



## StandortInnenstadt.NRW

Gesucht: Die besten Ideen für  
die Innenstädte im Ruhrgebiet

Wettbewerbsaufruf



Wettbewerb  
der Innovationen

[www.ziel2-nrw.de](http://www.ziel2-nrw.de)  
[www.wirtschaft.nrw.de](http://www.wirtschaft.nrw.de)  
[www.mbv.nrw.de](http://www.mbv.nrw.de)





## Gesucht: Die besten Ideen für die Innenstädte im Ruhrgebiet

Die Metropole Ruhr wird im Jahr 2010 Kulturhauptstadt Europas. Dann will sich die Region den Gästen aus aller Welt nicht nur als spannende Kulturmetropole, sondern auch als lebenswerter, intakter Standort für Wirtschaft und Handel präsentieren. Dazu gehören vor allem erlebbare Innenstädte, denn sie sind in den Augen der Besucherinnen und Besucher die Visitenkarten der Kommunen schlechthin. Für die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 galt das übrigens auch – und wir erinnern uns alle, welch guten Eindruck die Innenstädte unseres Landes vor zwei Jahren hinterlassen haben.

Die Landesregierung ruft heute die Städte und Gemeinden in der Metropole Ruhr auf, ihre Innenstadtlagen attraktiver zu gestalten. Im Idealfall soll das in enger Kooperation mit dem Einzelhandel, den Immobilienbesitzern und weiteren Partnern geschehen.

Dafür starten wir den Wettbewerb **StandortInnenstadt.NRW** im Rahmen des neuen EU-NRW-Programms „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007–2013“ (EFRE). Wir erhoffen uns dadurch neue Impulse für Urbanität und Kreativität, die im Zusammenspiel von Handel, Dienstleistung, öffentlichem Leben, Wohnen, Bildung, Kunst, Kultur und Freizeit entstehen sollen. Ihrem Einfallsreichtum sind dabei kaum Grenzen gesetzt: Innenstädte können als vitale Handelsstandorte, als kulturelle Treff- und Mittelpunkte oder in einer Gastgeberrolle gesehen und weiterentwickelt werden.

Im Sinne eines fairen und transparenten Wettstreits haben wir die Jury mit unabhängigen und erfahrenen Experten und Expertinnen besetzt. Mit ihrer Unterstützung werden wir die besten Konzepte und Ideen identifizieren und prämiieren. Die siegreichen Projekte des Wettbewerbs erhalten eine finanzielle Förderung, das Land Nordrhein-Westfalen begleitet sie in der Umsetzung. Nutzen Sie die Chancen, die sich Ihnen durch unseren neuen Förderwettbewerb bieten. Wir sind gespannt auf Ihre Ideen und Vorschläge. Überraschen und überzeugen Sie uns mit Ihrer Kreativität und Innovationsfreude!

**Christa Thoben**

Ministerin für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

**Oliver Wittke**

Minister für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen



Die City ist das Herzstück einer jeden Stadt. Und das Herz ist wie in einem menschlichen Körper das Zentrum des Lebens.

Dieses gilt es weiter zu stärken: Durch interessante Freizeit- und Kulturangebote, sinnvolle Dienstleistungen und attraktive Shoppingangebote. Mit dieser Gemeinschaftsaufgabe wecken wir Lust auf Stadt.



**Peter Wolf**

Vorsitzender der Geschäftsführung der  
Karstadt Warenhaus GmbH



**Lovro Mandac**

Vorsitzender des Vorstands der  
Kaufhof Warenhaus AG



Handel und Kultur sind tragende Säulen der Lebens- und Erlebnisqualität in unseren Städten. Beide zusammenzuführen macht eine Stadt stark und attraktiv. Ihre Kooperation eröffnet neue Potenziale und schafft eigene Profile.

Wenn der bunte Spannungsbogen zwischen Kultur und Handel kreativ mit Leben gefüllt wird, profitieren alle Akteure einer Stadt und besonders natürlich ihre Besucher und Gäste.

Ich bin gespannt auf den Wettbewerb **StandortInnenstadt.NRW** und freue mich schon auf die neuen Erfolgsideen aus dem Ruhrgebiet.



## Bekanntmachung

des EU-NRW Ziel 2 (EFRE) Förderwettbewerbes „StandortInnenstadt.NRW“

des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen vom 3. März 2008.

