

Lebendiges Zehlendorf Mitte

Vernetzung der Akteure und Marketing
zur Stärkung des Einzelhandels und der Gewerbetreibenden (KMU) in Zehlendorf Mitte

Projektskizze für den Projektantrag wirtschaftsdienliche Maßnahmen WdM
Antragsteller Netzwerk lebenswerte Stadt e.V.

Stand: 22.11.2016

1. Die Ausgangslage

Die Schlossstraße in Steglitz wurde in den letzten Jahren als Einkaufs- und Begegnungszentrum im Südwesten von Berlin modernisiert. Dagegen präsentiert sich das Einzelhandels- und Verwaltungszentrum Zehlendorfer Mitte als ein seit Jahren vernachlässigtes und in den öffentlichen Anlagen und Bauten teilweise schäbig wirkendes Stadtteilzentrum. Das macht sich nicht nur an kaputten Bänken und schäbigen Fassaden fest. Fast alle öffentlichen Gebäude, Plätze und Anlagen in Zehlendorf Mitte sind mehr als in die Jahre gekommen.

Einigen scheint dieser etwas morbide Charme zu gefallen. Aber ein lebendiges Zehlendorf Mitte stellen sich die meisten anders vor. Viele Zehlendorfer wünschen und fordern seit langem Investitionen der Stadt und des Bezirks für eine behutsame und integrierte Stadtentwicklung der alten Zehlendorfer Mitte und seinem direkten fußläufigen Umfeld vom Teltower Damm, Ecke Mühlenstraße im Süden bis zur Clayallee, Ecke Riemeisterstraße im Norden.

Neben dem schlechten Zustand der öffentlichen Gebäude und Plätze beeinträchtigen in Zehlendorf Mitte viele verkehrlichen Probleme das Einkaufserlebnis und die Verweilqualität entscheidend: es gibt keine einheitliche Parkraumbewirtschaftung, an vielen Stellen gibt es ungünstige oder sogar gefährliche Auto, Bus- und Radwegführungen, es gibt zu wenig Radabstellanlagen, die Gefahren beim Umsteigen an den Bushaltes hatten bereits tödliche Folgen u.v.m..

Es fehlen Platz und Plätze zum Treffen und Verweilen. Das Rathaus ist zu einem hässlichen, kaum mehr nutzbaren Gebäude verkommen und böte doch als zentrales, öffentliches Gebäude so viele Möglichkeiten für diverse öffentliche Nutzungsformen. Die Beleuchtungssituation an vielen Plätzen und vor allem auf der Dorfaue muss unbedingt aufgewertet werden. Mit Festen vor dem Rathaus und dem Weihnachtsmarkt auf der Dorfaue wurde in den letzten Jahren versucht, das Erscheinungsbild aufzuhellen. Aber es fehlt an der Liebe fürs Detail und vor allem an einem Gesamtkonzept für die Märkte und Feste und einer dazu passenden Gestaltung der öffentlichen Wege und Räume.

2. Das Entwicklungspotential

Die Zehlendorfer Mitte hat so vieles zu bieten: ein Einkaufszentrum mit (noch) vielen kleinen Einzelhändler, ein breites Angebot im Gesundheitsbereich, ein Verwaltungszentrum mit Rathaus, Finanzamt und Stadtbücherei, ein Bildungs- und Kulturzentrum mit Schulen, Volkshochschule, Musikschule, Paulusgemeinde und viele andere Kulturkreise. Der Bezirk und die Stadt sahen sich jedoch leider über viele Jahre nicht in der Lage, Ideen und Geld in dieses wunderbare Stadtteilzentrum zu investieren. Wir glauben, das kann sich in den nächsten Jahren ändern.

Anfang Mai hat die Senatsverwaltung den Bau des zweiten Zuganges zum S-Bahnhof Zehlendorf als Durchgang zwischen Postplatz und Machnower Straße beschlossen. Geplant ist derzeit der Bau um 2020 herum. Diese Entscheidung eröffnet neue Wege in vielerlei Hinsicht: Die Einkaufszeile an der Machnower Str. wird sich komplett neu erfinden können, der Postplatz kann als zentraler Markt- und Festplatz entwickelt werden, am Teltower Damm und an/auf der Dorfaue kann mehr Raum für Fußgänger, zum Treffen und Verweilen entstehen, der gesamte Einzelhandel, das Gewerbe und die Kultur in Zehlendorf Mitte können dadurch gestärkt werden, sofern diese Entwicklungen als integrierte Stadtplanung unter Einbeziehung möglichst vieler Beteiligten erfolgt.

