeigen Wirkung, das Licht am Ende des Tunnels ist zu sehen. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, sich mit einem Nach-Corona-Projekt an „Ab in die Mitte!“ zu beteiligen und dadurch den Puls der Innenstädte zu reaktivieren.

WELCHE NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ERGEBEN SICH FÜR DIE INNENSTÄDTE?

Auf Dauer werden die Innenstädte nicht mehr so besetzt sein wie vor dem Lockdown: Viele digitale Entwicklungen gerade in Handel und Dienstleistung haben sich beschleunigt und werden viele Innenstadtakteure zur Aufgabe zwingen. Drohende Leerstände geben Raum für neue Konzepte des Lebens und Arbeitens in der City – die Chance, Produktion, Wohnen und Handel wieder an einem Ort zusammenzuführen.

WAS KÖNNEN WIR TUN?

Noch stärker als früher bietet sich die Möglichkeit für alle Institutionen der City, Stadt als Konglomerat von Kultur, Leben, Wirtschaft, Freizeit und Natur zu gestalten. Solche „Ab in die Mitte!“-Projekte haben das Potenzial, für die nächsten 20 Jahre innenstadtprägend zu wirken.



Thomas Ott
Industrie- und Handelskammer Dresden
Geschäftsbereich Handel | Dienstleistungen
| Verkehr



Toni Kunze,
Geschäftsbereichsleiter Expansion
EDEKA Grundstücksgesellschaft Nordbayern-
Sachsen-Thüringen mbH

CORONA CONTRA „AB IN DIE MITTE!“ – WIE PASST DAS ZUSAMMEN?

Durch das Anregen der städtebaulichen Entwicklung im Rahmen des Wettbewerbs fördern wir die Gemeinschaft, indem wir Verwaltungen und Bürgern die Möglichkeit geben, sich aktiv zu beteiligen. Gerade in diesen Zeiten ist es umso wichtiger, Möglichkeiten zu schaffen, sich kreativ zu entfalten und Stadt- sowie Heimatverbundenheit zu stärken und die Zukunft der Städte und Gemeinden mitzugestalten.

WELCHE NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ERGEBEN SICH FÜR DIE INNENSTÄDTE?

Durch die starken Einschränkungen des letzten Jahres verzeichneten die Städte und Gemeinden immer weniger Besucher und Touristen. Wichtige touristische Einnahmen brachen plötzlich weg. Im Zuge dessen muss nach Lösungsansätzen gesucht werden, die massiven Einbußen auszugleichen und die Innenstädte für die eigenen Bürger noch attraktiver zu gestalten, um die Gastronomie und Kultur wiederzubeleben und den Handel vor Ort zu stärken. Basis hierfür ist eine möglichst schnelle und sichere Öffnung der Innenstädte.

WAS KÖNNEN WIR TUN?

Das vergangene Jahr hat gezeigt, dass die Initiative „Ab in die Mitte!“ auch in diesen Zeiten großen Zuspruch findet. Durch die Teilnahme am Wettbewerb bekommen die mitwirkenden Städte und Gemeinden mediale Aufmerksamkeit und Anreize, ihre Innenstädte aktiv zu gestalten und ihnen eine Zukunft zu geben. Wir wünschen uns ein Festhalten an diesem tollen Wettbewerb und die Aufnahme aktueller Geschehnisse als Zeichen der Beständigkeit und Plattform für den Erhalt der Innenstädte.

CORONA CONTRA „AB IN DIE MITTE!“ – WIE PASST DAS ZUSAMMEN?

Die Einschränkungen des gesellschaftlichen und öffentlichen Lebens sind leider die unerlässlichen Schritte gegen Corona. Nach diesen notwendigen Maßnahmen gibt die Initiative „Ab in die Mitte!“ wieder Hoffnung und Zuversicht. Unser gemeinsames Ziel sollte sein, die Bürger und Verantwortlichen in den Städten und Gemeinden auf die Initiative aufmerksam zu machen.

WELCHE NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ERGEBEN SICH FÜR DIE INNENSTÄDTE?

Die Herausforderungen in den Innenstädten sind leider nicht neu, sondern alt bekannte. Der bereits Jahre andauernde Trend der Geschäftsaufgabe in den Innenstädten und damit leerer Immobilien ist durch die Corona-Maßnahmen verstärkt bzw. beschleunigt worden. Seit 18 Jahren setzt sich die Initiative „Ab in die Mitte!“ dafür ein, gute Ideen zu unterstützen, um diesen Trend zu stoppen und die Zentren wieder mit Leben zu erfüllen.

WAS KÖNNEN WIR TUN?

Unsere Aufgabe ist, auch 2021 „Licht ins Dunkle“ zu bringen. Der Sachpreis „Licht“ dient der Umsetzung individueller und nachhaltiger Illuminierungen. Entweder in der Weihnachtszeit oder zu verschiedenen saisonalen Anlässen realisieren wir Lichtlösungen für Gebäudearchitektur, Kunstprojekte, Verkaufsflächen oder auch für Entertainment. Licht fördert das Sicherheitsgefühl im öffentlichen Raum, bietet Orientierung, beeinflusst unsere Emotionen und Handlungen, hebt das Alleinstellungsmerkmal der jeweiligen Stadt oder der Gemeinde optisch hervor und erzeugt einzigartige Erinnerungsmomente. Wir freuen uns auf die Ideen und Herausforderungen. Das leuchtet ein.



Dr. Uwe Teichert,
Geschäftsführer der NEL GmbH



Prof. Ronald Scherzer-Heidenberger,
HTWK Leipzig - Fakultät Architektur und
Sozialwissenschaften, Professur für
Regionalplanung und Städtebau

CORONA CONTRA „AB IN DIE MITTE!“ – WIE PASST DAS ZUSAMMEN?

„Corona“ hat keine neuen Herausforderungen an unsere Innenstädte gestellt, sondern die sich schon seit mehreren Jahrzehnten entwickelnden Problemlagen schlagartig – wie mit einem Brandbeschleuniger versehen – in ganzer Schärfe sichtbar gemacht. Ich würde die Eingangsfrage daher modifizieren in ein: „Nach Corona erst recht „Ab in die Mitte!““.

WELCHE NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ERGEBEN SICH FÜR DIE INNENSTÄDTE?

Gerade die letzten Monate der Restriktion von physischen Kontakten und der erzwungenen Neujustierung von sozialer Nähe und Distanz zusammen mit einer weitgehenden Digitalisierung des Konsums machte eines besonders deutlich. Unsere historischen Innenstädte stehen vor ihrer Überlebensfrage: Entweder gelingt es, sie aus der Monofunktionalität reiner Dienstleistungs- und Verwaltungszentren herauszulösen und sie als vollwertige LEBENS-Orte für unterschiedliche Bevölkerungsschichten zurückzugewinnen oder sie werden mit der zunehmenden Bedeutungslosigkeit ihrer früheren, ortsbundenen Nutzung selbst in die Bedeutungslosigkeit abgleiten.

Fatal wäre diese Entwicklung vor allem deshalb, weil unsere Ortsmitten als gebautes historisches Gedächtnis unserer Lebenswelt zugleich die Träger der Ortsidentität und damit unseres kulturellen Selbstverständnisses sind. Ihr Verlust wäre zudem auch in ökologischer Hinsicht inakzeptabel, stellt die klassische europäische Stadt mit ihrer ursprünglichen Nutzungsmischung und Baudichte qua ihrer selbst ein Siedlungsmodell der kurzen Wege, also der geringsten Verkehrsemissionen dar.

WAS KÖNNEN WIR TUN?

Aus dieser Betrachtung heraus lassen sich folgende Handlungsfelder skizzieren:

- Die Rückkehr des Wohnens in die Innenstädte inklusive der entsprechenden Infrastruktur;
- Ausbau attraktiver Aufenthaltsbereiche für unterschiedlichste soziale Interaktionen u.a. durch die Rückgewinnung des öffentlichen Raums als Bewegungs- und Aufenthaltsraum jenseits rein verkehrstechnischer Belange;

- Zurückdrängen der spekulationsbedingten Monofunktionalität durch bewusste Steuerung der Flächenbelegung hin zu einer engmaschigen Nutzungsmischung im Sinne der europäischen Stadt („Wohnen und Arbeiten auf einer Parzelle“);
- Pflege und Weiterentwicklung des kulturellen Erbes.

CORONA CONTRA „AB IN DIE MITTE!“ – WIE PASST DAS ZUSAMMEN?

Kein Contra, sondern eher eine Herausforderung. Eine Herausforderung, zu handeln und unsere Innenstädte fit für die Zukunft zu machen. Denn Corona wirkt angesichts der schleichenden Veränderungen in unseren Städten wie ein Brennglas. Es ist ein Katalysator für Entwicklungen, die längst da sind.

WELCHE NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ERGEBEN SICH FÜR DIE INNENSTÄDTE?

Wir erleben seit Jahren einen zunehmenden Druck auf die Innenstädte durch Onlinehandel und Digitalisierung. Die Antwort kann nicht sein, die Innenstadt allein zum Abbild des Marktplatzes im Internet zu machen und dieselben Waren auch noch online zu verschicken. Das kann ich von der Couch aus auch.

WAS KÖNNEN WIR TUN?

Wir brauchen neue und gemeinsame Impulse. Händler, Gastronomen, Kultur, Eigentümer und Besucher unserer Innenstädte zusammen. Wir müssen davon wegkommen, dass unsere Marktplätze nur noch ein uniformes Abbild der digitalen Angebote sind. Es braucht das Individuelle, die Beratung und Attraktivität. Es muss Spaß machen, in die Innenstädte zu kommen.



René Hobusch,
Präsident Haus & Grund Sachsen e. V.



Prof. Dr.-Ing. Silke Weidner
Brandenburgische Technische Universität
Cottbus - Senftenberg, Fakultät 6/
Architektur, Bauingenieurwesen und
Stadtplanung Fachgebietsleitung
Stadtmanagement

CORONA CONTRA „AB IN DIE MITTE!“ – WIE PASST DAS ZUSAMMEN?

Das passt mehr als gut zusammen! Die Herausforderungen der Innenstädte, die von Beginn an Hintergrund der „Ab in die Mitte!“-Initiative waren, sind durch die Pandemie noch weitaus größer geworden. Anlässe zu finden und zu etablieren, dass die Bevölkerung die Innenstädte besucht, müssen nun mehr denn je entwickelt, gedacht und ausprobiert werden. Hier sind neue Ideen und Experimente gefragt, um unsere gewohnten Qualitäten im Herzen der Städte und Gemeinden zu sichern.

WELCHE NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ERGEBEN SICH FÜR DIE INNENSTÄDTE?

Es sind weniger neue Herausforderungen als vielmehr höchst potenzierte. Die seit vielen Jahren von zahlreichen Expert*innen kritisierte Entmischung, die Dominanz von Handel und Versorgung in der Mitte unter Vernachlässigung von anderen Funktionen oder aber der bereits existierende Leerstand wurden weder strukturell noch mit genügend Weitblick auf die „lebenswerte Innenstadt“ angegangen. DIE Herausforderung ist also, die Innenstadt wieder wirklich gemischt genutzt anzulegen, somit müssen potenzielle Konflikte von Nutzungen aufgedeckt und ideenreich gelöst, die Immobilieneigentümer*innen endlich weitaus mehr zu Mitgestaltenden als nur Umsatzgenerierenden werden – hier liegt nun womöglich auch eine Chance durch die Pandemie vor.

WAS KÖNNEN WIR TUN?

Interessant ist, dass nun in der Pandemie die Rufe nach Hilfe Richtung Politik laut sind. Der Bedarf für solche ist unwidersprochen da. Aber am allermeisten können wir alle, jeder einzeln, tun, indem wir verantwortungsvoll einkaufen, konsumieren und möglichst nachhaltige Lebensstile haben. Unser Agieren sollte – soweit es jeder und jedem möglich ist – am Gemeinwohl orientiert sein. Wir können auf die uns wichtigen Dinge in Bereich von Einzelhandel, Kultur und Sozialem setzen, diese unterstützen und fördern statt in die global organisierte Falle zu tappen. Erfreulicherweise hat das „regionale Bewusstsein“ in der Pandemie an Bedeutung gewonnen. Hoffen wir, dass es nicht wieder abhandenkommt.

„Erstens kam es anders – und zweitens als man denkt“

Alles war vorbereitet: Das Jahresmotto war gefunden. Das Motiv für die Einstimmung und Wiedererkennung des „Ab in die Mitte!“- Wettbewerbes in Sachsen stand fest. Die Auftaktveranstaltung in Wurzen war komplett vorbereitet. Die Flyer waren gedruckt und versandt. Es hatten sich bereits genau 100 (!) Interessenten angemeldet für diese Veranstaltung. Und dann kam Corona...

Damit hatte keiner gerechnet – wie lang und nachhaltig uns dieser Virus beschäftigt, beeinflusst, bedrängt, beängstigt, bedrückt, überwältigt. Umso stolzer sind wir auf alle Akteure in den sächsischen Städten und Kommunen, alle Initiatoren und Sponsoren und die Sächsische Staatsregierung mit den beteiligten Sächsischen Staatsministerien für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr sowie für Regionalentwicklung.

DER WETTBEWERB STARTETE TROTZDEM

Auch ohne Auftaktveranstaltung, mit dem ersten, totalen Lockdown im März/April haben wir den „Ab in die Mitte!“- Wettbewerb in Sachsen im Jahr 2020 gestartet. Unter dem Motto „Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden...“ wurden alle sächsischen Städte und Kommunen aufgerufen, neue interessante Ideen zur Stärkung der Stadt-Zentren zu finden. Das Motto haben die Initiatoren lange vor Corona bestimmt. Treffender konnte das Jahresmotto wohl gerade für die neue Situation kaum sein.





Preisübergabe in Freital



Preisübergabe in Görlitz



Stadtekursion
im Rahmen des Kreativtreffs

„Aufbauend auf einem der generellen Ziele des Wettbewerbes, die Bürgerbeteiligung zu fördern, soll nunmehr auf die Stärkung eines breiten, aktiven Engagements für die Zentrenentwicklung hingewirkt werden. Gerade die Vielfalt in der Meinungsbildung, die Diskussions- und allgemeinen Kommunikationsprozesse bringen oft nicht vorher absehbare, neue, kreative Ideen hervor. Mut zum Wandel, zu anderen Nutzungsformen und Gestaltungsvorschlägen kommen aus der Beteiligung, mit zu überlegen, zu handeln, zu teilen und mitzuentcheiden.“ – so die Erläuterungen zum Jahresmotto in der Ausschreibung. Mut, Wandel und andere Nutzungsformen sind die aktuellen Schlagworte bei der Diskussion über die Zukunft der Innenstädte.

DAS LEBEN GING UND GEHT WEITER

Trotz Corona konnten fast alle Vorjahres-Preisträger den symbolischen Scheck mit Preisgeld oder Sonderpreis vor Ort direkt von Vertretern der Sponsoren und Initiatoren entgegen nehmen. Diesen Termin nehmen die Ober- und Bürgermeister der Preisträger-Städte stets wahr, um damit auf das Projekt hinzuweisen und für die eigene Stadtentwicklung herauszuheben.

Durch wieder gelockerte Bedingungen ab Ende Mai/Anfang Juni luden wir ein zum schon seit einigen Jahren durchgeführten Kreativtreff. Auf Grund der veränderten Bedingungen sollten drei Treffs in den Kammer-Regionen Leipzig, Dresden und Chemnitz stattfinden. Letztlich trafen sich dann doch Vertreter aus mehreren Kommunen von ganz Sachsen zu einem intensiven Erfahrungsaustausch in Kamenz. Viele hatten erstmals nach den Pandemie-bedingten Kontaktbeschränkungen die Gelegenheit genutzt, sich direkt mit Kollegen aus anderen Kommunen und den Initiatoren auszutauschen.

„GERADE JETZT IST DAS ENGAGEMENT FÜR UNSERE INNENSTÄDTE SO WICHTIG“

Schließlich motivierte die Videobotschaft des Schirmherrn vom 17. Wettbewerb, dem sächsischen Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, Martin Dulig, zusätzlich zur Beteiligung am Wettbewerb. Er bat nicht nur als Schirmherr des Wettbewerbs um eine aktive Mitwirkung, sondern auch viel Engagement für die Innenstädte, denn die nun schon sehr deutlich zu Tage tretenden Gefahren waren bereits nach dem ersten Lockdown abzusehen.

„In diesem Jahr ist es umso wichtiger, bei der Stange zu bleiben. Sie geben damit auch ein Signal der Sicherheit, dass es weitergeht in der Innenstadt. Wir brauchen Sie gerade jetzt, wenn es darum geht, Menschen zu beteiligen in den Innenstädten - die Kommunalpolitik, die Bürgerinnen und Bürger und die Unternehmen als diejenigen, die eine Weiterentwicklung erst möglich machen“ (aus Videobotschaft vom Juni 2020).

Einige Städte konnten in der Sommerzeit mit Aktionen vor Ort, z. B. der Umsetzung von Projekten aus früheren Jahren, zumindest kleinere Höhepunkte und Kontinuität in ihren Bemühungen zur Zentrenstärkung setzen. Wir haben in unseren Newslettern regelmäßig darüber berichten können.

- Delitzsch erblüht (Newsletter Juni 2020)
- Erste Mitnahmebänke in Oederan aufgestellt (Newsletter September 2020)
- Olbernhau stellt weitere Figuren auf (Newsletter Oktober 2020)





17 KOMMUNEN UND EIN LANDKREIS SIND WETTBEWERBS- TEILNEHMER 2020

Trotz Corona war unter den besonderen Umständen das Engagement für den Innenstadt-Wettbewerb in Sachsen ungebrochen. Die insgesamt 18 Beiträge bestätigten alle Initiatoren und aktiven Partner darin, dass das Festhalten am Wettbewerb – wenn auch mit leicht veränderten Bedingungen – auf große Zustimmung stößt.

JURY KONNTE WIE GEWOHNT TAGEN

Anfang Oktober 2020 bestand glücklicherweise noch die Möglichkeit, die Jurysitzung in bewährter Form in der Leipziger Volksbank eG durchführen zu können. Alle langfristig vorab angefragten Jurymitglieder beschäftigten sich so wieder intensiv mit allen eingereichten Projekten. Die Diskussion um die besten Beiträge wurde – nicht nur wegen Corona – auch aus anderen Blickwinkeln geführt, sondern aus den Erfahrungen der vergangenen Jahre jetzt noch breiter in einem Meinungsbildungsprozess unter vielen qualitativen Gesichtspunkten. Dieses Verfahren hat sich nach Aussagen aller Beteiligten bewährt und soll in den kommenden Jahren so weiter ausgebaut werden.



BEKANNTGABE DER PREISTRÄGER EINMAL ANDERS

Im November konnte die ebenfalls langfristig geplante Abschlussveranstaltung mit Bekanntgabe der Preisträger auf der Leipziger Messe leider wie der Auftakt auch nicht als „Präsenzveranstaltung“ stattfinden. An dieser Stelle versuchen wir mit einer Videobotschaft wenigstens noch etwas „Glanz“ zu setzen und verkündeten die Preisträger auf digitalem Weg. Viele Ober-/Bürgermeister*innen konnten direkt telefonisch die frohe Kunde entgegen nehmen.



Die Teilnehmer-Urkunde von Michael Fischer-Art – eigens jährlich für den Wettbewerb neu entworfen – in limitierter Auflage erhielten dann die Wettbewerbsteilnehmer direkt per Post.

Ein großer Dank gilt also allen Teilnehmern, Akteuren, Sponsoren und Interessenten, die das außergewöhnliche „Ab in die Mitte!“-Jahr 2020 unterstützt und begleitet bzw. daran teilgenommen haben. Auch im Jahr 2021 müssen wir unter schwierigen Bedingungen von diesem tollen Engagement zehren und weiter darauf aufbauen!

Mit der aktuellen Dokumentation dazu wollen wir die Beiträge wieder ein Stück näher bringen, für die Zukunft bewahren und als Motivation zum Mitmachen, Weitermachen, Umsetzen anregen. In diesem Sinne verbleibt mit allen guten Wünschen

Ihr Organisationsbüro

PS: IHRE MEINUNG IST GEFRAGT!

Auch wir müssen und wollen mit der Zeit gehen. Die Dokumentation wird nun seit 17 Jahren regelmäßig als „Nachschlagewerk“ herausgegeben, mit viel Enthusiasmus, Engagement und auch Unterstützung der Wettbewerbsteilnehmer und Initiatoren/Sponsoren. Die Gewohnheiten der Informationsbeschaffung, der Kommunikation und Mediennutzung wandeln sich jedoch. Die Digitalisierung schreitet weiter voran. Wir nutzen eine Homepage, digitale Newsletter, Filme, Projekttafeln sowie diverse Printergebnisse zur permanenten und ausführlichen Information über den Wettbewerb.

Wir überlegen, ob der Aufwand den Effekt für die Erstellung einer jährlichen Print-Dokumentation in dieser Form aktuell noch sinnvoll ist. Bitte teilen Sie uns mit, wie Sie das sehen. Schon durch die Reaktion auf diesen Hinweis könnten wir erste Schlussfolgerungen ziehen (ob dies überhaupt gelesen wird, wie viel Sie aus den „Dokus“ mitnehmen).



