

AG_06

KUNST + KULTUR

Projektsteckbriefe

- K&K Power: Kunst und Kultur gegen Leerstand
- Aufwertung der Arkaden/Schlosspassage
- Belebung Heimathaus I Gebäude
- Belebung Heimathaus I Internet
- „End of Summer-Wochen“ im Schloßpark Neuwied
- be creative : Kreativmesse Neuwied
- Urban Art Festival
- Sport und Bewegung
- Roentgen Brunnen

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst und Kultur
Projektnummer:

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.

Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitung- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_PROJEKTTITEL

K&K Power: Kunst und Kultur gegen Leerstand

02_PROJEKTVERANTWORTLICHE

Stadtmarketing und Aktionsforum Neuwied (Bewerbung), regionale und international tätige Künstler, Kulturpädagogen, AG Kunst & Kultur sowie andere ehrenamtliche Helfer, ansässige Kulturvereine, Vermieter von Ladenlokalen, (AG Gebäude und Wohnen zur Verwendung und Bereitstellung von und Räumen) AG Image und Kommunikation

03_PROBLEMBESCHREIBUNG

Bereits seit längerem ist in der Neuwieder Innenstadt auffällig, dass einige Ladenlokale Nachmieter suchen oder sogar bereits länger leer stehen. Auch ehemalige Industrie Immobilien sind hiervon betroffen. Dies führt dazu, dass dieses Gebiet zunehmend unattraktiver für Gäste und Anwohner wird, abgesehen davon das wir in eben diesen Immobilien ungenutztes Potential sehen.

Im Gespräch mit kreativen Menschen aus Neuwied und Umgebung, sowie anschließender Recherche stellte sich heraus, dass es unserer Stadt an Ausstellungsmöglichkeiten für aufstrebende Künstler und andere kreativ Tätige fehlt. Die Konsequenz liegt auf der Hand: Menschen mit eben diesen Eigenschaften stellen ihre Kunst ausserhalb von Neuwied aus. Auch hier ungenutztes Potential, da davon auszugehen ist, dass diese Ausstellungen eine neue Zielgruppe ansprechen würden.

04_PROJEKTbeschreibung

Unsere Idee sieht vor oben beschriebene Leerstände als temporäre Ateliers, Gallerien sowie Konzert- Probe- und Workshop-Räume zu nutzen.

Hierbei ist uns sowohl die Lokation als auch das potentielle Publikum besonders wichtig. So sollen Gallerien/Konzertträume/Workshopräume vorzugsweise in der Innenstadt angesiedelt sein, um ausstellenden Künstler, sowie umliegenden Geschäften ein größtmöglichen Zulauf zu garantieren.

Ateliers und Proberäume sollen hingegen in abgelegenen Gebieten eingerichtet werden

um eventuelle Anwohner nicht zu belästigen und somit den auch den Künstlern eine individuelle Auslebung ihres Schaffens zu ermöglichen.

Bezugnehmend auf potenzielle Ausstellungen in eben genannten Leerständen strebt die Projektgruppe Kooperationen mit Kunstkursen von lokalen Schulen und Privatanbietern an, um die bereits kreativschaffenden Neuwieds zu vernetzen.

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

-Eine Nutzung der Leerstände in oben beschriebener Form in regelmäßigen Abständen.

-Eine Förderung von jungen Künstlern und Krativen durch Unterstützung in Form von Workshops, Präsentationsmöglichkeiten und Räumlichkeiten.

-Regelmäßiges "Beleben" der Innenstadt. Dadurch: Steigerung der Attraktivität für Anwohner und Touristen, von der höheren Frequenz profetieren Handel und Gastronomie vor Ort enorm

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Dieses Projekt wird unserer Erwartung nach kreativ Interessierte und -tätige in die Neuwieder innenstadt locken. Hierbei profitieren im Besonderen umliegende Geschäfte so wie das Image der Innenstadt an sich, da die Vielfalt und Anzahl der Angebote der Ladenlokale in den letzten Jahren zurück ging. Hier füllen temporäre Aktionen ein Loch im Stadtbild.

07_UMSETZUNG

kurzfristig
noch in 2018

mittelfristig
in den nächsten 2 Jahren

langfristig
in den nächsten 5 Jahren

Das Projekt soll als fester Teil der Zukunft von Neuwied fungieren. Um dies zu gewährleisten rechnen wir mit einer Vorlaufzeit von mindestens einem Jahr. Zudem sollen immer wieder vereinzelt Veranstaltungen die Präsenz dieses Projekts in den Mittelpunkt rücken.

08_PROJEKTPARTNER

Kann man an vorhandene Strukturen anknüpfen oder finden sich mögliche Projektpartner am runden Tisch (Verknüpfung zu anderen AGs, Fachkompetenzen bzw. Netzwerke einzelner Mitglieder des runden Tisches, etc.)? - Wer kann ggf. welche Hilfestellungen geben?

Ja, wie bereits unter Punkt 2 beschrieben können wir die Fachkompetenzen von vielen AGs einbinden um Neuwied attraktiver, lebendiger und künstlerisch aktiver zu gestalten. Insbesondere die AGs Gebäude und Wohnen, Handel und Gastronomie, Image und Werbung, Stadtmarketing Neuwied, Aktionsforum Neuwied. Viele bereits künstlerisch Aktive in Neuwied können eingebunden werden (Herr Adams, Künstlervereinigungen vor Ort etc). An vorhandene Netzwerke können wir auch anknüpfen, da wir selbst viele regionale und Künstler aus der Kunst und Musikszene kennen und einbinden können.

09_ENTSCHEIDER

Wer trifft zur Durchführung des Projektes relevante Entscheidungen? - Welche?
Stadt und Politik, Besitzer der Ladenlokale über Flächennutzungen

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Da unser Projekt die Nutzung von Privat-Immobilien einschließt streben wir eine Einigung mit eventuellen Vermietern, Eigentümern und Anwohnern an.

