

Rader LokalZeit

Beitrag zum Wettbewerb „Ab in die Mitte! – Die City-Offensive NRW“ 2012

Rader

Gemeinsame Bewerbung der Stadt Radevormwald, des Citymanagement Vereins Radevormwald e.V. und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Radevormwald GmbH.

Bearbeitung

Stadt Radevormwald/ Technisches Dezernat
scheuens + wachen, Dortmund
Christiane ten Eicken, Wuppertal

Gestaltung

scheuens + wachen, Dortmund

Druck

Digital Business Center, Dortmund/Lünen

Radevormwald, November 2011



Derzeitige Projektpartner

Corso-Kino, Radevormwald



LokalZeit

Grußwort aus Radevormwald	4
Die Projektidee	6
Konzeptionelle Einbindung	11
PPP und beteiligte Akteure	16
Nachhaltigkeit des Projektes	18
Regionale Einbettung	19
Kommunikation	20
Die Projekte	22
LokalUmbau: Der Marktplatz als erlebbare Baustelle	24
LokalBesuch: Der Parc de Châteaubriant	28
LokalProdukte: Der Laden & Lokalkompetenzen: Die Firmen	31
LokalPioniere: Die Generationen	34
LokalAktiv: Die Vereine	37
LokalKultur: Die Kreativen	39
Finanzierung	41
Zeitplanung und Veranstaltungskonzept 2012	42

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit Freude überreichen wir Ihnen hiermit zum ersten Mal einen Beitrag zu „Ab in die Mitte! Die City-Offensive NRW“. Das diesjährige Motto **freiRÄUME** ist wie für Radevormwald gemacht UND kommt zum richtigen Zeitpunkt:

2012 beginnen wir verstärkt mit der Aufwertung unserer freiRÄUME; sei es durch den Umbau des Marktplatzes oder die kreative Nutzung von Leerständen – dieses stellt nur einen Teil unseres integrierten Handlungskonzeptes Innenstadt dar.

Die Begleitung und Inszenierung unseres Innenstadtprozesses durch „Ab in die Mitte! 2012“ und unser dafür gewähltes Konzept bietet die Chance, diesen bedeutsamen Schritt in die Umsetzung von Beginn an positiv zu verankern und alle Rader Akteure und BürgerInnen aktiv einzubinden und zu begeistern.

In den vergangenen Wochen haben wir, gemeinsam mit unseren Projektpartnern, mit viel Elan

an unserer Idee gearbeitet, Neues entworfen und Feinschliff betrieben. Ergebnis ist die **Rader LokalZeit** als integrierter Ansatz zur nachhaltigen Vitalisierung unserer Innenstadt.

Die Stadt hat zusammen mit dem neu gegründeten Citymanagementverein, der Werbebegegnungsgemeinschaft, der Wirtschaftsförderungsgesellschaft sowie mit Schlüsselfiguren aus der lokalen Wirtschaft die **Rader LokalZeit** als Mischung aus impulsgebenden Modellprojekten konzipiert. Das eindeutig formulierte Ziel ist es, das „Herz der Stadt“ und dessen freiRÄUME neu zu beleben. Unser Konzept vereint dabei alle wichtigen Elemente einer zukunftsweisenden und nachhaltigen Innenstadtentwicklung: Punktuelle Zwischennutzungen zeigen Perspektiven für die langfristige Weiterentwicklung des Geschäftsbesatzes, Veranstaltungsreihen machen den Menschen die aktuellen Qualitäten unserer Innenstadt und die Perspektiven des Umbaus deutlich.

Dabei werden sowohl Künstler, Bürger und Schüler als auch Unternehmer und Gewerbetreibende eingebunden. Ein besonderer Fokus liegt auf der Schaffung und Profilierung von innerstädtischen freirÄUMEN für alle Generationen.

Die Einbindung eines breiten und engagierten Spektrums an Akteuren ist dabei unser Erfolgsgarant. Denn nur wenn es gelingt, alle beteiligten Gruppen an einen Tisch zu holen, können die hohen Erwartungen an die Entwicklung der Innenstadt erfüllt werden. Besonders wichtig ist es uns aber auch, die Bürgerinnen und Bürger, Besucher und Nutzer der Innenstadt sowie lokale Künstler, Schulen und Vereine mit ins Boot zu holen. Bereits im Rahmen der Erstellung dieses Wettbewerbsantrages haben wir möglichst viele Schlüsselpersonen beteiligt und wollen bei der Umsetzung diesen Kreis noch deutlich erweitern.

Für Radevormwald ist eines klar: Die Stadterneuerung und die begleitenden Veranstaltungen der nächsten Jahre müssen eine hohe Qualität

in allen Bereichen erreichen, denn nur so kann die Innenstadt von Radevormwald wieder zum „funktionierenden Herz der Stadt“ werden und ihr schönes Stadtbild bewahren. Von großer Bedeutung ist es für uns, alle, denen etwas an unserer schönen Stadt liegt, mitzunehmen und wir denken, dass die **Rader LokalZeit** hierzu ein sehr wichtiger Beitrag ist.



Dr. Josef Korsten
Bürgermeister




Julia Gottlieb
Technische Dezernentin



„Wer über einige freie Räume verfügt, dem wird auch das Schaffen von Freiräumen leichter fallen.“ Martin Reisenberg (Aphoristiker)

In Radevormwald geht es jetzt „Ab in die Mitte!“, denn aus unseren freien Räumen sollen **frei-RÄUME** werden.

Mit dem derzeitigen Zustand und Erscheinungsbild unserer Innenstadt können die rund 23.500 hier lebenden Menschen nicht so ganz zufrieden sein. Dabei sollte das Herz einer Stadt das Zentrum des gesellschaftlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens darstellen.