1. Stadt Burgstädt ____ Burgstädter-Marktplatz.de die BackStage App - für die Händler



2. Große Kreisstadt Delitzsch ____ DELITZSCH LAUSCHEN - Kommen, Hören, Staunen

3. Stadt Ellefeld ____ Ellefeld | H34 Lern- und Feierzone | gemeinsam glücklich



4. Große Kreisstadt Görlitz ____ CINEMA CITY



5. Große Kreisstadt Kamenz ____ Der Kiezzgarten an der Kamenzer Mönchsmauer



6. Stadt Lugau/Erzgebirge ____ Die Lugauer Gemeinschaftsgärten



7. Große Kreisstadt Meißen ____ Samuel Hahnemann

8. Große Kreisstadt Mittweida ____ MITTbringsel



9. Stadt Oederan ____ Oederan: Schaufenster der mittelsächsischen Wirtschaft



10. Stadt Rodewisch ____ ROWI Hutzn-Point

11. Stadt Schwarzenberg ____ Blick auf! Schwarzenberg



12. Stadt Sebnitz ____ Statt einsam: Stadt gemeinsam!



13. Große Kreisstadt Stollberg/Erzgeb. ____ Vision 2030

14. Große Kreisstadt Torgau ____ Mit-Teil-Punkt Stadtstern

15. Große Kreisstadt Weißwasser / O. L. ____ Leute, macht Mit(te)!



16. Große Kreisstadt Zittau ____ Ab in die Lücke

17. Große Kreisstadt Zwickau ____ Zwickauer Stadtgutschein



18. Landkreis Mittelsachsen ____ Gemeinsam sind wir stark



GROSSE KREISSTADT ZITTAU
AB IN DIE LÜCKE



1. PREIS (30.000 EURO)

Jurybewertung

Mit ihrem Beitrag „Ab in die Lücke“ trifft diese Stadt den Nerv der diesjährigen „Ab in die Mitte!“-Ausschreibung:

Eine jahrelang nutzlose Brache, wenige Meter neben dem Stadtzentrum, wird für die Öffentlichkeit nutzbar gemacht. Der Stadtkern erhält einen „grünen“ Begegnungsort mit Spiel- und Aufenthaltsangeboten speziell auch für die junge Generation, der in der Mitte dieser ansonsten eher Steinernen Stadt zu einer gesuchten Oase des Verweilens werden kann. Die Planung und Ausgestaltung wird in einem bereits begonnenen, breit angelegten Beteiligungsprozess mit Kindern, Jugendlichen, Studenten, Bürgern und Stadtverwaltung entwickelt. Für die Umsetzung werden Sponsoren angesprochen. Die Stadt setzt auf die Kooperation mit dem privaten Grundstückseigentümer.

Brachen in unseren mittelalterlichen Stadtzentren sind immer ein Zeichen von Verlust. Verlust an Nutzung und Verlust an Bausubstanz. Zugleich bergen sie aber auch die Chance für Nutzungswandel, Entwicklung und Zukunftsanpassung des ansonsten schwer veränderlichen Stadtraums. Genau diese Chance wird mit dem vorgelegten Projekt beispielhaft ergriffen.





Seit mehr als zwei Jahrzehnten verändert sich das Bild der barockgeprägten historischen Altstadt Zittaus. Neben zahlreichen Gebäudesanierungen, Platz- und Parkgestaltungen sowie Straßenbaumaßnahmen gibt es noch Grundstücke und Gebäude, welche entwickelt werden müssen.

Der Wettbewerbsbeitrag 2020 der Stadt Zittau fokussiert auf eine exemplarische Baulücke in der Zittauer Innenstadt. Eine solche Lücke stellt einerseits einen Verlust dar, andererseits bietet diese Potenzial für Neues.

Zukunft gestalten mit den Menschen, die die Zukunft sind, ist ein wichtiges Element des Vorhabens. Deshalb legen wir den Fokus auf die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen. Der Grundstein für ihre Haltung zu unserer und ihrer Stadt wird schon heute gelegt, entweder als gleichgültig-konsumierende oder aktiv-gestaltende Bürger*innen.

Durch die intensive Einbindung der Kinder und Jugendlichen soll die Bindung zur eigenen Stadt und das Verantwortungsbewusstsein für diese gestärkt werden.

Im Rahmen des Vorhabens wird auf der Fläche der Baulücke eine Art „Outdoor Wohnzimmer“ des Jugendtreffs Café X entstehen. Das Café X wird seit 2018 vom Deutschen Kinderschutzbund 0V Zittau e.V. als Träger der freien Kinder- und Jugendhilfe im gegenüberliegenden – bis dahin leerstehenden – Ladengeschäft betrieben. Die Resonanz auf die vielfältigen Freizeit- und Workshopangebote, welche die Teilhabe und Mitgestaltung fördern, ist anhaltend positiv. Nun soll der Schritt nach draußen gegangen werden, um das Angebot für junge Erwachsene zu erweitern und vor allem die Sichtbarkeit auch für andere Ziel- und Altersgruppen zu erhöhen. Mit einer Saftbar, Sitzmöglichkeiten und Spieldern soll ein neuer Raum für generationsübergreifende Begegnung und Dialog entstehen.

Entwickelt wurden die Ideen für die vorhandene Baulücke, für welche es kein potenzielles Wiederbebauungsinteresse gibt, in Kooperation zwischen den Studierenden der HTWK Leipzig sowie der Hochschule Zittau/Görlitz. „Der junge Wald“, welcher selbstständig während der ungenutzten Jahre des Grundstücks entstanden ist, war namensgebend für eine Projektarbeit zwischen Studierenden der Fachrichtungen Regionalplanung und Städtebau sowie Natur- und Umweltwissenschaften. Beispielgebend für die interdisziplinäre Betrachtung vor Ort und „von außen“ sowie die Einbeziehung von potenziellen Nutzern ist ein reichhaltiger Ideenpool entwickelt worden, welcher nicht nur am konkreten Grundstück, sondern auch beispielhaft für andere Nutzungen oder Interimgestaltungen Anwendung finden kann.

Um diesen neuen Ort, diesen neuen Treffpunkt in die Wahrnehmung zu rücken, sind zeitlich und inhaltlich abgestimmte Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit geplant.

- ...verschiedene Bürgerbeteiligungsformate der „Stadtwerkstatt“, welche vor Ort stattfinden.
- ... die etablierte Schnitzeljagd durch die Innenstadt als Kooperationsprojekt der Zittauer Wohnbaugesellschaft mbH mit der innerstädtischen Kita „Kleine Stadtentdecker“, welche den Standort einbindet.
- ... ein Sportparcours durch die Innenstadt Zittaus wird entwickelt.
- ... eine Spielzeugbörse wird veranstaltet.
- ... ein Kreativwettbewerb des Gewerbe- und Tourismusvereins Zittau lebendige Stadt e.V. wird durchgeführt.



GROSSE KREISSTADT DELITZSCH

DELITZSCH LAUSCHEN – KOMMEN, HÖREN, STAUNEN



2. PREIS (20.000 EURO)

Jurybewertung

Die Jury zeichnet in diesem Jahr das Projekt „DELITZSCH LAUSCHEN – Kommen, Hören, Staunen“ in Delitzsch mit einem 2. Preis aus. Die Idee eines App-gesteuerten Audioguides hat sich bereits in vielen Städten weltweit als erfolgreich erwiesen. Die Verbindung von Hörerlebnissen mit der Idee des Stadtspaziergangs in einer interaktiven Smartphone-App ist vielversprechend und tragfähig.

Besonders überzeugend und für die Preiswürdigkeit ausschlaggebend ist der Ansatz, das sinnliche Erlebnis beim Erkunden der Stadt mit „guten Geschichten“ anzureichern. Geschichten mit Ortsbezug und „O-Töne“ von orts- und geschichtskundigen Lebensweltexperten sind hervorragend geeignet, um den Bedeutungsreichtum der Stadt Delitzsch an Besucher zu vermitteln. Gerade die vielen kleinen Geschichten, die in Verbindung mit bestimmten, manchmal unscheinbaren Orten in der Stadt stehen, können einen Aufenthalt in Delitzsch für Touristen, aber auch für Bewohner zu einem unvergesslichen Erlebnis machen. Besonders lobenswert ist es, dass das audiovisuelle Angebot ausdrücklich barrierearm gestaltet werden soll und deshalb dafür geeignet ist, Menschen mit Hör- und Sehbeeinträchtigungen einen vertiefenden Zugang zur Stadt zu geben.



Egal ob Landurlaub, Tagesausflug oder Städtetrip - der Tourismus im eigenen Land wird nach den pandemiebedingten Geschäftsschließungen und Kontaktbeschränkungen wieder zunehmend an Bedeutung gewinnen. Und dort, wo Gäste sind, werden auch wieder Umsätze gemacht.

Historischer Stadtkern, malerische Gassen, individuelle inhabergeführte Läden und Lokale, immaterielles Kulturerbe der Menschheit, ältestes Schulgebäude Mitteldeutschlands, 75.000 Besucher sind jährlich mit dem Tier auf Du und Du im Tiergarten, Sächsische Theaterakademie, leckere Schokolade, leckerer Whisky, sich einmal wie eine Prinzessin im Barockschloss fühlen, großes Stadtfest mit historischem Peter & Paul- Markt: Du weißt immer noch nicht wo Du bist? Schon aus der Ferne weisen unsere Türme der Altstadt den Weg: Jetzt müsste der Groschen aber gefallen sein! NEIN? Na dann „Komm, höre und staune“ und erlausche Delitzsch! Per App nehmen wir Dich demnächst mit in das idyllisch mittelalterliche Delitzsch. Erobere mit Deinem Handy ganz selbständig die historische Stadt vor den Toren Leipzigs und hebe viele kleine und große Schätze, die wir für Dich bereithalten.

Ein neuer Audiospaziergang wird nicht nur als reiner Informations-Audioguide angelegt, sondern er kann durch Verknüpfungen der Inhalte mit Geschichten, Bewegtbildern und Sounds eine sinnliche Erfahrung aus dem Besuch verschiedener außergewöhnlicher Stationen machen. Das sind beeindruckende Denkmale, wie unser Barockschloss und die mittelalterliche Wehranlage, das Stadtschreiberhaus und das Genossenschaftsmuseum. Aber auch das sanierte Scharfrichterhaus, ein Handabdruck in der Stadtmauer, die drei Weisen und der Apfelbiss Punkt 12 unter der Glocke der Stadtkirche. Das sind auch außergewöhnliche, malerische Grünanlagen, wie

der große Stadtpark mit Kurambiente, die abwechslungsreich gestalteten Zwingerärten an der Stadtmauer, der gepflegte Tiergarten oder der Rosengarten am Moorbad. Das sind kleine Besonderheiten, wie Sitznischenportale, aufgemalte Fenster und Fachwerkdetails. Schau selbst in die Gassen der Altstadt und spaziere auf der Wallgrabenpromenade rund um den historischen Stadtkern.

Lass Dich dabei gastronomisch verwöhnen und genieße den Stadtbummel mit unseren vorwiegend inhabergeführten Läden. Und im wunderschönen Delitzscher Barockschloss ist schon für viele Paare der Traum einer Märchenhochzeit in Erfüllung gegangen.

So kanntest Du Delitzsch noch gar nicht? Na dann wird es Zeit für einen Ausflug in den Norden von Leipzig! Der neue Delitzscher Audioguide wird dabei Deine Sinne auf interessante Details lenken, gute Geschichten erzählen und ein

Hörerlebnis schaffen, bei dem Du nicht abschalten kannst, sondern aktiv zuhören, entdecken und mehr erfahren wirst.

Wer möchte, kann sein GPS aktivieren, dann startet die Tour erst, wenn man sich am jeweiligen Ort befindet. Das Schöne ist: Zu Beginn einer Tour werden die Inhalte gespeichert, sodass während der Tour der Empfang mobiler Daten nicht notwendig sein wird. Deshalb sind die bereits eingerichteten kostenfreien WLAN-Zonen am Barockschloss Delitzsch und am Marktplatz genau der Richtige Startpunkt für die individuelle Entdeckungsreise.

Wir laden Dich ein, unsere Stadt interaktiv kennenzulernen, spannendes Wissen mit nach Hause zu nehmen und neue Aha-Momente zu erfahren. Wandel auf den Spuren der Geschichte in Delitzsch und sei herzlich Willkommen Heimat neu zu erleben sowie unsere lokalen Händler und Gastronomen zu unterstützen! Ab Sommer 2021 soll der Audioguide zur Verfügung stehen.



GROSSE KREISSTADT GÖRLITZ
CINEMA CITY



2. PREIS (20.000 EURO)

Jurybewertung

Mit ihrem Projekt „Cinema City“ holt die Stadt Görlitz das Kino der großen Welt zurück zu ihrem Ursprung, nämlich vielen Drehorten in der Alt- und Innenstadt, und inspiriert die Einwohner*innen, selbst zu handeln und zu ihrer Kamera zu greifen und einen eigenen Film von Görlitz zu drehen.

Besonders lobenswert ist, wie über die Filmakademie, das Schaufenster-Suchspiel sowie das „Fliegende Sommerkino“ auch die Einwohner am neuen Image „Görlywood“ teilhaben können, dies selbst mitgestalten und entscheiden. So wird dem Wettbewerbsmotto eins zu eins entsprochen.

Die Jury lobt die außergewöhnliche Kreativität, womit es die Akteure in der Stadt einmal mehr schaffen, Menschen zusammenzubringen und an ihrer Stadt teilhaben zu lassen.





Mehr als 80 erfolgreiche Filmproduktionen in Görlitz gaben den Anstoß zur Idee einer Görlitzer Filmakademie. Hier sollen Berufe ausgebildet werden, die Produktion, Bild, Ton, Ausstattung von Filmen aber auch Naturfilmproduktion zum Inhalt haben. Vor dem Hintergrund eines Strukturwandels werden damit neue Arbeitsplätze geschaffen und die wachsende Tourismuswirtschaft erhält ein reizvolles Hintergrundthema.

Die Einrichtung des „Fliegenden Sommerkinos“ CINEMA CITY will saisonal jedes Jahr den freien Open Air Genuss von Filmen möglich machen. Dabei sind auch Streifen, die in Görlitz gedreht wurden, Szenen, die also am Originaldrehort aufgeführt werden. Die Orte des Sommerkinos wechseln, bevorzugt zentrale Plätze, aber auch Höfe sind denkbar. Bereits im April startet ein Wettbewerb, bei dem Hobbyfilmer Ihre (Handy) Videos einsenden. Unter dem Motto „Görlitz – stark in Szene“ zeigen diese Minuten-Trailer Momente städtischen Lebens, filmreife Orte, Stimmungen oder erdachte Episoden. Die besten Videos werben im Netz noch vor dem Sommer und starten schließlich als Vorfilme im Programm der Filmnächte. Gymnasien unterstützen die Projekte. Einige prominente Profis verstärken die Jury, die vor allem den Preisträgern eine Bühne gibt. Den eigenen Trailer Freunden zu zeigen, lohnt allein schon den Besuch, denn es winkt ein Publikumspreis, der durch Internet-Votum während des Sommerkinos ausgespielt wird (e-voting).



Die Filmnacht zu später Stunde wird mehrfach durch lange Öffnungszeit in der City verbunden. Ein thematisches Suchspiel macht (selbst für Einkaufsmuffel) die Jagd nach versteckten Filmsequenzen reizvoll. Diese laufen auf Tablets und verbergen sich in Schaufenstern. Einkaufen, Aufspüren, Bummeln, Abendessen und – gegen Einbruch der Dunkelheit: Open air Kino. Dies lockt auch Tagesgäste aus dem Umkreis.

Die Freilichtspiele sind dabei weithin „Corona-sicher“. Talk-Runden mit Filmprominenz und/oder den Protagonisten der inzwischen gegründeten Filmakademie ergänzen das Event und eine „Komparsen Party“, ruft Statisten aller Filmproduktionen zum Treff.

Der „Filmklub von der Rolle‘94“, Betreiber des Programmkinos Camillo ist ein wichtiger Partner bei der Umsetzung. Er organisiert unregelmäßig Sommerkino in kleinen Höfen und erhält mit CINEMA CITY das Format eines „Stadt-Events“. Die späte Dämmerung gibt Zeit für urbane Erlebnistage. Je nach Interesse liegen die Schwerpunkte unterschiedlich, aber große und schöne Platz-Kapazitäten machen es möglich, zwischen Einkaufen, Entdecken, Abendessen und Kulturgenuß zu improvisieren.

Ideenfindung und Umsetzung vereint Kreative aus der Görlitzer City Initiative Einzelhandel, der Verwaltung, der für Tourismus und Stadtmarketing zuständige Europastadt Görlitz-Zgorzelec GmbH, einen Filmklub, drei Kinobetreiber, das Senckenberg Museum für Naturkunde und Görlitz verlebte Profis aus der Filmwelt.



STADT LUGAU/ERZGEB.

DIE LUGAUER GEMEINSCHAFTSGÄRTEN -
BUDELN, PFLANZEN UND ERNTEN MITTEN IN DER STADT



3. PREIS (10.000 EURO)



Jurybewertung

Die Verbindung von Innen (neue grüne Mitte rund um den Bahnhof/ Stadtpark) und Außen (weiteres Stadtgebiet) wird funktional und gestalterisch angegangen: unattraktive Brachen in der Stadtmitte werden neuen Nutzungen zugeführt, gestaltet und funktional eingebettet in einen kleinen regionalen Stoff- und Produktkreislauf, indem regional Lebensmittel erzeugt und verbraucht werden.

Die Kombination von Aktivitäten im Zentrum, für die Stärkung des Zentrums durch verschiedene Akteursgruppen in der Stadt treffen das Motto zum Handeln, Teilen und Mitentscheiden besonders kreativ. Mit diesem integrierten Ansatz werden die Lugauer zu gemeinschaftlichem und vernetztem Handeln motiviert, um Angebote zu schaffen, gleichzeitig aber auch Verantwortung für die Mitte zu übernehmen. Der Wettbewerbsbeitrag zeigt bereits bemerkenswert, wie man zahlreiche unterschiedliche Akteure vom Kindergarten bis zu Hobbygärtnern einbinden kann.



Noch nie wurde in unseren Städten so viel gebuddelt, gepflanzt und geerntet. Auf Dächern, Vorgärten, Mauern und Grünstreifen werden Blumen gezüchtet und Gemüse geerntet. Urban Gardening, also Gärtnern in der Stadt, bringt die Natur zurück in die Städte. Ein Trend, dem wir in Lugau nur zu gerne folgen!

Die Idee von Gärten und landwirtschaftlich genutzten Flächen in Städten ist aber keine neue. Schon seit dem 19. Jahrhundert gibt es solche Ansätze, als Inspiration dienen u.a. die New Yorker Gemeinschaftsgärten der 70er Jahre, die sog. Community Gardens. Bis dato dienten Gärten lediglich zur Selbstversorgung, nun rückten neue Aspekte in den Vordergrund, nämlich soziale, künstlerische, ernährungspolitische und stadtgestalterische. Ein Trend wurde ins Leben gerufen und es folgten immer neue, kollektive Gartenprojekte, u.a. interkulturelle Gärten, City Farms, Schulgärten, Nachbarschaftsgärten oder Guerilla Gardening. In Deutschland entstanden 1996 in Göttingen die ersten „Internationalen Gärten“, die Flüchtlingen zu einer besseren Integration verhelfen sollten. Lugau möchte bei der Erzeugung von Lebensmitteln in den Gemeinschaftsgärten neue Wege gehen.

DAS PROJEKT

In zwei Teilprojekten werden wir die Gemeinschaftsgärten in unsere Stadt bringen.

- Brachflächen sowie sonstige Frei- und Grünflächen in der Stadtmitte werden umgestaltet. In geeigneter Lage entstehen Gemeinschaftsgärten an deren Bewirtschaftung jeder teilnehmen kann. Blüh- und Streuobstwiesen entstehen in zentraler Lage und bieten Lebensraum für Insekten und Kleintiere. Gleichzeitig schaffen wir damit

ein besseres Stadtklima, sorgen für neue, sich immer wieder verändernde Eindrücke und erfreuen uns an den farbenfrohen Blüten.

- Im weiteren Stadtgebiet gibt es 11 Kleingartenvereine. Insgesamt befinden sich in diesen Sparten über 450 Parzellen von denen derzeit ca. 10 % als Leerstand ungenutzt sind. Diese Flächen zu aktivieren ist unser Ziel. So entstehen auch hier Gemeinschaftsgärten. Von der Idee, was angepflanzt werden soll, über die tägliche Pflege bis hin zur Ernte kümmern sich neue Gärtner in der Gemeinschaft.

DIE TEILNEHMER

- Bürgerinnen und Bürger unserer Stadt
- Die Mitglieder der Kleingartenvereine
- Mitglieder der Sport-, Freizeit- und Kulturvereine
- Die Kinder aus den Kindertagesstätten
- Schülerinnen und Schüler aus unserer Grund- und Oberschule
- Mitglieder und Kunden der Stollberger Tafel
- Die Marktschwärmer – Lugau- Erlbach Kirchberg
- Unsere Stadtgärtnerei

Gerade die aktuellen, gravierenden Veränderungen im Verhalten von Konsumenten sowie auch in der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung erfordern ein immer komplexeres Herangehen beim Suchen nach neuen Perspektiven. Mut zum Wandel, zu anderen Nutzungsformen und Gestaltungsvorschlägen kommen aus der Beteiligung mit zu überlegen, zu handeln, zu teilen und mitzuentcheiden.

