

AUSSCHREIBUNG **Wettbewerb 2012**

*frei*RAUM

Ab in die
Mitte!
Die City-Offensive NRW

Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Bauen, Wohnen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



STRÖER |   
deutsche städte medien



Städtetag
Nordrhein-Westfalen



 **handelsjournal**
Das Wirtschaftsmagazin für den Einzelhandel Vorstandspreis  Handelsblatt

WELTam SONNTAG

„AB IN DIE MITTE! DIE CITY-OFFENSIVE NRW“ 2012

DIE IDEE

Bereits im 13. Jahr fördert und initiiert das Land Nordrhein-Westfalen innovative Entwicklungsstrategien für die nordrhein-westfälischen Innenstädte. Konzepte und Handlungsstrategien aus den Bereichen Kunst, Kultur, Freizeit und Tourismus haben sich dabei als nachhaltige Entwicklungsoptionen für die Innenstädte erwiesen. Mit öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen soll eine nachhaltige Vitalisierung der Zentren bewirkt, das Augenmerk auf ihre Attraktivität gelenkt und kommunale Alleinstellungsmerkmale inszeniert werden. Im Sinne der Weiterentwicklung der City-Offensive sind sie zudem geeignet, auf stadtgestalterische Qualitäten und Fragestellungen hinzuweisen, diesbezügliche Beteiligungsverfahren zu initiieren sowie bedarfsgerechte Nutzungskonzepte zu entwickeln und zu erproben.

Voraussetzung ist, mit allen an der Innenstadtentwicklung Beteiligten – Bürgerinnen und Bürger, Wirtschaft, Verbände, Politik, Vereine und öffentlicher Hand – ein Netzwerk zu schaffen, um gemeinsam zukunftsfähige Ideen für die Innenstädte zu konzipieren und umzusetzen.

Die wesentliche Zielsetzung der City-Offensive besteht darin, die Zentren als Orte des Handels, der Kunst, Kultur und Freizeit, des Wohnens und Arbeitens stärker und dauerhaft im Bewusstsein der Bürger zu verankern.

Zur Unterstützung dieses Hauptziels ist es sinnvoll und notwendig:

- ★ die verschiedenen Aktivitäten von Land, Kommunen, Handel und Wirtschaft zusammenzuführen (Public-private-Partnership), Synergien zu nutzen und neue kommunikative Netzwerke zu schaffen,
- ★ die großen (investiven) Anstrengungen der Stadterneuerung im öffentlichen und privaten Bereich mit neuen (nicht investiven) Impulsen für mehr Erlebnisqualität und höhere Verweildauer kreativ und ideenreich zu verbinden,
- ★ die Bürgerbeteiligung zu fördern und nachhaltige Stadtentwicklungsstrategien zu entfalten,
- ★ neue Impulse für die Implementierung von Stadtmarketing-Organisationen zu geben,

- ★ die kulturelle Identität der Städte zu stärken,
- ★ die Multifunktionalität urbaner Strukturen zu fördern und zu erhalten,
- ★ die Zentren für ein breites Besucherspektrum zu öffnen und
- ★ neue Impulse für Erlebnisqualität und längere Verweildauer zu geben.

Aufgrund der großen und nachhaltigen Erfolge der City-Offensive in den vergangenen Jahren wird diese Initiative auch im Jahr 2012 fortgeführt.

DER HINTERGRUND

Gerade die aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen stellen die Verantwortlichen in den Innenstädten vor große und zum Teil neuartige Aufgaben. Insbesondere die Insolvenzen großer Traditionsunternehmen im Einzelhandel werden die Struktur der Städte maßgeblich beeinflussen. Das beinhaltet einerseits eine Anpassung an Schrumpfungsprozesse, die mit Leerstandsproblematiken einhergehen. Andererseits werden sich Städte tief greifenden gesellschaftlichen Veränderungen anpassen müssen, wie z. B. hinsichtlich der Bevölkerungsstruktur. Zugleich müssen städtebauliche und strukturelle Entwicklungen vorangetrieben werden, die mit langwierigen Entscheidungsprozessen und vielfältigen Diskussionen über die Zukunftsfähigkeit der Innenstädte einhergehen.