## Zusammenfassung

Das Ruhrgebiet wird Kulturhauptstadt Europas 2010. Es ist Ziel der Landesregierung, den Besucherinnen und Besuchern aus aller Welt neben den vielen kulturellen Angeboten die Region als intakten und lebenswerten Wirtschaftsstandort zu präsentieren. Erlebbar Innenstädte sind die Image prägenden Visitenkarten der Kommunen. Die Städte und Gemeinden des Ruhrgebiets sind anlässlich des Kulturhauptstadtjahrs mit einem im Rahmen des NRW-EU Ziel 2-Programms (siehe [www.ziel2-nrw.de](http://www.ziel2-nrw.de)) durchzuführenden Wettbewerbs aufgerufen, ihre Handlungslagen in Kooperation mit dem Einzelhandel, den Immobilieneigentümern und weiteren Partnern aufzuwerten. Dabei sollen neue Impulse für Urbanität und Kreativität durch das Zusammenspiel von Handel, Dienstleistung, öffentlichem Leben, Wohnen, Bildung, Kunst, Kultur und Freizeit in der Innenstadt entstehen. Der Wettbewerb ist Bestandteil der von der Landesregierung verabschiedeten Initiative „Zukunft Ruhr“.

Ziel des Wettbewerbs ist es, Maßnahmen zur nachhaltigen Stärkung der Innenstädte als Handelsstandorte in den Städten zu initiieren, zu begleiten und zu fördern. Damit sollen insbesondere Projekte in der Partnerschaft von öffentlicher Hand und Privatwirtschaft angestoßen werden, die bis 2010 umgesetzt werden können.

### **Drei Handlungsfelder stehen im Mittelpunkt des Wettbewerbs:**

- I. Innenstadt als vitaler Handelsstandort
- II. Innenstadt als kultureller Treff- und Mittelpunkt
- III. Innenstadt als Gastgeber

## 1. Vorbemerkung

Wettbewerbe sind ein fester Bestandteil des EU-NRW-Programms „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007 – 2013“ (EFRE) und dienen der Auswahl von qualitativ hochwertigen, innovativen Fördervorhaben sowie zur Vergabe von Fördermitteln. Ziel ist es, mit den geförderten Vorhaben die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit der nordrhein-westfälischen Wirtschaft zu verbessern und die Schaffung von Arbeitsplätzen zu unterstützen. Die Auswahlkriterien der Wettbewerbe spiegeln die zentralen Ziele des Ziel 2-Programms (EFRE) wider. Sie messen die jeweiligen Beiträge zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit, zur Beschäftigung, zur dauerhaften und umweltgerechten Entwicklung sowie zur Chancengleichheit von Männern und Frauen und zur Nichtdiskriminierung.

## 2. Ausgangslage und Zielsetzung des Förderwettbewerbs

Dem Einzelhandel kommt bei der Entwicklung der urbanen Qualitäten der Innenstädte eine Schlüsselrolle zu: Kauf- und Warenhäuser, Fachgeschäfte und Fachmärkte aller Branchen prägen die Innenstädte, dienen als Frequenzbringer für andere Nutzungen und sichern Investitionen und Arbeitsplätze. Von attraktiven Haupt- und Nebenzentren profitieren Gastronomie, Dienstleister und Kulturschaffende.

Besucherinnen und Besucher der Innenstädte erwarten aber nicht nur Einkaufsangebote, sondern auch Orientierungshilfen, Erlebnismehrwert und positive Überraschungen. Als touristische Destinationen stehen die Citys der Großstädte im überregionalen Wettbewerb und müssen sich auch internationalem Publikum professionell und servicestark präsentieren.

Als Kulturhauptstadt Europas 2010 will sich das Ruhrgebiet seinen Besuchern als weltoffene und vitale Region präsentieren, die sich in besonderer Weise auch durch die urbanen Qualitäten ihrer zahlreichen Innenstädte auszeichnet. Die Städte des Ruhrgebietes sollen sich bis 2010 intensiv auf diese Herausforderung vorbereiten. Im Gegensatz zu anderen europäischen Metropolregionen können sie allerdings das Besucherinteresse nicht auf ein starkes Zentrum fokussieren, sondern müssen die polyzentrische Struktur und die große räumliche Ausdehnung der Region als gegebene Rahmenbedingungen sehen. Es ist absehbar, dass auch der demografische Wandel zu veränderten Anforderungen an die Strukturen führen wird. Hinzu kommen bereits jetzt die sehr unterschiedlichen städtebaulichen Voraussetzungen für eine glaubwürdige und dauerhafte Inszenierung der Städte als attraktive Besuchsziele.

