

VORLAGE

Nr. 4/25/2021

für die 25. ordentliche, öffentliche Sitzung des Stadtrates der Stadt Hohenstein-Ernstthal am 23. November 2021

-
1. Gegenstand der Vorlage: Bestätigung des Finanzierungsplans zum Projektantrag „Aufwärts in HOT“ zur Fördermaßnahme „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren im Förderbereich Innenstadtprogramm“
2. Einbringer: Oberbürgermeister
3. Gesetzliche Grundlage: Sächsische Gemeindeordnung (SächsGemO), Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat
4. Bereits gefasste Beschlüsse: Beschluss 1/18/2021 vom 30.03.2021: Haushaltssatzung und Haushaltsplan für die Haushaltsjahre 2021 und 2022
5. Finanzielle Auswirkungen: Mehraufwendungen im HH-Jahr 2022; Neuveranschlagung in den HH-Jahren 2023-2025 in den jeweiligen Haushaltsplänen; benötigte Eigenanteile 2022 bis 2025 126 T€
6. Sprecher: Oberbürgermeister, Herr Kluge
7. Abgestimmt mit: Verwaltungsausschuss am 11.11.2021
8. Änderungen: /
9. Zusatzverteiler: GMA – Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, NL Dresden
-

Beschlussvorschlag:

Der Stadtrat Hohenstein-Ernstthal nimmt den Finanzierungsplan der in Zusammenarbeit mit der GMA - Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Niederlassung Dresden, erstellten Projektskizze „Aufwärts in HOT“ zur Fördermaßnahme „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren im Förderbereich Innenstadtprogramm“ vom 15.09.2021 zur Kenntnis und bestätigt die Bereitstellung des Kommunalen Eigenanteils wie folgt:

Jahr	Finanzbedarf (€)	Deckungsmöglichkeit
2022	38.000,00	Finanzierung erfolgt durch Einsparungen innerhalb des Budgets
2023	45.500,00	Einstellung in Doppelhaushalt 2023/2024 einschl. Finanzplan
2024	26.250,00	Einstellung in Doppelhaushalt 2023/2024 einschl. Finanzplan
2025	16.666,67	Einstellung in Doppelhaushalt 2025/2026


Kluge
Oberbürgermeister 

Begründung/Sachverhalt:

Ende Juli 2021 wurde vom Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat ein Projektaufruf „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ veröffentlicht. Städte und Gemeinden wurden aufgerufen, bis zum 17.09.2021 Projektvorschläge für innovative Konzepte und Handlungsstrategien zur Stärkung der Resilienz und Krisenbewältigung zu unterbreiten. Für die Ausarbeitung eines solchen Projektvorschlages für die Innenstadtbelebung in Hohenstein-Ernstthal wurde das Angebot der GMA (Gesellschaft für Markt und Absatzforschung mbH, Niederlassung Dresden), welche bereits 2015 das Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hohenstein-Ernstthal erarbeitet hat, genutzt. Dank der kompetenten Unterstützung durch die GMA konnte am 15.09.2021 eine entsprechende Projektskizze (siehe Anlage 1) im Rahmen des Interessenbekundungsverfahrens beim Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) eingereicht werden. Bisher liegt noch keine Aussage vor, ob unser Projekt als förderwürdig eingestuft wurde.

Der Finanzierungsplan zur Projektskizze (Anlage 2) sieht im Projektzeitraum 2022 bis 2025 Ausgaben in Höhe von insgesamt 505.666,66 € vor, bei einer Förderquote von 75% liegt der kommunale Eigenanteil bei 125.166,67 €.

Falls unsere Interessenbekundung angenommen wird, ist innerhalb von 4 Wochen der konkrete Antrag beim Zuwendungsgeber einzureichen. Dieser Antrag muss auch einen Stadtratsbeschluss zur Bereitstellung des kommunalen Eigenanteils enthalten. Dieser Beschluss soll hiermit gefasst werden.

SKI Vorhabenbezogene Daten**V00 Projektbeschreibung****Projekttitel**

V05 Aufwaerts-in-HOT

Projektthema <0100>

V06 Die ehemals berühmte, ungewöhnlich steile Geschäftsstraße Weinkellerstraße in der Karl-May-Stadt und den angrenzenden Straßen um die Dresdner Straße soll mit neuen Ideen zum alten Glanz geführt werden. Dazu soll es wieder auf der längsten steilsten Einkaufsstraße Mitteldeutschlands aufwärts gehen.