Der zunehmenden Zerstückelung des städtischen Lebensraums und der Verödung der Innenstädte gilt es entgegenzuwirken. Die gewachsenen Zentren müssen als Orte der Vielfalt und Identität gestärkt werden, um im Wettbewerb weiter bestehen zu können.

Der Wandel der Innenstädte stellt auch für die NRW-City-Offensive „Ab in die Mitte!“ eine Herausforderung dar. Bewältigt werden kann diese nur in gemeinsamer Verantwortung und Anstrengung sowie mit Hilfe von Kooperationen und aktiver Zusammenarbeit. Wie in den letzten Jahren in vielfältiger Weise aufgebaut und vorangetrieben, ist die Kom-



freiRAUM

munikation zwischen den einzelnen Fachinstanzen und Fachinteressen der Stadtentwicklung dabei entscheidend und weiter zu fördern. Ziel ist, sowohl eine nachhaltig wirkende und kontinuierliche Fortentwicklung der City-Offensive NRW zu gewährleisten und zugleich Synergien und eine inhaltliche Verzahnung von Strategien zu schaffen. „Ab in die Mitte!“ wird somit noch stärker als bisher zu einem wichtigen Baustein im Ensemble der Städtebauförderung zur Stärkung der Innenstädte.

Wer die Zukunft der Innenstadt sichern will, muss sich dafür einsetzen, sie als Mittelpunkt des städtischen Lebens, als Ort vielgestaltiger Austauschbeziehungen, als alltäglichen Handels- und Lebensraum zu erhalten und zu stärken. Diesen Herausforderungen stellt sich die NRW-City-Offensive „Ab in die Mitte!“ dauerhaft.

DAS MOTTO 2012

Das Motto für das Jahr 2012 ist bewusst mehrdeutig gehalten und lautet:

freiRAUM

Freie Räume in der Innenstadt können vieles sein: Park- und Grünflächen, Baulücken, Brachflächen, (Laden-)Leerstände. Darüber hinaus lässt sich ein Freiraum als Synonym eines Spielraums – sowohl im übertragenen Sinn potenziell vielfältiger Chancen- und Nutzungsvielfalt als selbstredend auch im Wortsinn des Spielens – verstehen.

Freie Räume in der Innenstadt sind für die Stadtentwicklung Herausforderung und Chance zugleich. Park- und Grünflächen stellen potenzielle Oasen der Ruhe und Erholung für die Menschen dar. Baulücken, Brachflächen und „Unorte“ bieten einerseits die Chance, sie architektonisch zu beseitigen bzw. zu schließen oder sie andererseits im oben genannten Sinn eines Ruheraums umzuwandeln. Ein innovati-

ves Ladenleerstands-Management kann und muss mehrgeleisig ausgerichtet sein und sowohl neue Einzelhandels- und Gewerbenutzungen als auch Um- oder Zwischennutzungen anderer Art verfolgen. Die sich am Wettbewerb beteiligenden Städte sind aufgefordert, die vorhandenen Freiräume aller möglichen Arten in ihren Innenstädten auszuloten und mit Leben zu füllen bzw. neue Freiräume zu entdecken.

Darüber hinaus gilt es, mittels des Mottos Projekte zu initiieren,

- ★ die sich orientieren an innenstadtrelevanten Themen und Problemen, wie sinkenden Besucherzahlen, leer stehenden Handels- und Wohnimmobilien, schwindender städtebaulicher Attraktivität in den Stadtzentren und Stadtteilen, fehlender Integration und Identität,
- ★ die zentrenverträgliche Lösungen darstellen und sich in ihrer Gestaltung an hohen Qualitätskriterien orientieren,
- ★ die entsprechende Maßnahmen der Stadterneuerung, -planung und -gestaltung initiieren bzw. öffentlichkeitswirksam inszenieren und im Bewusstsein der Bevölkerung verankern,

- ★ die nicht nur Interessenpolitik für eine bestimmte Gruppe betreiben, sondern eine generationsübergreifende Perspektive einnehmen,
- ★ die eine Diversifizierung von Lebensstilen sowie die Alterung der Gesellschaft als Chance nutzen für neue Entwicklungen zur Kundenbindung im Bereich der Nahversorgung.