Der Wettbewerb **StandortInnenstadt.NRW** möchte innovative und erfolgversprechende Beiträge zur Urbanität der gewachsenen Zentren des Ruhrgebietes honorieren, die der übergeordneten Zielsetzung der Kulturhauptstadt 2010 entsprechen und dabei der Vielfältigkeit der Region und dem breiten Spektrum möglicher Themenfelder gerecht werden.

Eine Annäherung kann dabei aus unterschiedlichen Perspektiven erfolgen: Innenstädte können als vitaler Handelsstandort, als kultureller Treff- und Mittelpunkt oder als Gastgeber gesehen werden.

Einzelimmobilien und ganze Einkaufslagen müssen an die Standortanforderungen der Unternehmen und die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden und damit wettbewerbsfähig bleiben. Auch bei alternder und schrumpfender Bevölkerung sollen vielfältige Angebote und Qualität gesichert werden. Bei zunehmendem Wettbewerb soll sich jede Innenstadt als Marke profilieren und ihre Funktion als Ort der Begegnung und des Austauschs stärken. Auch kulturelle und gastronomische Angebote sollen noch stärker zur Vielfalt und Lebendigkeit der Innenstädte beitragen.

Die Qualitäten des Stadtbildes, des öffentlichen Raumes und der Städtebaukultur bestimmen maßgeblich den Gesamteindruck einer Stadt. Damit eine Innenstadt zur Visitenkarte der Gesamtstadt werden kann, müssen prägnante Gebäude, Plätze

oder Straßenzüge in Szene gesetzt werden. Anwohner und Besucher müssen sich gleichermaßen sicher und willkommen fühlen sowie zurechtfinden. Mit dem Wettbewerb sollen insbesondere Projekte in der Partnerschaft von öffentlicher Hand und Privatwirtschaft angestoßen werden, die bis 2010 umgesetzt werden können.

Als Partner des Projekts bringen die METRO Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, die Karstadt Warenhaus GmbH, die Kaufhof Warenhaus AG sowie der Einzelhandelsverband Nordrhein-Westfalen ihr Know-how ein und begleiten den Wettbewerb aktiv.

### 3. Gegenstand des Wettbewerbs

Gesucht und gefördert werden kreative und innovative Projekte zur Stärkung der Innenstadt beziehungsweise zentraler Einzelhandelsbereiche. Die jeweiligen Konzepte sollen zur Belebung des Standortes Innenstadt beitragen und einen dauerhaften Zuwachs an gewerblichen Nutzungen, Arbeitsplätzen, Bewohnern, Kunden, Besuchern und Gästen zur Folge haben beziehungsweise einen solchen erwarten lassen.

Die Projekte können Beiträge und Ideen liefern zur wirtschaftlichen Stärkung und Aufwertung der Einzelhandelsfunktion. Denkbar sind auch Projekte, die darstellen, wie außergewöhnliche kulturelle und soziale Initiativen aussehen oder wie die Gastgeberrollen der Innenstädte verbessert werden können. Zudem sind Projekte gefragt, die darlegen, wie lebenswerte und attraktive Innenstädte geschaffen und gesichert oder zukunftsweisende öffentlich-private Partnerschaften eingegangen werden können.

Die Projektvorschläge beziehungsweise die darin enthaltenen Projekte müssen nicht zwangsläufig baulicher Art sein. Auch neue Beteiligungsformen oder innovative Entwicklungsstrategien können beispielhafte Impulse zur Stärkung der Innenstadt darstellen. Allerdings müssen diese auf eine real wahrnehmbare strukturwirksame Aufwertung der Innenstadt abzielen.

Thematisch sollen die Projekte den Bezug zur Initiative RUHR.2010 – Kulturhauptstadt Europas suchen beziehungsweise die im Rahmen des Kulturhauptstadtjahres geplanten Aktivitäten ergänzen und unterstützen oder auf eine ganz eigene Art und Weise einen Beitrag dazu leisten, den zu erwartenden Besucherströmen attraktive Zentren zu präsentieren.