Kurzbeschreibung**Kurzbeschreibung des Projekts**

Der anhaltende Strukturwandel im Einzelhandel - noch verstärkt durch die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie - hat in den vergangenen Jahren für zunehmende Leerstände auf der Weinkellerstraße und der weiteren Innenstadt in Hohenstein-Ernstthal gesorgt. Zur Beseitigung dieser Probleme wird ein lebendiges Handlungskonzept mit kreativen Maßnahmen, Gestaltungselementen, neuen Nutzungen und Veranstaltungsformaten insbesondere für diese Straße, aber auch angrenzende Bereiche in der Innenstadt entwickelt.

Durch die Erarbeitung und Kombination von modellhaften, strategischen Konzepten, investiven und nichtinvestiven Projekten, tourismusstarken Aktionen sowie mit umfassender Beteiligung von Akteuren und Öffentlichkeitsarbeit soll die Weinkellerstraße eine dauerhafte Belebung, Attraktivitätssteigerung und Aufwertung erfahren. Während der Projektlaufzeit sollen auch über die zentralen innerstädtischen Funktionen Handel, Wohnen und öffentlicher Raum hinaus neue Ansätze zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Leerstands-beseitigung und -vermeidung erdacht werden. Der öffentliche Raum soll als Aktionsplattform verstanden und von Akteuren genutzt werden.

Dazu ist eine umfassende Konzept- und Strategieentwicklung mit Beratungsunternehmen, Verkehrsplanern, Architekten, Künstlern u. a. sowie die Beteiligung von Akteuren (Händler, Eigentümer, Bürger, Vereine, Kinder und Jugendliche, Touristen, Stadtverwaltung etc.) geplant. Das strategische Konzept soll die Entwicklung der Weinkellerstraße im Zusammenspiel aus verschiedensten Blickwinkeln analysieren - denkbare Schlagworte, die weiter durch Beteiligung von Akteuren ergänzt und besprochen werden sollen: steile Straße - Gehwege - neue Mobilität - Fitnessparcour - Glanz - Kunst - Fassaden - Schaufenster/Schausteller - Stadtmobiliar - Grüngestaltung - Karl May - Spielgeräte - Farbgestaltung - von Leer- zu Lehrräumen - Handel, Gewerbe und Dienstleistung - Digitalisierung - Wohnen - öffentliche Plätze - Verwellen - Händlernetzwerk - ...

Ideen und Ansätze von Akteuren sind ausdrücklich erwünscht und sollen in verschiedenen analogen und digitalen Beteiligungsstrategien (Runde Tische, Umfragen, Crowdmapping etc.) gesammelt, besprochen und durchdacht werden. Dabei soll es auch möglich sein, neuartige Ansätze und Ideen während der Konzeptentwicklung zu erproben und die Ergebnisse in das Konzept einzubeziehen, um eine bestmögliche und funktionierende Handlungsstrategie für die zukünftige Entwicklung zu finden.

Inhalte und Ziele des Projekts im Überblick

Inhalte und Ziele des Projekts im Überblick

Ziel ist es, ein strategisches, erprobtes, „lebendiges“ Handlungskonzept für die Weinkellerstraße zu erarbeiten, welches sich durch aktive Akteursbeteiligung auszeichnet und damit Grundlagen schafft, dass die Bausteine gewünscht, akzeptiert und schließlich umgesetzt werden.

Eine Steigerung der Aufenthaltsqualität, der (touristischen) Attraktivität und eine Stabilisierung des Stadtkerns soll nicht nur konzeptionell erarbeitet werden. Qualifizierte Ideen und Konzeptionen, die Beteiligung der Akteure und das exemplarische Umsetzen neuartiger Ansätze und Ideen während der Konzeptphase sollen zeigen, was zukunftsträchtig ist.

Ob die Straße in Pink oder Regenbogenfarben wie in Reykjavik gestrichen wird, ob die Händler sich zu regelmäßigen Motto-Straßenfesten aktivieren, ob Vereine Mitmach-Aktionen und Schnitzeljagden veranstalten, ob ein autofreier Bereich entsteht - die Gedanken sind offen und mit konkreten Ansätzen zu füllen. Die Akteure sollen bewusst über langfristige Kooperationen und Netzwerke ein Konzept aufbau-en, um die Weinkellerstraße als vielfältigen Lebens- und Erlebnisraum zu gestalten.