Zudem kommt es in unserer Durchführung voraussichtlich zu gelegentlichen Events, dadurch gilt es für die Veranstalter und die Projektgruppe noch mehr Klarheit über Rahmenbedingungen und Gesetze zu schaffen.

11_KOSTEN*

Bisher nicht bekannt

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst und Kultur

Projektnummer:

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.

Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitung- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_PROJEKTTITEL

Aufwertung der Arkaden/ Schlosspassage gegenüber Schloss Neuwied für Besucher und Touristen

02_PROJEKTVERANTWORTLICHE

AG Kultur, SBN, Stadt Neuwied, Eigentümergemeinschaft Passage am Schloss, Ordnungsamt, Stadtgalerie

03_PROBLEMBESCHREIBUNG

Besucher des Schlosses oder des Deiches betreten aus Neugier auch die ganztägig geöffnete Passage am Schloss.

Hier sehen Besucher und Touristen die schmutzigen Arkaden, Inneren Wege und Treppen. Hier wird oft Müll und Unrat hinterlassen und es finden massive Sachbeschädigungen statt.

Der ansässige türkische Kulturverein raucht in den angemieteten Räumen und lüftet in die Passage hinein. Die Besucher erfahren eine massive unerträgliche Geruchsbelastung im Inneren der Passage und die Kinder die zum Ballett oder Theaterverein möchten werden massiv gesundheitlich geschädigt.

Da es sich hierbei auch im Innern um öffentliche Verkehrswege der Stadt Neuwied handelt, wird nicht nur das Eigentum der Eigentümergemeinschaft, sondern auch der Stadt Neuwied beschädigt. Der Imageschaden der Stadt ist enorm, da der Bereich öffentlich zugänglich ist.

Eine Wiederbelebung der Leerstände oder ein expandieren ansässiger Firmen und Vereinen ist dort derzeit UNDENKBAR!

04_ PROJEKTBE SCHREIBUNG

- a) Verantwortungsübernahme der Stadt
- b) Durchsetzen des Nichtraucher schutzes in der Passage am Schloss (Ähnlich Bahnhöfe oder Öffentliche Gebäude, andere Einkaufszentren)
- c) Regelmäßigere Reinigung der Arkaden und der öffentlichen Verkehrswege (SBN?)
- d) Nutzung der leerstehenden Schaufenster als Bindeglied und Verlängerung der Stadtgalerie
- e) Höhere Präsenz von Ordnungsamt und Polizei

05_ ZWECK / ZIELSETZUNG

Ziel ist es den Imageschaden für die Stadt zu minimieren, die Passage am Schloss wieder aufzuwerten um die Leerstände für künftige Käufer, Mieter oder Pächter, der Ladenlokale wieder interessant zu machen und ansässigen Betreibern, Vereinen und Firmen ein Überleben zu sichern und im Besten Fall ein expandieren zu ermöglichen.

06_ POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Der Unterschied zu anderen Leerständen ist, dass die Passage öffentlich zugänglich ist. Hier verlaufen sich nicht nur viele Neugierige, sondern auch Besucher des Ballettstudios, des Theatervereines und des Escape Games. Zählungen haben ergeben, dass es sich in den Kernzeiten um mehr als 5.000 Besucher im Monat handelt. Die gesamte Region (Engerserstraße über Kirchstraße bis Deichstraße) ist durch über 25 Leerstände schon jetzt massiv geschwächt. Ferner befinden sich in unmittelbarer Umgebung kulturelle Highlights wie die Stadtgalerie, der Deich, das Schloss und das Schärjer- und Prinz Max-Denkmal. Hier ist dringend Handlungsbedarf!

Ein Überleben der derzeitigen Mieter in der Schlosspassage ist zwingend notwendig, da diese auch die umliegende Gastronomie mit Gästen versorgen.

07_ UMSETZUNG

- Stadt muss als Motor und Impulsgeber gegenüber Eigentümern, Mieter, Pächtern, Polizei, Ordnungsamt und SBN ein wirkliches Interesse kommunizieren, die Passage am Schloss wieder aufwerten zu wollen und sich selbst, als auch die Eigentümer in die Pflicht nehmen, den Nichtraucher schutz in der Passage durchzusetzen.
- Einführen eines runden Tisches zwischen Mietern, Pächtern, Eigentümern und der Stadt Neuwied um aktuelle Missstände frühzeitig anzugehen.
- Präsenz von Ordnungsamt und Polizei vor allem in den Abendstunden erhöhen um Sachbeschädigungen und Ordnungsverstößen entgegenzuwirken.
- Stadt könnte sich bei Eigentümern der Schlossstraßen leerstände einmieten und dort die Schaufenster für aktuelle Ausstellungen der Stadtgalerie zu nutzen. Hierdurch können Besucher durch „anfüttern“ sich zusätzlich für die Stadtgalerie begeistern. Dieses würde die Arkaden massiv aufwerten.

Die Eigentümer sind in DIESEM Fall ALLE greifbare Neuwieder! Und die Stadt ist für ihren Teil des Eigentums (Öffentliche Verkehrsfläche) mit verantwortlich.

kurzfristig
noch in 2018

mittelfristig
in den nächsten 2 Jahren

langfristig
in den nächsten 5 Jahren

08_PROJEKTPARTNER

Die Stadt sollte hier Vorbild und Impulsgeber werden und mit den Eigentümern eine einvernehmliche Lösung finden. Dennoch wäre es gut auch die Stadtgalerie direkt miteinzubeziehen und an die Passage anzubinden. Da das Projekt „66 Minuten“ von Chamäleon sich ebenfalls enorm gut entwickelt, wäre es gut den Verein auch direkt an den Gesprächen zu beteiligen. Im Zuge dessen könnte gemeinsam mit anderen Künstlern versucht werden die Leerstände für Kunstprojekte interessant zu machen.