Räumlich sollen die Beiträge und deren Umsetzung auf den Kern der Innenstädte beziehungsweise auf zentrale Einzelhandelsbereiche fokussiert werden. Zu Letzteren können auch stadtteilbezogene Bereiche gehören, wenn sie für diese eine zentrale Versorgungsfunktion übernehmen.

Die einzureichenden Beiträge müssen in eine querschnittsorientierte Gesamtstrategie zur Innenstadt- beziehungsweise Stadtentwicklung eingebettet sein.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer können jeweils einen oder mehrere Beiträge einreichen.

Die Erscheinungsbilder, die Problemlagen und die Handlungserfordernisse in den einzelnen Innenstädten des Ruhrgebiets sind äußerst komplex und vielschichtig. Über den ausgeschriebenen Wettbewerb sowie einzelne Konzeptbausteine und Projektideen lassen sich jedoch nicht alle Aufgabenbereiche und Aufwertungsstrategien gleichermaßen abdecken. Allein durch die Komplexität der Aufgaben, aber auch im Hinblick auf vorhandene finanzielle Ressourcen und den gewünschten Bezug zum Kulturhauptstadtjahr 2010 gilt es, sich zunächst auf die Handlungsfelder zu konzentrieren, welche am dringlichsten erscheinen und die meisten Synergieeffekte versprechen.

## **Dementsprechend konzentriert sich der Wettbewerb StandortInnenstadt.NRW auf drei Handlungsfelder:**

### **I. Innenstadt als vitaler Handelsstandort**

Innenstädte sind maßgeblich geprägt und bestimmt von Handel und Konsum. Sie sind der „Laufsteg“ der Konsumgesellschaft und Zeichen wirtschaftlicher wie auch gesellschaftlicher Prosperität. Zunehmend stehen Innenstädte in Konkurrenz zueinander und im Wettbewerb mit nicht integrierten Standorten. Leerstand und Trading-Down-Prozesse bestimmen vielfach den Alltag und das Erscheinungsbild der Innenstädte im Ruhrgebiet. Umso mehr gilt es, sich den strukturellen und gesellschaftsbezogenen Herausforderungen zu stellen, will man die Vitalität der Handelsstandorte stärken. Es müssen Konzepte entwickelt werden, welche eine breite Angebotsvielfalt in den Innenstädten schaffen und die Individualität und Originalität der Einzelhandelsangebote erhöhen. Monotone, austauschbare und ortsunspezifische Großstrukturen im Einzelhandel müssen aufgebrochen werden. Die Attraktivität der Handelsstandorte muss durch qualitätsvolle Shoppgestaltung, die nach innen und außen wirkt, erhöht und die Servicequalität zielgerichtet entwickelt werden. Vor dem Hintergrund gravierender Veränderungen im Kundenverhalten und den Anbieterstrukturen gilt es zu hinterfragen, welche Bereiche einer Innenstadt langfristig welche Rolle übernehmen können und sollen. Gesundschumpungsprozesse beziehungsweise Vitalität durch Um- und Rückbau von Einzelhandelsstrukturen müssen in Zukunft genauso thematisiert werden wie Frequenz bringende und Kundenstrom steigernde Maßnahmen. Die Schaffung eines sich gegenseitig befruchtenden Miteinanders von Handel, Dienstleistungen und Wohnen anstatt sektoraler Funktionstrennung steht dabei eindeutig im Vordergrund.

### **II. Innenstadt als kultureller Treff- und Mittelpunkt**

Innenstädte haben eine hohe Bedeutung als Ort des gesellschaftlichen Austauschs, sie sind vielfach kultureller und gastronomischer Mittelpunkt und Treffpunkt für geschäftliche Kontakte („Face to face“-Begegnungen). Sie haben von jeher eine wichtige soziale wie auch integrative Funktion und fördern den Austausch zwischen unterschiedlichsten Kulturen. Und nicht zuletzt sind sie Erlebnisorte, bei denen das Neuentdecken, das Amüsieren und die Freizeitgestaltung einen hohen Stellenwert haben. Demnach gilt es, zeitgemäße Antworten darauf zu finden, wie die Innenstädte langfristig als kulturelle Treff- und Mittelpunkte gestärkt werden und wie sie kurzfristig eigene Beiträge zu RUHR.2010 – Kulturhauptstadt Europas leisten können. Es müssen zeitgemäße Konzepte entwickelt werden, die sich vor dem Hintergrund des demografischen Wandels mit den strukturellen und baulichen Anforderungen und zukunftsweisenden Angeboten für den Standort Innenstadt auseinandersetzen. Es müssen Ideen entwickelt werden, welche die gesellschaftliche Integrations-