Dabei ist eine enge Kooperation mit Akteuren aus Immobilien- und Standort-Gemeinschaften und Werbegemeinschaften vor Ort sowie die Thematisierung der Problematik leer stehender Handels- und Wohnimmobilien bzw. „schwieriger“ Immobilien ausdrücklich erwünscht.

Ausdruck finden können die zu entwickelnden Maßnahmen auf den Gebieten Kultur, Freizeit, Tourismus, Imagepflege und Serviceangeboten in stadtgestalterischen und -erneuernden Maßnahmen. Wie in den vergangenen Jahren ist dabei die Verbindung von städtebaulichen Investitionen mit öffentlichkeitswirksamen Präsentationen und Inszenierungen ausdrücklich erwünscht.



*frei*RAUM

Die kommunalen Projekte müssen einen thematischen und auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Schwerpunkt erkennen lassen. Um diesen können sich verschiedene Veranstaltungen ranken. Wichtig ist, dass die gewählten Handlungsstrategien jeweils konkret ortsbezogen sind und auf der Grundlage der jeweiligen örtlichen und regionalen Bedarfe, Bedingungen und Potenziale entwickelt und umgesetzt werden.

DER WETTBEWERB

Alle Städte, Gemeinden und Regionen des Landes Nordrhein-Westfalen sind aufgerufen, sich am Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die City-Offensive NRW“ 2012 zu beteiligen.

In diesem Wettbewerb werden Konzepte ausgewählt und deren Umsetzung gefördert, die unter Berücksichtigung des Mottos eine wirksame und nachhaltige Vitalisierung der Innenstädte und Nebenzentren erwarten lassen. Zentrale Zielsetzung des Konzeptes muss es sein, durch eine standortverträgliche Attraktivitätssteigerung dem Leben in der Stadt eine zusätzliche Qualität zu verleihen und die Stadtentwicklung zukunftsorientiert zu unterstützen.

Die von der Jury ausgewählten Städte erhalten (vorbehaltlich des zu verabschiedenden Landeshaushalts) für die Umsetzung der Projekte eine finanzielle Unterstützung. Zusätzlich bieten die Initiatoren Beratung und Unterstützung für die sich anschließende Arbeit der Kommunen an dem Projekt an. Die Ergebnisse des Wettbewerbs werden dokumentiert.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN UND -KRITERIEN

Mit dem Wettbewerb werden alle angesprochen, die sich in Projekten für die Erhaltung und Entwicklung ihrer Innenstädte engagieren oder Bürgerengagement für die Standortqualität und -sicherung der Städte initiieren und unterstützen. Das soll Bürgerinnen und Bürger ebenso wie Vereine, Stiftungen, Schulen, Initiativen oder sonstige Organisationen ansprechen. Möglich sind auch Kooperationen mehrerer benachbarter Gemeinden sowie die besondere Berücksichtigung von Stadtteilzentren.

Antragsteller und Empfänger der Zuwendung können jedoch ausschließlich Städte und Gemeinden des Landes Nordrhein-Westfalen sein. Pro Stadt bzw. Gemeinde und Regionalzusammenschluss ist nur ein Wettbewerbsbeitrag möglich.

Eine Teilnahme am Wettbewerb ist auch dann möglich, wenn außerhalb der beantragten Maßnahmen bereits Fördermittel für Stadtentwicklungsmaßnahmen vom Land bezogen werden.

Förderfähig im Rahmen des Wettbewerbs sind mit **Bezug zu den oben benannten Handlungsfeldern:**

1. Die Kommunikation und öffentlichkeitswirksame (temporäre) Inszenierung kürzlich durchgeführter sowie in Planung befindlicher Maßnahmen und Initiativen der Stadterneuerung.
2. Investive Maßnahmen auf Grundlage der Förderrichtlinien Stadterneuerung 2008.
3. Die öffentlichkeitswirksame Initiierung und Durchführung von Beteiligungsverfahren, Image- und Mitmach-Aktionen.

Ausgeschlossen von der Förderung sind Gutachten zur Stadtentwicklung, Einzelhandelskonzepte oder kommerzielle, bereits etablierte bzw. seit Jahren wiederkehrende Veranstaltungen (z. B. Stadt- oder Schützenfest, Kirmes) sowie reguläre investive städtebauliche Maßnahmen (Straßenpflasterung etc.).