Mit diesem Antrag auf Wirtschaftsförderung wollen wir einen Anfang machen.

3. Das Vorhaben

Wie in zahlreichen Gesprächen mit Vertretern des Einzelhandels in den Geschäftsstraßen Machnower Straße, Teltower Damm und südlicher Teil der Clayallee deutlich wurde, besteht hinsichtlich einer Revitalisierung der Einkaufsmeilen dringender Handlungsbedarf. Die Gewerbetreibenden eint der Wunsch, die Zehlendorfer Mitte insgesamt aufzuwerten. Durch mehr Sicherheit, durch bessere Verkehrswege und –regeln wünschen sie mehr Sicherheit für alle Kunden von Jung bis Alt, durch Investitionen in öffentliche Weg und Plätze wünschen Sie sich mehr und zufriedener Kunden, die gerne eine freundliche, helle und lebendige Einkaufsmeile Zehlendorf Mitte besuchen und genießen möchten.

Neben verkehrlichen und baulichen Maßnahmen, die zu einer Verbesserung der Einkaufssituation und der Verweilqualität beitragen sollen, sehen die Gewerbetreibenden ein großes Potential in einer Optimierung der vielfältigen bestehenden Kulturaktivitäten (Abend der Sinne, Weihnachtsmarkt u.a., Wochenmarkt am Kastanienhof, neuer Markt am Kleinen Teltower Damm) und weiterer Aktivitäten wie der Fete de la Musique auf dem Postplatz, dem Plan der BI Zehlendorf eines möglichen Kulturbahnhofes in der Anhaltinerstr. 7, einem Sommerfestival auf dem Teltower Damm u.a.m.). Ziel ist es, diese Aktivitäten zu einem, zu Zehlendorf Mitte passenden und stimmigen Kulturkonzept zusammenzufügen und das kulturelle Angebot für die Vermarktung des Standortes zu nutzen.

4. Der Prozess

Um den jeweiligen Besonderheiten der Geschäftsstraßen gerecht zu werden, sollen zunächst die Bedarfe der Einzelhändler und Gewerbetreibenden in den Teilzentren gesondert recherchiert werden. Parallel dazu wird das kulturelle Angebot identifiziert und hinsichtlich seiner Potentiale für ein stimmiges Gesamtkonzept zur Vermarktung des Standortes untersucht.

In einer **Arbeitsgruppe „Kultur/Marketing“** sollen Vertreter der Gewerbetreibenden zusammen mit ausgewählten Kulturakteuren* ein gemeinsames Kultur-Konzept erarbeiten und erste Maßnahmen auf den Weg bringen, z.B. die Etablierung einer dezentralen Veranstaltung „Musik-Meile Zehlendorf Mitte“ als gemeinsame Marketing Plattform für alle Teilzentren.

In einer **Arbeitsgruppe „Aufenthaltsqualität“** sollen die an diesem Thema interessierten Akteure – auf der Basis der bereits von der BI Zehlendorf erarbeiteten Vorschläge zur Verbesserung der verkehrlichen Situation und der Aufenthaltsqualität – ein Konzept erarbeiten und erste Maßnahmen zur Umsetzung auf den Weg bringen.

Begleitet wird das Projekt durch einen **Lenkungskreis**, der aus Vertretern der Akteursgruppen (Stakeholder) besteht. Mit dem Lenkungskreis werden Konzepte und Vorschläge der Arbeitsgruppen und des Managementteams abgestimmt. Die Teilnehmer des Lenkungskreises sind Multiplikatoren und „Türöffner“, d.h. sie kommunizieren die Anliegen des Projektes in ihre jeweilige Gruppe und helfen mit, Barrieren zu beseitigen und Anstöße für weitere Entwicklungen zu geben.

Der hier beschriebene Prozess für eine „Lebendiges Zehlendorf Mitte“ kann ein erster Schritt zu einem Business Improvement District in Zehlendorf sein. Die Ergebnisse der Arbeit (Akteurs-Netzwerk, Konzept zur Revitalisierung der Mitte) können auch eine Grundlage für die Teilnahme an den regelmäßig neu beginnenden „Aktive Zentren“-Ausschreibungen bilden.