09_ENTSCHEIDER

- Der Oberbürgermeister
- Die Stadt als Eigentümer der öffentlichen Verkehrsfläche
- Die Eigentümergeinschaft der Passage am Schloss
- Das Stadtmarketing in Bezug auf die Anbindung der Stadtgalerie
- Ggf. Ordnungsamt, Bauordnungsamt und die Polizei (wegen steigendem Vandalismus)

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Ggf. Bauordnungsamt, Ordnungsamt

11_KOSTEN

Nein, es fallen KEINE Kosten an.

Eine Finanzierung ist nicht nötig, da keine Kosten entstehen. Denkbar wäre allerdings eine Möglichkeit der Finanzierung zu suchen um das Innere unter der Kuppel wenigstens teilweise zu renovieren.

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst und Kultur

Projektnummer:

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.

Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitungs- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_ PROJEKTTITEL

Belebung Heimathaus II Gebäude

02_ PROJEKTVERANTWORTLICHE

Ruth Solbach, Oliver Grabus, Klaus Kurz, Melanie Rinklake
Immobilienmanagement, Bauamt

03_ PROBLEMBESCHREIBUNG

Zu wenig Veranstaltungen in der Stadthalle

1. Als Veranstaltungsort nicht bekannt/schwer auffindbar im Netz
2. Bauliche Mängel:
 - Anlieferung Bühnenrampe
 - Garderoben (Künstler und Besucher)
 - Parken Veranstalter (Trucks, Nightliner etc.)

04_ PROJEKTBECHREIBUNG

1. Überprüfung baulicher Veränderung gemäß heutigem Standard
2. Ggf. Übernahme durch neuen Träger (GSG, SBN)

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

*Zu welchem Oberthema gehört das Projekt? - Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?
- Was genau soll erreicht werden? (aus Sicht des Auftragsgebers, aus Sicht der Zielgruppe*

1. Attraktivitätssteigerung Fremdanmietung
2. Erhöhung Auslastung

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Wie wirkt sich das Projekt auf die Neuwieder Innenstadt aus? - Wieso ist gerade dieses Projekt wichtig, um die Zukunft der Innenstadt positiv zu gestalten?

1. Erhöhung der Wahrnehmung von Neuwied als Veranstaltungsort
2. Generierung von Einnahmen:
 - Einkauf
 - Parken
 - Gastronomie
 - Erhöhung Übernachtungszahlen

07_UMSETZUNG

Bitte einordnen und kurz erläutern bzw. begründen (Max. 100 Wörter)!

kurzfristig
noch in 2018

mittelfristig
in den nächsten 2 Jahren

langfristig
in den nächsten 5 Jahren

08_PROJEKTPARTNER

Kann man an vorhandene Strukturen anknüpfen oder finden sich mögliche Projektpartner am runden Tisch (Verknüpfung zu anderen AGs, Fachkompetenzen bzw. Netzwerke einzelner Mitglieder des runden Tisches, etc.)? - Wer kann ggf. welche Hilfestellungen geben?

1. Fachleute aus Veranstaltungstechnik, Theater/Musical
2. Architektenwettbewerb

09_ENTSCHEIDER

Wer trifft zur Durchführung des Projektes relevante Entscheidungen? - Welche?

1. Immobilienmanagement
2. Bauamt
3. Fachausschüsse
4. Stadtrat

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Werden beispielsweise gesetzliche Vorschriften etc. berührt? - Welche? – Zuständigkeiten dritter Behörden?

1. Ordnungsamt (Lärm etc.)
2. Bauordnung
3. Brandschutz

11_KOSTEN*

Fallen bei der Umsetzung Kosten an? - Wofür?* - Wie hoch sind diese?**

Ja; für Modernisierung/bauliche Veränderung

Wer trägt die Finanzierung? - öffentlich / privat / gemischt / sonstiges - Gibt es potentielle Fördertöpfe?*

1. Kulturförderung
2. Fund Raising/Crowd Funding
3. Architektenwettbewerb
4. Fond Aktive Stadtzentren
5. Gründung eines Fördervereins

**Angaben möglich, sofern bereits bekannt*

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst und Kultur

Projektnummer:

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.

Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitung- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_PROJEKTTITEL

Belebung Heimathaus | Internet

02_PROJEKTVERANTWORTLICHE

Ruth Solbach, Oliver Grabus, Klaus Kurz, Melanie Rinklake
Immobilienmanagement, Presseamt, D. Ecker

03_PROBLEMBESCHREIBUNG

Darstellung der Stadthalle Heimathaus in der Öffentlichkeit

- veraltete Website (Stand 2013)
- unübersichtlich
- veraltete Informationen auf Portalen (Meine Stadt)

04_PROJEKTDESCHEIBUNG

Aktualisierung der Veranstaltungen, Bühnenbild, Bestuhlung
siehe Stadthalle Vallendar

<https://www.stadthalle-vallendar.de>

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

Zu welchem Oberthema gehört das Projekt? - Welche Zielgruppe soll angesprochen werden? - Was genau soll erreicht werden? (aus Sicht des Auftragsgebers, aus Sicht der Zielgruppe)

wir wollen Veranstalter, Bürger, Vereine fürs Heimathaus gewinnen

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Wie wirkt sich das Projekt auf die Neuwieder Innenstadt aus? - Wieso ist gerade dieses Projekt wichtig, um die Zukunft der Innenstadt positiv zu gestalten?

bessere Vermarktung des Heimathaus - Belebung der Innenstadt: mehr Umsatz durch Parken, für die Gastronomie, evtl. Restaurants

07_UMSETZUNG

Bitte einordnen und kurz erläutern bzw. begründen (Max. 100 Wörter)!

kurzfristig
noch in 2018

mittelfristig
in den nächsten 2 Jahren

langfristig
in den nächsten 5 Jahren

08_PROJEKTPARTNER

Kann man an vorhandene Strukturen anknüpfen oder finden sich mögliche Projektpartner am runden Tisch (Verknüpfung zu anderen AGs, Fachkompetenzen bzw. Netzwerke einzelner Mitglieder des runden Tisches, etc.)? - Wer kann ggf. welche Hilfestellungen geben?