Unser Teilnehmerkreis garantiert ein breites, aktives Engagement aus allen Bevölkerungsgruppen. Es entsteht ein Zusammenspiel vieler Ideen, ein produktiver Austausch sowie neue Ansätze und Visionen für die weitere Entwicklung unserer Stadt.

DIE ORGANISATION

Ein Koordinator aus dem Rathaus bringt zunächst die Menschen zusammen, kümmert sich später um Material und Technik, organisiert die verschiedenen Vermarktungswege, entwickelt neue Ideen und findet weitere Projektpartner.

DIE ERNTE

Selbstverständlich sollen die geernteten Produkte zu Hause, in der Schulküche oder im Vereinsheim verarbeitet werden. Auch eine Vermarktung ist denkbar. Ein eigener Marktstand bei den „Markschwärmern“ bringt die Ware in den regionalen Verkauf. Gerne sollen auch bedürftige Menschen von diesen Angeboten profitieren. Die Kunden der Stollberger Tafel bringen sich aktiv ein und versorgen sich somit selbst mit ihren Lebensmitteln.

DAS ZIEL

Höhepunkt und Abschluss des Gartenjahres soll ein Herbstfest sein, bei dem alle Akteure zusammenkommen und über Ihre Erfahrungen und Erlebnisse berichten. Das Fest findet im Stadtpark, der neuen grünen Mitte Lugaus, statt. An diesem Tag wird Bilanz gezogen und die verschiedenen Produkte gemeinsam verköstigt. Ein buntes Markttreiben soll den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt

das Projekt näherbringen und Lust machen, in der nächsten Gartensaison doch selbst dabei zu sein.

DIE VISION

Das Gärtnern in der Gemeinschaft stärkt den Zusammenhalt in der Stadtbevölkerung und sorgt gleichzeitig für regionale, frische und vor allem gesunde Lebensmittelversorgung.

Die Projektteilnehmer identifizieren sich mit der Stadt Lugau. Ihre Teilhabe an deren Entwicklungsprozessen ist eine gute Voraussetzung dafür, dass das Interesse an der Stadt und die Nutzung ihrer Angebote immer wieder neu geweckt und verstärkt wird. Dazu sollen viele Menschen mitentscheiden und mitgestalten, wie wir uns das Leben im Stadtzentrum, aber auch in der gesamten Stadt, wünschen und vorstellen.

DIE UMSETZUNG

Mit einem Aufruf im aktuellen Stadtanzeiger hat zunächst die Suche nach Mitwirkenden aus der Bevölkerung begonnen. Parallel dazu laufen, in enger Abstimmung unserer Stadtgärtnerei und den Kleingartenanlagen, die Vorbereitungen an, um im Frühjahr erste Flächen zu bepflanzen.



STADT OEDERAN

OEDERAN: SCHAUFENSTER DER MITTELSÄCHSISCHEN WIRTSCHAFT



Initiatoren des Oederaner Wettbewerbsbeitrages, v.l.n.r. Dr. Sylva-Michèle Sternkopf (Inhaberin der Dr. Sternkopf media group), Dr. Marco Metzler (Stadtverwaltung Oederan), Mathias Möbius (Geschäftsführer der Bäckerei Möbius GmbH & Co. KG) und Kerstin Kunze (Mitarbeiterin Wirtschaftsförderung des Landkreises Mittelsachsen)

3. PREIS (10.000 EURO)

Jurybewertung

Die Dekoration der Schaufenster leerstehender Geschäfte in der Oederaner Innenstadt und in weiteren Stadtzentren des Landkreises mit regionalen Erzeugnissen aus der Mittelsächsischen Produktschau ist ein wesentlicher Inhalt des Wettbewerbsbeitrages der Stadt Oederan.

Die Jury hält das Projekt „Oederan: Schaufenster der mittelsächsischen Wirtschaft“ für preiswürdig, da hier die Ideen des sächsischen „Ab in die Mitte!“-Wettbewerbs und das Jahresmotto sehr gut verknüpft wurden. So können neben den Innenstädten der Region auch die regionalen Produzenten der Waren auf sich aufmerksam machen.

Die Mittelsächsische Produktschau, ein Netzwerk aus mehr als 100 Unternehmen, soll dafür ein dauerhaftes Zuhause in einem Firmengebäude einer Oederaner Bäckerei finden, wo neben Ausstellungsflächen auch öffentliche Event- und Schulungsräume sowie eine historische Backstube geschaffen werden. Von dort aus machen sich Teile der Produktschau, von kreativen Marketingmaßnahmen gestützt, dann auf den Weg in die innerstädtischen Schaufenster mittelsächsischer Innenstädte. Besonders anerkennenswert ist die Idee der Teilhabe vieler Interessenten durch die Vermittlung der Produktschau in die Zentren zahlreicher weiterer sächsischer Städte.





Die Stadt Oederan reichte 2020 ihren insgesamt sechzehnten Beitrag in den sächsischen „Ab in die Mittel!“-Städte Wettbewerb ein. Bei dem Projekt „Oederan: Schaufenster der mittelsächsischen Wirtschaft“ handelt es sich um die breiteste PP-Partnership, die von der Kommune bisher eingebracht wurde.

Mit dem Wettbewerbsprojekt gibt die Stadt der Mittelsächsischen Produktschau – einem Netzwerk aus mehr als 100 Unternehmen – ein dauerhaftes Zuhause. Die Schau wird gemeinsam mit Veranstaltungs- und Schulungsräumen sowie einer historischen Backstube samt Verkaufsraum in das zentrale Firmengebäude der Bäckerei Möbius eingebunden. Von dort aus bringen die Initiatoren die Sammlung – von kreativen Marketingmaßnahmen unterstützt – in weitere Ausstellungsräume: in Schaufenster mittelsächsischer Innenstädte.

Das Projekt setzt sich aus umfangreichen investiven und nichtinvestiven Teilen zusammen. Auf der investiven Ebene schafft die Bäckerei Möbius auf ihrem Betriebsgelände – einer traditionsreichen einstigen Textilfabrik – einen Veranstaltungs-, Schulungs- und Museumskomplex. Der Komplex wird rund 400 Quadratmeter umfassen. Herzstück ist ein 300 Quadratmeter großer Saal. Neben einer historischen Backstube führen die Partner im Saal das Gros der bisher mobilen Mittelsächsischen Produktschau zusammen. Die Schau entstand 2019. Sie wurde vom Landkreis Mittelsachsen initiiert und besteht derzeit aus mehr als 600 Exponaten.

Abseits des Komplexes auf dem Bäckereigelände wird die Produktschau auf unterschiedliche Art in mehrere mittelsächsische Städte gebracht:

Einerseits wird es entsprechend gestaltete Schaufenster in ausgewählten Innenstädten geben. So bekommen am Oederaner Markt die Scheiben einiger leerstehender Geschäfte ein einheitliches Produktschau-Design. Hinter den Fenstern werden Regale stehen, die mit ausgesuchten Exponaten der Schau bestückt sind. Der Oederaner Markt ist dabei Vorreiter. Nach ihm soll die Ausstellung über derartige Schaufenster in andere, möglichst viele mittelsächsische Innenstädte verteilt werden. In den Schaufenstern verweisen u.a. QR-Codes auf Homepages oder Onlineshops der Hersteller der jeweiligen Exponate.

Andererseits konnten die Initiatoren des Projektes Filialisten gewinnen, die künftig über ihre mehrheitlich innerstädtischen Geschäfte für das Netzwerk der Produktschau als Ganzes und für die Ausstellung in Oederan ganz speziell werben. So wird die Bäckerei Möbius ihre in 52 Filialen monatlich insgesamt rund 300.000 Mal ausgegebenen Brötchentüten mit einem Produktschau-Hinweis versehen. In den 125 Geschäften von Richter Erzgebirge (ehem. Fleischerei Richter) gibt es demgegenüber in allen Einkaufsbeuteln den fleischereieigenen Handzettel einschließlich eines ebensolchen Hinweises.

Ebenso umfangreich wie die investive soll die nichtinvestive Ebene des Wettbewerbsbeitrages sein. So wird die Produktschau mit unterschiedlichen Events langfristig bespielt wie interessant gehalten. Dabei lädt die Bäckerei Möbius zu Schulungen für Erwachsene und zu Ausflügen für Schulklassen, u.a. zur Kinder-/Schülerbackstube, ein. Thematisch liegt die Konzentration der Veranstaltungen auf Handel und Handwerk in Mittelsachsen. Die übrigen Partner führen in den Räumen eigene Events durch. Außerdem möchten Vereine und Bildungseinrichtungen (KräuterSchule Sachsen) die Räume nutzen.

Die Projektpartner konnten die Initiative bis Ende 2020 intensiv vorantreiben. Mittlerweile ist ein Großteil der Produktschau im vorgesehenen Saal eingetroffen. Sobald es die Pandemie erlaubt, soll das Areal für die Öffentlichkeit 2021 zugänglich gemacht werden.



LANDKREIS MITTELSACHSEN

GEMEINSAM SIND WIR STARK: KAUF REGIONAL LANDKREIS
MITTELSACHSEN - STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN DEN
INNENSTÄDTEN



Jurybewertung

Der Landkreis Mittelsachsen möchte online und offline den Einzelhandel durch ein Netzwerk stärken und damit einen Beitrag zu lebendigen Innenstädten in der Region leisten. Dazu gehört im ersten Schritt eine Online-Plattform zur Unterstützung der Unternehmen.

Nach dem Start im ersten Halbjahr sind mittlerweile bereits 180 Angebote, von Abhol- und Lieferservices über Onlineshops mittelsächsischer Geschäfte bis zu regionalen und lokalen Gutscheinen verfügbar. In einem nächsten Schritt soll das dazugehörige „KaufRegionalLokal-Maskottchen“ KARLO zum Leben erweckt werden und persönlich in den Innenstädten z. B. bei Stadtfesten zum Einsatz kommen. Die Einbindung einer Vielzahl von Unternehmern erfolgt mittels „Kauf-Regional-Workshops“. Das Wettbewerbsmotto „Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden“ wird aus Sicht der Jury somit sehr gut umgesetzt und verdient einen Anerkennungspreis.



Der Landkreis Mittelsachsen möchte online und offline den Einzelhandel durch ein Netzwerk stärken und damit einen Beitrag zu lebendigen Innenstädten in der Region leisten. Innerhalb des Netzwerkes soll es im Rahmen eines PPP zu Image- und Mitmachaktionen kommen. Dazu soll das Kauf-regional-Maskottchen Karlo lebendig werden (Kostüm) und - gemeinsam mit den Unternehmen - nach einem Instrument zur Umsetzung des gegenseitigen Empfehlers suchen (Workshop). Über den Wettbewerb soll der weitere Aufbau des Netzwerkes unterstützt und die Umsetzung einer der Ideen als Startversion realisiert werden.

Im Corona-Lockdown organisierte der Landkreis Mittelsachsen unter www.wirtschaft-in-mittelsachsen.de eine Onlineplattform für Unternehmen, um diese zu unterstützen. Um auf die Plattform aufmerksam zu machen und die Kaufkraft in der Region zu halten, wurde das Maskottchen „KARLO – KAufRegionalLokal“ geboren. Dies trägt dazu bei, auf die vielen verschiedenen inhabergeführten und individuellen Geschäfte in den Innenstädten, Produzenten und Dienstleister in der Region hinzuweisen und die Identität vor Ort zu stärken. Derzeit werden über 250 Angebote – vom Abhol- und Lieferservice über Onlineshops von mittelsächsischen Geschäften bis zu Wertgutscheinen auf der Digitalplattform gezeigt.

Im Juli 2020 fand ein Workshop mit Vertretern des mittelsächsischen Einzelhandels statt. Hier entstand die Idee, KARLO zum Leben zu erwecken und z.B. bei Landkreismessen, Stadtfesten oder bei Unternehmensaktionen zum Einsatz kommen zu lassen. Gemeinsames Ziel der Unternehmen und der Wirtschaftsförderung ist es, für die lokalen Standorte in den vielen Klein- und Mittelstädten im Landkreis zu werben. Der Workshop war der Auftakt, um ein Netzwerk unter den Unternehmen aufzubauen, damit diese

sich gegenseitig empfehlen und gemeinsam für den Standort Mittelsachsen und die Innenstädte einsetzen. Zum Ergebnis des KARLO-Workshops zählte, dass die Unternehmen zusammen mit dem Referat Wirtschaftsförderung die Onlineplattform und die Zusammenarbeit untereinander im Rahmen eines PPP weiterentwickeln wollen. Ziel ist, die Unternehmen online und offline unterstützen zu können. Die digitale Karte und das lebendige Maskottchen bieten dazu eine gute Grundlage.

Erstmals arbeiten Unternehmen in einem konkreten Projekt auf Landkreisebene im Bereich Einzelhandel zusammen. Der Landkreis stellt die Online-Plattform für die Vernetzung und das Equipment für die reale Präsenz. Die Unternehmen entscheiden, welche Bestandteile umgesetzt werden. Mit der Kooperation zwischen regionalen Unternehmen und der Wirtschaftsförderung des Landkreises wird die Identität des großen Landkreises gestärkt, mehrere Innenstädte gleichzeitig belebt und „Best-Practices“ kommuniziert.

Die Unternehmen in den Kleinstädten des Landkreises erfahren mehr über die Aktivitäten in der Region, um voneinander zu lernen und miteinander zu planen. Die Online-Präsenz unterstützt die digitale Wahrnehmung auf die einzelnen Unternehmen und die Einkaufsmöglichkeiten in den Klein- und Mittelstädten Mittelsachsens. Der lebendige KARLO kann von den Gewerbevereinen und Kommunen für das Thema „Einkaufen“ in verschiedenster Form eingesetzt werden: Als Maskottchen bei Regional- und Wochenmärkten, auf Stadtfesten und bei verkaufsoffenen Sonntagen und auf Messen. Und wenn KARLO nicht unterwegs ist gibt es ihn auf Plakaten, Flyern und Aufklebern.



STADT RODEWISCH
ROWI HUTZN-POINT



ANERKENNUNGSPREIS & SONDERPREIS

Jurybewertung

Anerkennungspreis

Die Idee eines „ROWI-Hutzn-Points“ in Form eines gläsernen Pavillons entwickelten verschiedene Akteure gemeinsam aus der Mitte der Stadt. Bereits die Wort-schöpfung versinnbildlicht, was mit dem „ROWI-Hutzn-Point“ gemeint ist: Die Identifikation mit der Stadt, die beabsichtigte Bürgerbeteiligung und eine stetige Teilhabe der Bürger an der Entwicklung und Attraktivität ihrer Stadt sind Kerngedanke des Projektes.

Der Markenname „ROWI“ trägt zur Entwicklung eines Gemeinschaftsgefühls bei. Mit den Begriffen „Hutzn“ und „Point“ vermengt bietet sich hier nach Ansicht der Jury ein einzigartiger Ansatz für einen Treffpunkt in der neuen Mitte der Stadt. Im gläsernen Pavillon begegnet man sich, tauscht sich aus, handelt, genießt Kultur, tanzt und feiert. Mit verschiedenen Aktionen können die Akteure der Stadt, ob jung oder alt, Gewerbetreibende oder Kreative das Leben im Ortszentrum mitgestalten und von dem Ort profitieren. Ein generationenübergreifender Ort entsteht, der zur Identifikation mit der Stadt beiträgt und Menschen und Aktionen im Herzen der Stadt miteinander verbindet.

Für eine besonders gelungene Umsetzung des diesjährigen Wettbewerbsmottos von Ab in die Mitte! „Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden ...“ zeichnet die Jury die Stadt Rodewisch mit einem Anerkennungspreis aus.

Jurybewertung

Sonderpreis „Einzelhandel“

Besonders bemerkenswert an diesem Projekt ist, dass die beteiligten Akteure gemeinsam mit ihrer Stadt eine Brücke von der digitalen Welt zur realen Welt schlagen. Im Frühjahr entstand eine Internetplattform als virtueller Marktplatz. Vereine und Händler der Stadt haben vorbildhaft das Mögliche unternommen, um die Coronakrise zu meistern. Mit dem jetzt eingereichten Projekt möchten die Gewerbetreibenden und die Stadt Rodewisch diesen virtuellen Marktplatz auf einen neu gestalteten Platz der Stadt ins wahre Leben übertragen. Ein gläserner Pavillon wird als sogenannter ROWI-Hutzn-Point ausgestattet und soll dem ortsansässigen Einzelhandel eine zentrale, kostenlose, digitale und analoge Werbeplattform bieten. Gemeinsam mit der bereits bestehenden Internetplattform, aber auch den digitalen Möglichkeiten, die der Pavillon selbst bietet, finden Händler und Bürger der Stadt eine einzigartige Mischung von digitalen und stationären Möglichkeiten.

Rodewisch schafft damit die Voraussetzungen, die der Einzelhandel einer Stadt heute braucht, um konkurrenzfähig zu sein und nutzt die Chancen, die die Digitalisierung dem Einzelhandel bietet und erhält deshalb den Sonderpreis „Einzelhandel“.



Rodewisch rückt zusammen! Durch die Coronakrise angeregt entstand im Frühjahr 2020 die Internetplattform www.rowi-aktiv.de als virtueller Marktplatz der Stadt Rodewisch. Mit dem Projekt „ROWI Hutzn-Point“ wird die Idee nun durch eine Taskforce in die reale Welt überführt und weiterentwickelt. Geplant ist der Bau eines transportablen, gläsernen, solarbetriebenen Pavillons, welcher vielfältig genutzt werden soll:

Er dient als Micro-Marktplatz auf dem neu gestalteten Postplatz – unserer „Neuen Mitte“ in Rodewisch. Der Hutzn-Point wird Begegnungsstätte, Handelsplatz, Tauschplattform, Bühne, Werbefläche, Schwarzes Brett, Informations- und Beratungsstelle, Kreativinsel und Community Treffpunkt sowie Markenzeichen.

Durch die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten des gläsernen „ROWI Hutzn-Points“ wird ein Treffpunkt für die ROWI-Gemeinde geschaffen, welcher das „Wir-Gefühl“ nachhaltig stärkt und Menschen und Aktionen im Herzen der Stadt miteinander verbindet.

Hier können Lebensmittel und Alltagsgegenstände getauscht werden. Den lokalen Gewerbetreibenden bietet der Pavillon eine Plattform.

Es entsteht eine Gewerbeoase in der über einen LED-Bildschirm (Schnittstelle zu www.rowi-aktiv.de) aktuelle Angebote, Aktionen oder Rabatte beworben und so potenzielle Kunden in ihre Geschäfte gezogen werden. Um den Mehrwert für die Rodewischer Bürger noch zu potenzieren, sind auch Sprechstunden geplant – insbesondere ältere und mobilitätseingeschränkte BürgerInnen sollen von Beratungsangeboten mitten im neuen Zentrum der Stadt profitieren. Außerdem handelt es sich bei dem Pavillon um eine

transportable Multifunktionsbox, ausgestattet mit technischem Equipment. Lokale Musiker, Autoren und Kleinkünstler haben die Möglichkeit auf der „kleinsten Bühne Sachsens“ ihr Können zur Schau zu stellen. Für städtische Aktionen & das Stadtmarketing dient der „ROWI Hutzn-Point“ als Aushängeschild. Er wird sowohl am Hauptstandort Postplatz eine Sogwirkung erzielen, als auch eine überregionale Strahlkraft besitzen. Auch die Vermietung für private Veranstaltungen ist möglich, um auch eine langfristige Finanzierung und den zukünftigen Ausbau des Projektes zu ermöglichen. Mit dem Bau des „ROWI Hutzn-Points“ werden städtische Handwerker beauftragt. Eingeweiht wird der Pavillon zur „Mitsommernacht“ - dem Fest der Händler und Gewerbetreibenden - und der „1. Rodewischer Autokinsonacht“ sowie dem „Rodewischer Marktfestival“ im Sommer 2021.

Noch Fragen? Ach, ihr wisst nicht was „HUTZN“ ist? Dann lest weiter!

Es fängt schon originell beim „vogtdenglischen“ Projekttitel an: „ROWI Hutzn-Point“ setzt sich aus dem Markennamen „ROWI“, dem alten vogtländischen Begriff „Hutzn“ (Treffen auf engstem Raum, bei dem zusammengerückt und sich rege ausgetauscht wird) und dem englischen Begriff „point“ (Treffpunkt) zusammen. Diese Wortneuschöpfung versinnbildlicht all das, was mit dem ROWI Hutzn-Point beabsichtigt ist.

Er schlägt die Brücke zwischen Alt und Jung, Gewerbetreibenden und Bürger, ist kreativ und digital.

Der kreative Faden zieht sich durch das gesamte Konzept:

- Multifunktionalität auf kleinstem Raum
- flexible Standortwahl
- einzigartiger Anziehungspunkt im Zentrum und darüber hinaus
- Werbung/Image außerhalb von Rodewisch

Das Projekt verbindet Menschen digital und analog – die ROWI-Community wird gestärkt.

Zutritt zum ROWI Hutzn-Point erhält man via Smartphone App oder Chipkarte. Die Mitgliedschaft ist natürlich kostenfrei!

Die Gesamtkosten für den ROWI Hutzn-Point einschließlich gebührender Werbung und Einweihung belaufen sich dabei auch 251.100 €.