Die Projekte bzw. Aktionen müssen mindestens acht Veranstaltungstage inklusive eines Wochenendes umfassen. Der Veranstaltungszeitraum darf auch gesplittet sein. Es ist darauf zu achten, dass Teilveranstaltungen im Rahmen des Gesamtprojektes kommuniziert werden. Die geförderten Maßnahmen sollen in 2012 durchgeführt werden.

Inhaltlich sollen die Projekte vor allem folgende **Kriterien** erfüllen:

Kriterium 1: Projektanspruch

- ★ Erzielung einer Wirkung zur nachhaltigen Entwicklung und Belegung des Zentrums und von Stadtteilzentren.
- ★ Leistung eines Beitrages zur individuellen und qualitativen Profilierung des Standortes.
- ★ Gefordert sind Ideen und Maßnahmen mit besonderem innovativem Gehalt, hoher Kreativität und Originalität sowie hochwertiger Umsetzung; bereits bestehende Veranstaltungen müssen als deutliche Weiterentwicklungen erkennbar sein.



Kriterium 2: Konzeptionelle Einbindung / Mottobezug

- ★ Gefordert ist ein stimmiges Konzept mit klarem Bezug zum Motto sowie den besonderen lokalen Gegebenheiten, Potenzialen, Problemlagen und Handlungsnotwendigkeiten.
- ★ Verbindung des Vorhabens mit anderen Aktivitäten und Planungen im Sinne einer langfristig angelegten Entwicklungsstrategie für den Standort.
- ★ Verknüpfung von Investition und Präsentation: Die städtebauliche und künstlerische Qualität des Gebauten, die zusätzliche und neue Funktion oder Ausstattung von Gebäuden, Plätzen und Räumen sind öffentlichkeitswirksam zu gestalten.
- ★ Einbindung in bestehende und laufende Stadtentwicklungs- und Erneuerungsmaßnahmen.
- ★ Erkennbare Verknüpfung der Veranstaltungselemente untereinander sowie zu den Zielen der landesweiten City-Offensive.

Kriterium 3: PPP – Umsetzung

- ★ Einbindung möglichst vieler unterschiedlicher Interessengruppen aus Handel, Verwaltung, Gastronomie, Kultur, Sport, Bildung, Dienstleistung, Bürgergruppen, Vereinen, Kirchen und weiteren auf das Wettbewerbsmotto abgestimmten Trägern in die lokale Planung, Umsetzung und Finanzierung der Vorhaben.
- ★ Schaffung oder Erweiterung bestehender geeigneter Kooperationsformen für die Zusammenarbeit der Interessengruppen mit der Ausrichtung, auch zukünftig Aktivitäten nachhaltig zu bündeln.



freiRAUM

DAS BEWERBUNGSVERFAHREN

.....

Die Ausschreibungsunterlagen, die Förderrichtlinien sowie den verbindlichen Formularvordruck zur Bewerbung können Sie im Internet unter der Adresse <http://www.abindiemitte-nrw.de> kostenlos herunterladen oder bei der Imorde, Projekt- & Kulturberatung GmbH anfordern.

Die Beantwortung soll in prägnanter, Redundanz vermeidender Form erfolgen. Bei größerem Umfang der eingereichten Unterlagen werden sie durch das Organisationsbüro textlich gekürzt.

Von den Bewerbern werden in den Anträgen Aussagen zu folgenden Punkten erwartet:

Punkt 1: Projektbeschreibung

- ★ Beschreibung der Idee bzw. des Programms unter Berücksichtigung der o. g. Kriterien
- ★ Darstellung der konkreten Realisierungsvorstellungen
- ★ Angaben zur Dauer des Projektes
- ★ Umfang (Anzahl) der Veranstaltungen
- ★ Konzipierung eines neuen Veranstaltungskonzeptes oder Weiterentwicklung des Projektes in evtl. bereits laufende Veranstaltungskonzepte/ Stadtmarketingprozesse

Punkt 2: Kosten- und Finanzierungsplan

- ★ Ausgabenstruktur (externe Personalkosten, Sachkosten, Kosten für Öffentlichkeitsarbeit)
- ★ Einnahmestruktur (Eigenanteil, Anteil Dritter, beantragte Zuwendung)

Für die Aufstellung ist das vorliegende Antragsformular zu nutzen.