Die oben beschriebenen Aktivitäten sollen dazu beitragen, das Zehlendorfer Zentrum zum Identifikationspunkt für alle Anwohner zu machen. Durch eine Revitalisierung der Mitte sollen darüber hinaus Touristen sowie und Gäste aus anderen Berliner Stadtteilen sowie aus dem direkten Umland (Kleinmachnow, Stahnsdorf, Teltow oder Postdam) angezogen werden. Damit wird eine höhere Kundenfrequenz für die Geschäftsstraße in Zehlendorfs Mitte verbunden sein, die den lokalen Einzelhandel, die Dienstleister und die Gastronomie (KMU)

stärken. Darüber hinaus sollen die hier beschriebenen Maßnahmen mithelfen, dass der Fortbestand der in ihrer Existenz gefährdeten traditionellen Geschäfte und Einrichtungen gesichert wird.

5. Ziele

Durch das zu beantragende Projekt „Lebendiges Zehlendorf Mitte“ sollen im Wesentlichen folgende Ziele erreicht werden:

- Die Aufwertung des öffentlichen Raumes, um die Identifikation der Anwohner mit ihrem Zentrum zu verbessern,
- Die Ansprache neuer Zielgruppen aus Berlin und aus dem Umland ,
- Die gezielte Vermarktung der „neuen“ Zehlendorfer Mitte durch Website u.a. Medien.
- die Steigerung der Frequenz und der Zufriedenheit der Kunden von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und anderen Institutionen in Zehlendorf Mitte (z.B. Bali-Kino),
- Schaffung einer Grundlage für die weitere Entwicklung (Business Improvement District, Aktive Zentren)

Die operationalisierten Ziele werden an dieser Stelle für den Projektantrag noch im Detail ausformuliert.

6. Umsetzungsstrategie

Das Projekt „Lebendiges Zehlendorf Mitte“ hat vier Arbeitsschwerpunkte:

- die Vernetzung der Akteure zur Identifikation von Entwicklungspotenzialen und zur Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen auf der hier definierten Basis;
- die Identifikation mit dem Standort durch kulturelle Aktivitäten und die Erarbeitung eines zu Zehlendorf Mitte passenden und stimmigen Marketing-Konzeptes sowie Initiierung der Umsetzung;
- die Erarbeitung von Vorschlägen und Konzepten zur Aufwertung und Revitalisierung der Mitte Zehendorfs durch verkehrliche und andere, den öffentlichen Raum gestaltende, Maßnahmen (Beleuchtung, Stadtmöblierung uvm.) sowie Initiierung der Umsetzung ;
- Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes für unterschiedliche Zielgruppen (Anwohner/Kunden aus Zehlendorf und dem Umland, Kulturinteressierte, Touristen) und Umsetzung geeigneter PR- und Marketing-Maßnahmen (Website, soziale Medien), die das Zentrum Zehendorfs mit seinen Geschäftsstraßen erfahrbar machen und über Aktivitäten am Standort informieren.

6.1 Vernetzung der Akteure

Das Projekt soll mit einer Auftaktveranstaltung starten, zu der ausgewählte Vertreter aus den Akteursgruppen eingeladen werden. Auf dieser Veranstaltung soll das Projekt vorgestellt und abgestimmt, sowie ein Lenkungskreis konstituiert werden. Der Lenkungskreis soll das künftige Profil für ein „Lebendiges Zehlendorf Mitte“ definieren und die Umsetzungsschritte begleiten. Hierzu sollen mindestens zwei Treffen pro Jahr stattfinden.

6.2 Kultur-Marketing-Konzept

Mit ausgewählten Akteuren aus dem kulturellen Bereich und interessierten Gewerbetreibenden (Arbeitsgruppe Kultur/Marketing) sollen bereits bestehende und mögliche Aktivitäten, die sich zur Stärkung des Standortes, namentlich der Geschäftsstraßen, eignen, identifiziert und zu einem stimmigen Konzept für Zehlendorf Mitte zusammen gefügt, sowie erste Maßnahmen initiiert werden (z.B. „Musikmeile“/ dezentrale Musikveranstaltungen unter einem Dach mit einem Label, Kampagne mit gemeinsamen, umweltgerechten Einkaufstauschen, Kampagne zur Vermarktung leer stehender Flächen (z.B. durch Zwischennutzung mit Kunst und Kultur u.a., Fete de la Musique auf dem Postplatz, 24 Std. Zehlendorf auf dem Teltower Damm, Märkte und saisonale Feste).