Dabei liegt der Fokus des „lebendigen“ Handlungskonzeptes auf den folgenden Bereichen:

- Wiederbelebung von Schlüsselimmobilien, mikro-/makroökonomische Analysen, Projektentwicklung mit drei bis vier Pop-Up-Stores, farblich und künstlerisch gestaltet, zentral vermarktet
- optische, künstlerische Straßengestaltung mit Magnetwirkung, Diskussion Konzept Verkehrsberuhigung bzw. Fußgängerzone und Belegung öffentlicher Flächen mit neuen Nutzungen (Begrünung, Gastronomie, Ausstellungen etc.)
- Entwicklung von Projekten/Ereignissen mit gesamtstädtischer und touristischer Anziehungskraft
- Etablierung eines Gewerbe- und Händlernetzwerkes
- Installation eines City-Managements (Kümmerer)
- Installation eines digitalen Leerstandsmanagements / Nachfolgebörse

Ausgangssituation

Ausgangssituation

Hohenstein-Ernstthal ist Mitglied im Verein „FreundInnen der europäischen Kulturhauptstadt 2025“. Damit erwachsen auch für die innerstädtische Belebung neue Anforderungen. Kultur, Flair, Kunst, Atmosphäre, Leben in der Stadt – wie für alle anderen kleineren Partner der europäischen Kulturhauptstadt Chemnitz – ist eine neue Qualität innerstädtischer Nutzungsstrukturen ins Visier zu nehmen.

Im nördlichen Bereich der Weinkellerstraße (bis Kreuzungsbereich Dr.-Wilhelm-Külz-Platz) sind durchweg kleinteilig strukturierte und zahlreiche inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe ansässig. Im südlichen Bereich der Weinkellerstraße haben sich mit der Stadtpassage, einem Rossmann-Drogeriefachmarkt und dem Edeka-Supermarkt dagegen erst in den letzten Jahren drei größere, moderne Gebäudekomplexe angesiedelt. Unter architektonischen Gesichtspunkten passen sich sowohl die Stadtpassage als auch der Drogeriefachmarkt dem Bild der in der Innenstadt vorherrschenden Gebäudestruktur, deren Baustil durch mehrgeschossige Altbauten geprägt ist, an.

Die Weinkellerstraße als Bindeglied zwischen dem oberen Bereich Dresdner Straße/Markt und dem unteren Einkaufs- und Frequenzbereich Stadtpassage/Edeka/Bahnhof war immer als die florierende, belebte Geschäftsstraße ohne Leerstände bekannt und erlangte ihren Namen durch die Einlagerung von Wein in den Kellergewölben der Wohn- und Geschäftshäuser. Heute finden sich noch mehrere Geschäfte in der Weinkellerstraße, u. a. Lebensmittelgeschäfte, Drogerie, Buchhandlung, Bekleidungs-geschäfte, Spielwarengeschäft, Geschenkeladen, Arzt, Banken und Reisebüro. Doch der anhaltende Strukturwandel im Einzelhandel - noch verstärkt durch die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie - hat in den vergangenen Jahren für zunehmende Leerstände gesorgt. Ca. 25 % der Geschäfte in der Weinkellerstraße stehen leer! Funktionsverluste in der Straße und in der weiteren Innenstadt sind die Folge.

Auswahl des Projektgebiets

Projektgebiet <0900>

V07

Die Weinkellerstraße verbindet den Altmarkt (historischer Stadtkern, Marktplatz, Rathaus) mit dem Bahnquartier (Bahnhof, Edeka) mit über 400 Meter Länge und einen Höhenanstieg von ca. 33 Höhenmeter bis zum Marktplatz.

Der beigefügt dargestellte Handlungsraum umfasst die gesamte Weinkellerstraße, den Altmarkt im Norden und angrenzende Straßen zur Weinkellerstraße.

Die Weinkellerstraße bildet den Mittelpunkt des zentralen Versorgungsbereiches und die Haupteinkaufstraße in der Stadt.

Die Belebung und Aufenthaltszeit in der Weinkellerstraße nimmt dennoch weiter ab, da sie oftmals als reine Wegstrecke zum großflächigen Einzelhandel im südlichen Bereich (Rossmann) bzw. im Bahnquartier (Edeka) oder zum Altmarkt benutzt und verstanden wird.