Zur Veranschaulichung des Projektes wurde ein interaktives Plakat entworfen.

Analog zu einem Adventskalender verbirgt sich hinter jedem hellblauen ROWI-Hutzn-Point ein Türchen. Öffnet man dies, wird mittels Bild und Text eine Funktion der „Hutzn-Box“ erläutert. Auf diese Art und Weise soll deren multifunktionale Nutzung verdeutlicht werden.

GROSSE KREISSTADT SEBNITZ STATT EINSAM: STADT GEMEINSAM!



v.l.n.r.: Fr. Meinert, Abt. Stadtmarketing,
Fr. Pohl, Stadtverwaltung,
Hr. König, Bergsteigerchor,
Fr. Bigge, Leiterin Städt. Sammlungen,
Fr. Merker, Aktion Zivilcourage e.V.,
Fr. Reimann, Leiterin Stadtbibliothek,
Fr. Sturm, Vorsitzende Gewerbeverein,
Fr. Maaz, Hr. Große vom DRK Mehrgenerationenhaus,
Fr. Grasse, Kommunale Integrations-kordinatorin,
Hr. Seifert, Ortsgruppe Sächsischer Bergsteigerbund

SONDERPREIS „LICHT“

Jurybewertung

Einen wichtigen, öffentlichen Durchgang interessanter, einladender und als Wegweiser zu gestalten, macht diese Wettbewerbsidee preiswürdig. Ein innerstädtisches Areal zwischen dem Haus der Deutschen Kunstblume und dem Markt wird aufgewertet, die Aufenthaltsqualität und das Sicherheitsgefühl für die Besucher und Einwohner der Stadt wird verbessert. Diese Verbindungsachse wird mit dem stadtbildprägenden Maskottchen „Lotte“ verknüpft und soll mit einer großflächigen Installation dann tatsächlich „Licht ins Dunkel“ bringen. Bemerkenswert ist die aktive Einbindung umliegender Vereine und Initiativen, die die Projektidee gemeinsam mit der Verwaltung in die stadtplanerische Praxis umsetzen.

Durch die Illumination eines prägenden innerstädtischen Durchgangs eignet sich diese Wettbewerbsidee aus Sicht der Jury besonders zur Auszeichnung mit dem Sonderpreis „Licht“.



12 Meter dunkler Durchgang | 10 engagierte Initiativen |
1 gemeinsames Ziel: Einen derzeit tristen, dunklen
Durchgang zum Strahlen bringen!

Besucher und Gäste unserer Stadt müssen, vom Stadtzentrum aus kommend (Marktplatz), ein kleines Stück laufen, um zur Touristinformation im Haus der Deutschen Kunstblume zu gelangen. Auf dem Weg befindet sich ein öffentlicher Durchgang durch ein Haus, hinein in einen schönen, idyllischen Innenhof mit kleiner, gepflegter Parkanlage und einem Spielplatz: Das ist der sogenannte Sängerkhof. In dem umgebenden Gebäudeensemble sind verschiedene Vereine, Initiativen und Organisationen zu Hause: das DRK Mehrgenerationenhaus mit seinem breiten Kultur- und Freizeitangebot für alle Generationen, die traditionsreiche Ortsgruppe des Sächsischen Bergsteigerbundes, der Bergsteigerchor, der Verein Kaleb e.V. sowie die Aktion Zivilcourage e.V. Ebenfalls im Gebäudekomplex befindet sich dazu passend der Sebnitzer Jugendclub und auch die Stadtbibliothek hat hier ihren Sitz. Durchschreitet man den Hof, gelangt man zur Touristinformation im Haus der Deutschen Kunstblume Sebnitz mit Schaumanufaktur.



Der derzeit noch sehr dunkle, unschöne Durchgang
(vor Malerarbeiten)

Grünanlage dahinter ist wenig attraktiv. Der Gang ist etwas dunkel und auch unansehnlich. Die aktuelle Gestaltung ist in die Jahre gekommen. So ist man froh, wenn man schnell hindurch ist. Gerade für Ortsunkundige ist es an dieser Stelle bisher schwierig, trotz Beschilderung den richtigen Weg zu finden.

Aus diesem Grund wünschen sich die umliegenden Initiativen und Einrichtungen eine Frischekur für den Durchgang. Dies geschieht nun Dank „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“!

In einem beleuchteten Bild, welches den Betrachter auch mal zum Innehalten einladen soll, werden inhaltlich die Lebenswelten vor Ort miteinander verbunden. Als stadt(bild)prägendes Element wird ein gestalterisches Element mit einbezogen: unser Maskottchen „Lotte“.



Die Zeichentrickfigur steht symbolisch für das Sebnitzer Blumenmädchen. Für viele ist das Blumenmädchen das Sinnbild der Stadt, da Sebnitz bis 1990 Zentrum der Kunstblumenherstellung und der VEB Kunstblume einer der bedeutendsten Arbeitgeber in der Region, sogar weit über die Stadtgrenzen hinaus war. Die kleine Lotte gibt es seit dem 116. Deutschen Wandertag, welcher 2016 in Sebnitz stattfand, auch als Plüschtier „Wanderlotte“. Seither wird die kleine Dame um die ganze Welt getragen.

Um die Lotte als Identität stiftende Figur weiter in unserem Stadtbild zu integrieren, soll sie nun diesen derzeit tristen Durchgang zum Strahlen bringen. Allein ihr freundliches Wesen wird den Besuchern und „Durchgängern“ bereits ein Lächeln ins Gesicht zaubern!

Was um sie herum zu sehen sein soll, entscheidet die Arbeitsgruppe aus Vertretern der Initiativen und Vereine vor Ort, der Stadtverwaltung und dem Stadtmarketing. Eine Art Wegweiser wird ebenfalls eingebaut, um den Betrachter zu informieren, in welcher Richtung er was finden kann. Insgesamt soll ein großes, stilistisch zusammengefügtes Bild auf der langen, geraden Fläche (links im Foto Durchgang) angebracht werden. Rechterhand wird sich Lotte in verschiedenen Lebenslagen zeigen, welche ebenfalls von den Mitstreitern erdacht und ausgesucht werden sollen: ob beim Klettern, Lesen, Schwimmen oder Wandern – alles ist vorstellbar.



v.l.n.r.: Plüsch-Lotte, unser amtierendes Blumenmädchen Daniela Ringel, Zeichenfigur Lotte

STADT BURGSTÄDT

BURGSTÄDTER-MARKTPLATZ.DE DIE BACKSTAGE APP -
FÜR DIE HÄNDLER



Finden Sie tolle
Produkte und
Angebote von
Unternehmen aus
Ihrer Region

Mit Gutscheinen
können Sie
Unternehmen
unterstützen.

Stöbern Sie in den Kategorien und entdecken
Sie das vielfältige Angebot der Region...

SONDERPREIS „DIGITALISIERUNG“

Jurybewertung

Um die örtlichen Einzelhändler, Gewerbetreibenden und Dienstleister auf dem Weg in die Digitalisierung zu unterstützen, zu begleiten und Hemmschwellen abzubauen sowie den Standort zu stärken, hat die Stadt Burgstädt einen – bewusst lokalen – virtuellen Marktplatz, der gleichzeitig als Wortmarke fungiert, zur Anbahnung und Abwicklung von Geschäften lokaler Händler und Dienstleister aufgebaut.

Der Marktplatz beinhaltet Angebote über alle Bedarfsgruppen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs. Das Besondere an diesem Projekt ist, dass mit der BackStage App als Bestandteil des Projektes das Handy zum Handscanner, Organisator und Kommunikationsmittler wird. Ferner soll das Geschäftsmodell perspektivisch gemeinschaftlich sowie selbstbestimmt von lokalen Händlern und Dienstleistern nach dem Genossenschaftsmodell organisiert werden. Das erfolgversprechende Projekt zur Stärkung und zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit der örtlichen Einzelhändler, Gewerbetreibenden und Dienstleister steht damit auch ganz im Sinne des diesjährigen Mottos: „Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden ...“.

Mit dem Sonderpreis „Digitalisierung“ soll das Projekt in der Umsetzung unterstützt werden.





Krisen wirken wie ein Katalysator für Veränderungen, so auch die Corona-Krise. Unser Freizeit- und Einkaufsverhalten, unsere Art der Kommunikation, unsere Arbeitswelt unterliegen schon vor Covid-19 einem digitalen und technischen Wandel.

Unsere Innenstädte und der dort ansässige kleinteilige, nicht filialisierte Einzelhandel stehen unter Druck, alte Verkaufskonzepte greifen nicht mehr, Geschäfte schließen, Umsätze bröckeln. Traditionelle Regeln, Abläufe, Prozesse, Gewohnheiten und Kommunikationsformen müssen hinterfragt und neu gedacht werden.

Um den örtlichen stationären Handel, die Gewerbetreibenden und Dienstleister auf dem Weg in die Digitalisierung zu unterstützen, reagierte Burgstädt bereits im April 2020 mit dem Aufbau eines virtuellen Marktplatzes, der nun seit einigen Wochen nicht nur beworben wird, sondern unter www.burgstaedter-marktplatz.de auch online ist.

Er soll nicht nur zum Handeln, sondern auch als Kommunikationsplattform zwischen den Burgstädter Händlern und Bürgern genutzt werden. Neben Produkt- und Dienstleistungsangeboten werden innerstädtische Aktivitäten, Events und Projekte miteinander synchronisiert und konzentriert veröffentlicht.

Überdies soll sich diese lokale Plattform unter dem Motto: „Klein, fein, mein-In Burgstädt kauf ich ein!“ zu einer Marke für die Stadt entwickeln. Ein Schritt in diese Richtung wird durch den gewonnenen Sonderpreis: „Digitalisierung“ ermöglicht. Er wird für die Entwicklung einer Smartphone kompatiblen Marktplatz-App als weiteres digitales Angebot für unsere Händler eingesetzt.

Damit können die Burgstädter künftig ihren Einkaufskanal bei maximaler Flexibilität frei wählen. Durch den Aufbau und die Nutzung solcher Omni-Channel-Konzepte werden die Möglichkeiten der Digitalisierung aufgegriffen und gleichzeitig partnerschaftliche Vertrauensbeziehungen zum Kunden vor Ort aufgebaut.

Der Kunde kann sich z.B.

- Vor dem Ladenbesuch online informieren und dann im Laden kaufen
- Im Laden kaufen und von dort aus nach Hause liefern lassen
- Online reservieren/bestellen und dann im Geschäft abholen
- Erst im Laden informieren, dann später online bestellen.

Das Projekt ist ein lokales Angebot mit Alleinstellung und Strahlkraft ins Umland, getragen von dem Willen, gemeinsam für Burgstädt zu handeln, zu entscheiden und zu teilen.



GROSSE KREISSTADT KAMENZ

FREIRÄUME GESTALTEN -

DER KIEZGARTEN AN DER KAMENZER MÖNCHSMAUER



SONDERPREIS „BLÜHENDES ZENTRUM“

Jurybewertung

Anlehnend an die lange Gartenbautradition der Stadt soll in Kamenz der Kiezzgarten ein städtebauliches Zeichen in Zeiten von Klimawandel setzen und gleichzeitig auf den Bedarf an nachfragegerechten, nachhaltigen Grünanlagen im Stadtgebiet reagieren. Dazu wird ein verwaistes städtebauliches Areal einer neuen öffentlichen Nutzung zugeführt – als Probierfläche, grüne Wegebeziehung und innerstädtischer Ruhe- und Rückzugsbereich. Als zentraler Treffpunkt für Gartenfreunde sollen hier lebendige Formen der Umweltbildung mit Vereinen und Initiativen, lokalen Gärtnereien und privaten Akteur*innen zum Tragen kommen. Der Projektbeitrag soll Brücken zur Geschichte schlagen, aber auch Brücken für die Zukunft bauen und fußt auf einer breit angelegten Beteiligung innerhalb der Stadt.

Für diesen gärtnerischen und gleichzeitig innovativen Ansatz der Rekultivierung einer innerstädtischen Brache eignet sich der Wettbewerbsbeitrag zur Auszeichnung mit dem Sonderpreis „Blühendes Zentrum“.





BRÜCKEN ZUR GESCHICHTE SCHLAGEN

Während bereits 1493 der Grundstein für den Bau des Franziskanerklosters gelegt wurde, begann zu Beginn des 16. Jahrhunderts der Bau einer Mauer, um die Klosteranlage vor Angreifern zu schützen. Die Mönchsmauer ist noch heute ein markanter, öffentlich zugänglicher Bereich mit einer Freitreppe und dient als Verbindungsachse von der Altstadt zum Lessing-Museum/Stadtpark, hinein ins Gründerzeitviertel. Westlich der Mönchsmauer, unterhalb der ehemaligen Topfhallen (heute Irish Pub), ist ein ungenutztes, städtisches Grundstück sich selbst überlassen. Das terrassenartige Areal hat Potential.

BRÜCKEN GEMEINSAM BEGEHEN

Das Projekt »Kiezzgarten« ist eine kleine Gartenschau mitten in der Altstadt, die vom Verein »Stadtwerkstatt Kamenz-Bürgerwiese e.V.« initiiert, gestaltet und gepflegt wird. Die Mitwirkung der Bürger soll Identifikation mit städtischem Eigentum und die Beteiligung bei der Erhaltung, Pflege und Weiterentwicklung von Stadtgrün fördern. Die Entwicklung des Areals ist eine logische Fortführung der erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen der »Stadtwerkstatt Kamenz« und der Initiativgruppe »Offene Gartenforte«. Die Bürger der Stadt, Kamener Gartenfreunde und alle zukünftigen Nutzer tragen selbst mit ihrem Know-How, Pflanzen und Samen und ihrer Unterstützung zum Gedeihen des Kiezzgarten bei. Im Hinblick auf die 800-Jahrfeier von Kamenz im Jahr 2025 kann der Kiezzgarten mit einer Arten- und Pflanzenvielfalt, Aufenthaltsqualitäten, Eyecatchern und neuentstandenen Gemeinschaften glänzen.

BRÜCKEN FÜR DIE ZUKUNFT BAUEN

Im 2019 verabschiedeten Leitbild steht Kamenz als Bürgerstadt mit einer lebendigen Beteiligungskultur im Fokus. Aus der Kamener Gartenbau-Tradition heraus wird die Weiterentwicklung zu nachfragegerechtem urbanem Grün angestrebt. Dies soll sich in dem Schlüsselprojekt KIEZGARTEN widerspiegeln.

Der ›Stadtwerkstatt Kamenz-Bürgerwiese e.V.‹ hat gemeinsam mit der Initiative ›Offene Gartenpforte‹ und der Stadtverwaltung das Projekt ins Leben gerufen und zeigt damit, dass die Verbesserung und optimale Nutzung des eigenen Lebensumfeldes Sache der Bürger*innen ist. Mit klugen Lösungen will man dem Klimawandel trotzen und durch Frequentierung eines bisher ungenutzten Areals Wechselwirkungen mit dem lokalen Einzelhandel und der Gastronomie erzeugen.

IMPULSE FÜR EINEN KIEZGARTEN

Unter der Federführung des 2018 gegründeten Stadtwerkstatt Kamenz-e.V. haben Aktivitäten zur Pflege, Erhaltung und Weiterentwicklung von Kamener Stadtgrün beigetragen und wurden Menschen mobilisiert, etwas für Ihre Stadt zu tun. Neuartige und durch das städtische Citymanagement begleitete Formate trugen ebenso dazu bei. Mit der ›Offenen Gartenpforte‹ 2020 ist es außerdem möglich geworden, Kamener Gartenparadiese und Hinterhof-Oasen zu entdecken. Garten- und Hofbesitzer*innen teilen, fachsimpeln und mobilisieren. Das Engagement der Stadtwerkstatt und die überwältigende Resonanz auf die genannten Veranstaltungen sind der entscheidende Impuls gewesen, in der historischen Altstadt unter Federführung des Vereines einen Gemeinschaftsgarten entstehen zu lassen.

AN TRADITIONEN ANKNÜPFEN

Wie ein grünes Band ziehen sich die Parks und Gärten durch Kamenz. Auf dem Hutberg legte der Kamener Gärtnermeister und königlich-sächsische Hoflieferant Wilhelm Weisse einen Park aus heimischen und exotischen Pflanzen an. Auch dem heute nach ihm benannten Wilhelm-Weisse-Garten, dem Volkspark und dem Robert-Koch-Platz drückte er seinen grünen Daumen auf. Die Schillerpromenade ist ein beliebter Treffpunkt, um sich im umgebenden Grün geborgen zu fühlen. Das Herrental am ›Langen Wasser‹ gilt als ursprünglicher Besiedlungsort und ist nach der industriellen Phase wieder renaturiert worden. Der Volkspark, ursprünglich als Baumschule angelegt, liegt im Randbereich des historischen Stadtzentrums, gilt als Erholungsraum und geht harmonisch in die Außenanlagen des Lessing-Museums über.



GROSSE KREISSTADT MEISSEN

SAMUEL HAHNEMANN -

EIN EHRENBÜRGER KEHRT ZURÜCK IN SEINE GEBURTSTADT



SONDERPREIS „BLÜHENDES ZENTRUM“

Jurybewertung

Durch den Wettbewerbsbeitrag soll Samuel Hahnemann, der Vater der Homöopathie und Ehrenbürger der Stadt Meißen, in seiner Geburtsstadt einen neuen, städtischen Platz finden. Der Hahnemannsplatz ist prädestiniert dafür, mit einer lebensgroßen Hahnemann-Skulptur, Pflanzkübeln mit homöopathischen Wirkstoffen sowie speziellen Stadtführungen zum Thema Homöopathie und einem Hahnemannfest das Stadtbild neu zu beleben.

Die Jury würdigt den Mut und die Idee, neben dem allseits bekannten Alleinstellungsmerkmal Porzellan in der Stadt auf weitere Themen zu setzen und durch Identifikation der Bürger mit großen „Söhnen“ ihrer Stadt auch neues Leben in die Zentren zu bringen.

Der Sonderpreis „Blühendes Zentrum“ wird diesen Prozess unterstützen.



Samuel Hahnemann, der Vater der Homöopathie und Ehrenbürger der Stadt Meißen ist ohne Zweifel eine herausragende Persönlichkeit. Während seine alternative Heilmethode heute weltweit Anhänger und Kritiker gleichermaßen beschäftigen, sind die Spuren in seiner Geburtsstadt wenig sichtbar. Hahnemann wurde 1755 auf dem Hahnemannsplatz in Meißen geboren. Das Herzstück des Projektes ist es, auf dem Platz nach seiner infrastrukturellen und funktionellen Sanierung ein kulturelles Leben zu entwickeln und somit den Platz eine besondere Aufwertung zu geben.

Auf dem Hahnemannsplatz soll eine Skulptur Hahnemanns entstehen und dieser somit als Sohn der Stadt Meißen gewürdigt werden. Zur Verwirklichung einer lebensgroßen Skulptur wurde in der Konzipierungsphase Kontakt zur Bildhauerin Heinke Binder aufgenommen. Sie gehört zu den plastisch arbeitenden Künstlern. Seit 1987 arbeitet sie freischaffend insbesondere mit dem Werkstoff Keramik, ein für die Stadt Meißen sehr heimatverbundener und traditioneller Werkstoff. Frau Heinke Binder hat ihre Idee zur Verwirklichung einer lebensgroßen Hahnemann-Skulptur in der Projektkonzipierungsphase in einem Modell verarbeitet.

Dieses Modell wurde von einer Arbeitsgemeinschaft einstimmig positiv bewertet. Durch die Schaffung von Aufenthaltsqualität und die Aufwertung des Stadtbildes sollen alle gewerblichen, gastronomischen und kulturellen/kreativen Akteure im Umfeld gestärkt werden. Flankiert wird das Projekt durch verschiedene, zur Belebung und Identifizierung beitragende Elemente. Zur Einweihung der Skulptur, sowie am Anschluss daran in jedem April zum Geburtstag Hahnemanns soll ein Hahnemannfest als fester Bestandteil der Stadtkultur etabliert werden. Das Hahnemannfest soll überregional beworben werden und somit viele Gäste nach Meißen locken. Weiterhin werden Pflanzkübel mit homöopa-

thischen Wirkstoffen das Straßenbild prägen. Durch die Einbindung der Skulptur in touristische Führungen soll die Persönlichkeit Samuel Hahnemann weiter überregional Bekanntheit als Sohn Meißens erlangen. Spezielle Stadtführungen zum Thema Homöopathie werden flankierend entwickelt. Pressearbeit und Printmedien (Flyer, Postkarten usw.) sollen helfen, das Bewusstsein der Bürger-/innen und Gäste Meißens für die Person Hahnemanns und den Wert der Skulptur zu schärfen. Ausstellungen zum Thema Hahnemann sollen in leerstehenden Gewerbeeinheiten am Hahnemannplatz verwirklicht werden.

Durch die Konzipierung und Etablierung von Lerneinheiten um die Persönlichkeit Samuel Hahnemann direkt an der Skulptur sollen Kinder und Jugendliche innerhalb einer Exkursion über das Leben und Wirken des Sohnes von Meißen Wissen erlangen.