6.3 Konzept zur Verbesserung der Verkehrs- und Einkaufssituation

Ausgewählte Akteure mit einem stadtgestalterischen Interesse und interessierte Gewerbetreibende (Arbeitsgruppe Aufenthaltsqualität) sollen auf der Basis bestehender Vorschläge und Ideen die Möglichkeiten zur Aufwertung und Revitalisierung der Mitte Zehlendorfs durch verkehrliche und andere, den öffentlichen Raum gestaltende, Maßnahmen (Beleuchtung, Stadtmöblierung usw.) ausloten, priorisieren sowie zu einem Konzept zusammenführen und die erste Umsetzungen initiieren.

Die Stichworte für Zehlendorf Mitte dazu sind: Ausbau von Fußgängerzonen, Erhöhung der Fahrradfreundlichkeit, mehr Sicherheit im Straßenverkehr, vernünftige Parkraumangebote (z.B. Umfeldplanung für neuen zweiten S-Bahnhof-Zugang, Postplatzgestaltung, Parkraumbewirtschaftung, Radstellplätze, Rathaus Umbau/Sanierung uvm.) ; Verbesserung der Beleuchtung (z.B. Lichtkonzept für die Dorfäue, LED für Straßenlaternen, Bodenstrahler für die Fassaden besonderer Gebäude, Zusammenarbeit mit Vattenfall und EUREF)

6.4. Kommunikationskonzept

Kommunikations-Maßnahmen , die das Zentrum Zehlendorfs mit seinen Geschäftsstraßen erfahrbar machen und über Aktivitäten am Standort informieren, werden zu einem Konzept für die Kommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen (Anwohner/Kunden aus Zehlendorf und dem Umland, Kulturinteressierte, Touristen) zusammengefasst. Ein Corporate Design auf der Basis des Standort-Profiles und eine Website „Lebendige Mitte“ sollen entstehen. Aktuelle Nachrichten zum Stand der Entwicklung (Aktivitäten, Ergebnisse des Projektes, Veranstaltungen usw.) werden durch regelmäßig erscheinende Newsletter und soziale Medien an interne und externe Zielgruppen verbreitet.

7. Maßnahmen im Überblick

Für die Umsetzung des Vorhabens sind im Einzelnen folgende **Maßnahmen** erforderlich:

- Planung und Durchführung von **Veranstaltungen mit Lenkungskreis und Arbeitsgruppen** „Kultur/Marketing“ und „Aufenthaltsqualität“ zur Entwicklung, Planung und Abstimmung.
- Erarbeitung von Vorschlägen und **Konzepten zur Aufwertung und Revitalisierung der Mitte Zehlendorfs** durch verkehrliche und andere, den öffentlichen Raum gestaltende, Maßnahmen und Initiierung der Umsetzung.
- Initiierung einer oder mehrerer den Standort profilierender **dezentraler Veranstaltungen** (z.B. Musikmeile)
- Erarbeitung eines **Profils** und eines **Corporate Designs** für den Standort „Zehlendorf Mitte“ und eines **Konzeptes zur Vermarktung des Standortes** im Sinne des Profils
- Recherche, Entwicklung und Abstimmung eines **Konzeptes für die Kommunikation** mit unterschiedlichen Zielgruppen
- Entwicklung und Umsetzung einer **Website mit Newsletter-Funktion**
- **Verbreitung von Nachrichten** in regelmäßig (vgl. monatlich) erscheinendem Newsletter und in sozialen Medien

8. Ablaufplan

Phase 1 – Start, Sondierung, Konstituierung (März – Juni 2017)
- Kick Off mit Standort-Akteuren/- innen und WiFö zur Vorstellung des Projektes dazu: Aufbau Einladungs-Verteiler, Einladung, Durchführung und → Dokumentation der Veranstaltung → Einladung zu einem jeweils ersten Treffen zur Sondierung der Problemlagen und –wünsche in den drei Geschäftsstraßen und Identifikation von Teilnehmern für den

