

<b>Tischvorlage</b> <b>Zu TOP:</b>	<b>Vorlage-Nr:</b> T 2001/0022 <b>Status:</b> öffentlich <b>AZ:</b> <b>Datum:</b> 31.10.2001
<b>Städteettbewerb Ab in die Mitte!</b> <b>Die City-Offensive NRW des Jahres 2002</b>	
<b>Beteiligte Ämter:</b>	
<b>Verfasser/in:</b>	BM Lührmann
<b>Beratungsfolge:</b>	Sitzungsdatum Gremium <b>31.10.2001</b> <b>Haupt- u. Finanzausschuss,</b> <b>Beschwerdeausschuss,</b> <b>Wirtschaftsförderungsausschuss</b>

**Erläuterung:**

Mit der Aktion „Ab in die Mitte! Die City-Offensive NRW“ haben das Städtebauministerium NRW, die Karstadt Warenhaus AG, die Kaufhof Warenhaus AG, der Handelsverband LAG NRW und der Städtetag NRW im Frühjahr 1999 eine Gemeinschaftsinitiative ins Leben gerufen mit dem Ziel, die Innenstädte als lebendige Standorte und in urbaner Vielfalt von Einzelhandel, Dienstleistung und Kultur zu stärken. Zentrale Zielsetzung der Aktion ist es dabei, das individuelle, unverwechselbare Profil der einzelnen Städte zu erkennen und zu stärken.

Anfang des Jahres 2000 beschlossen die Initiatoren, verstärkt durch den Einzelhandelsverband NRW und die Douglas Holding AG „Ab in die Mitte“ als Wettbewerb auszuschreiben. Seit dem Jahr 2001 wird dieser Wettbewerb auch mit Unterstützung der Bildzeitung durchgeführt.

Dieser Wettbewerb wird auch im Jahre 2002 durchgeführt.

Das vorgegebene Motto für das Jahr 2002 lautet: „Stadtidentitäten in NRW“. Ziel ist es laut Ausschreibungstext, „aufzuzeigen, wie durch identitätsstiftende Aktivitäten in den Handlungsfeldern Kunst, Kultur und Freizeit die städtischen Zentren nachhaltig gestaltet werden können“. Im Vordergrund stehen dabei „innovative Ansätze zur Entwicklung und Vitalisierung der Innenstadt“.

Ferner heißt es:

„Das Selbstbild der Stadt lässt sich durch viele Identitätsmerkmale beschreiben. Hierzu zählen u.a.:

**Typisches für die Stadt:**

- Besondere Bauten und Denkmäler, Straßen und Plätze, historisches Stadtbild
- Örtliche Geschichte und Tradition

**Emotionalisierendes aus der Stadt:**

- Besondere Eventkultur
- Persönlichkeiten

**Regional Bewegendes:**

- Stadt- bzw. regionenspezifischer Wirtschaftsstandort und / oder Bildungsstandort.

Die thematischen Schwerpunkte des Mottos, mit denen die am Wettbewerb teilnehmenden Städte ihre Identität ausdrücken, sollen von ihnen jeweils selbst gewählt werden“.

Der Arbeitskreis Stadtmarketing der Stadt Borken hat sich in drei Sitzungen mit der Frage einer evtl. Teilnahme an dem Wettbewerb befasst und im Ergebnis vorgeschlagen, sich an dem Wettbewerbsverfahren für das Jahr 2002 zu beteiligen.

Hinsichtlich der Leitidee des Projekts möchte der Arbeitskreis auf die Borkener Stadttürme Bezug nehmen und ein „Fest der Türme“ vorschlagen. Die fünf noch erhaltenen Borkener Stadttürme werden als herausragende Beispiele für das attraktive Erscheinungsbild der Stadt gesehen und versinnbildlichen auch die Ziele des Borkener Stadtmarketingprozesses („Borken – Drehscheibe der Region“).