leistung der Innenstadt unterstützen und verstärkt Bezüge zwischen Handel und Kultur in den Vordergrund stellen. Und nicht zuletzt sind Maßnahmen von Bedeutung, die das Leben und die Vielfalt in der Innenstadt kultivieren.

### **III. Innenstadt als Gastgeber**

Innenstädte unterlagen historisch und unterliegen auch zukünftig einem permanenten Wandel. Stillstand bedeutet dabei Rückschritt. Nur wem es gelingt, seine Innenstadt kontinuierlich an die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Strukturen anzupassen, wird erfolgreich Innenstadtentwicklung betreiben können. Die Ruhrgebietsstädte müssen sich offensiv und stärker denn je den Herausforderungen des Stadtumbaus und der Stadterneuerung stellen. Und sie müssen um Einwohner, Besucher und Kunden werben. Im Sinne der europäischen Stadt gilt es, dabei den Blick wieder verstärkt auf ein attraktives Stadtbild und die Schaffung attraktiver, lebhafter öffentlicher Räume zu richten. Letztere müssen zum Gebrauch einladen, sie sollen qualitativ und dennoch robust sein und in ihrer Gestaltung die Besonderheiten des Ortes charakterisieren. Für die Innenstädte gilt es, sich wieder verstärkt ihrer Gastgeberrolle bewusst zu werden, denn gerade sie sind Anlaufpunkt für zahlreiche Besucher. Ihr Erscheinungsbild hinterlässt sowohl bei den Anwohnern als auch den Besuchern einen prägenden Eindruck, der in der Regel stellvertretend für die Gesamtstadt gilt. Umso mehr bedarf es der Übernahme gemeinschaftlicher Verantwortung für die Repräsentationsaufgabe der Innenstädte und der Fokussierung auf die Qualitätsentwicklung des Stadtbildes und des öffentlichen Raumes.

Die Wettbewerbsteilnehmer und -teilnehmerinnen sind aufgefordert, innovative und kreative Konzepte zur Entwicklung ihrer Innenstädte zu erarbeiten und einzureichen. Dabei sollten sich die Beiträge im Kern mit jeweils einem der genannten Handlungsfelder auseinandersetzen. Gefördert wird die Umsetzung dieser Konzepte.

## **4. Teilnahme**

### **4.1 Teilnahmeberechtigung**

Teilnahmeberechtigt sind

- Stadtmarketinggesellschaften, Citymanagementgesellschaften, Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG),
- kleine und mittlere Unternehmen (KMU) des Handels und der gewerblichen Wirtschaft sowie freie Berufe,
- sonstige Unternehmen des Handels und der gewerblichen Wirtschaft,
- Einrichtungen der technologischen und wissenschaftlichen Infrastruktur, Gemeinschaftseinrichtungen des Handels/der Wirtschaft und der Arbeitnehmer,
- Universitäten und Forschungseinrichtungen, wenn diese Projekte mit unmittelbarem Transferbezug zu Unternehmen umsetzen,

- bei Infrastrukturvorhaben Kommunen und Kommunalverbände, juristische Personen, die steuerbegünstigte Zwecke verfolgen und bei denen das Finanzamt die Erfüllung der Voraussetzungen nach §§ 51–68 der Abgabenordnung anerkannt hat, sowie natürliche und juristische Personen, deren Geschäftstätigkeit nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtet ist.

Entsprechend der Zielsetzung des Wettbewerbs sind die förderfähigen Projekte räumlich auf das Ruhrgebiet beschränkt (Verbandsgebiet des Regionalverbandes Ruhr, siehe [www.rvr-online.de](http://www.rvr-online.de)).