AG Image, Pressebüro der Stadt Neuwied

09_ENTSCHEIDER

Wer trifft zur Durchführung des Projektes relevante Entscheidungen? - Welche?

Pressebüro der Stadt Neuwied, Stadtmarketing, Immobilien Marketing

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Werden beispielsweise gesetzliche Vorschriften etc. berührt? - Welche? – Zuständigkeiten dritter Behörden?
nicht bekannt

11_KOSTEN*

Fallen bei der Umsetzung Kosten an? - Wofür?* - Wie hoch sind diese?**

KEINE zusätzlichen Kosten

Wer trägt die Finanzierung? - öffentlich / privat / gemischt / sonstiges - Gibt es potentielle Fördertöpfe?*

**Angaben möglich, sofern bereits bekannt*

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst & Kultur

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.

Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitung- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_PROJEKTTITEL

„End of Summer-Wochen“ im Schloßpark Neuwied

02_PROJEKTVERANTWORTLICHE

Stadtmarketing, diverse Künstler, AG Kunst & Kultur sowie andere ehrenamtliche Helfer, ansässige Kulturvereine etc.

03_PROBLEMBESCHREIBUNG

Der Schloßpark wird trotz guter Rahmenbedingungen (wie z.B. seiner Lage am Rhein) nicht als Veranstaltungsort genutzt. Auch hinsichtlich einer längerfristigen Steigerung der Nutzung als Aufenthaltsort besteht noch Optimierungspotenzial hinsichtlich der Attraktivität.

Es besteht außerdem keine wirkliche Verbindung oder ein einheitlich strukturierter Weg zum Deichvorgebiet oder der Innenstadt. Zudem ist der Park sehr schlecht – insbesondere von den öffentlichen Parkplätzen aus- ausgeschildert.

04_PROJEKTbeschreibung

In den letzten zwei August- und den ersten beiden Septemberwochen würden in dem Zeitraum dieser vier Wochen verschiedene Events im Schloßpark angeboten. Am ersten und letzten Wochenende sollte jeweils eine größere Veranstaltung (Grand Opening / Closing) stattfinden, wohingegen an den übrigen Tagen auch kleine Aktionen mit weniger Aufwand durchgeführt werden.

Beispiele für mögliche Programmpunkte in diesem Rahmen wären: interkulturelle Wochen bzw. einzelne Kulturtage, Streetfood-/Craft-Festival, Slackline/Trampolin/Parkour, temporäre Sportfelder/Basketballkörbe, Kreativ-Workshops, Klang- und Lichtinstallationen, offene Bühne etc.

Als ständige Aktion stellen wir uns über die Zeit eine große Chill-Out-Area mit Sitzsäcken, Green-Seats, Palettenmöbel u.ä. vor, sowie unbedingte Ausstattung mit Hotspot und Ladestation.

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

Mit diesem Projekt sollen alle Altersklassen, alle sozialen Schichten und auch Menschen mit Migrationshintergrund angesprochen werden. Ziel soll es sein, den Schloßpark langfristig und konstant attraktiver zu machen, sowohl als Aufenthalts- als auch Veranstaltungsort. Es soll ein neuer fester Treffpunkt in Neuwied etabliert werden.

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Durch die Belebung des Schloßparkes ist es auch möglich wieder mehr Menschen in die Innenstadt zu bringen. Dies ist insbesondere durch eine Wegführung von den Parkplätzen (evtl. auch über die Goethe-Anlagen und das Deichvorgebiet) möglich, in dem Besucherströme bewusst gelenkt werden. Dieser Weg könnte bspw. mit bestimmten Blumen gesäumt werden und so Aufmerksamkeit erregen. Durch ein ständiges Angebot und die dadurch erhöhte Frequenz an Publikum könnte man auch dauerhaft wieder mehr Leute erreichen.

07_UMSETZUNG

kurzfristig
noch in 2018

mittelfristig
in den nächsten 2 Jahren

langfristig
in den nächsten 5 Jahren

Es bedarf einer längeren Vorbereitungsphase, da es viele verschiedene einzelne Aktionen und Events sind, die geplant werden müssten.

Kurzfristig wäre die Einrichtung einer Chill-Out-Area mit Hot-Spot und Lade-Station denkbar.

08_PROJEKTPARTNER

Alle anderen Arbeitsgruppen (außer „Gebäude + Wohnen“)

09_ENTSCHEIDER

Stadt und Politik

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Werden beispielsweise gesetzliche Vorschriften etc. berührt? - Welche? – Zuständigkeiten dritter Behörden?