Punkt 3: Organisation / Kommunikation

- ★ Besondere Formen oder Intensität der Beteiligung, die neben der Mitwirkung der Wirtschaft, Verbänden, Institutionen und Kommunen ein möglichst breites und auf das Wettbewerbsmotto abgestimmtes Akteurspektrum einbeziehen sollen
- ★ Impulse für Stadtmarketing und Stadtentwicklung

Dem Wettbewerbsantrag sind drei Bilder bzw. Fotos beizufügen, die das Projektgebiet bzw. die Stadtstruktur und die Wettbewerbsidee widerspiegeln und die für die spätere Darstellung im Internet genutzt werden können. Die Fotos sollten frei von Rechten Dritter sein.

TERMINE UND FRISTEN

Senden Sie die Bewerbungsunterlagen einschließlich der Anlagen auf postalischem Wege und per E-Mail bis spätestens **10. November 2011** an:

Imorde, Projekt- & Kulturberatung GmbH

Schorlemerstraße 4

48143 Münster

Tel.: 0251-52093-0

Fax: 0251-52093-33

E-Mail: info@imorde.de

Internet: <http://www.abindiemitte-nrw.de>

Es gilt das Datum des Poststempels bzw. das Versenddatum der E-Mail. Nach dem Stichtag eingehende Bewerbungen können nicht berücksichtigt werden.

Die Entscheidung der Jury wird den Teilnehmern schriftlich im Dezember 2011 mitgeteilt. Eine offizielle Preisverleihung ist im Rahmen der „Tagung Innenstadt“ des Netzwerkes Innenstadt NRW voraussichtlich im Februar 2012 vorgesehen.

Die Städtebauförderungsanträge müssen erst nach Auswahl der Städte über die jeweilige Bezirksregierung an das Ministerium gestellt werden.

DIE FÖRDERBEDINGUNGEN / -KRITERIEN

Die „Ab in die Mitte!“-Projekte werden als integrierter **Bestandteil städtebaulicher Gesamtmaßnahmen** gefördert. Der Förderantrag der Kommune kann nach Ablauf der Regelantragsfrist für das Programm 2012 bei der zuständigen Bezirksregierung vorgelegt und berücksichtigt werden.

Die Förderung erfolgt auf Grundlage der geltenden Förderrichtlinien Stadterneuerung 2008 mit folgenden Maßgaben:

- ★ Die Förderhöhe richtet sich entsprechend Nr. 5.2 der Förderrichtlinien nach dem jeweiligen kommunalen Fördersatz, der für die städtebauliche Gesamtmaßnahme gilt.
- ★ Die Einwerbung von Kostenanteilen Dritter ist Voraussetzung für die Förderung. Die Beiträge werden auf den kommunalen Eigenanteil angerechnet, soweit ein Anteil von 10% der zuwendungsfähigen Ausgaben bei der Kommune verbleibt. Entsprechende Geldleistungen von gemeindlichen Gesellschaften bzw. von natürlichen Personen und/oder juristischen Personen des öffentlichen/privaten Rechts gelten als zweckgebundene Spenden und



freiRAUM

werden nach Nr. 6 Abs. 2 c Satz 1 Förderrichtlinien Stadterneuerung behandelt. Einer gesonderten Entscheidung zur Anerkennung dieser Leistungen als gemeindliche Eigenleistung auf der Grundlage von Nr. 2.3.3 VVG zu § 44 LHO bedarf es nicht.

- ★ Im Sinne der Nr. 2.3.3 der VVG zu § 44 LHO i.V.m. Nr. 2 (1) der Förderrichtlinien Stadterneuerung 2008 ist es ausreichend, wenn der mindestens 10%ige Eigenanteil an den zuwendungsfähigen Ausgaben über die städtebauliche Gesamtmaßnahme erbracht wird. Die Bezirksregierungen entscheiden darüber auf Grundlage der aktuellen Bewilligungsübersicht der Gemeinde für die jeweilige Gesamtmaßnahme.
- ★ Die Entscheidung über eine Ausnahme vom Verbot des vorzeitigen Maßnahmebeginns für förderungswürdige und -fähige kommunale Projekte richtet sich nach Nr. 4.1 Abs. 2 Förderrichtlinien Stadterneuerung 2008.
- ★ Die Jury behält sich vor, die eingereichten Projekte ganz oder auch nur teilweise zu fördern. Mit Abgabe des Antrages erklären sich die Städte und Gemeinden mit diesem Verfahren einverstanden.