<p>Lenkungskreis, die AG Kultur/Marketing, die AG Aufenthaltsqualität, ggf. auch eine AG Leerstand</p> <p>Zu den AGs: Aufbau von Mail-Verteilern (virtuelle Arbeitsgruppen/interne Kommunikation)</p> <p>→ Halbjahresbericht</p>
<p>Phase 2 – Konzeption (Juli – Dez. 2017)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Zusammenführung der Ergebnisse aus Phase 1 in jeweils einer Konzeption und Rückkopplung mit den Teilnehmern der (virtuellen) AGs - Diskussion und Abstimmung der Konzeptvorschläge und Brainstorming zum Profil „Lebendige Mitte“ und Branding/Namensfindung im Lenkungskreis (Workshop) - Erarbeitung eines Kultur-/Marketingkonzeptes auf o.g. Basis und Rückkopplung mit AGs und Lenkungskreis - Erarbeitung eines Konzeptes zur Beseitigung des Leerstands - Erarbeitung eines Konzeptes zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität – auf der Basis der von BI Zehlendorf bereits erarbeiteten Vorschläge und der Ergebnisse der Sondierungsphase <p>→ Jahresbericht</p>
<p>Phase 3 – erste Umsetzungen (Jan. – Juni 2018)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Rückkopplung der Konzepte mit den AGs, Festlegung erster Maßnahmen - Abstimmung der Konzepte im Lenkungskreis, Festlegung erster Maßnahmen - Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes inkl. Konzeption der Website zur Ansprache von Anwohnern und Gästen aus Berlin und dem Umland- Entwicklung des Corporate Design auf der Basis des Profils, des Namens bzw. Mottos - Aufbau der Website - Aufbau Medien-Verteiler - regelmäßige Informationen über Newsletter, online- und offline Medien <p>→ Halbjahresbericht</p>

<p>Phase 4 – weitere Umsetzungen (Juli – Dez. 2018)</p> <ul style="list-style-type: none">- Initiierung von Maßnahmen zur Beseitigung des Leerstands, zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und zu Kultur-/Marketing (Veranstaltungen), Recherche von Finanzierungsmöglichkeiten- regelmäßige Informationen zu den Projektergebnissen über Newsletter, online- und offline Medien- Aktualisierung der Verteiler- Bewertung der Projektergebnisse im Lenkungskreis <p>→ Jahresbericht</p>
<p>Phase 5 – Verstetigung und Nachhaltigkeit (Jan. – Sept. 2019)</p> <ul style="list-style-type: none">- Identifikation oder Aufbau eines Trägers für die Durchführung von einer oder mehreren, Standort profilierenden, Kultur-/Marketing-Veranstaltungen und- Überführung von Maßnahmenplänen, Umsetzungskonzepten und Kommunikationskonzepten zu Leerstand und Aufenthaltsqualität in die Arbeit der Bezirksverwaltung bzw. sich anschließende Projekte (BID, Aktive Zentren). <p>→ Abschlussbericht</p>

Der vorstehende Ablaufplan entspricht der aktuellen Planung zum Zeitpunkt der Erstellung der Projektskizze und wird noch bis zum Projektantrag entsprechend konkretisiert.

9. Projekt-/Vertragsstruktur

Antragsteller und Zuweisungsempfänger ist das **Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf von Berlin, Abteilung Personal, Finanzen und Wirtschaftsförderung**.

Das Bezirksamt vergibt die EFRE-Mittel als Zuwendung an das Netzwerk lebenswerte Stadt e.V.. Dieser beantragt die Zuwendungen in der Höhe wie im Finanzierungs- und Kostenplan aufgeführt. Die Beträge werden jeweils für die Realisierung von Teilbereichen des Projektes d.h. für externe Aufträge/Honorare und Sachmittel abgerufen.

Als Zuwendungsempfänger ist Netzwerk lebenswerte Stadt e.V. insbesondere verpflichtet, die im Zuwendungszweck festgelegten Ziele und Aufgaben des Projektes, die Berichtspflicht und die Einhaltung von Fristen zu erfüllen.

Der Anteil der Kofinanzierung wird gemäß der beigefügten Absichtserklärungen von erbracht. Weitere Kooperationspartner/ -innen und Unterstützer/ -innen (ohne finanzielle Beteiligung) nach derzeitigem Stand sind u.a. die Paulusgemeinde der Heimatverein Zehlendorf.

10. Partner des Projektes

- Förderkreis Z-Mitte-Süd (Einzelhändler und Sponsoren-Kontakte)
- Förderkreis Z-Mitte-Mitte (Einzelhändler und Sponsoren-Kontakte)
- Förderkreis Z-Mitte-Nord (Einzelhändler und Sponsoren-Kontakte)
- Förderkreis Z-Mitte-Kultur (Bezirksamt, Paulusgemeinde, Heimatverein, Kulturwelten Europa e.V.)
- Unternehmen: (Banken, Sparkasse und größere Filialunternehmen wie z.B. die Bio-Company)
- Bürgerinitiative Zehlendorf – als ehrenamtliche Projektbegleiter

11. Nachhaltigkeit des Projektes

Nach Ablauf des Projektes soll eine tragfähige Struktur zur Fortführung und Umsetzung der angeregten Projekte erfolgen z.B. im Rahmen eines BID-Projektes oder als Teil einer integrierten Stadtplanung z.B. eines Förderprogrammes „Aktive Zentren“. Die neue Bezirksregierung von Steglitz-Zehlendorf hat für die kommende Legislatur eine integrierte Stadtentwicklung mit Bürgerbeteiligung angekündigt. Dazu können und sollen Impulse aus diesem Projekt einfließen und ihrer Nachhaltigkeit dienen.