11_KOSTEN*

Fallen bei der Umsetzung Kosten an? - Wofür?* - Wie hoch sind diese?**

nicht bestimmbar

Wer trägt die Finanzierung? - öffentlich / privat / gemischt / sonstiges - Gibt es potentielle Fördertöpfe?*

**Angaben möglich, sofern bereits bekannt*

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst und Kultur
Projektnummer:

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.
Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitung- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_PROJEKTTITEL be creative : Kreativmesse Neuwied
02_PROJEKTVERANTWORTLICHE Aussteller von Kreativartikeln, Frau Hofmann (Frl. Kunterbunt = insbesondere zur Kontaktherstellung zu den Ausstellern), Stadtmarketing und Aktionsforum Neuwied (Bewerbung), regionale und international tätige Künstler, Kulturpädagogen, AG Kunst & Kultur sowie andere ehrenamtliche Helfer, ansässige Kulturvereine, Bands, lokale Händler und Dienstleister (Organisation und Durchführung), AG Gebäude und Wohnen (zur Verwendung und Bereitstellung von Räumen)
03_PROBLEMBESCHREIBUNG In der Neuwieder Innenstadt gibt es wenige größere und regelmäßig stattfindende kulturelle Angebote und Einkaufsmöglichkeiten, die sich insbesondere an Kunst und Kultur Interessierte aller Altersgruppen richten. Aufgrund dieses Mangels fahren viele von ihnen in die angrenzende Region Köln/Bonn oder kaufen online ein. Zudem gibt es kaum Ausstellungsraum/ Präsentationsflächen für Künstler und Designer.
04_PROJEKTDESCHEIBUNG Im frühen Herbst (z. B. September 2019) möchten wir eine mehrtägige Kreativmesse in Neuwied veranstalten, die in Zukunft einmal jährlich wiederholt wird. Dazu werden professionelle Aussteller von Kreativartikeln geladen, ein Mädchenflohmarkt organisiert, finden DIY Workshops zu verschiedenen Themen und Techniken statt (Textil-, Möbeldesign, Schmuck DIY), Workshops für verschiedene Altersklassen zu Malerei, Zeichnung, Fotografie, Film, Bildhauerei, etc, Modeschauen und Fotoshootings mit lokalen Modeunternehmen und echten Kunden statt. Lokale Friseure, Nagelstudios kooperieren dazu mit den Fotografen und Modeunternehmen. Regionale und international tätige Künstler aus den Bereichen Malerei, Fotografie, Zeichnung, Film und Bildhauerei sowie aufstrebende Designer aus der Textil und Möbelbranche erhalten auf dem Luisenplatz in labyrinthartig aufgebauter Form temporäre Räume (aus Platten) im öffentlichen Bereich zur Verfügung gestellt, in der sie innerhalb von zwei Tagen den Raum mit ihrem Können individuell gestalten können. (LivePaintings, mobile Kunstlabore etc).

Zugänglichkeiten und Fluchtwege haben dabei höchste Priorität. Im Inneren des Labyrinths befindet sich eine Chillout Lounge zum Austausch und zur Vernetzung. Die Messe wird mit Music Acts abgerundet. Dieses Event lässt sich sehr gut mit dem Projektantrag zu KKPower: Kunst und Kultur gegen Leerstand kombinieren: Leerstände können als temporäre Ateliers für Live Paintings genutzt werden und später in wechselnder Form Präsentationsfläche bieten.

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

Mit diesem Projekt sollen alle Altersklassen und alle sozialen Schichten und auch Menschen mit Migrationshintergrund angesprochen werden. Ziel soll es sein, die Innenstadt mit der Messe sowie mit dem Bespielen der Leerstände langfristig und konstant attraktiv zu gestalten (neue Nutzung der Leerstände, Belebung der Innenstadt, kulturelle Punkte in verschiedenen Teilen der Stadt) Wachsendes und stetiges Interesse für Kunst und Kultur, sowie generationenübergreifender Austausch soll etabliert werden.

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Wir steigern die Attraktivität der Innenstadt durch künstlerische, wechselnde Gestaltung (Leerstände), bieten Kunstaktiven und Interessenten die Möglichkeit zum Austausch und zur Vernetzung (LivePaintings, temporäre Ateliers). Dadurch werden Besucherströme größer und kommen konstant in die Innenstadt, kreative, attraktive Unternehmen und Marken können sich vor Ort etablieren, profitieren von der Aufmerksamkeit, die die Kunst erzeugt.(z. B. Kreativ- und Künstlerbedarf, Modemarken) Vor allem auch vorhandene Händler und Dienstleisterstrukturen (Friseure, Nagelstudios, Fotografen, Modegeschäfte etc.) profitieren enorm durch die gemeinsamen Aktionen, ebenso die ansässigen Gastronomen. Mit speziellen Rabatt Aktionen kann eine erhöhte Kundenbindung erzeugt werden und somit die Frequenz in Neuwied gesteigert werden.

07_UMSETZUNG

kurzfristig

noch in 2018

mittelfristig

in den nächsten 2 Jahren

langfristig

in den nächsten 5 Jahren

Es bedarf der Vorbereitung von circa einem Jahr um das Vorhaben umzusetzen (Ansprache und Einbindung von Kreativausstellern, Einbinden von regionalen Händlern und Gastronomen und Sponsoren, Organisation Mädchenflohmkt, Organisation der Künstler und Workshopleiter., Bewerbung, Ansprache der Besitzer der Ladenlokale etc.)

08_PROJEKTPARTNER

Kann man an vorhandene Strukturen anknüpfen oder finden sich mögliche Projektpartner am runden Tisch (Verknüpfung zu anderen AGs, Fachkompetenzen bzw. Netzwerke einzelner Mitglieder des runden Tisches, etc.)? - Wer kann ggf. welche Hilfestellungen geben?

Ja, wie bereits unter Punkt 2 beschrieben können wir die Fachkompetenzen von allen AGs einbinden um Neuwied attraktiver , lebendiger und künstlerisch aktiver zu gestalten. Insbesondere die AGs Gebäude und Wohnen, Handel und Gastronomie, Image und Werbung, Stadtmarketing Neuwied, Aktionsforum Neuwied. An vorhandene Netzwerke können wir auch anknüpfen, da wir selbst viele regionale und international professionelle Künstler aus der Kunst und Musikszene kennen und einbinden können. Frau Hofmann kann ihre Kontakte zu Kreativausstellern einbringen.