Durch das Projekt soll die Stadt Meißen als Geburtsstadt Hahnemanns regional und überregional Sichtbarkeit erlangen und zur Innenstadtbelebung beitragen. Das Alleinstellungsmerkmal Meißens soll erlebbar, sichtbar und

berührbar werden. Das Projekt folgt dem Ziel der Entwicklung eines Identifikationsschwerpunktes der Stadt Meißen an einem infrastrukturell sanierten aber bisher leblosen Platz. Der Hahnemannplatzes soll somit eine Belebung erfahren und mit positiven Effekten für ansässigen Einzelhandel, Gewerbe und Gastronomie zu einem touristischen und kulturellen Hotspot werden. Dazu soll weiterhin ein jährliches Hahnemannfestes mit überregionaler Anziehungswirkung etabliert werden und sich zur Besuchsstätte für Homöopathiefreunde weltweit entwickeln. Die Projektentwicklung erfolgt in einer Arbeitsgemeinschaft aus verschiedenen Stadtakteuren, die zur Projektumsetzung weiter aktiv und federführend etabliert bleibt.



GROSSE KREISSTADT STOLLBERG/ERZGEB.
VISION 2030



SONDERPREIS „NACHHALTIGE STADTENTWICKLUNG“

Jurybewertung

Mit dem Projekt VISION 2030 richtet die Stadt ihren Fokus auf die Attraktivierung der Innenstadt für Bürger und Touristen. Zugleich wird die bislang unterentwickelte Verbindung zwischen Stadtzentrum und Stalburc/Hoheneck in Angriff genommen. Einbezogen wird in diesen, für die Stadt bisher beispiellosen, Beteiligungsprozess die gesamte Bürgerschaft der Stadt. Insbesondere das kreative Potential der ortsansässigen Gewerbetreibenden und der Schülergeneration wird als Initiativkraft genutzt.

Der eingereichte Beitrag kann zwar noch keine konkreten Projektinhalte präsentieren, kreativ und besonders zu würdigen ist jedoch der Prozess der Erarbeitung des Projektinhalts selbst. Die Jury sieht diesen Projektansatz beispielhaft für eine bürgerorientierte und damit im besonderen Maße nachhaltige Stadtentwicklung und daher unterstützenswert zur weiteren wissenschaftlichen Begleitung.

Die Stadt Stollberg erhält für ihren Beitrag „Vision 2030“ damit den Sonderpreis „Nachhaltige Stadtentwicklung“ für die wissenschaftliche Begleitung durch Studierende der Fakultät Architektur und Sozialwissenschaften der HTWK Leipzig im Studienjahr 2021.



In Stollberg wird aktuell das Areal Stalburc/Hoheneck saniert und verschiedenste Nutzungen werden dort ihren Platz finden: eine Gedenkstätte, das Burattino Kindertheater, die Abora Ausstellung, die Phänomenia, ein Schwimmbad und eine Unterkunft für Schulklassen.

Mit unserem Projekt „Vision 2020“ möchten wir die Bürger einladen sich Gedanken zu machen, wie man es schaffen kann, den Weg vom Areal Stalburc/Hoheneck so erlebnisreich zu gestalten, dass man auch in die Kernstadt kommt. Bürger, Schüler, Vereine und Gewerbetreibende wurden dafür gewonnen und einige gute Ideen werden entstehen. Bei einer multimedialen Ausstellung im Areal Stalburc/Hoheneck werden die besten Ideen präsentiert und mindestens eine realistische Idee soll umgesetzt werden.

Nachdem der Fokus in der Stadt Stollberg den letzten Jahren auf der Entwicklung der Gewerbegebiete lag, soll nun die Innenstadt attraktiviert, touristisch interessanter und somit auch für die Bürger lebenswerter werden. Als baldiges Mitglied der Citta Slow Vereinigung möchten wir mit dem Projekt weitere Potentiale wecken. Außerdem ist die Verbindung zwischen Areal/Stalburc und dem Stadtzentrum ein großes Thema des Innenstadtmanagement Konzepts.

Das Areal Stalburc/Hoheneck ist von beinahe jeder Stelle in unserer Stadt zu sehen und ein Wahrzeichen unserer Stadt. Der Weg dorthin bzw. von dort in die Kernstadt soll mit unserem Projekt so attraktiv werden, dass sowohl die Innenstadt als auch das Areal Stalburc/Hoheneck davon profitieren. Die Aufwertung der Aufenthaltsqualität spielt in der gesamten Kernstadt eine große Rolle. So wurden im letzten Jahr

bereits einige Maßnahmen umgesetzt. Liegestühle kamen auf den Hauptmarkt, Bollerwagen stehen zur kostenfreien Benutzung zur Verfügung und die vielen Spielgeräte an verschiedenen Stellen begeistern Familien

Bis Ende 2020 wurden Ideen gesammelt. Geplante Workshops konnten aufgrund von Corona nicht stattfinden. Im ersten Quartal werden die Ideen auf der

Stollberger Homepage, im Stollberger Anzeiger und auf den sozialen Medien der Stadt Stollberg vorgestellt. Für die drei besten Ideen kann abgestimmt werden. Ende 2021 soll es eine multimediale Ausstellung dazu im Areal Stalburc/Hoheneck geben. Bis Ende 2025 soll mindestens eine der Ideen umgesetzt werden.



Burgstädt: Burgstädter-Marktplatz.de die BackStage App - für die Händler

Burgstädter-Marktplatz.de

die BackStage App - für die Händler

Gebrauchsinformation: Informationen für Anwender

Burgstädter-Marktplatz.de die BackStage App zur Anwendung für Händler und Gewerbetreibende in Burgstädt

- 1 Was ist der Burgstädter-Marktplatz.de und wozu soll er dienen?**
 Burgstädter-Marktplatz.de ist zunächst eine lokale, webbasierte Handelsplattform zur Anbahnung und Abwicklung von Geschäften lokaler Händler und Dienstleister.
 Burgstädter-Marktplatz.de ist gleichzeitig eine und Dienstleistungsangebote am Standort Burgstädt präsentieren und vermarktet werden sollen.
- 2 Was unterscheidet den Burgstädter-Marktplatz.de von anderen Web-Handelsplattformen?**
 Das Geschäftsmodell von Burgstädter-Marktplatz.de verfolgt einen einseitig lokalen Ansatz Burgstädt. Burgstädter-Marktplatz.de richtet sich an regionale Kunden und wird gemeinschaftlich Dienstleistern getragen: gemeinsamen Händlern, Teilen und Meerescheiden.
 Dazu sind die Trägerhaftung und Gebührentafeln nach dem Genossenschaftsmodell organisiert werden.
- 3 Welches sind die Alleinstellungsmerkmale des Burgstädter-Marktplatz.de?**
 Der Burgstädter-Marktplatz.de beinhaltet Angebote über alle Berufsgruppen des Kurzt-, mittelfr. beratungs- und dienstleistungsbereichs. Die Kleinstadt der kurzen Wege, Punkte mit Individualität, Qualität, Persönlichkeit und Verlässlichkeit - mit kurzen, individuellen Lieferzeiten, persönlicher Präsenz und realen Produkten.
Klein, fein, mein - in Burgstädt kauf ich ein.
- 4 Was bietet die BackStage App des Burgstädter-Marktplatz.de?**
 Die Erfahrungen, Fähigkeiten und Handwerkszeug der Händler für den Zugang zum Burgstädter-Marktplatz.de sind so unterschiedlich, wie die Palette der Angebote breit ist. Die reichem vom räumlichen Anwesen Händler über softwaretechnischen Handwerker.
 Während die Kundenschaft ihren digitalen Einkauf mit Angebotvergleichen, Kommunikation, Geschichtsbuchstaus und Notizen mehrheitlich räumlich erledigt, ist die aktive für Händler geltegenheit noch eine Herausforderung.
 Hier soll nun das Handy mit der BackStage App als (auch bei den Händlern) allgegenwärtiges Gerät zum Handschanner, Organisator und Kommunikationsmittel werden.
- 5 Risiken und Nebenwirkungen des Burgstädter-Marktplatz.de?**
 Die Digitalisierung kommt sie ist kein Schnupfen, der vorbeigeht.
 Die Digitalisierung hat bereits viele Bereiche unseres Lebens geirrt und wird vor keinem oder dann untergehen.

Monatschronik 2020 - was bisher geschah

Januar
 unsere monatliche und besonders der dort anlässlich über-
 längte und feierliche Erntedankfesten unter Druck, ganz
 veränderte Lage. grüßen nicht mehr, sondern nicht mehr
 veränderte Lage. Eine veränderte Lage und digitale
 Transformation führt an der technologischen Revolution.
 Prozess, Geschäftsmodelle und Kommunikationsformen
 welche Rolle werden unsere unvorstellbar schnell in unserem
 Leben spielen? Um was die Stadt in Zukunft bilden werden?

To do Standortanalyse für die Altstadt!

Februar
 Interview mit Händlern, steuerrechtlichen
 rechtlichen Fragen sowie die Planung von
 Strukturen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Pläne
 im Erreichten werden die Basis für die Zukunft.

März
Corona und Lockdown - was tun?
 Neuorientierung und Sorgen um die Existenz machen
 sich breit. Befragung, Kommunikation und Hilfen
 geben für die betroffenen Gewerbetreibenden
 und das Netz der Stadt.
 Der vorläufige, statische Einzelhandel werden bereits
 auf Corona-fähige Einzelhandels- und Ressourcen
 Unternehmen zu beschäftigen und werden um neue
 Betrieben kämpfen. Die Corona-Krise wird von
 wie ein Katalysator, die Menschen werden weniger
 ohne und möglich zusammen in einem digitalen.

April
 Handwerk war es mit einer digitalen - vor allem
 über "virtuelle" Handlungsfelder mit Händlern
 für Burgstädter. Dadurch konnten weitere Händler
 die Wettbewerbsfähigkeit stärken und auf dem Weg in die
 Digitalisierung unterstützt werden.
 Eine offene, von Zusammenarbeit für Burgstädter
 Händler, Unternehmer, Dienstleister und Berater
 können zu Einwirkung.

Mai
 Die ersten digitalen schrittweise weiter öffnen - ist
 die erste wobei diese Punkte stellen im Bereich
 der Kommunikation, digitale und die Verfor-
 derung der geschäftsbereitschaft bei der Gestaltung
 von Produkten und Unternehmensstrukturen
 über den virtuellen Netzwerk mit lokalen Partnern.

Juni | Juli | August
 Die rechtliche Lösung für die Web-Plattform steht, FIBER - aber macht nicht nur so "Tage" ist
 die finanzielle Lage konnte die Händler zu hören, wenn bereits der eigene "in Handlung" ist die
 Netzwerke werden immer größer und die Markt in Burgstädt liegt nahe...

Wir brauchen eine Lösung welche den Händlern gut in der Hand liegt - die BackStage App!

Ab in die Mitte!
 Die City-Dreier
 werden

Einbindung Ärzte, Therapeuten, Banken - neue Netzwerke?

Nur wer würde mitmachen und ausprobieren!

Wie können weitere Einzelhändler unterstützen, trotz gleichzeitiger Lockdown?
 wie erreichen sie ihre Kunden?
 wo können sie ihre Angebote vermarkten?

Burgstädter Marktplatz

BURGSTÄDTER MARKTPLATZ

Eine webbasierte Handelsplattform soll in Burgstädt vielfältige Handels- und Dienstleistungsangebote präsentieren. Eine Backstage-App dient als Kommunikationsvermittler. Mentale

und technische Hemmnisse sollen abgebaut und der Zugang zur Web-Plattform erleichtert werden.

Delitzsch: DELITZSCH LAUSCHEN - Kommen, Hören, Staunen

Mit einem App-gesteuertem Audioguide möchte die Stadt Delitzsch das Besuchererlebnis in ihrer Innenstadt erhöhen. Dabei soll diese sich nahtlos in das touristische Angebot einfügen und für die Region werben. Mit einer Mischung aus Information, Interaktion und Unterhaltung wird eine breite Zielgruppe angesprochen.

DELITZSCH LAUSCHEN
Kommen, Hören, Staunen

Stadt Delitzsch

„Stadt gemeinsam stärken:
Handeln,
Teilen,
Mitentscheiden...“

In Delitzsch wird es demnächst auf eine akustische Entdeckungsreise gehen, für ein optimal gestaltetes Besuchererlebnis und Führungsangebot und für den Gast. Dafür wird ein App-gesteuerter Audioguide entwickelt. Die Besucher-App soll sich nahtlos in das touristische Angebot einfügen und ein Zugewinn für das Angebot vor Ort sein. Der Audiospaziergang kann nicht nur als reiner Informations-Audioguide angelegt werden, sondern er kann durch Verknüpfungen der Inhalte mit Geschichten, Bewegtbildern und Sounds eine sinnliche Erfahrung aus dem Besuch der einzelnen Stationen (POI) machen. Lauschpunkt für Lauschpunkt wird so zum großen Kino für die Ohren. Mit einem digitalen Endgerät, wie beispielsweise mit dem Smartphone, eröffnet sich eine wunderbare Welt voller Geschichte und Geschichten. Bei vielen audiovisuellen Medien sind zahlreiche Barrieren vorhanden, die es sinnesbehinderten Menschen erschweren, an unserer sich schnell weiter entwickelnden Medien- und Informationsgesellschaft teilzunehmen. Daher wird per Audiodeskription der Delitzscher Audioguide auch für blinde und sehgeschädigte Menschen barrierefrei gestaltet. Außerdem wird der gesamte Text aus den Audiobeiträgen - inklusive Erzählungen der Protagonisten, Angaben zu Atmosphäre, Geräuschen oder Effekten - zum Mitlesen bereit stehen (Transkripte).

Ich kauf' in Delitzsch
Werbegemeinschaft Delitzsch e.V.

Touristische Aufwertung:
Die POI können sowohl interessante Informationen, als auch Aha-Momente entlang der Route liefern und interaktiv zum genaueren Hinschauen animieren. Der Nutzer lernt die Orte besser kennen und nimmt spannendes Wissen als Souvenir mit nach Hause. Unser Audioguide kann sich auch in Facebook, Google und Tripadvisor bemerkbar machen.

Werbung für die Region:
Durch die Beiträge kann der Gast auf regionale Produkte und Angebote wie persönliche Gasteführungen oder die vielseitigen Einkaufsmöglichkeiten in der Innenstadt aufmerksam werden sowie Lust bekommen, mehr davon zu erleben.

Eine breite Zielgruppe ansprechen:
Die Tour soll weder Kinder langweilen noch interessierte Laien unterfordern. Mit einer Mischung aus Information, Interaktion und Unterhaltung ist dieser Spagat möglich.

Bereicherung des Erlebnisses vor Ort:
Der Audioguide soll die Sinne auf interessante Details lenken und gute Geschichten erzählen und ein Hörerlebnis schaffen, bei dem der Nutzer nicht heimlich abschaltet, sondern aktiv zuhört, entdeckt und mehr erfährt.

Die Menschen dahinter kennen lernen:
Mit O-Tönen der regionalen Einzelhandels-, Geschichts- und Kulturkenner entsteht ein besonders persönliches, authentisches Hör-Erlebnis.

Nachhaltigen Mehrwert generieren:
Technik vergeht, Inhalt besteht. Da die Audios potenziell bis in die Ewigkeit halten, sind sie eine langfristige Investition.

Ab in die Mittel!
Werbegemeinschaft Delitzsch e.V.

Große Kreisstadt Delitzsch | Werbegemeinschaft Delitzsch e.V.

Ellefeld: „Ellefeld | H34 - Lern- und Feierzone | gemeinsam glücklich“

Ellefeld ^{H34} _{Hauptstraße} Lern- und Feierzone



Bildsynthese / Rendering 2020



Austausch, Kultur, Bildung, Festlichkeiten ♥ gemeinsam glücklich

Ein prägendes Gebäude in Ellefeld soll eine neue Nutzung erfahren. Im größten Haus des Ortskerns ist geplant, das gesamte 2. Obergeschoss als Begegnungsstätte sowie Lern- und Feierzone zu entwickeln. Als Anziehungspunkt für meh-

tere Generationen und Nutzergruppen soll er das Ortszentrum revitalisieren.

Görlitz: CINEMA CITY

Anknüpfend an erfolgreiche Filmproduktionen möchte die Stadt Görlitz eine Filmakademie gründen und so perspektivisch neue Arbeitsplätze für die vom Strukturwandel geprägten Region schaffen. Begleitet wird diese Entwicklung von zahlreichen Events rund um das Thema – so wird es u. a. ein saisonales Freiluftkino und thematische Suchspiele auf den zentralen Plätzen und in der Innenstadt geben.

Filmakademie
 Einstellung: Handeln / Stadt stärken
 Zeit: Nachhaltig etwa ab 2024
 Akteure: Hochschule Zittau/Görlitz, Senckenberg, Freistaat Sachsen, Stadt, internationale Filmbranche

Görlitz gründet eine Filmakademie, in der Berufe ausgebildet werden, die Produktion, Bild, Ton und Ausstattung sowie Naturfilm-Produktion zum Inhalt haben.

Görlilwood
 Einstellung: Stadt stark
 Zeit: Dauerhaft seit Jahrzehnten
 Akteure: Produktionsgesellschaften, Stadt, KleinstdarstellerInnen

Dank originaler Bausubstanz und behutsamer Stadtsanierung war Görlitz seit 1954 Drehort für 79 Filme – auch mit tausenden GörlitzerInnen als Komparsen. Hollywood produzierte „In 80 Tagen um die Welt“, „Inglourious Basterds“, „Der Vorleser“, „Grand Budapest Hotel“ in Görlitz.

Wirb langsam
 Einstellung: Teilen / Mitentscheiden
 Zeit: Einmalig
 März bis Mai 2021 und Juli / August
 alle AmateurfilmerInnen, AG
 Akteure: SAEK Görlitz

Ab in die Mittel! Die City Offensive in Sachsen 2020

CINEMA CITY GÖRLITZ

Schaufenster-Suchspiel
 Einstellung: Handel stärken / Gemeinsam
 Zeit: Wiederkehrend saisonal
 3 Wochen im August
 Akteure: City Initiative Görlitz e.V., EinzelhändlerInnen, Event Agentur

Fliegendes Sommerkino
 Einstellung: Handeln / Teilen / Gemeinsam
 Wiederkehrend saisonal
 ca. 10 Tage im August ab 2021
 Akteure: Filmclub von der Rolle '94 e.V., 2 Programmkinos, Filmpalast GmbH, Stadt, ehemalige KleinstdarstellerInnen

„Görlitz – stark in Szene“ heißt der Trailer zum Sommerkino. Ein Ideenwettbewerb ordnet die Handy-Videos von AmateurfilmerInnen. Die besten werben im Netz und filmern als Vorspann über die Leitwand. Die BesucherInnen wählen ihren Favoriten für einen Publikumspreis.

Einige Filmnächte beginnen mit langer Ladenöffnung verbunden mit einem Suchspiel. Versteckt in sieben Schaufenstern laufen Filmsequenzen Görlitzer Produktionen. Sie zu finden öffnet ganz nebenbei die Augen für individuelle Shops und Läden der Nebenlagen. Ortsfremde staunen, wie viel Stadt hier ist... jenseits von „Wolfsland“.

Zusammen mit dem „Filmclub von der Rolle '94 e.V.“, zwei Programmkinos und dem örtlichen Filmpalast organisiert die Stadt ein Sommerkino, welches mit mobilem Equipment auf tolle Plätze und verschwiegene Höfe fliegt. Hier genießen die BesucherInnen Filme im Freien, auch mal die Görlitzer Produktion am Original-Drehort. Ergänzend: Promis der Filmbranche im Talk, Party der KomparsenInnen, Verleihung des „Görlitzer Meridian-Naturfilmpreis“.

GÖRLITZ

Ab in die Mittel!
 Die City Offensive
 in Sachsen 2020

Kamenz: Freiräume gestalten - Der Kiezgarten an der Kamener Mönchsmauer

Ab in die Mitte!
Die Citypläne

FREIRÄUME GESTALTEN

TRADITIONEN LEBENDIG HALTEN

IMPULSE FÜR EINEN KIEZGARTEN

Immer dann, wenn die Stadtplanung mit dem öffentlichen Leben nicht Schritt hält, entstehen Freiräume, die den Bedürfnissen der Bürgerinnen und Bürger entsprechen. In der Altstadt von Kamenz sind diese Freiräume oft über längere Zeiträume hinweg vernachlässigt worden, was zu einer Verringerung der Lebensqualität und einer Verschlechterung des Stadtbildes geführt hat. Der Kiezgarten an der Mönchsmauer soll diese Situation ändern und eine lebendige, grüne Mitte in der Altstadt schaffen.

**GRÜEN UND PRIKS
TUN IN MISSERLICH
ZUR KEILUNG DER
INNENSTADT BEL:**
1919: Stadtwald

**RAUMPLANERISCHER
GRÜNDEZELTVERLEH**

**BAUIMPFLANZUNG
AM MARKTPLATZ**

**WIE SCHÖNE, WUNDERLICHE
DIELE, WIE UNTERSCHIEDLICH DIE
LEBENSFORMEN SIND, DIE SICH
DIE STADTVERLEHUNG
UND DER KIEZGARTEN
MEISTER DER STADT KAMENZ,
NOMADEN DARF!**

**WIE BRÜCKEN EINEN
ZENTRO GELIEBEN
TRADITIONEN FÜR
GRÜENSTÄDTELE:**
Stadtwald

**WELCHE WÄRDIGKEIT
IN DER STADTVERLEHUNG?**

**MÖNCHSMAUER
MIT KIEZGARTEN**

**ARBEITSSTÄTTE
IN ÖFFENTLICHEN
RAUMPLANERISCH**

**HUTBERG
KAMENZ**

**WIECH DIE ROCK IN DIE
SCHÖNEN NACHBARDÖRFER
KINDERLEBENSSTÄDTE:
Nur die Dächer, die
gemeinsam von Hausbesitzern**

AN TRADITIONEN ANKNÜPFEN

Die Idee des Kiezgartens ist eine Verbindung von Tradition und Modernität. Er soll die historischen Strukturen der Altstadt von Kamenz wiederbeleben und gleichzeitig neue Freiräume schaffen, die den Bedürfnissen der Bürgerinnen und Bürger entsprechen. Der Kiezgarten soll eine lebendige, grüne Mitte in der Altstadt schaffen und die historischen Strukturen wiederbeleben.