Als Folge eines im Arbeitskreis durchgeführten brain stormings konnten zu der Thematik „Fest der Türme“ eine Vielzahl von Veranstaltungen skizziert werden, die die Leitidee der Aktion gezielt unterstützen können. Beispielhaft seien hier etwa die Aktion „Mode am Turm“, eine Leistungsschau des Borkener Einzelhandels, die Aktion „4 Türme-Cup“, ein Streetsoccer-Turnier des Kreissportbundes, oder die „Kriminacht im Museum“, eine Veranstaltung des Stadtmuseums Borken genannt werden.

Insgesamt sollen die Veranstaltungen in dem Zeitraum vom 9. – 18. 08. 2002 durchgeführt werden. Es werden geschätzte Gesamtkosten von 107.500 € bei einer beantragten Förderung in Höhe von 64.500 € und Drittmitteln in Höhe von 4.000 € erwartet, so dass sich der städtische Eigenanteil auf ca. 39.000 € belaufen dürfte.

Wegen der Eilbedürftigkeit – Einsendeschluss für die Wettbewerbsunterlagen war der 25.10.2001 – haben wir den Antrag in der beschriebenen Form bereits bei der Projekt- und Kulturberatung Imorde GmbH in Münster eingereicht. Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass die Projekte insgesamt noch der Verfeinerung und Präzisierung bedürfen.

Gleichwohl hoffen wir mit unserer Bewerbung im Jahre 2002 Erfolg zu haben. Zur Information sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass im Jahre 2001 lediglich 27 von 70 Städten in den Genuss der Förderung gekommen sind.

Mit einer Entscheidung für die Wettbewerbsteilnahme dürfte sich auch der als Anlage beigefügte Antrag von Bündnis 90/Die Grünen in einem positiven Sinne erledigt haben.

**Beschlussvorschlag:**

Der Hauptausschuss begrüßt die Teilnahme der Stadt Borken am Wettbewerb „Ab in die Mitte“ und erklärt sich bereit, im Förderfall die in der Sitzungsvorlage dargestellten städtischen Eigenmittel zur Verfügung zu stellen.

**Anlagen:**

Borken, den 07.09.2001

An den Vorsitzenden des Umwelt-, Planungs-, Bau- und Vergabeausschusses und die Verwaltung der Stadt Borken

Städteettbewerb "Ab in die Mitte!" 2002: Rezepte gegen den Einheitsbrei

In einer Pressemitteilung vom 30 August 2001 teilte das Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport mit, dass die Ausschreibungs-Unterlagen zum Städteettbewerb "Ab in die Mitte!" 2002 im August an alle Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen verschickt wurden. Das Motto des diesjährigen (2002) Wettbewerbs ist "Stadtidentitäten in NRW";

Alle Städte können sich mit ihren Kultur- und Freizeitprogrammen bewerben. Einsendeschluss ist der 25. Oktober, eine Jury ermittelt dann die Preisträger und entscheidet über die Höhe der Fördergelder. "Mit 'Ab in die Mitte!' wollen wir erreichen, dass unsere Innenstädte die Menschen wieder zum Verweilen einladen", erklärte Städtebauminister Michael Vesper. "Ich bin gespannt, was sich Städte in diesem Jahr dazu alles einfallen lassen." Neben dem Ministerium sind der Städtetag NRW, die Karstadt Warenhaus AG, die Kaufhof Warenhaus AG, die Handelsverbände BAG, LAG und EGV, die Douglas-Holding AG und die Bild-Zeitung Träger bzw. Sponsoren des Wettbewerbs.

**Antrag:**

Wir beantragen, dass die Stadt Borken sich am Wettbewerb der City-Offensive NRW „Ab in die Mitte“ für 2002 beteiligt.

Die Verwaltung wird beauftragt, zusammen mit den Vereinen, dem Einzelhandel und sonstigen Organisationen im Rahmen der Jahresplanung ein entsprechendes Programm aus Kunst, Kultur, Musik, Sport und Freizeitspaß zu erstellen, damit die Kriterien des Wettbewerbs erfüllt werden.

**Begründung:**

Ziel des Wettbewerbs, der unter Federführung des Ministeriums für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport durchgeführt wird, ist es, die Innenstädte neu zu beleben und attraktiver zu machen.

Mit freundlichen Grüßen



  
GRÜNE im InterNET [www.gruene-borken.de](http://www.gruene-borken.de)