Als wichtige Verbindungsachse und Handels- und Dienstleistungsschwerpunkt ist die Funktion im städtebaulichen Kontext zwingend zu erhalten und zu stärken und darüber hinaus um weitere wichtige Funktionsschwerpunkte wie Aufenthaltsqualität und Belebung zu erweitern.

Bereits bestehende Projekte in der Weinkellerstraße werden analysiert, einbezogen und bewertet (z. B. schwebende Gestaltung/Beleuchtung im Winter und Frühling über der Straße, die Gestaltung von Pflanzkübeln, Hochbeete und Sitzgelegenheiten, Zwischennutzungskonzept „Die BOX“ eines Kurzzeitladens in leerstehenden Geschäftsflächen).

SKI Besondere Merkmale

Bitte stellen Sie im Folgenden die besonderen Merkmale Ihres Projekts, hinsichtlich der im Projektaufruf genannten Kriterien, dar.

Angaben zur Wirkung des Projekts, der einzelnen Aktivitäten und Maßnahmen im Projektgebiet, auf die Gesamtstadt/ Region

Erwartete Wirkungen

Durch die Erarbeitung und Kombination von modellhaften, strategischen Konzepten, investiven und nichtinvestiven Projekten, Aktionen mit touristischer Wirkung und Strahlkraft auf das Stadtgebiet und die Region sowie mit umfassender Beteiligung von Akteuren und Öffentlichkeitsarbeit soll die Weinkellerstraße eine dauerhafte Belebung, Attraktivitätssteigerung und Aufwertung erfahren. Während der Projektlaufzeit sollen auch über die zentralen innerstädtischen Funktionen Handel, Wohnen und öffentlicher Raum hinaus neue Ansätze zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Leerstandsbesetzung und -vermeidung erdacht werden. Akteure sollen durch Beteiligungen und mit der Etablierung eines City-Managements in die Lage versetzt werden, den öffentlichen Raum als Aktionsplattform zu verstehen und zu nutzen.

Beitrag des Projekts und der einzelnen Fördergegenstände zur Lösung der jeweiligen Probleme Innovation

Das Projekt mit einem „lebendigen“ Konzept, mit der umfassenden Akteursbeteiligung und mit dem Etablieren eines City-Managements soll inhaltliche und künstlerische Ideen, Ansätze etc. im öffentlichen Raum identifizieren, erproben, schaffen und schließlich dauerhaft etablieren. Mit der Wiederbelebung vieler Leerstände, wenn auch zunächst nur temporär, soll im Zusammenwirken mit den konzeptionellen Überlegungen für neue innerstädtische, resiliente Nutzungsstrukturen eine Aufwertung der Weinkellerstraße (Aufwärts HOT) im Sinne des Wortes erzeugt werden. Die Hauptverbindungsachse zwischen nördlichem und südlichem Innenstadtbereich wird wieder zu dem, was sie einmal war und wieder sein soll: ein aufwärtstrebendes Bindeglied zwischen den HOTtesten Punkten in der Stadt.

Angaben zu Projektbeteiligten und deren Zusammenarbeit

(Hinweis: Die Nennung der geplanten Projektbeteiligten ist erforderlich. Falls Fördergegenstand 3 "Innenstadtbezogene Kooperationen" ausgewählt wird, kann auf diese Aussagen Bezug genommen werden.)

Projektbeteiligte

Stadtverwaltung: Verantwortung des Gesamtprojektes
Konzeptbearbeiter: konzeptionelle Bearbeitung, Organisation und Abstimmungen mit Stadt, City-Management, Akteuren der Ideen, Ansätze etc. und der Beteiligungen (analog/digital)
City-Management: Ansprechpartner und Organisator mit den Händlern vor Ort sein, Bindeglied zur Stadtverwaltung und zu Konzeptbearbeitern, Aufbau und die Etablierung eines Händlernetzwerkes
Akteure: Händler, Eigentümer, Bürger, Vereine, Kinder und Jugendliche, Touristen etc. sollen den öffentlichen Raum als Aktionsplattform ansehen und durch breiten Austausch in die Lage versetzt werden, diesen mit kreativen Ideen, Ansätzen etc. zu nutzen; verschiedene Beteiligungsformate sollen ideenfördernd wirken und möglichst viele Akteure einbeziehen

Ablauf- und Zeitplan

Angaben zu Start- und Endtermin der einzelnen Fördergegenstände unter Beachtung der Förderlaufzeit 2021-2025. Nennen Sie zudem wichtige Meilensteine der Projektumsetzung.