KAMENZ IST EINE GRÜNE STADT

Die Stadt Kamenz ist eine grüne Stadt. Sie hat eine lange Tradition der Grünpflege und der Erhaltung der historischen Strukturen. Der Kiezgarten soll diese Tradition weiterleben und gleichzeitig neue Freiräume schaffen, die den Bedürfnissen der Bürgerinnen und Bürger entsprechen.

Einwohner Stadt Kamenz unterstützt durch die städtische Cityplanung, in Kooperation mit dem Stadtwerken Kamenz Bürgerverein e.V. und der Initiative Offene Gartennetze sowie Almut Daxen (gelbes)

Ab in die Mitte!
Die Citypläne

DER KIEZGARTEN

AN DER KAMENER MÖNCHSMAUER

**BRÜCKEN ZUR
GESCHICHTE SCHLAGEN**

Der Kiezgarten an der Mönchsmauer soll die historische Verbindung zwischen der Altstadt von Kamenz und dem Stadtwald wiederbeleben. Er soll eine lebendige, grüne Mitte in der Altstadt schaffen und die historischen Strukturen wiederbeleben.

**BRÜCKEN FÜR
DIE ZUKUNFT BAUEN**

Der Kiezgarten soll eine lebendige, grüne Mitte in der Altstadt schaffen und die historischen Strukturen wiederbeleben. Er soll eine Verbindung zwischen der Altstadt von Kamenz und dem Stadtwald schaffen.

**HANDELN
REKUPATION EINER
GRÜNDLICHE
STADTFÄCHEN
SIND BÜRGERLICHEN
MITENTSCHEIDEN
BÜRGERVEREIN WIRD
ZUM MITGESTÄTTER**

**BRÜCKEN GEMEINSAM
BEGEBEN**

Der Kiezgarten soll eine lebendige, grüne Mitte in der Altstadt schaffen und die historischen Strukturen wiederbeleben. Er soll eine Verbindung zwischen der Altstadt von Kamenz und dem Stadtwald schaffen.

BRISCH PUS
Kiezgarten an der Mönchsmauer
Kiezgarten an der Mönchsmauer

**EBENE 1
ZUGANG
ZUM KIEZGARTEN**

**EBENE 2
SCHULEN & FERIEN
WONNEN**

**AN DEN KIEZGARTEN
WONNENBAUUNG
KIEZGARTEN**

**EBENE 3
SCHNITTSTREIFEN
KIEZGARTEN**

**EBENE 4
URBANE GARTEN
KIEZGARTEN**

**EBENE 5
BELEGUNG
KIEZGARTEN**

PREMIERE SCHEUNE
Kiezgarten an der Mönchsmauer

Zum Markt

Mönchsmauer

Wallstraße

Einwohner Stadt Kamenz unterstützt durch die städtische Cityplanung, in Kooperation mit dem Stadtwerken Kamenz Bürgerverein e.V. und der Initiative Offene Gartennetze sowie Almut Daxen (gelbes)

Mitten in der Altstadt von Kamenz sollen mit dem KIEZGARTEN städtische Flächen einer öffentlichen Nutzung zugeführt werden. Die historischen Wegebeziehungen zwischen

Mönchsmauer und Altstadt werden so aufgewertet und die Gartenbautradition wird gepflegt.

Lugau: Die Lugauer Gemeinschaftsgärten - buddeln, pflanzen und ernten mitten in der Stadt

Die Stadt Lugau möchte mit Gemeinschaftsgärten auf innerstädtischen Brachflächen und in nicht genutzten Kleingartenparzellen eine ökologische Offensive für Lebensmittelherzeugung starten. Eine regionale Vertriebsgemeinschaft und die Tafel übernimmt die über den Eigenverbrauch hinaus gehende Produktion.

Die Lugauer Gemeinschaftsgärten

BUDELN, PFLANZEN UND ERNTEN MITTEN IN DER STADT

NOCH WENIG ERNTEN

Noch nie wurde in unseren Städten so viel geerntet, gepflanzt und gesamt. Auf Büchen, Vorgärten, Mauern und Erdstufen werden Blumen gepflanzt und Gemüse geerntet. Urban Gardening, also Schöner in der Stadt, bringt die Natur zurück in die Stadt. Ein Trend, den wir in Lugau nur zu gerne folgen!

Die Idee von Garten und landwirtschaftlich genutzten Flächen in Städten ist aber keine neue. Schon vor dem 19. Jahrhundert gab es solche Anzeiger, die sogenannten **Urban Gardens**. Ein Trend wurde im Leben geführt und es folgten immer mehr, inklusive Gemeinschaftsgärten, u.a. interkulturelle Gärten, City Farms, Schulgärten, Nachbarschaftsgärten oder Gärten für die Gemeinschaft.

Das Projekt

In zwei Teilprojekten werden wir die Gemeinschaftsgärten in unsere Stadt bringen. Teilprojekt 1: Brachflächen sowie sonstige Freizeitanlagen in der Stadtmitte werden umgestaltet. In geeigneter Lage entstehen Gemeinschaftsgärten an deren Bewirtschaftung jeder teilnehmen kann. Klein- und Brassicaceen sind in der Regel leicht und bieten Lebensraum für Insekten und Käfer. Gleichzeitig schaffen wir damit ein bisschen Schatten, sorgen für mehr, sich immer wieder verändernde Entdecke und öffnen uns um den farnechten Blüten.

Teilprojekt 2: Im weiteren Stadtgebiet gibt es 11 Kleingartenvereine. Insgesamt befinden sich in diesen Sparten über 400 Parzellen von denen direkt ca. 10% als Kleingarten angesetzt sind. Diese Flächen zu aktivieren ist unser Ziel. So entstehen auch bei Gemeinschaftsgärten. Teil des Ideen, was eingeführt werden soll, über die tägliche Pflege bis hin zur Ernte kommen sich diese Örtlichkeiten in der Gemeinschaft.

Die Teilnehmer

Bürgerinnen und Bürger unserer Stadt
 die Mitglieder der Kleingartenvereine
 Mitglieder des Sports, Freizeit und Kulturvereine
 die Kinder aus den Vorkindergärten
 Schullehrerinnen und Schüler aus unserer Grund- und Oberschule
 Mitglieder und Kinder der Stolberger Tafel
 die Marktschwärmer - Lugau-Erbach-Kirchberg
 unsere Stadtgärtnerinnen

Gemeinde die aktuellen, grassierenden Veränderungen im Verhalten von Konsumenten sowie auch bei der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung erkennen und immer komplexere Herausgaben beim Suchen nach neuen Perspektiven. Mit zum Wandel, zu anderen Möglichkeiten und Gestaltungsmöglichkeiten kommen aus der Beteiligung mit zu überlegen, zu handeln, zu teilen und mitzuentwickeln.

Unser Teilnehmernetzwerk garantiert ein breites, aktives Engagement aus allen Bevölkerungsschichten. Es entsteht ein Zusammenhalt vieler Ideen, ein produktiver Austausch sowie neue Antriebe und Visionen für die weitere Entwicklung unserer Stadt.

Die Organisation

Ein Koordinator aus dem Rathaus bringt zunächst die Menschen zusammen, kümmert sich später um Material und Technik, organisiert die verschiedenen Vermarktungsweg, entwickelt neue Ideen und fördert weitere Projektarbeiten.

Die Ernte

Selbstverständlich sollen die geernteten Produkte zu Hause, in der Schulküche oder im Vereinheim verarbeitet werden. Auch eine Vermarktung ist denkbar. Ein eigener Marktstand bei den „Marktschwärmer“ bringt die Ware in den regionalen Markt. Diesem stellen auch bedürftige Menschen von diesem Angebot profitieren. Die Kunden der Stolberger Tafel bringen sich aktiv ein und sorgen sich selbst selbst mit ihren Lebensmitteln.

Das Ziel

Hauptpunkt und Abschluss des Gartenjahres soll ein Herbstfest sein, bei dem alle Akteure zusammenkommen und über ihre Erfahrungen und Erlebnisse berichten. Das Fest findet im Stadtpark der neuen grünen Mitte Lugau, statt. In diesem Fest wird Bilanz gezogen und die verschiedenen Projekte gemeinsam verdankt. Ein buntes Markttribun soll den Bürgern und Kindern der Stadt das Projekt näherbringen und Lust machen, in der nächsten Gartensaison doch selbst dabei zu sein.

Die Vision

Das Gärtnern in der Gemeinschaft stärkt den Zusammenhalt in der Stadtbevölkerung und sorgt gleichzeitig für regionale, frische und vor allem gesunde Lebensmittelversorgung. Die Projektteilnehmer identifizieren sich mit der Stadt Lugau. Ihre Teilhabe in deren Entwicklungsprozess ist eine gute Voraussetzung dafür, dass das Interesse an der Stadt und die Nutzung ihrer Angebote immer wieder neu geweckt und verstärkt wird. Dazu sollen viele Menschen motiviert werden und mitgearbeiten, was vor und für das Leben in der Stadtmitte, aber auch in der gesamten Stadt, wünschenswert und förderlich.

Meißen: Samuel Hahnemann - Ein Ehrenbürger kehrt zurück in seine Geburtsstadt

In Meißen soll ein Ehrenbürger seinen städtischen Platz finden. Das Thema Samuel Hahnemann wird sich mit einer lebensgroßen Skulptur, Pflanzkübel mit homöopathischen Wirkstoffen, speziellen Stadtführungen und einem Hahnemannfest im Stadtbild wiederfinden.

Ein Platz für Samuel Hahnemann





Zuhause in Meißen



Erster plastischer Entwurf von der Künstlerin Henke Binder für das künftige Ensemble mit einer der Fußweg-Textplatten



Die Bildhauerin Henke Binder gestaltete ein erstes Modell. Dieses wurde von der Arbeitsgemeinschaft einmündiger positiv bewertet. Seit 1987 erarbeitet Henke Binder als freischaffende Künstlerin insbesondere mit dem Werkstoff Keramik, um für die Stadt Meißen sehr heimatspezifischer und traditioneller Werkstoff.

Christian Friedrich Samuel Hahnemann

Samuel Hahnemann, der **Vater der Homöopathie und Ehrenbürger der Stadt Meißen**, ist ohne Zweifel eine herausragende Persönlichkeit. Während seine alternative Heilmethode heute weltweit Anhänger verbindet, sind die Spuren in seiner Geburtsstadt wenig sichtbar.

Hahnemann wurde 1755 auf dem Hahnemannsplatz in Meißen geboren.

Der Hahnemannsplatz ist ein sehr kurzer großzügiger Straßenzug - gleichzeitig aber auch eine städtebaulich wichtige Querung zum S-Bahnschluss der Altstadt. **Das Areal ist Teil des erweiterten historischen Stadtkerns.**



Unsere Vision

Das integrierte **Stadtentwicklungskonzept** der Stadt Meißen sieht die Weiterentwicklung des Marktingsschwerpunkts „Homöopathie/Samuel Hahnemann“ durch den Ausbau der Erlebbarkeit im Stadtbild vor.

Das Herzstück des Projektes ist es, den Platz zu einem kulturellen und touristischen Hotspot zu entwickeln. Dazu soll als ein Baustein zur Würdigung Hahnemanns, als großer Sohn der Stadt Meißen, eine Skulptur entstehen.

Durch die **Schaffung von Aufenthaltsqualität** und die Aufwertung des Stadtbildes sollen alle gewerblichen, gastronomischen, kreativen und kulturellen Akteure im Umfeld erheblich gestärkt werden. Flankiert wird das Projekt durch verschiedene, zur Belebung und Identifizierung beitragende Elemente. Zur Einweihung der Skulptur, sowie im Anschluss daran - in jedem April zum Geburtstag Hahnemanns - wird ein **Hahnemannsfest** als fester Bestandteil der Stadtkultur etabliert. Das Hahnemannsfest und Ausstellungen sollen überregional beworben werden und somit viele Gäste nach Meißen locken.

Durch spezielle **Stadtführungen** zum Thema Homöopathie soll Hahnemann überregionale Bekanntheit als Sohn Meißens erlangen. Pressearbeit und **Printmedien** (Flyer, Postkarten usw.) sollen helfen, das Bewusstsein der Bürger/innen und Gäste Meißens für die Person Hahnemanns und den Wert der Skulptur zu schärfen.

Das Projekt

Stadtmarketing

- Stärkere Einbindung der Thematik in die **Öffentlichkeitsarbeit** der Stadt
- Gut sichtbare **Wegweisungen** im Stadtbild
- Gewinnung von **Gästeführern** zu Hahnemann und Homöopathie
- Durchführung eines jährlich stattfindenden **Hahnemannsfestes**
- **Ausstellungen** in leerstehenden Gewerbeeinheiten

Aufenthaltsqualität

- Errichtung von sicht- und **begreifbaren** Darstellungen (Hahnemann-Skulptur, Info-Tafeln, Glaskugeln als Stolpersteine)
- Einbindung von **Fußwegplatten** mit kurzen Infos an den Bänken
- Einbindung von **Schau Fenstern**, etc.

Bildungsangebote

- Ausarbeitung von Informationsmaterialien für **außerschulisches Lernen**
- Entwicklung eines **Gewinnspiel-Fragebogens** für Kinder zu den Infos am Hahnemannsplatz
- **Bildungsangebote** im Meißner Hahnemannszentrum e.V.



"Ab in die Mitte! 2020 Meißner" Gewerbetreibende, Einzelhändler, Gastronomie, Bäcker, Vereine und Stadtverwaltung diskutieren nach dem Motto „Stadt gemeinsam stärken. Handeln. Teilen. Mitentscheiden.“ über das dreijährige Projekt zur Stadt- und Innenentwicklung Meißens."



Pflanzern mit homöopathischen Wirkstoffen begleiten den Ströflerweg



Stadt gemeinsam stärken: **Ab in die Mitte!** Die CityZentrum Buchen

Handeln, Teilen, Mitentscheiden...



Mitweida: MITTbringssel

Mit identitätsstiftenden Produkten soll in ausgewählten Geschäften in der Stadt Mittweida ein lokales Produktregal entstehen und vermarktet werden. Über eine Online-plattform sollen die wichtigsten Informationen zu einzelnen Geschäften vermittelt werden.



Mittweida
Hochschulstadt in Mittelsachsen

Ab in die Mitte!
Die City-Offensive
Sachsen



PROJEKTIDEE 2020:

Bereits desjährigen Projekt haben ausgewählte Einzelhändler, die Stadt Mittweida und weitere Akteure die Idee, identitätsstiftende Produkte gemeinsam zu entwickeln und diese als „MITTbringssel“ zu vermarkten.

Neben dem Verkauf der Produkte steht auch die Wissensvermittlung bzw. der Bezug zur Stadt Mittweida im Vordergrund. Durch ein individuelles Verpackungsdesign können so interessante Informationen mit Hilfe von Texten und Bildern übermittelt werden. Bestimmte Persönlichkeit, die in Mittweida leben und wirken, wichtige Veranstaltungen der Stadt und stadtspezifische Themen werden so zu guten Geschichten und Erinnerung für Groß und Klein.

ERICH „LOEST“ - das Halsbottchen

Der in Mittweida geborene Schriftsteller und Ehrenbürger ERICH LOEST wird namentlich mit einem Halsbottchen in Verbindung gebracht. Es sollen Bortons in verschiedenen Geschmacksrichtungen von der „Rote-Äpfelche Mittweida“ angeboten werden. Die Verpackung soll über das Winken von ERICH LOEST köstlicher. Ausgewählte literarische Werke können gestalterisch integriert werden, sodass ERICH LOEST nicht nur in der kalten Jahreszeit zu empfehlen ist.

Karl May Lindo

Der berühmte Schriftsteller Karl May war 1869/70 in Mittweida im Gefängnis inhaftiert. Darüber informiert eine kleine Ausstellung und die Ehren-

fel im Rathaushof. Mit einem extra für Abenteuer getränkten LIQÖR, Whisky oder Gin kann man sich auf die Spuren von Karl May beggeben. Leseproben berühmter Werke sind auf dem Etikett untergebracht. Das Geschäft „Goldgräber“ und die Eventlocation „Tortelube 4“ stehen als mögliche Projektpartner zur Verfügung.

Schillingaler

Ein Mannes-Dand-Taler der Bäckerin Wonneberger „Das Backstüber“ soll an den in Mittweida geborenen Bäcker Johannes Schilling erinnern. Eine Prägung oder bedruckte Obolaten sollen Wolk von Johannes Schilling sichtbar werden lassen. Die Verpackung soll ebenso wichtige Informationen zum Leben und Wirken von Johannes Schilling enthalten.

MITT - LöwenMähne / Kuschteller

Mit dem Geschäft „Kurzwaren & Wolle Römpig“ soll unser Makelchen - der Löwe „MITT“ besser vermarktet werden. Eine Strickmütze und ein Kuschteller können durch individuelle Strickanleitungen selbst oder in gemeinsamen Strickkursen gehäkelt / gestrickt werden. Die benötigten Materialien sollen im Geschäft erhältlich sein.

Studenentseife

Kaffee und Hafer sind laut Frau Seigerström (Lehrbeauftragte) die möglichen Hauptbestandteile der Studenentseife. Das Logo der Hochschule Mittweida bzw. die Wortmarka HSMW werden in die Seife eingepreigt. Ein ideale Willkommensgeschenke von der Stadt an die Studenten.

WumpeLruch

In der Stadt Mittweida ist immer was los. Eine Illustration soll verschiedene Bereiche (z.B. Markt- platz, Kirchberg mit Kellergängen, Hochschulcampus, Schwemmtuchanlagen) grafisch aufarbeiten und als Kinderbuch gestalten. Die Verknüpfung von Stadtgeschichte und das Erkennen wichtiger Orte in Mittweida stehen dabei im Vordergrund.

Oederan: Oederan: Schaufenster der mittelsächsischen Wirtschaft

Oederan: Schaufenster der mittelsächsischen Wirtschaft

Ausgangssituation

Die Sachsen sind angesichts der Pandemie zusammengedrückt. Die vergangenen Monate haben unzähligen Initiativen den Windstoß, aber auch der Wirtschaft insgesamt hervorgebracht – oft im Bund mit Kommunen. So hat auch Oederan rasch und erfolgreich einen zentral organisierten gemeinschaftlichen Lieferdienst geschaffen. Dieser pragmatischen, sich gegenseitig nahezu vorbehaltlos unterstützenden Geist wollen wir aufnehmen. Wir möchten darauf aufbauend eine für eine Kleinstadt außerordentlich breite PM-Initiative schaffen, innerhalb derer die unterschiedlichen Partner ihre jeweiligen Potenziale/Leistungen einbringen und zum gegenseitigen Nutzen miteinander teilen.

Angestoßen vom „AD in die Mitte“ Jahresmarkt hat sich Oederan in den vergangenen Monaten intensiv um die landesweitige Produktschau bemüht. Schließlich haben wir den Zuschlag bekommen. Nun möchten wir die Schau in einer Event-, Schulungs- und Ausstellungskomplex einbinden, sie um zusätzliche Teilnehmer ausbauen, in weitere Innenstädte der Region bringen und mit Hilfe weiterer sächsischer Filialisten aktiv bewerben.

Oederan gibt der Mittelsächsischen Produktschau – einem Netzwerk aus mehr als 100 Unternehmen – ein dauerhaftes Zuhause. Die Schau wird gemeinsam mit Event- und Schulungsräumen sowie einer historischen Backstube samt Verkaufsraum in das zentrale Firmengebäude der Bäckerei Möbius eingebunden. Von dort aus macht sie sich von kreativen Marketingmaßnahmen gestützt auf den Weg in weitere (Dauer-)Ausstellungsräume: in Schaufenster mittelsächsischer Innenstädte.

Event-, Schulungs- und Ausstellungskomplex

Der Komplex ist für einen einzigen Tag/Tag und eine große Zahl von Ausstellungen vorgesehen. So zeigt er einerseits das Leben eines Bäckers in der Zeit von 1900-1920. Andererseits werden mit der Mittelsächsischen Produktschau einseitige und besonders kreative Erzeugnisse der regionalen Wirtschaft ausgestellt.

Die Projektpartner – allen voran die Bäckerei Möbius – machen den Komplex auf vielfältige Art und Weise lebendig. In den an der Saal angrenzenden Räumen finden Firmenereignisse wie Firmen-Schulungen statt – etwa auch die Kinder-Schule. Aber auch andere, vor allem wirtschaftsnahe Veranstaltungen, sind geplant. Besonders für Kinder wird viel geboten werden. So möchte die Bäckerei Möbius ihre derzeit derzeit in Filialen angebotenen Kinderbackstube künftig zentral innerhalb dieses Komplexes anbieten.