#### **4.2 Teilnahmevoraussetzungen**

Um die nötige Eigeninitiative der Akteure belegen zu können, muss im Rahmen der Projektskizzen dargelegt werden, wie die Vorhaben nach Ablauf einer Förderung ohne weitere öffentliche Hilfen finanziert und weitergeführt werden sollen. Entsprechende Erklärungen der Akteure sind beizufügen.

Die Preisträger des Wettbewerbs erklären sich damit einverstanden, dass ihre Ideen und Konzepte im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit durch das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie sowie das Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen vorgestellt werden.

Das jeweilige Vorhaben muss thematisch, zeitlich und finanziell abgrenzbar sein und darf mit Ausnahme von Vorplanungen sowie Markt- und Mitbewerberanalysen noch nicht begonnen worden sein (Projektförderung). Bei infrastrukturellen Vorhaben wird vorausgesetzt, dass alle Unternehmen aus der Europäischen Union einen diskriminierungsfreien Zugang zu gleichen Konditionen und Bedingungen zu den Infrastrukturen erhalten.

#### **4.3 Teilnahmeunterlagen (Projektskizzen)**

Die Wettbewerbsbeiträge (Projektskizzen) sollen eine abschließende Bewertung des Vorhabens anhand der unter 5.1 bis 5.3 genannten Kriterien ermöglichen. Die Projektdarstellungen sollen qualitative beziehungsweise quantitative Angaben enthalten, welche die Erfüllung der Wettbewerbskriterien dokumentieren:

- Zielkonzept mit Darstellung der Stärken/Schwächen
- Konzept zur praktischen Umsetzung des Vorschlags mit Beschreibung der einzelnen Arbeitsschritte
- Zeit-/Maßnahmenplan
- Kostenschätzung der einzelnen Maßnahmen
- Angaben zur Finanzierung
- Trägerschaft, Partner
- Angaben zur Weiterführung/Unterhaltung nach Ablauf der Förderung

Der Umfang der Projektskizzen soll jeweils 22 Seiten einschließlich Anlagen nicht überschreiten (weitere Einzelheiten dazu finden sich im Leitfaden unter [www.ziel2-nrw.de](http://www.ziel2-nrw.de)).

## 5. Auswahlkriterien

Bei einer Teilnahme am Wettbewerb ist zu folgenden Kriterien Stellung zu nehmen. Diese sollten anhand quantitativer beziehungsweise qualitativer Angaben unterlegt werden:

### 5.1 Beitrag zu den grundlegenden Zielen des Ziel 2-Programms:

- Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit
- Verbesserung der Innovationsfähigkeit
- Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen

### 5.2 Beitrag zu den Querschnittszielen des Ziel 2-Programms:

- Unterstützung der Chancengleichheit
- Unterstützung der umweltgerechten Entwicklung

### 5.3 Beitrag zu den spezifischen Zielen des Wettbewerbs:

#### 5.3.1 Innovativer Ansatz zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

- Fokussierung auf räumliche und inhaltliche Schwerpunkte mit hohem Verbesserungspotenzial
- Berücksichtigung aktueller Trends bei Verbraucherverhalten und Angebotsstrukturen des Einzelhandels
- Originalität/kreative Problemlösung
- Trägerschaft/Kooperationsmodell/partizipativer Ansatz

#### 5.3.2 Regionale Wirtschaftsentwicklung

#### 5.3.3 Stärkung der Standortqualitäten

#### 5.3.4 Qualitäts- und Kundenorientierung

- Bezugnahme auf Alleinstellungsmerkmale der Stadt
- Durchsetzung und Sicherung einheitlicher Servicestandards
- Markt- und Zielgruppenorientierung

#### 5.3.5 Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit

- Effizienter Einsatz von materiellen und personellen Ressourcen
- Synergieeffekte durch Aufgabenteilung
- Finanzierungskonzept
- Sicherstellung der Fortführung des Projekts nach Auslaufen der Förderung

#### 5.3.6 Möglichkeit des Wissenstransfers und der Übertragbarkeit der Projektergebnisse auf Dritte

- Dokumentation und Kommunikation der Ergebnisse
- Vernetzung mit anderen Projekten der Stadt

Die Gewichtung der Auswahlkriterien erfolgt bei „Beitrag zu den grundlegenden Zielen des Ziel 2-Programms“ zu 40 Prozent, bei „Beitrag zu den Querschnittszielen des Ziel 2-Programms“ zu 10 Prozent sowie bei der Kategorie „Beitrag zu den spezifischen Zielen des Wettbewerbs“ zu 50 Prozent.