Ablauf- und Zeitplan

- Projektbeginn ca. ab 01.12.2021 (je nach Bewilligungszeitpunkt)
- Ausschreibung City-Management und Anmietung Büro im 1. HJ 2022
- Auftrag Konzeptleistung Anfang 2022
- Auftaktveranstaltung Händlernetzwerk 1. HJ 2022 und regelmäßige Etablierung bis 08/2025
- Zwischenanmietung für Pop-Up-Stores 1. und 2. HJ 2022
- Auftaktveranstaltung Bürgerbeteiligung 1. HJ 2022 und regelmäßige Etablierung bis 08/2025
- Erarbeitung Akteurslisten/Erstellen von Beteiligungsinhalten/Öffentlichkeitsarbeit Anfang 2022
- Einführung Verfügungsfonds (Richtlinie, Gremium, Öffentlichkeitsarbeit, Beschlüsse) 2022
- Workshops mit Künstlern und Akteuren für Gestaltungsideen ab 2022
- Erprobung erster Ideen, Ansätze etc. ab 2. HJ 2022
- Gestaltungselemente, Beleuchtungskonzept 2023
- Verstetigung, Finanzierungen der erprobten Ideen, Ansätze etc. über den Projektzeitraum hinaus ab 2025

Ausgabenplan (Projektkosten) ()

Ausgabenplan (Projektkosten) 2021

Lfd. Nr.	Bezeichnung	Betrag €
1	Konzept	0,00
2	Künstlerhonorare/ Erprobung von Aktionsideen	0,00
3	City-Management	0,00
4	Verfügungsfonds	0,00
5	Marketingkosten, Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbild	0,00
6	Analysen, Aktualisierung Konzept (EH)	0,00
7	Start Ups, Zwischenanmietung	0,00
8	Digitales Leerstandsmanagement	0,00
9	Gestaltungselemente (investiv)	0,00
Σ		0,00

Ausgabenplan (Projektkosten) 2022

Lfd. Nr.	Bezeichnung	Betrag €
1	Konzept	15.000,00
2	Künstlerhonorare/ Erprobung von Aktionsideen	5.000,00
3	City-Management	25.000,00
4	Verfügungsfonds	0,00
5	Marketingkosten, Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbild	5.000,00
6	Analysen, Aktualisierung Konzept (EH)	10.000,00
7	Start Ups, Zwischenanmietung	72.000,00
8	Digitales Leerstandsmanagement	15.000,00
9	Gestaltungselemente (investiv)	5.000,00
Σ		152.000,00

Ausgabenplan (Projektkosten) 2023

Lfd. Nr.	Bezeichnung	Betrag €
1	Konzept	15.000,00
2	Künstlerhonorare/ Erprobung von Aktionsideen	5.000,00
3	City-Management	50.000,00
4	Verfügungsfonds	10.000,00
5	Marketingkosten, Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbild	5.000,00
6	Analysen, Aktualisierung Konzept (EH)	10.000,00
7	Start Ups, Zwischenanmietung	72.000,00
8	Digitales Leerstandsmanagement	5.000,00
9	Gestaltungselemente (investiv)	10.000,00
Σ		182.000,00

Ausgabenplan (Projektkosten) 2024

Lfd. Nr.	Bezeichnung	Betrag €
1	Konzept	15.000,00
2	Künstlerhonorare/ Erprobung von Aktionsideen	5.000,00
3	City-Management	50.000,00
4	Verfügungsfonds	10.000,00
5	Marketingkosten, Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbild	5.000,00
6	Analysen, Aktualisierung Konzept (EH)	5.000,00
7	Start Ups, Zwischenanmietung	0,00

FKZ:

9 Online-Kennung:

100550140

Lfd. Nr.	Bezeichnung	Betrag €
8	Digitales Leerstandsmanagement	5.000,00
9	Gestaltungselemente (investiv)	10.000,00
Σ		105.000,00