Schaufenster mittelsächsischer Innenstädte

Die Mittelsächsische Produktschau sollte viele Botschafter haben – am besten genauso kreativ wie es die beteiligten Unternehmen selbst sind. In diesem Sinne möchten wir Exponate der Schau in möglichst zahlreiche mittelsächsische Innenstädte bringen. Ausgehend von Räumen am Oederaner Marktplatz sollen zentral gelegen, aber stehende Handelsflächen im übrigen Landkreis zu Schaufenstern der regionalen Wirtschaft werden. Im Innern werden Regale mit ausgewählten Produkten stehen. Die Scheiben sind mit Hinweisen auf die Produktseite und die einzelnen Hersteller der Exponate gestaltet.

Kommunikation über Filialisten

Neben den Innenstadt-Schaufenstern haben wir Filialisten gewonnen, für das Netzwerk der Mittelsächsischen Produktschau als Gewinn und für die Ausstellung in Oederan ganz speziell zu werben. So wird die Bäckerei Möbius (zu Filialen) künftig ihre jährlich hunderttausendfach ausgegebene Brotschmüre mit einem Produktschau-Hinweis versehen. In den Geschäften von Bäckerei Ergänzter (zu Filialen) gibt es beigelegener in allen Einkaufsbereichen der Filialen eingetragenen QR-Code zusätzlich eines ebenfalls Hinweisen.

Ziele

Die Public Private Partnership versteht sich über Wettbewerbsbeitrag gegenwärtig (baldmöglichst) realisieren zu lassen.

- Centralisierung der Prozesse in die Verbindung regionaler Produzenten sowie die Verankerung ihrer Verbindung wirtschaftlich wie gesellschaftlich sinnvoll fundiert. Die Produktschau selbst muss sich für sie attraktiv, aktiv beworben und lebendige Standort sowie für entsprechende Ausstellungen anbieten lassen.
- Die Produktschau soll Aufmerksamkeit auf sich in Wettbewerbssphäre gegen gute Standorte ziehen und Menschen dazu bewegen die Stadt zu besuchen.
- Die Unternehmen insgesamt in ganz und in der Innenstadt anderer städtischer Schaufenster zu integrieren. Mit dem Ziel den Schaufenstern sollen ein wenig lokale Aktivität in ihrer Gegenwart und ein Maß an Attraktivität bringen.
- Die Verantwortliche, Schulungs- und Museumspartner der Bäckerei Möbius soll durch die Produktschau und die gemeinsamen Initiativen aufgefrischt werden.

Die Mittelsächsische SBK, in deren Netzwerk die Bäckerei Möbius für die Produktschau aktiviert Oederan als Standort gewählt wurde.

Wirtschaftliche Tische mit Landwirt/Produkt, die für die Produktschau werden werden.

Die Stadt Oederan gibt der Mittelsächsischen Produktschau ein dauerhaftes Zuhause. In ein zentrales Firmengebäude werden hierfür Event- und Schulungsräume sowie eine historische Backstube eingebunden. Mit einer einheitlichen

Produktschaudesign werden Schaufenster in den mittelsächsischen Innenstädten mit Exponaten bestückt und via QR-Code identifiziert.

Rodewisch: ROWI Hutzn-Point

Der virtuelle Marktplatz der Stadt Rodewisch wird durch den Bau eines transportablen, gläsernen Pavillons in die reale Welt überführt. Der so genannte „Hutzn-Point“ soll multifunktional nutzbar sein und seinen Hauptstandort am Postplatz haben. Die Multifunktionsbox wird auch den lokalen Gewerbetreibenden eine Plattform bieten.



Schwarzenberg: Blick auf! Schwarzenberg

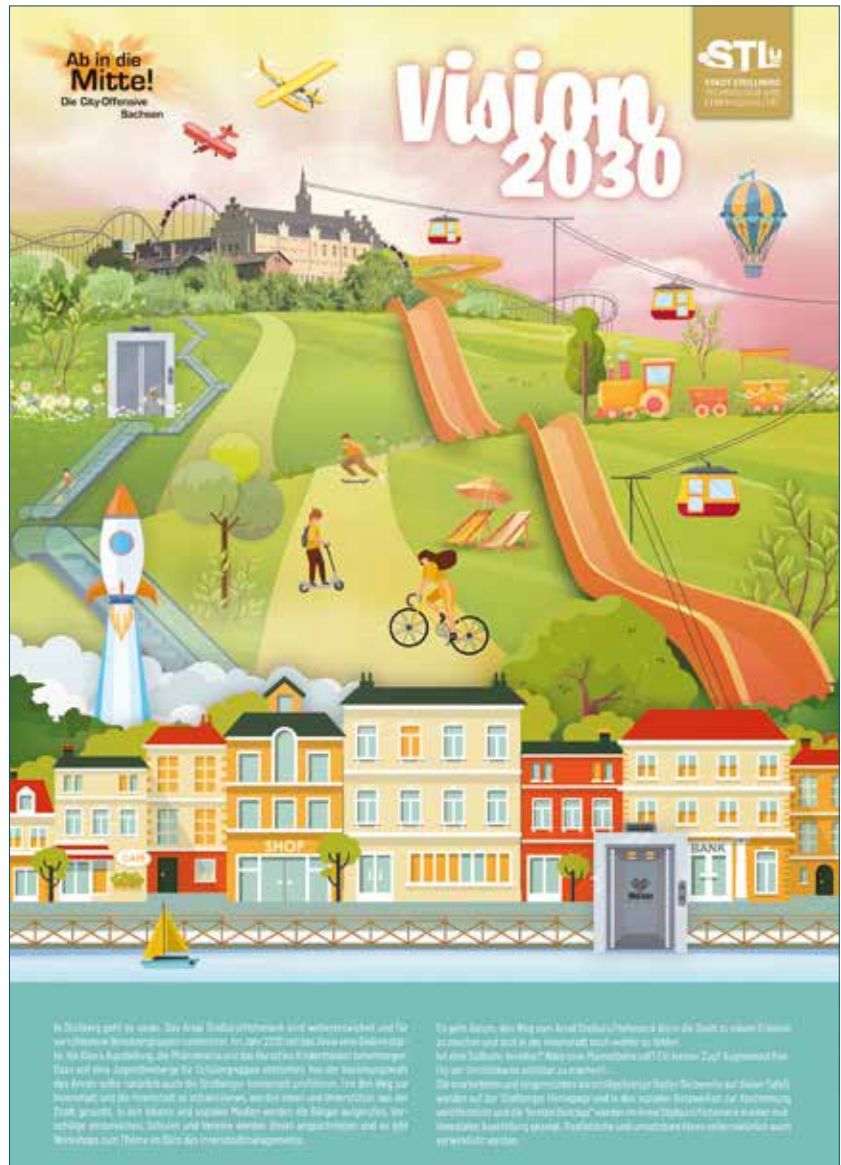


Angetrieben durch die Corona-Krise wurden in Schwarzenberg Netzwerke neu gedacht und ausgebaut. Entstanden ist eine Eventserie unter dem Motto „einfach sagenhaft“, die seit Mai 2020 kreativ das vielfältige Angebot der Stadt

aufzeigen. Erhöhte Aufenthaltsqualität wird durch die Neugestaltung des Uferbereiches am Hammerwegparkplatz und die Sanierung des Schlossparks geschaffen.

Stollberg/Erzgeb.: Vision 2030

Die Stadt Stollberg möchte Ihr neu saniertes Areal Stalburc/Hoheneck erlebnisreich mit der Altstadt verbinden. Um vor allem den Höhenunterschied zu überwinden, sind kreative Ideen gefragt. Diese sollen nun die Bürger der Stadt über einen Ideenwettbewerb einbringen. Bis 2025 soll dann mindestens eine Idee zur Umsetzung kommen.



Torgau: Mit-Teil-Punkt Stadtstern

Die Stadt Torgau möchte einen neuen Treffpunkt auf dem Marktplatz schaffen. Unter einem markt-überspannenden Pavillon sollen Themenmärkte stattfinden. Dabei werden die Bürger intensiv in die Ausgestaltung der Märkte eingebunden. Der Pavillon soll auch für andere Aktionen der Händler etc. nutzbar sein.

MIT
TEIL

PUNKT

STADTSTERN



AB IN DIE MITTE 2020
Stadt gemeinsam stärken: Handeln, Teilen, Mitentscheiden...

Torgau möchte einen neuen Treffpunkt auf dem Marktplatz schaffen, der unter Einbeziehung der Bürger, Vereine, Firmen und Händler die Innenstadt belebt und ein neuer Anziehungspunkt wird.

Ein großer marktspannender Pavillon vereint unter einem sternförmigen Dach themenspezifische Märkte. Die Fläche wird nicht nur von regionalen Akteuren geteilt, sondern gemeinsam gestaltet. Über die angebotenen Produkte und Aktionen können die Bürger und Gäste mitentscheiden.

Der Stadtstern wird zum Ort des Teilens und Mit-Teilens und erhöht damit nicht nur die Attraktivität Torgaus, sondern fördert zugleich den Austausch und stärkt die Identifikation der Akteure mit ihrer Stadt. Zudem strahlt der Stadtstern in die umliegenden Stadtteile aus und belebt deren Angebote.

Gäste und Bürger sind Teil des Stadtsterns und machen ihn erst zu dem, was er ist. Dem Projekt legt die Idee zugrunde, dass regionale Produkte und regionales Engagement die Entwicklung der Stadt nachhaltig formen und geben Teil des Gernens ist. Durch das Teilen von Ideen und Produkten entsteht ein Mehrwert für alle Beteiligten.

Zunächst sind ab dem Jahr 2021 jährlich vier Themenmärkte als Abendmärkte geplant. Die Eröffnungserveranstaltung soll im Juli 2021 im Rahmen des Events „Stadtstrand“ mit Beach-Volleyball-Turnier, Live-Musik, Strandkörben sowie Live-Übertragungen zur Fußball-EM auf dem Torgauer Marktplatz stattfinden.

Die ersten Märkte finden zu den Themen „Handwerk“, „Olke & Saff“, „Kunst“ und „Erntedankfest“ statt. Im Vorfeld werden mitwirkende Vereine, Händler und Bürger aufge-

rufen, eigene Produkte zur weiteren Verarbeitung einzubringen – zum Beispiel Obst aus Kleingärten und Material zum handwerklichen oder künstlerischen Upcycling. Mit diesen Produkten können die Händler gemeinsam etwas kreieren, das den Gästen dann zum Verkauf, zur Verabreichung oder zum Verzehr angeboten wird.

Die Markthöfen sollen außerdem von Bürgern und Vereinen kreativ gestaltet werden. Der Stadtstern-Pavillon kann darüber hinaus für weitere Aktionen der Händler und Vereine zur Verfügung gestellt und somit geteilt werden.

Nachhaltig wurde und wird in Torgau wertvolle Altbau-Substanz erhalten und saniert. Zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität soll die historische Kulisse zunehmend mit Leben gefüllt werden, wozu der Stadtstern eine optimale Möglichkeit bietet.



Alle(s) unter einem Dach.

Konzept: Stadt Torgau / Grafische Gestaltung: Franziska Riewitz / vionet, Maximilian Kasperger / Freepik.com, s.a. / Original-Foto: Märkte, Andreas Praxelke

Weißwasser/O.L.: Leute, macht Mit(te)! Eine Brache erobert die Herzen.

Als wichtiges Stadtentwicklungsprojekt will die Stadt Weißwasser die Schnitterbrache im Stadtzentrum revitalisieren. Als Anschubfinanzierung sollen sogenannte „Schnitter-Anteile“ als zinsloses Darlehn an die Stadt erworben werden. Eine Rückzahlung erfolgt mit der Glaskarte (Beitrag 2019) über einen Zeitraum von 10 Jahren. Für das Projekt wird eine breite Bürgerbeteiligung angestrebt.

Leute, macht Mit(te)!
Eine Brache erobert die Herzen.

GALERIE DER TAUSEND
2 0 2 0 2 2 0 1 1 2 1 1 2

THEATER DER VERWANDLUNG

TURM DER WINDE

usa city

Du kannst nicht sagen, dass Du es nicht magst, solange Du es nicht, probiert hast.

wir kaufen derheeme

Harte verbraucht?

Gedacht für das wirkliche Leben
Es liegt Tatsächlich nur an uns

Schnitter-Anteile
im Wert von 100 €
über 10 Jahre

Stadtm. Charakter

RADIO-Weißwasser

Zittau: Ab in die Lücke

AB IN DIE LÜCKE!

Lissa, Maurice, Felix und Max treffen sich regelmäßig im Jugendcafé X, das vom Ortsverein des Deutschen Kinderschutzbundes seit drei Jahren betrieben wird. Die Jugendlichen und ihre zahlreichen Freunde möchten im Sommer und bei schönem Wetter künftig nicht mehr „in der Bude hocken“, sondern unter freiem Himmel abhängen, chillen oder Sport treiben. Eine verwilderte Baulücke in unmittelbarer Nähe des Cafés (Bild rechts) könnte für diesen Zweck genutzt werden. Die Idee des Jugendcafés während der Sommermonate ins Freie zu verlagern ist Kern des Projektes „Ab in die Lücke“ und soll mit Unterstützung verschiedener regionaler Partner umgesetzt werden.

GRÜNE OASE

Das Projekt kann mit überschaubarem Investitionsaufwand und viel Eigenleistung einen neuen Ort der Begegnung der Generationen in der Stadt Zittau in unmittelbarer Nähe des Marktplatzes schaffen, das Zentrum beleben und die Aufenthaltsqualität verbessern. Mit der intensiven Einbindung der Kinder und Jugendlichen soll deren Bindung zur eigenen Stadt und das Verantwortungsbewusstsein für diese gestärkt werden. Selbst gestaltete Räume, fördern zudem die soziale Integration und haben positive Auswirkungen auf die Wahrnehmung des Stadtbildes.

Studentinnen und Studenten des Masterstudiengangs Architektur der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig sowie des Bachelorstudiengangs Ökologie und Umweltschutz der Hochschule Zittau/Görlitz erarbeiteten unter Leitung von Professor Scheerer-Heidenberger im Rahmen eines Workshops in Zittau verschiedene Vorschläge zur Gestaltung der Baulücke in der Böhmisches Straße 9. Der Workshop ist ein Ergebnis des Zittauer Wettbewerbsauftrages aus dem Jahre 2018, in dem die Baulücke bereits als Ort zur Begrünung vorgesehen war. Die Entwürfe berücksichtigen Aspekte des Umweltschutzes, der Ökologie und des Sports, zeigen wie Aktivitäten und Begegnung in die Brüche kommen können. Bei der Realisierung des Projektes ist nun zu klären, welcher Entwurf von den Nutzern favorisiert wird. Grundsätzlich sind die Ideen in abgewandelter Form auch auf andere Baulücken übertragbar.

beteiligungsorientiert
Kinder & Jugendliche
Brache
Umwelt
Sport
Ökologie
soziales Gefüge
Nachhaltigkeit
Dialog
Identifizierung
Freizeit
Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Kultur
Begegnung
Spiel- und Aktionsfläche
Freiraum
Klimawandel
Urbaner Raum

IDENTIFIZIERUNG
Freizeit
Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

SOZIALES GEFÜGE
Begegnung
Spiel- und Aktionsfläche
Freiraum
Klimawandel
Urbaner Raum

ÖKOLOGIE
Freizeit
Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

SPORT
Freizeit
Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

BRACHE
Freizeit
Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

Umwelt
Freizeit
Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

Freizeit
Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

Kunst
Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

Leerstand
Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

Handel & Gewerbe
Urbaner Raum

Urbaner Raum

SPIELFELD

Im den Gestaltungskonzept zur sozialen und ökologischen Nutzung der Baulücke ist folgende Ausstattung vorgesehen: Blumenkübel, Regenrinne, Totholzhaufen, Insektenhotel, Moorgraffiti, Elefantenpflanzung, Sitzdecke mit Tisch, Tip aus Weidenruten und XXL-Spielwürfel aus Gehwegplatten, die mit Spielfiguren aus Upcycling-Schrott bestückt werden können.

FLOHMARKT

Um den neuen Ort der Begegnung, den Treffpunkt in den Fokus der Zittauer zu rücken sind verschiedene Events im Stadtzentrum geplant, bei denen die Kinder und Jugendlichen des Sommercafé X beteiligt sind. Ein beliebtes und erprobtes Event mit hoher Besucherfrequenz sind erfahrungsgemäß Flohmärkte mit Spielzeugbörsen, die im Sommer vom Citymanagement organisiert werden.

SCHATZSUCHE

Seit einigen Jahren organisiert die Wohnzugesellschaft Zittau eine Schnitzeljagd für die Kinder der einzigen innerstädtischen Kinderlagestätte „Kleine Stadtentdecker“. Ein Anlaufpunkt der Schatzsuche wird künftig die neugestaltete Baulücke sein. So erfahren die Jüngsten bereits frühzeitig, dass sie spieler ihre Freizeit auch im Stadtzentrum verbringen können.

KUNST

Die Brache in der Böhmisches Straße ist, wie andere Baulücken im Stadtzentrum gleichermaßen, prädestiniert für die Präsentation zeitgenössischer Kunst im öffentlichen Raum. Mit der Beteiligung von Kindern und Jugendlichen, eines durch die Bereitstellung von Wandflächen im Innerhof der Brache, die mit Graffiti gestaltet werden können, wird zudem die soziale Integration gefördert.

HTWK

Auf einer exemplarischen Baulücke in der Stadt Zittau soll neuer Raum für generationsübergreifende Begegnung und Dialoge entstehen. Der Jugendtreff „Cafe X“ erhält hierfür ein „Outdoor-Wohnzimmer“ mit Spielfeldern, Saftbar und

Sitzmöglichkeiten, um die vielfältigen Freizeit- und Workshopangebote besser nutzen zu können. So soll die Bindung zur eigenen Stadt weiter gestärkt werden.

Zwickau: Zwickauer Stadtgutschein

Als Startschuss für den Einstieg in die Smart-City wird die Stadt Zwickau ein modular erweiterbares Stadtgutscheinssystem einführen. Der Stadtgutschein soll ein bewährtes Marketingtool mit großem, innovativem Erweiterungspotential werden. Definiert wurden bereits rund 500 potentielle Akzeptanzstellen.

Ab in die Mitte!
Die City-Offensive Sachsen

ZWICKAUER STADTGUTSCHEIN

Meine Freundin Jule hat mich zum Geburtstag eingeladen und zusammen mit Mama haben wir ein Foto von unserem Meerschweinchen Wuschel hochgeladen und draufgedruckt. Jetzt bekommt Jule einen richtig schönen Gutschein!
CHARLOTTE, 7 JAHRE, HAUSTIER-BEGESTERTE

Cool, von Omas Stadtgutschein kaufe ich mir eine neue Handyhülle und dann ist noch was übrig für ein Eis mit Clara – das poste ich dann auf Insta!
LINA, 19 JAHRE, SMARTPHONE-ENTHUSIASTIN

Meine Belegschaft freut sich über den Sachbezugsutschein. Ich freue mich, dass ich dafür ein regionales Angebot nutzen kann.
JENS, 52 JAHRE, BRÖTCHENGERBER

Den Geschenkgutschein von meiner Schwiegermutter lade ich mir gleich in die App, dann bleibt mein Portemonnaie schön leicht und passt in die Hosentasche.
PETER, 47 JAHRE, DIGITALPRAGMATIKER

Mit dem Stadtgutschein kann ich fair und regional einkaufen. Das ist mir wichtig für unsere Zukunft.
TIM, 18 JAHRE, ÖKOFREUND

Damit ich nicht mit leeren Händen komme, kaufe ich den Geschenkgutschein für Erika und Hans in der Tourist Info.
ANNELE, 73 JAHRE, KAFFEEKRÄNZCHEN-LIEBHABERIN

Endlich mal eine Sache, die unserer eigenen Stadt zugutekommt!
HEINZ, 64 JAHRE, LOKALPATRIOT

Wir machen mit, weil wir von der Werbung für das Projekt profitieren und als Innenstadthändler dadurch sichtbar werden! Bei uns kann man Stadtgutscheine übrigens analog und digital einlösen.
KERSTIN, 48 JAHRE, OFFLINE-KÄMPFERIN

Der Stadtgutschein dient der Stärkung des stationären Einzelhandels sowie aller Innenstadt-Unternehmen. Damit unsere City attraktiv und belebt bleibt!
JENNY, 32 JAHRE, POLITIKNEULING

Zum Glück kann ich den Stadtgutschein auch noch am Morgen vom Hochzeitstag schnell online kaufen und ausdrucken.
ROBERT, 38 JAHRE, AUF-DEN-LETZTEN-DRÜCKER-EXPERTE

ZWICKAUER STADTGUTSCHEIN

Mit dem Stadtgutschein treffen wir den Nerv von Bürgern und Unternehmern. Es ist ein sinnvolles Projekt, um unsere Stadt zu unterstützen, damit diese ein lebens- und liebenswerter Standort für uns alle bleibt. Und das Beste ist (Digital-Natives und App-Fans aufgepasst!): Mit der Online-Plattform für das Gutschein-system ist noch viel mehr möglich! Veranstaltungstipps, Ticket-Buchungen, Fahrrad-Verleih, sogar innovative Online-Event-Formate sind nur noch eine Frage der Zeit. Der Stadtgutschein ist erst der Anfang!