09_ENTSCHEIDER

Wer trifft zur Durchführung des Projektes relevante Entscheidungen? - Welche?

Stadt und Politik, Besitzer der Ladenlokale über Flächennutzungen

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Zuständigkeiten liegen bei der Stadt und bei den Vermietern

11_KOSTEN*

Bisher nicht bekannt

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

Name der AG: Kunst und Kultur
Projektnummer

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.
Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitung- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_PROJEKTTITEL

Kurzer, prägnanter Name des Projektes

Kreativmesse Neuwied

02_PROJEKTVERANTWORTLICHE

Wer arbeitet mit? - Wer sollte noch mitarbeiten? - In welcher Funktion?

Aussteller von Kreativartikeln, Stadtmarketing und Aktionsforum Neuwied (Bewerbung), künstlerisch interessierte Kitas, Schulen, Vereine, regionale und international tätige Künstler, Kulturpädagogen, AG Kunst & Kultur sowie andere ehrenamtliche Helfer, ansässige Kulturvereine, , DJs, lokale Händler (Organisation und Durchführung) Vermieter von Ladenlokalen, (AG Gebäude und Wohnen zur Verwendung und Bereitstellung von Räumen) AG Sauberkeit und Sicherheit, Stadtbauamt

03_PROBLEMBESCHREIBUNG

Max. 100 Wörter

In der Neuwieder Innenstadt gibt es wenige größere und regelmäßig stattfindende kulturelle Angebote und Einkaufsmöglichkeiten, die sich insbesondere an Kunst und Kultur Interessierte aller Altersgruppen richten. Aufgrund dieses Mangels fahren viele von ihnen in die angrenzende Region Köln/Bonn.

Zudem gibt es kaum Ausstellungsraum/ Präsentationsflächen für regionale Künstler.

04_PROJEKTBECHREIBUNG

Max. 250 Wörter

Im frühen Herbst (September 2019 möchten wir ein dreitägiges Urban Art Festival in Neuwied veranstalten, das in Zukunft einmal jährlich wiederholt wird. Dazu werden regionale und international tätige professionelle Künstler sowie Newcomer eingeladen in LivePaintings (auf großen Platten) und bei der Gestaltung von Häuserfassaden der Innenstadt (in Vereinbarung mit den Besitzern) ihr Können zu zeigen. Gekoppelt daran finden Workshops zu verschiedenen Street Art und Graffiti Themen für alle Altersgruppen statt (T-Shirt Stencils, Zeichnen, Grundlagen und Fortgeschrittenen Workshops, Eltern-Kind, Jugendliche, Erwachsene, Senioren, auch generationsübergreifend). Sicheres und absolut legales Arbeiten steht bei allem im Vordergrund und wird entsprechend vermittelt. Das Festival wird mit DJs, Music Live Acts, Street Food und Catering von

regionalen Unternehmen sowie regionalen und international bekannten Künstlern abgerundet. Breakdance und moderner Street Tanz kann von den ansässigen Tanzschulen eingebunden werden, auch hier sind Workshops für alle Altersklassen hervorragend möglich. 1-2 Autos, die von lokalen Firmen zur Verfügung gestellt werden können im Airbrush Live Painting gestaltet und anschließend mit Mehrwert versteigert werden. Um kunstinteressierten Menschen in Neuwied legale Möglichkeiten zu geben auch über das Festival hinaus kreativ in den Bereichen der Urban Art tätig zu sein, möchten wir gekoppelt an das Festival eine Hall of Fame (legale Fläche zum Gestalten) in Neuwied etablieren (geeignete Flächen sind z. B. in der Nähe vom Industriegebiet zu finden). Hier können vor Ort mehrmals im Jahr Treffen für gemeinsames künstlerisches Schaffen und Austausch stattfinden. Ein Imbiss/Kiosk könnte sich hier ansiedeln. Kunstwerke, die beim Festival als auch an der Hall of Fame entstehen können in Leerständen der Stadt in wechselndem Rhythmus ausgestellt werden. Leerstände können als temporäre Ateliers für Live Paintings genutzt werden.

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

Zu welchem Oberthema gehört das Projekt? - Welche Zielgruppe soll angesprochen werden? - Was genau soll erreicht werden? (aus Sicht des Auftragsgebers, aus Sicht der Zielgruppe)

Max. 100 Wörter

Mit diesem Projekt sollen alle Altersklassen (insbesondere jüngere aber auch der generationsübergreifende Austausch), alle sozialen Schichten und Menschen mit Migrationshintergrund angesprochen werden. Ziel soll es sein, die Innenstadt mit dem Festival (und den Ergebnissen) sowie mit der Hall of Fame langfristig und konstant attraktiv zu gestalten (neue Nutzung der Leerstände, Belebung der Innenstadt, kulturelle Punkte in verschiedenen Teilen der Stadt) sowohl als Aufenthalts- als auch kultureller Veranstaltungsort. Mit der attraktiven und wechselnden Gestaltung verschiedener Häuserfassaden kann sich ein konstanter Tourismus für Urban Art entwickeln. Wachsendes und stetiges Interesse für Kunst und Kultur, sowie generationenübergreifender Austausch soll etabliert werden.

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Wie wirkt sich das Projekt auf die Neuwieder Innenstadt aus? - Wieso ist gerade dieses Projekt wichtig, um die Zukunft der Innenstadt positiv zu gestalten?