Ausgabenplan (Projektkosten) 2025

Lfd. Nr.	Bezeichnung	Betrag €
1	Konzept	10.000,00
2	Künstlerhonorare/ Erprobung von Aktionsideen	3.333,33
3	City-Management	33.333,33
4	Verfügungsfonds	6.666,67
5	Marketingkosten, Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbild	3.333,33
6	Analysen, Aktualisierung Konzept (EH)	0,00
7	Start Ups, Zwischenanmietung	0,00
8	Digitales Leerstandsmanagement	5.000,00
9	Gestaltungselemente (investiv)	5.000,00
Σ		68.666,66

Ausgabenplan (Projektkosten) Gesamt

Lfd. Nr.	Bezeichnung	Betrag €
1	Konzept	55.000,00
2	Künstlerhonorare/ Erprobung von Aktionsideen	18.333,33
3	City-Management	158.333,33
4	Verfügungsfonds	26.666,67
5	Marketingkosten, Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbild	18.333,33
6	Analysen, Aktualisierung Konzept (EH)	25.000,00
7	Start Ups, Zwischenanmietung	144.000,00
8	Digitales Leerstandsmanagement	30.000,00
9	Gestaltungselemente (investiv)	30.000,00
Σ		505.666,66

SKI Finanzierungsplan

Jahr	Projekt- kosten (1)	ggf. Mittel beteiligter Dritter (2)	ggf. Mittel öffentlicher Förder- geber (3)	Kosten KoFi Bund/Komm une (4)	Kom- munale Eigen- anteil(5)	Mittel unbe- teiligter Dritter (6)	Bundes- mittel (7)
2021	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2022	152.000,00	5.000,00	0,00	147.000,00	38.000,00	0,00	114.000,00
2023	182.000,00	0,00	0,00	182.000,00	44.250,00	0,00	132.750,00
2024	105.000,00	0,00	0,00	105.000,00	26.250,00	0,00	78.750,00
2025	66.666,66	0,00	0,00	66.666,66	16.666,67	0,00	50.000,00
Gesamt	505.666,66	5.000,00	0,00	500.666,66	125.166,67	0,00	375.500,00



Finanzplan zur Projektskizze "Aufwärts in HOT"

ANLAGE 2

Bezeichnung	2022 ab 01/2021?		2023		2024		2025 bis 08/2025		Summe Betrag in EUR	Anteil zu Gesamt in %
	Betrag in EUR	Betrag in EUR	Betrag in EUR	Betrag in EUR	Betrag in EUR	Betrag in EUR	Betrag in EUR	Betrag in EUR		
Konzept WHS, GMA, Verkehrsplanung, Beteiligungen, Koordination	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	55.000,00	11
Künstlerhonorare/ Erprobung von Aktionsideen	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	3.333,33	3.333,33	3.333,33	3.333,33	18.333,33	4
Installation eines City-Managements	25.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	33.333,33	33.333,33	33.333,33	33.333,33	158.333,33	31
Verfügungsfonds für Händlernetzwerk	0	10.000,00	10.000,00	10.000,00	6.666,67	6.666,67	6.666,67	6.666,67	26.666,67	5
Marketingkosten, Öffentlichkeitsarbeit, Weiterbildung	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	3.333,33	3.333,33	3.333,33	3.333,33	18.333,33	4
Mikro-/Makroökonomische Analysen, Aktualisierung Einzelhandelskonzept	10.000,00	10.000,00	10.000,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25.000,00	5
Wiederbelebung von Schlüsselimmobilien, Vorbereitung Pop-Up-Stores (4 Stck) durch Zwischenanmietung	72.000,00	72.000,00	72.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	144.000,00	28
Digitales Leerstandsmanagement, Nachfolgebörse	15.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	30.000,00	6
Gestaltungselemente (HOT- Schriftzug, Beleuchtung Fassaden, Begrünung, Stadtmobiliar, Kunst- Figuren)	5.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	30.000,00	6
Gesamtsumme	152.000,00	182.000,00	182.000,00	105.000,00	66.666,67	66.666,67	66.666,67	66.666,67	505.666,67	100
Förderung 75 %	114.000,00	136.500,00	136.500,00	78.750,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	379.250,00	
Kommunaler Eigenanteil 25 %	38.000,00	45.500,00	45.500,00	26.250,00	16.666,67	16.666,67	16.666,67	16.666,67	126.416,67	