STADT ZWICKAU
AUTORISIERTES
EINKAUFSGEMEINSCHAFTSNETZ

Kultour Z.
Virtuelle, viel versprechend

STADT ZWICKAU & KULTOUR Z. GUTSCHEIN-VISIONÄRE

Mittelsachsen: Gemeinsam sind wir stark: Kauf regional Landkreis Mittelsachsen - Stärkung des Einzelhandels in den Innenstädten

Ein breit angelegtes Netzwerk will im Landkreis Mittelsachsen seinen Beitrag zu lebendigen Innenstädten leisten. Mit dem „Kauf-regional-Maskottchen“ KARLO soll der weitere Netzwerkaufbau unterstützt werden. Auf einer Onlineplattform werden derzeit 180 Angebote gezeigt. Mit dem Netzwerk soll die Kaufkraft in der Region gehalten werden.

Kauf regional

Gemeinsam den Einzelhandel in Mittelsachsen stärken



Landkreis Mittelsachsen
mitten in leben. mitten in sachsen.

Der Landkreis Mittelsachsen möchte online und offline den Einzelhandel durch ein Netzwerk stärken und damit einen Beitrag zu lebendigen Innenstädten in der Region leisten.

Innerhalb des Netzwerkes soll es im Rahmen eines PPP zu Image- und Marketingaktionen kommen. Dazu soll das Kauf-regional-Maskottchen Karlo lebendig werden (Kostüm) und -gemeinsam mit den Unternehmen- nach einem Instrument zur Umsetzung des gegenseitigen Empfehlens suchen (Workshop).

Mit Karlo-Aufklebern, -Buttons, -Einkaufstüten und Karlo-Servietten soll die Bevölkerung auf die vielen attraktiven Einkaufsmöglichkeiten in den Innenstädten Mittelsachsens aufmerksam gemacht werden.

Als erste Ideen wurden eine Kauf-regional-Ecke oder eine App genannt.

Über den Wettbewerb soll der weitere Aufbau des Netzwerkes unterstützt und die Umsetzung einer der Ideen als Startversion realisiert werden.



Lebendige Innenstädte
mit wettbewerbsfähigen Geschäften

Einkaufserlebnis
Karlo als Sympathiefigur für ein generationenübergreifendes Einkaufserlebnis in den Innenstädten des Landkreises

Zusammenarbeit
erstmalig arbeitet der Einzelhandel auf Landkreisebene an einem konkretem Projekt

Nachhaltig
für eine starke Wirtschaft

Vernetzung
Erfahrungsaustausch zwischen inhabergeführten Geschäften mehrerer Innenstädte



ICH UNTERSTÜTZE MEINEN LOKALEN HÄNDLER

www.wirtschaft-in-mittelsachsen.de



Stadtgestaltung: Sonderpreis setzt blühende Akzente



Unsere Innenstädte stehen vor großen Herausforderungen: Ob Klimawandel oder Online-Handel – der öffentliche Raum der Innenstadt braucht gute Ideen und attraktive Konzepte mehr denn je. Nur so können Stadtzentren weiterhin ein Ort der Begegnung, ein Platz an dem Menschen gerne verweilen, sein. Seit 2019 begleitet die Flower and Shower GmbH als Spezialist für bienenfreundliche, attraktive Straßen und Plätze voller Blumenpracht den Innenstadtwettbewerb.

Blumenschmuck und Grünpflanzen sind ein probates Mittel, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen. Sie beleben die Innenstadt und setzen Akzente. Ein neues, farbenfrohes Ensemble verbessert das Wohlfühl und erzeugt eine lockere Gemütlichkeit. Eine bunte Pflanzenvielfalt ist attraktiv und verbessert das Stadtklima. Dies alles sorgt für ein erholsames und gesundes Verweil- und Einkaufsambiente und generiert Umsätze.

Im Sommer 2020 erblühte die Delitzscher Innenstadt. Der Pandemie-bedingten, getrübbten Stimmungslage zum Trotz verschönerten 27 farbenfrohe Blumenampeln und ein imposanter Blumenturm die Delitzscher Einkaufsmeile. Am 6. Mai 2020 wurden die floralen Eye-Catcher entlang der Breiten Straße und Eilenburger Straße bis zur Ecke Lindenstraße installiert. Anwohner, Gewerbetreibende und Gäste der Loberstadt zeigten sich gleichermaßen begeistert von der üppigen Blüten-

pracht. In zahlreichen persönlichen Gesprächen wurde die gemeinschaftliche Aktion der Stadtverwaltung und Werbegemeinschaft Delitzsch gelobt und die deutlich gesteigerte Aufenthaltsqualität und das angenehme Einkaufsambiente in der Innenstadt hervorgehoben. Auch in 2021 soll die Delitzscher Innenstadt wieder mit Blumenschmuck zum Einkaufen und Verweilen einladen.

Die Stadt Freital freute sich 2019 ebenfalls über einen Sonderpreis „Blühendes Zentrum“. Ein Ort zur Umsetzung war schnell gefunden: Mit dem in den vergangenen Jahren völlig neu gestalteten Neumarkt und der Pergola sowie dem Plan, diese mit kulturell-künstlerischen Angeboten und Veranstaltungen zum Leben zu erwecken, konnte die Jury überzeugt werden. Die Bepflanzung soll einen Beitrag leisten, um dieses gemeinsame Ziel des soziokulturellen Zentrums Freital „LIFEART“ und der Stadt zu unterstützen. Es gilt, den Neumarkt mit der Pergola sichtbar in Szene zu setzen und als Mitte Freitals mehr ins Bewusstsein zu rücken. Einige Aktivitäten konnten 2020 bereits durchgeführt werden: z. B. Musik zum Wochenmarkt und die Staffelstab-Übergabe „Tag der Sachsen“ (der leider ausgefallen ist). Für 2021 ist auch in Freital auf jeden Fall eine Fortsetzung des Blumenschmucks geplant.





Neue Akzente in der Lichtgestaltung



Das leuchtet ein! Seit 60 Jahren ist der Partner der Initiative „Ab in die Mittel“, die NEL GmbH aus Leipzig, mit einem breiten Leistungsspektrum rund um die Themen Licht und Werbung am Markt. „In dieser Zeit hat sich sehr viel in der Lichtgestaltung verändert.“ berichtet Dr. Uwe Teichert, seit über 20 Jahren Geschäftsführer der NEL. Der Schwerpunkt hat sich auf die energiesparende LED-Technik verlagert.

Die klassischen Neonschriften gehen allmählich verloren und werden fast nur noch von Liebhabern und Künstlern beauftragt. Unsere Glasbläsermeisterin fertigte in den letzten Jahren Aufträge von Museen, wie z.B. des Bayrischen Museums Regensburg, oder restaurierte historische Neonreklame. Für die beispielhafte Leistung bei der Restaurierung der Lichtwerbeanlage „Leipziger Baumwollspinnerei“ erhielt die NEL im Jahr 2020 den Bundespreis für Handwerk in der Denkmalpflege.



Bayrisches Museum Regensburg
Foto: NEL



Leipziger Baumwollspinnerei
Foto: Roland Rossner

Beide NEL-Referenzen auf der vorherigen Seite zeigen, dass sowohl neue als auch historische Lichtwerbeanlagen zum Stadtbild dazugehören und bei den Besuchern in Erinnerung bleiben. Neben der Fertigung von individuellen Neon-Designs gehören die Planung, Gestaltung und Herstellung von LED-Lichtobjekten für den Außen- und Innenbereich zum Rundum-Service der NEL. Als leistungsstarker mittelständischer Innungsfachbetrieb schätzen regionale und überregionale Kunden das erfahrene und qualifizierte Fachpersonal. Besonders die Analyse und Beurteilung von Trends im Licht und Design durch die NEL Forschungs- und Entwicklungsabteilung sind sehr gefragt.

Zu den neuen Akzenten der Lichtgestaltung zählen vor allem professionelle und nachhaltige Beleuchtungskonzepte in der Weihnachtszeit oder zu saisonalen Anlässen.



Galaxien in der Saalstraße Jena
Foto: NEL



Zoo Leipzig
Foto: Peter Wieler

Gemeinsam mit den NEL-Kooperationspartnern, beispielsweise der MK Illumination Handels GmbH aus Innsbruck, setzte NEL in den vergangenen Jahren individuelle Lichtprojekte um.

Dabei unterstützen vor allem dynamische Lichtlösungen die optische Wirkung von Gebäudearchitekturen, Kunstobjekten oder Verkaufsflächen. Sie sind darüber hinaus geeignet, Mitteilungen von aktuellen Themen zu kommunizieren. Für diese Zwecke bietet die NEL Anzeigetechnik, dynamische Licht-Projektoren und digitale Bildschirmsysteme an. Sie ermöglichen eine klare Orientierung und vermitteln zugleich Informationen.

Wie Sie sehen, umfasst die Lichtgestaltung ein breites Spektrum an Umsetzungsmöglichkeiten. Egal ob in Städten und Gemeinden, der Hotellerie und Gastronomie, im Einzelhandel oder in großen Einkaufszentren – Licht lockt Leute, vermittelt Sicherheit, erzeugt ein Wohlgefühl und damit Freude.





Hauptbahnhof Leipzig
Foto: NEL



Uniriese Leipzig (City-Hochhaus Leipzig)
Foto: Christian Modla



STÄDTISCHES LEBEN IN HESSEN IN DER PANDEMIE DER „AB IN DIE MITTE!“-SONDERWETTBEWERB

Hessisches Ministerium für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und Wohnen

HESSEN

Ab in die Mitte!
Die Innenstadt-Offensive
Hessen

**Ab in die Mitte! -
Für Momente,
die zählen!**

WETTBEWERB 2021

Angesichts der Corona-Pandemie wurde der diesjährige Innenstadt-Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ durch die Aktion „Zusammen HANDELN“ erweitert: Ideen zur „Wieder“-Belebung der Innenstädte waren gefragt, für Projekte zur Vitalisierung von Stadt- und Ortskernen standen 160.000 Euro bereit. Bis zum 25. Juni 2020 konnten sich Kommunen und private Initiativen mit ihren Aktionen bewerben.

Überall in Hessen gibt es kreative Antworten auf die Corona-Auswirkung, zum Beispiel Lieferdienste per Lastenrad oder Gutscheinkaktionen für den lokalen Einzelhandel. Mit dem Wettbewerb sollen sie bekannt gemacht werden und dazu anregen, weitere Ideen zu entwickeln und umzusetzen.

Zahlreiche Innenstadtakteure aus den unterschiedlichsten Bereichen haben die Herausforderungen des Wettbewerbs angenommen – mit Erfindungsreichtum, Innovation und Kreativität, mit greifbaren und anwendbaren Ideen.

Überraschend war der Ideenreichtum der Menschen in den hessischen Städten und Gemeinden. Es ist schon beeindruckend, in welcher kurzen Zeit und wie unbürokratisch die Ideen umgesetzt wurden. Einige herausragende Beispiele spiegeln die Solidarität, Aktivität und das Engagement vieler wider.

DIE PREISTRÄGER IM EINZELNEN:

- Erlebnis.Alsfeld: #alsfeldhaeltzusammen
- Bad Camberg / Amthof Galerie: „Gemeinsam für Bad Camberg (Handeln für das Ganze - Suchen, finden, gestalten)“
- Bad Salzschlirf Touristik & Service GmbH: „Wir lassen unseren Kern erleuchten“
- Stadtentwicklung Bebra GmbH: „Bebra liefert – zusammen gegen Corona für eine lebenswerte Innenstadt“
- Frankenberg: Tanzschule Müller „Kultur Labor“
- Frankfurt am Main: Wirtschaftsdienst des Hessischen Handels GmbH „Visionsbüro Frankfurt zweinull“
- Friedberg hat's: „Machen wir das Beste draus“
- Stadt Fulda: „Mit ABST®AND kultigste Sommer in Fulda“
- Geisenheimer Aktiv Gruppe e.V.: Einkaufen in Geisenheim
- Stadt Kirchhain: Natürlich gemeinsam Handeln – zusammen erfolgreich
- Stadtmarketing Lauterbach e.V.: „Wir für Lauterbach – Regional und Digital“
- Offenbach am Main: Digital Retro Park e.V. Verein für Digitalkultur Ein „Windgarten“ als Eingang zur Innenstadt
- Stadt Rüsselsheim am Main: Kulturbühne Rüsselsheim am Main
- Landeshauptstadt Wiesbaden: EMILIE – Emissionsfreie Lieferlogistik
- Witzenhausen: Aktionsgemeinschaft Handel und Gewerbe witzenhausen.shop – der lokale online-marktplatz



MittendrIn Berlin! 2019/20 Projekte in Berliner Zentren

Das Wettbewerbsverfahren MittendrIn Berlin! 2019/20 Projekte in Berliner Zentren startete im April 2019. Eine Jury wählte in einem ersten Schritt aus 28 Bewerbungen acht Gruppen aus, die in der zweiten Wettbewerbsrunde ihre Ideen für den Standort schärfen und ihr Netzwerk ausbauen. Im Februar 2020 wurden in einer zweiten Jurysitzung drei Standortkooperation als Gewinner*innen ausgewählt. Als Gewinn erhielten die Gruppen Unterstützung durch je ein Planungsbüro für die Erarbeitung eines fundierten und auf ihren Standort zugeschnittenen Konzept im Wert von je bis zu 30.000 Euro. Zusätzlich konnten über ein Budget von je 10.000 Euro erste Maßnahmen umgesetzt werden. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Gewinner*innen sind vielfältig:

NETZWERK SÜD-WEST BERLIN E.V. (CHARLOTTENBURG-WILMERSDORF)

Für das Rheingauviertel verfolgt das Netzwerk Süd-West Berlin e.V. die Vision eines plastikfreien Kiezes. Unter dem Label „Gemeinsam in die Zukunft im Rheingauviertel“ wurde der hochwertige Einkaufsführer „Nachhaltig Einkaufen im Kiez“ erarbeitet, der in teilnehmenden Geschäften rund um den Rüdeshheimer Platz ausliegt und online zur Verfügung steht. Der Einkaufsführer gibt nützliche Informa-

tionen zu nachhaltigen Aktivitäten der Gewerbetreibenden im Kiez, wie etwa einem eigenen Mehrwegsystem oder dem neuen Beuteltauschsystem „Jutebaum“. Ergänzt werden diese Informationen mit individuellen Porträts der Gewerbetreibenden und ihrer persönlichen Motivation, sich für einen nachhaltigen Kiez einzusetzen, und einer eigens entwickelten Kiezkarte.

ARBEITSGEMEINSCHAFT FROHNAU (REINICKENDORF)

Die „Arbeitsgemeinschaft der Frohnauer Initiativen und Organisationen“ nutzte den Gewinn und die fachliche Unterstützung für die Erarbeitung eines integrierten Gesamtkonzepts für die Ortsmitte Frohnaus. Zusammen mit Anwohner*innen und Vertreter*innen des Bezirksamt Reinickendorfs wurden die Themenfelder Einzelhandel und Nahversorgung, Aufenthaltsqualität und Mobilität intensiv diskutiert und standortspezifische Entwicklungsziele festgelegt. Neben einer Konzeption für Informationstafeln, die über die geschichtliche Entwicklung der Gartenstadt Frohnau informieren, wurde ein Online-Portal aufgebaut, das Veranstaltungen und Aktivitäten der Frohnauer Einrichtungen und Initiativen zusammenführt und die Vielfalt des lokalen Engagements widerspiegelt.

INITIATIVE „WILHELM GIBT KEINE RUH“ (PANKOW)

Die Belebung der Hauptstraße in Wilhelmsruh ist das zentrale Anliegen der Initiative „Wilhelm gibt keine Ruh“. Ein wichtiger Baustein ist die Etablierung eines samstäglichen Wochenmarkts. Auf Grundlage einer, im Rahmen des Wettbewerbsgewinns erstellten, Analyse des Einzelhandelsangebots wurden potenzielle Marktbetreiber*innen angesprochen. Ein Betreiber konnte von dem Standort überzeugt werden. Ab Frühjahr 2021 soll das auf regionalen Produkten und wechselnden Kulturangeboten basierende Marktconcept umgesetzt werden. Den sichtbaren Beginn einer Belebung der Hauptstraße markiert die Eröffnung eines Pop-up-Stores in einem leerstehenden Ladenlokal. Seit November 2020 werden dort u.a. Produkte der Nahversorgung angeboten. Die Zwischennutzung bietet die Möglichkeit, besondere Angebote und die Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln für den zukünftigen Markt zu erproben und die Vernetzung mit der Nachbarschaft zu stärken.

Weitere Informationen bietet der Instagram-Kanal @berlin-mittendrin und die Internetseite www.mittendrin.berlin.de.





Lebensraum Stadt:
Handel, Wandel, Vielfalt

Wettbewerbsmotto: „Lebensraum Stadt: Handel, Wandel, Vielfalt“

Datum	Art/Veranstaltung	Ort
26. März 2021	Auftaktveranstaltung/digital	Sächsische Staatskanzlei
14. Juni 2021	Kreativtreff	SchlossArena Auerbach/Vogtl.
14. Juni 2021	Sommerabend mit der Staatsregierung	SchlossArena Auerbach/Vogtl.
17. September 2021	Abgabe Wettbewerbsbeiträge	IHK zu Leipzig
7. Oktober 2021	Jurysitzung	Leipziger Volksbank eG
11. November 2021	Abschlussveranstaltung	Barockschloss Delitzsch
Ab November 2021	Preisübergaben vor Ort	Preisträgerstädte

Die Angaben können sich ggfs. noch verschieben.

Herausgeber:

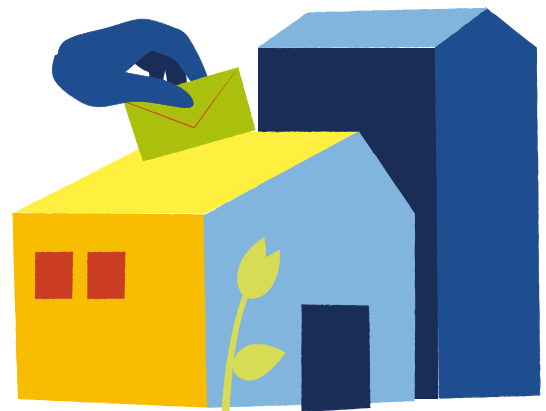
Initiativkreis „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“

Texte der Kommunen/Landkreis:

- Burgstädt: Dr. Katina Leondaris, Altstadtmanagerin
- Delitzsch: Alexander Lorenz, Referat Wirtschaftsförderung und Tourismus
- Görlitz: Friedemann Dreßler, Amt für Stadtentwicklung
- Kamenz: Michael Preuß, Dezernat Stadtentwicklung und Soziales
- Lugau/Erzgeb.: Thomas Weikert, Bürgermeister
- Meißen: Marcel Noack, Quartiersmanagement
- Oederan: Dr. Marco Metzler, Stadtmarketing
- Rodewisch: Madeleine Vogel, Bauverwaltung/Stadtentwicklung
- Sebnitz: Susann Pohl, Hauptverwaltung
- Stollberg: Stefan Herold, Innenstadtmanager
- Zittau: Gloria Heymann, Amt für Wirtschaft – Tourismus – Öffentlichkeitsarbeit
- Landkreis Mittelsachsen: Kerstin Kunze, Referat Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung

Weitere Texte:

- Dr. Eddy Donat
- Andrea Schötter
- Daniel Schertel, Begleitbüro Mittendrn Berlin!/raumscrip
- Rolf Gussmann, IMORDE Projekt- & Kulturberatung GmbH



Fotos/Grafiken der Kommunen/Landkreis:

- Burgstädt: Stadtverwaltung Burgstädt
- Delitzsch: Stadtverwaltung Delitzsch, LW17Media, Pigors.Biz - Werbeagentur
- Görlitz: Friedemann Dreßler, Wieland Menzel
- Kamenz: Stadtverwaltung Kamenz
- Lugau/Erzgeb.: Stadtverwaltung Lugau; cocoon designbüro, Oelsnitz/Erzgeb.
- Meißen: Stadtverwaltung Meißen
- Oederan: Knut Berger, Dr. Sternkopf media Group, Rolf Büttner (Grafiken)
- Rodewisch: Stadtverwaltung Rodewisch
- Sebnitz: Stadtverwaltung Sebnitz
- Stollberg: Stadtverwaltung Stollberg
- Zittau: Stadtverwaltung Zittau; Grafik: HTWK Leipzig: Sabrina Kootz | Andreas Rother (WS 19/20), Hochschule Zittau: Ben Gebler | Carina Bentele | Anne Sophie Grieser | Chris Groebler (WS 19/20); Mario Heinke, heinke medien, Zittau
- Landkreis Mittelsachsen: FOTO.GRAFIK.ART Bianka Behrami

Weitere Fotos:

- Dr. Eddy Donat
- „Ab in die Mitte!“-Organisationsbüro
- Machener Grünprofi GmbH (Seite 90)
- Stadtverwaltung Freital (Seite 91)
- NEL GmbH (Seite 92-95)
- Benjamin Pritzkeleit/MittendrIn Berlin!

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

250 Stück

Copyright:

Februar 2021.

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

und die Autoren

*Teilnahme-Urkunde von
Michael Fischer-Art für den Wettbewerb 2020*

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

www.abindiemitte-sachsen.de



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