Max. 100 Wörter

Kunst und gerade Urban Art hat den großen Vorteil für alle Generationen und alle sozialen Schichten öffentlich zugänglich zu sein. Wir steigern die Attraktivität der Innenstadt durch künstlerische, wechselnde Gestaltung (Leerstände und Fassaden), bieten Kunstaktiven und Interessenten die Möglichkeit zum Austausch und zur Vernetzung (LivePaintings, temporäre Ateliers). Dadurch werden Besucherströme jünger und kommen konstant in die Innenstadt, junge, attraktive Unternehmen und Marken können sich vor Ort etablieren, profitieren von der Aufmerksamkeit, die die Kunst erzeugt. (Street Wear, Street Food, Kreativ- und Künstlerbedarf) Das Stadtbild wird Anziehungspunkt für kulturellen Tourismus.

07_UMSETZUNG

Bitte einordnen und kurz erläutern bzw. begründen (Max. 100 Wörter)!

kurzfristig

mittelfristig

langfristig

noch in 2018

in den nächsten 2 Jahren

in den nächsten 5 Jahren

Es bedarf der Vorbereitung von circa einem Jahr um das Vorhaben umzusetzen (Anwerben von Sponsoren und Antragsstellung von Fördermitteln, Einbinden von regionalen Händlern und Gastronomen, Organisation der Materialien und der Künstler, Finden geeigneter Flächen für die Fassadengestaltung und der Hall of Fame, etc., Bewerbung etc.)

08_PROJEKTPARTNER

Kann man an vorhandene Strukturen anknüpfen oder finden sich mögliche Projektpartner am runden Tisch (Verknüpfung zu anderen AGs, Fachkompetenzen bzw. Netzwerke einzelner Mitglieder des runden Tisches, etc.)? - Wer kann ggf. welche Hilfestellungen geben?

Ja, wie bereits unter Punkt 2 beschrieben können wir die Fachkompetenzen von allen AGs einbinden um Neuwied attraktiver, lebendiger und künstlerisch aktiver zu gestalten. Insbesondere die AGs Gebäude und Wohnen, Handel und Gastronomie, Image und Werbung, Sicherheit und Sauberkeit, Stadtmarketing Neuwied, Aktionsforum Neuwied. An vorhandene Netzwerke können wir auch anknüpfen, da wir selbst viele regionale und international professionelle Künstler aus der Kunst und Musikszene kennen und einbinden können.

09_ENTSCHEIDER

Wer trifft zur Durchführung des Projektes relevante Entscheidungen? – Welche?
Stadt und Politik, Besitzer der Fassaden und Ladenlokale über Flächennutzungen

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Werden beispielsweise gesetzliche Vorschriften etc. berührt? - Welche? – Zuständigkeiten dritter Behörden?

Zuständigkeiten liegen dafür bei Stadt und Politik, Vermieter entscheiden über Flächen

11_KOSTEN*

*Fallen bei der Umsetzung Kosten an? - Wofür? - Wie hoch sind diese?**

Durch unser bereits gut ausgebautes Netzwerk und die Anwerbung von Sponsoren lokaler und spezieller Unternehmen kann ein hoher Bedarf an Materialkosten gedeckt werden. Zudem würden viele der Künstler, die ihre Kunst live vor Ort präsentieren können honorarfrei arbeiten, wenn es entsprechend gut beworben wird und sie diese Veranstaltung werbewirksam für sich einsetzen können (neue Kontakte knüpfen, neue Aufträge generieren) und die Fassadengestaltung als Profilreferenzen angeben können.

Wer trägt die Finanzierung? - öffentlich / privat / gemischt / sonstiges - Gibt es potentielle Fördertöpfe?

Gemischte Finanzierung: Öffentliche Förderung, Private durch Mitglieder des Aktionsforums (Herr Becker, Herr Becher, Herr Germandi etc), Sponsoring durch regionale Unternehmen (z. B. Bauhaus) und Montana cans, one tag (Hersteller von Künstlerfarben)
Fördermöglichkeiten: Fonds Soziokultur, Fördermittel des Kultursommers RLP, Fördermittel der Stiftung Mercator, Robert-Bosch-Stiftung, Sparkasse, Deutsche Bank, VR Bank

**Angaben möglich, sofern bereits bekannt*

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst und Kultur
Projektnummer:

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind.
Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitungs- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_ PROJEKTTITEL

Sport und Bewegung

02_ PROJEKTVERANTWORTLICHE

AG Kunst und Kultur

Noch mit einzubeziehen: Sportvereine, Fitnessstudios, öffentliche Hand, Förderwillige

03_ PROBLEMBESCHREIBUNG

Sport zur Gesunderhaltung ist inzwischen bei der Bevölkerung weit verbreitet.

Die öffentlichen Sportanlagen in der Innenstadt sind kaum vorhanden bzw. in schlechtem Zustand (Bspw. Raiffeisenstadion oft gänzlich geschlossen, Laufbahn uneben, vermoost und nach Regen tagelang nicht nutzbar, da Wasser nicht abläuft).

Möglichkeiten des öffentlichen Gemeinschaftssports/Bewegungsangebote fehlen gänzlich. Zudem werden die örtlichen Vereine und deren Veranstaltungen kaum beworben (Neuwied hat vielfältigen und zum Teil sogar Spitzensport zu bieten)

04_ PROJEKTBECHREIBUNG

Die aufgeführten Probleme können durch vielfältige Maßnahmen verbessert werden.

Insbesondere zählen hierzu:

- *Verbesserung des Zustands vorhandener Sportanlagen*
- *Kostengünstige, zeitgemäße und nachhaltige Neuanschaffungen wie z.B. Fitness-Rack, Trimm-Dich-Pfad nach Vorbild Koblenz oder Bad Ems im Schlosspark bzw. Deichgelände, Stadtgeschichtlicher Spaziergang durch Neuwied mit Plakat-Stationen*

- Kooperation mit Vereinen und Fitnessstudios suchen als Win-Win Situation: Studios und Vereine können Sportangebote für die Öffentlichkeit regelmäßig für Teilnehmer kostenlos anbieten (z.B. Kursangebot im Schlosspark oder öffentlichkeitswirksam auf dem Luisenplatz).
- Sportvereinen aktiv die Möglichkeit bieten, sich auf dem Luisenplatz vorzustellen (Vorführungen oder interaktives Training)
- Evtl. Unterstützung eines Vereins bei einer Wettkampfaustragung in der Innenstadt (So gesehen: ein Beachvolleyballturnier in der Limburger Innenstadt)
- Bewerben von Vereinsveranstaltungen über die städtischen Informationswege (Facebook etc.)