12. Personal

Das Projekt soll personell wie folgt ausgestattet werden:

Projektleiter/in: N.N.

Aufgaben im Projekt:

- Projektleitung und -steuerung
- Aufbau von Netzwerken, Veranstaltungen mit Akteuren/ -innen.
- Marketing/ Öffentlichkeitsarbeit: Kommunikationskonzept inkl. Entwicklung einer Website mit Newsletter-Funktion sowie einer Facebook-Seite „Lebendes Zehlendorf Mitte“, Platzierung der Aktivitäten in Medien für die Zielgruppen: Zehlendorfer, Besucher aus dem Umland, Touristen

Gesucht wird ein/e Projektleiter/in, die über die fachlichen Qualifikationen für die im Projekt vorgesehenen Aufgaben als Kommunikatorin und Standortentwicklerin für EZH/Gewerbezentren verfügt. Die Aufgabe hat den Schwerpunkt, sich um die Konzepte zur Aufwertung des Einzelhandels, das Marketing und die Kultur (Märkte und Feste) kümmern.

Projektmitarbeiter/in: N.N.

Aufgaben im Projekt:

- Entwicklung von Konzepten zur Verbesserung der verkehrlichen Situation und Aufenthaltsqualität in Abstimmung mit Lenkungsreis und Standortakteuren.

- Professionelle Begleitung und Entwicklung der städteplanerischen Konzepte zu den Aufgabenschwerpunkten Öffentlicher Raum, Anziehungskräfte und Erreichbarkeit.

Gesucht wird ein/e Projektmitarbeiter/in s mit Sachverstand für als Stadt-, Verkehrs- und Angebotsentwickler/in im Bereich Stadt, Verkehr, Tourismus und Marketing.

Projektassistenz/Kommunikation: N.N.

Aufgaben im Projekt:

- Websitepflege und Newsletterversand
- Pflege der Adressdatenbanken
- Unterstützungsarbeiten beim Marketing (soziale Medien)

Buchhaltung/ Projektverwaltung: N.N.

Aufgaben im Projekt:

- vorbereitende Buchführungsarbeiten
- Führung der Projektakten
- Einholen von Angeboten (Vergabeverfahren)

Hier werden Projektbeteiligte mit ihren fachlichen Qualifikationen für Kommunikation, Marketing und Buchhaltung gesucht.

13. Erläuterungen zum Kosten- und Finanzierungsplan

Alle Leistungen werden nach dem Kostenumfang im Rahmen des Projektes und nach der geltenden Fassung der LHO vergeben.

Als Projektlaufzeit sollen 3 Jahre angesetzt werden.

Nach den Vorgesprächen halten wir eine Finanzierungsbetrag durch private Kofinanzierung in Höhe von mindestens 25.000 Euro jährlich für realistisch, was auf die drei Jahre einen Betrag in Höhe von 75.000 Euro ergibt. Würde der Betrag durch die Wirtschaftsförderung verdoppelt, ist ein Gesamtbudget in Höhe von 150.000 Euro anzusetzen.

Bei einem kalkulierten Gesamtbudget von 150.000 Euro würden sich die Kosten grob wie folgt aufteilen: ca. 72.000 Euro für das Projekt- und Netzwerkmanagement zu den Bereichen Einzelhandel, Veranstaltungen, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, ca. 45.000 Euro für das Projekt- und Netzwerkmanagement zum Thema Verbesserung der verkehrlichen Situation und Aufenthaltsqualität und ca. 33.000 für Buchhaltung, Projektassistenz, Werbung und Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Diese Zahlen sollen nur als Orientierung dienen. Bis zur Antragstellung sollen die LOI's zur Kofinanzierung vorliegen. Dann kann eine konkrete Kostenplanung erfolgen und die entsprechenden Honorarverträge vor Antragstellung abgeschlossen werden.

- Die LOI's mit Kofinanzierungszusagen (Vorgespräche sind erfolgt, LOI's bis 31.12.16 geplant)
- Die LOI's mit Unterstützungszusagen (Vorgespräche sind erfolgt, LOI's bis 31.12.16 geplant)