Die Auswahl der Vorhaben erfolgt mithilfe eines Scoring-Verfahrens, bei dem jedes Vorhaben anhand der Kriterienliste bewertet wird. Die Gesamtpunktzahl jedes Vorhabens ergibt sich anhand der gewichteten Auswahlkriterien und der jeweils vergebenen Punkte und erlaubt das Ranking der eingereichten Projektvorschläge.

## 6. Projektauswahl durch Jury

Die eingegangenen Projektskizzen werden auf der Basis der Auswahlkriterien in rechtlicher, wirtschaftlicher und gegebenenfalls technologischer beziehungsweise infrastruktureller Hinsicht geprüft und bewertet. Auf Grundlage der Wettbewerbsbeiträge schlägt eine unabhängige Jury dem Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen sowie dem Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen eine Auswahl förderungswürdiger Projekte für das Antragsverfahren vor.

**Der Jury gehören an:**

**Prof. Karl-Heinz Petzinka**, Vorsitzender der Geschäftsführung der THS, Architekt, Künstlerischer Direktor der RUHR.2010

**Helmut Falter**, Geschäftsführer der Mayerschen Buchhandlung GmbH & Co. KG

**Mechthild Feldmeier**, 1. Vorsitzende des mm-marketing e. V., Memmingen

**Axel Funke**, Vorsitzender der Geschäftsführung der Multi Development Germany GmbH

**Stefan Maue**, Business Analyst bei Starbucks Coffee Deutschland GmbH

**Reinhart Richter**, Richter Beratung, Kulturberater, Berater für Verwaltungs- und Politikreform

**Sigurd Trommer**, Stadtbaurat a.D., Vorstand Montag Stiftung Urbane Räume gAG

Die Partner des Wettbewerbs sind beratend bei der Jurysitzung tätig.

Die Projektskizzen sollen ein abschließendes Votum ermöglichen. In ihnen sind das Konzept zur praktischen Umsetzung des Vorschlags und Angaben zu den Vorhabenskosten und der Finanzierung darzustellen sowie die einzelnen Arbeitsschritte zu beschreiben.

Die Jury wählt grundsätzlich nur Vorhaben aus, bei denen alle erforderlichen Nachweise eingereicht wurden.

Die Entscheidung der Jury wird mit einem zusammenfassenden Votum abgeschlossen. Bei gleicher Bewertung werden diejenigen Vorhaben vorrangig prämiert, die den in der Vorbemerkung zum Ziel 2-Programm genannten Querschnittszielen am Besten Rechnung tragen.

Die von der Jury für das Antragsverfahren ausgewählten Projektteilnehmer werden durch das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen und das Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen informiert.

## 7. Verfahren und Auswahl der Vorhaben

Ab sofort bis **spätestens zum 6. Juni 2008** sind Projektskizzen mit allen geforderten Angaben beim operativen Wettbewerbsbetreuer, der Dr. Malcher Unternehmensberatung GmbH, einzureichen. Der Wettbewerb und die anschließende Umsetzungsphase wird von der Arbeitsgemeinschaft Dr. Malcher Unternehmensberatung GmbH, BBE Unternehmensberatung GmbH, steg NRW und ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG inhaltlich und organisatorisch begleitet.

Die Bekanntgabe der Ergebnisse der Jury erfolgt voraussichtlich im Oktober 2008 im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung. Die Antrags- und Förderphase beginnt im Anschluss daran.

**Projektvorschläge sind zu richten an die:**

**Dr. Malcher Unternehmensberatung GmbH**  
**Projektbüro „Wettbewerb StandortInnenstadt.NRW“**  
**Ansprechpartner: Dr. Johann Malcher**  
**Krefelder Straße 36**  
**50670 Köln**  
**Telefon: 0221/285516-0**  
**Fax: 0221/285516-99**  
**E-Mail: innenstadt@dr-malcher.de**

Es wird empfohlen, zur Teilnahmeberatung mit dem Wettbewerbsbetreuer Kontakt aufzunehmen. Dort sind weitere Informationen und Erläuterungen erhältlich.