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

Das Projekt soll jeden Bürger und Besucher Neuwieds ansprechen. Jeder Sportgeneigte soll motiviert werden, auf vielfältigem Wege in Bewegung zu kommen, zu bleiben oder zu verfolgen.

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Angenommene Sportangebote und Veranstaltungen in der Innenstadt bewirken eine sehr angenehme Wahrnehmung der Innenstadt („Es tut sich was“). Eine Belebung sowie Verbesserung des Images ist dadurch selbstverständlich.

Zudem können Besucher durch z.B. einen Geschichtsspaziergang Neuwied selbst aktiv erleben aber auch Einheimische ihr Wissen bewegt verbessern.

07_UMSETZUNG

Bitte einordnen und kurz erläutern bzw. begründen (Max. 100 Wörter)!

kurzfristig
noch in 2018

mittelfristig
in den nächsten 2 Jahren

langfristig
in den nächsten 5 Jahren

Viele der angesprochenen Maßnahmen lassen sich zeitnah und mit wenig Aufwand umsetzen. So wäre es z.B. schon in diesem Sommer möglich, regelmäßig Sportvereinen in der Innenstadt ein Forum ihrer Aktivitäten zu bieten.

Maßnahmen, die mit Anschaffungen bzw. Sanierungen verbunden sind können mittelfristig umgesetzt werden.

08_PROJEKTPARTNER

Wie bereits beschrieben, sind Sportvereine und auch Fitnessstudios potentielle Partner des Projekts. Aber auch Förder- und Verschönerungsvereine könnten hilfreiche Partner werden.

09_ENTSCHEIDER

Die Entscheidungshoheit liegt augenscheinlich in allen Fällen bei der Stadt Neuwied

10_RAHMENBEDINGUNGEN

s.o.

11_KOSTEN*

*Die angesprochenen Kooperationsprojekte sollen kostenneutral stattfinden.
Sanierungen und Neuanschaffungen bedürfen einem finanziellen Aufwand, welcher bei sorgfältiger Planung jedoch nicht aus dem Ruder laufen muss.*

Förderungen für sportliche Neuanschaffungen wären u.a. vom Landessportbund bzw. der Sportjugend zu erhalten.

**Angaben möglich, sofern bereits bekannt*

NETZWERK INNENSTADT

Projektbeschreibung der Lösungsvorschläge



neuwied
NETZWERK INNENSTADT

AG Kunst und Kultur
Projektnummer:

Füllen Sie das folgende Projektblatt aus und überprüfen Sie gemeinsam mit der gesamten Arbeitsgruppe, ob die einzelnen Punkte treffend beschrieben sind. Die Projektbeschreibung dient der öffentlichen Vorstellung und der Projektdokumentation sowie als weitere Bearbeitung- und Entscheidungsgrundlage. **Daher sollten die Inhalte ausformuliert werden.**

01_PROJEKTTITEL

Brunnen am neu gestalteten Marktplatz als Roentgen Brunnen gestalten

02_PROJEKTVERANTWORTLICHE

Ruth Solbach Gruppe Kultur und Kunst

03_PROBLEMBESCHREIBUNG

**Die Manufaktur Roentgen ist weltweit bekannt, die Möbel stehen in den bedeutenden Museen der Welt
Neuwied sollte das mehr herausstellen**

04_PROJEKTbeschreibung

Mit dem Brunnen am neu gestalteten Marktplatz auf den großen Bürger unserer Stadt hinweisen

05_ZWECK / ZIELSETZUNG

Bewusstbarmachen auf Roentgen nicht nur im Museum

06_POSITIVE EFFEKTE IM BEZUG AUF DIE NEUWIEDER INNENSTADT

Wie wirkt sich das Projekt auf die Neuwieder Innenstadt aus? - Wieso ist gerade dieses Projekt wichtig, um die Zukunft der Innenstadt positiv zu gestalten?

Max. 100 Wörter

07_UMSETZUNG

Bitte einordnen und kurz erläutern bzw. begründen (Max. 100 Wörter)!

kurzfristig

noch in 2018

mittelfristig

in den nächsten 2 Jahren

langfristig

in den nächsten 5 Jahren

08_PROJEKTPARTNER

Kann man an vorhandene Strukturen anknüpfen oder finden sich mögliche Projektpartner am runden Tisch (Verknüpfung zu anderen AGs, Fachkompetenzen bzw. Netzwerke einzelner Mitglieder des runden Tisches, etc.)? - Wer kann ggf. welche Hilfestellungen geben?

09_ENTSCHEIDER

Wer trifft zur Durchführung des Projektes relevante Entscheidungen? - Welche?

Alle die mit dem neuen Marktplatz beschäftigt sind als Ergänzung

10_RAHMENBEDINGUNGEN

Werden beispielsweise gesetzliche Vorschriften etc. berührt? - Welche? – Zuständigkeiten dritter Behörden?

11_KOSTEN*

Fallen bei der Umsetzung Kosten an? - Wofür?* - Wie hoch sind diese?**

Wer trägt die Finanzierung? - öffentlich / privat / gemischt / sonstiges - Gibt es potentielle Fördertöpfe?*

**Angaben möglich, sofern bereits bekannt*