

Beispiele förderfähiger Maßnahmen (nicht abschließend)

Es sollen Maßnahmen umgesetzt werden, die einen Beitrag zur Innenstadtstärkung und –belebung leisten und die Eigenbeteiligung der Innentadtakteure an der nachhaltigen Innentadtentwicklung aktivieren und stärken. Der Verfügungsfonds soll explizit als Ergänzung zur mittel- und langfristigen Umsetzung von Maßnahmen im öffentlichen Raum eingesetzt werden. Voraussetzung für die Finanzierung von Maßnahmen aus dem Verfügungsfonds ist ein vorliegender und geprüfter Antrag sowie ein positives Votum des lokalen Entscheidungsgremiums.

Investive Maßnahmen

- Bepflanzung und Begrünung
- Kunst im öffentlichen Raum
- Umsetzung von Lichtkonzepten im öffentlichen und privaten (an den öffentlichen angrenzenden) Raum
- Beschilderungs- und Leitsysteme
- Infotafeln z.B. über den Handelsbesatz
- Bauliche Gestaltung von Eingangssituationen in eine Quartier / in die Innenstadt
- Anschaffung, Aufstellung oder Instandsetzung von bereits vorhandenem oder neuem Stadtmobiliar (z.B. Bänke, Spielgeräte, Werbeausleger, Sonnenschirme, Blumenrabatte, Infotafeln)
- Zwischennutzung von Baulücken
- Gestaltung von Plätzen

Investitionsvorbereitende Maßnahmen

- Erarbeitung von Analysen/Konzepten, die für die Umsetzung von investiven Maßnahmen notwendig sind
- Gestaltungs- und Nutzungskonzepte für Flächen im privaten Raum, sofern letzterer an den öffentlichen Raum angrenzt
- Umnutzungskonzepte für (Laden-)Flächen
- Beratung von Immobilieneigentümern z.B. bei einer Zusammenlegung von Ladenlokalen sowie Gestaltung und Nutzung von Immobilien

-
- Durchführung von Wettbewerben, die eine Aufwertung/Belebung eines Stadtquartiers zum Ziel haben

Nichtinvestive Maßnahmen

Anmerkung: Nur der nicht aus der Städtebauförderung stammende Teil der Mittel kann für nichtinvestive Maßnahmen verwendet werden.

- Aufbau und Pflege von Immobiliendatenbanken / Geschäftsflächenmanagement
- Zwischennutzung von leer stehenden Ladenlokalen
- Vorbereitung sowie materielle, technische und organisatorische Absicherung und Durchführung von Veranstaltungen/Märkten zur Frequenzsteigerung / Kundenbindung / Kundenneugewinnung
- Serviceoffensiven zur Kundenbindung (z.B. Lieferservice für Kunden)
- Einrichtung von Kinderbetreuung
- Einrichtung von Gepäckaufbewahrungsmöglichkeiten
- Marketingaktionen – insbesondere zur Markenbildung, Information und Orientierung
- Kontrolldienste in der Innenstadt
- Runde Tische (z.B. für Immobilieneigentümer, Makler, Architekten)
- Schaufenstergestaltungsworkshops und -wettbewerbe