Zu empfehlen ist auch eine Teilnahme an einer der drei Informationsveranstaltungen am **1. April 2008 in Duisburg**, am **2. April 2008 in Bochum** oder am **4. April 2008 in Hagen**. Detaillierte Informationen zu den Veranstaltungsorten und -zeiten sind auf der Wettbewerb-Homepage [www.ziel2-nrw.de](http://www.ziel2-nrw.de) verfügbar.

## 8. Informationen zum anschließenden Antrags- und Bewilligungsverfahren

Die ausgewählten Wettbewerbsteilnehmer werden zur Vorlage eines förmlichen Antrags nach der auf das Vorhaben zutreffenden Förderrichtlinie aufgefordert. Es schließt sich das reguläre Antrags- und Bewilligungsverfahren an.

Die Förderungen sollen durch Zuwendungen mit Mitteln des operationellen Programms (EFRE) für das Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ NRW-EU-Programm Ziel 2 (2007–2013) nach Maßgabe der §§ 23 und 44 LHO, den dazu ergangenen Verwaltungsvorschriften und folgenden Förderrichtlinien erfolgen:

- Förderrichtlinien der Stadterneuerung,
- Regionales Wirtschaftsförderungsprogramm (RWP),
- „De-minimis-Regelung“ (VO [EG] Nr. 1998/2006).

Ein Rechtsanspruch auf Förderung besteht erst mit dem bestandskräftigen Bewilligungsbescheid. Der Zuwendungsgeber entscheidet auf Basis der oben aufgeführten Förderrichtlinien im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel. Die Förderung erfolgt im Zuge der Ausgabenerstattung nach der Vorlage von Belegen für tatsächlich getätigte Ausgaben, soweit EFRE-Mittel eingesetzt werden.

Die Antragsteller erklären sich im Fall der Förderung mit der Aufnahme in das öffentliche Verzeichnis der Begünstigten gemäß Art. 6 und 7 der VO [EG] Nr. 1828/2006 einverstanden. Zuwendungsbescheide werden nach den jeweils zum Zeitpunkt der Bewilligung geltenden Bestimmungen der vorgenannten Förderrichtlinien oder ihrer Nachfolgeregelungen erteilt.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern und -werberinnen oder Wahlhelfern und -helferinnen während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt auch für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt davon unberührt.

Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner Gruppen verstanden werden könnte.

## Impressum

### Redaktion:

Dr. Malcher Unternehmensberatung GmbH  
Krefelder Straße 36  
50670 Köln

ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG  
Venloer Straße 241–245  
50823 Köln

### Herausgeber:

Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen  
Jürgensplatz 1  
40219 Düsseldorf

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen  
Haroldstraße 4  
40213 Düsseldorf

### Bildnachweis:

Titelfoto:  
Christian Schlüter  
[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

Seite 3:  
Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

Seite 4:  
Karstadt Warenhaus GmbH  
Kaufhof Warenhaus AG

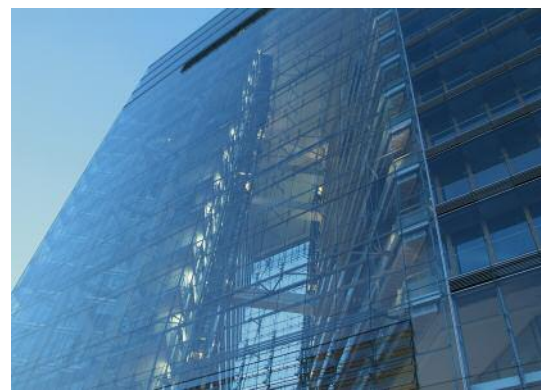
Seite 16:  
[www.stadtfor.de/pressecenter.htm](http://www.stadtfor.de/pressecenter.htm)

**Ministerium für Bauen und Verkehr  
des Landes Nordrhein-Westfalen**

Jürgensplatz 1, 40219 Düsseldorf  
[www.mbv.nrw.de](http://www.mbv.nrw.de)

**Ministerium für Wirtschaft,  
Mittelstand und Energie des  
Landes Nordrhein-Westfalen**

Haroldstraße 4, 40213 Düsseldorf  
[www.wirtschaft.nrw.de](http://www.wirtschaft.nrw.de)



EUROPÄISCHE UNION

Europäischer Fonds  
für Regionale Entwicklung