Auskunft zu den Förderkonditionen erteilt:
Imorde, Projekt- & Kulturberatung GmbH

DIE ORGANISATIONS- STRUKTUR

Zur Umsetzung der Projekte in den Städten sollen lokale **Arbeitsgruppen** gebildet werden, die aus Vertretern des Einzelhandels, der Kommune, der Verbände, der Vereine etc. bestehen.

Die Aufgaben sind:

- ★ Entwicklung von Projektideen
- ★ Abstimmung mit der Lenkungsgruppe
- ★ Durchführung des Projektes / der Projekte
- ★ Projektbezogene Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit der überregionalen Koordination
- ★ Dokumentation und Bewertung der Maßnahmen

Auf Landesebene existiert eine **Lenkungsgruppe**.

Die Lenkungsgruppe hat folgende Aufgaben:

- ★ Öffentlichkeitsarbeit
- ★ Bewertung und Erfolgskontrolle, Leitung und Vertretung des Gesamtprojektes
- ★ Abstimmung mit den Gremien der Handelsverbände, dem Städtetag NRW, dem MWEBWV und den Partnern aus der Wirtschaft
- ★ Abwicklung der Förderung der ausgewählten Projekte

- ★ Koordinierung der überregionalen Aktivitäten des Gesamtprojektes
- ★ Dokumentation des Projektes
- ★ Weiterentwicklung der City-Offensive

Die **Geschäftsführung** ist mit der Durchführung des Projektmanagements und der Öffentlichkeitsarbeit für das Gesamtprojekt beauftragt.

Zu den Aufgaben zählen:

- ★ Beratung und Betreuung der Kommunen zur Durchführung der Projekte
- ★ Koordination und Organisation des Gesamtprojektes
- ★ Übernahme der Geschäftsführung für die Lenkungsgruppe
- ★ Übernahme der Geschäftsführung für den Beirat
- ★ Koordination der Öffentlichkeitsarbeit auf überregionaler Ebene
- ★ Organisation der zentralen Veranstaltungen
- ★ Evaluation des Gesamtprojektes
- ★ Dokumentation des Gesamtprojektes

DIE JURY

Die Jury besteht aus folgenden Personen:

- ★ DR. PETER ACHTEN (Handelsverband Nordrhein-Westfalen e. V., Düsseldorf)
- ★ MICHAEL BECKER (Städte- und Gemeindebund NRW)
- ★ DAGMAR BURGER (McDonald's Deutschland Inc., Düsseldorf)
- ★ AXEL FUNKE (Multi Development Germany GmbH, Duisburg)
- ★ KARL JASPER (Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes NRW, Düsseldorf)
- ★ DR. WILLI KEINHORST (Welt am Sonntag NRW, Düsseldorf)
- ★ HERMANN MEYERSICK (Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Düsseldorf)
- ★ UDO METT (Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf/Berlin)
- ★ MARTIN H. SCHEIER (Handelsverband Nordrhein-Westfalen e.V., Düsseldorf)
- ★ ILONA TETZLAFF (Nordenham Marketing & Touristik e. V.)
- ★ HARTMUT THIELEN (Städtetag NRW, Köln)

An den Jury-Sitzungen nehmen außerdem Vertreter der Hauptsponsoren ohne Stimmrecht teil.

DIE INITIATOREN UND SPONSOREN

- ★ Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
- ★ GALERIA Kaufhof GmbH
- ★ Multi Development Germany GmbH
- ★ McDonald's Deutschland Inc.
- ★ Handelsverband Nordrhein-Westfalen e.V.
- ★ Ströer Deutsche Städte Medien GmbH
- ★ Städtetag NRW
- ★ Städte- und Gemeindebund NRW
- ★ handelsjournal
- ★ Welt am Sonntag NRW



freiRAUM

Imorde, Projekt- & Kulturberatung GmbH

Schorlemerstraße 4

48143 Münster

Tel.: 0251-52093-0

Fax: 0251-52093-33

E.Mail: info@imorde.de

Internet: www.abindiemitte-nrw.de



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