Gemeinsam mit der Bürgerschaft, den Vereinen und der Wirtschaft wollen wir den Herzschlag wieder erhöhen und uns unseren freien Räumen widmen, in denen große Potentiale für eine lebendige Mitte stecken.

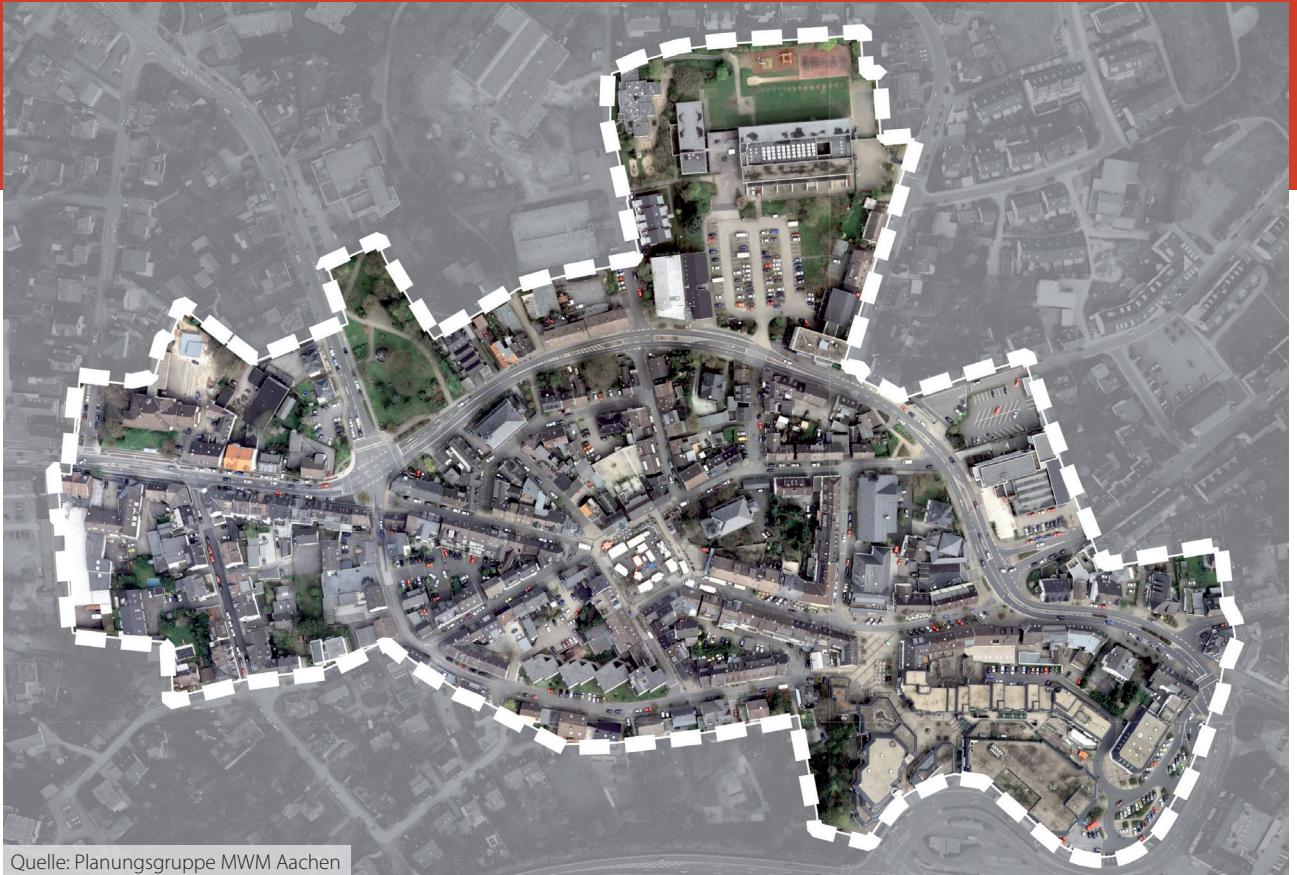
Die Radevormwalder sollen und können sich nach diesem Entwicklungsprozess – und auch schon mittendrin und währenddessen – wieder

ganz mit dem Herz ihrer Stadt identifizieren – heute und in Zukunft. Dafür steht unser Gesamtkonzept:

Jetzt ist **Rader LokalZeit!** Unsere Zeit, unsere Stadt, unsere Ressourcen!

Der Name ist nicht zufällig gewählt und natürlich liegt im Bergischen die Assoziation mit der Sendung „Lokalzeit Bergisches Land“ des WDR nahe. Nun soll es aber mal ständig aktuell, gut recherchiert und offensiv nur um Radevormwald gehen.

Jetzt ist Zeit für den Beginn einer stetigen Entwicklung, die die freiRÄUME unserer Stadt für Familien, Kinder, Jugendliche, Ältere und Alte, Unternehmer und ihre Mitarbeiter eröffnet. Die Innenstadt wird zur Bühne, zum Atelier, zum Drehort, zum Treffpunkt, zum Kulturzentrum, zum Kino, zur Galerie, zur Werkstatt, zur Kaffee-



Quelle: Planungsgruppe MWM Aachen

tafel, zum Sportplatz, zum Markt, zum Ausstellungsort – kurzum: Zum Mittelpunkt, zum schlagenden Herz, zum freiRAUM.

Das Konzept der **Rader LokalZeit** umfasst verschiedene Projekte für verschiedene Zielgruppen. Alles dreht sich um die Mitte: Von

LokalUmbau als erlebbare Marktplatz-Baustelle über **LokalBesuch** als lebendigem Treffpunkt im Park, **LokalProdukte** und **LokalKompetenz** als Transparenz der lokalen Leistungen, **LokalPioniere** als generationsübergreifendem Dialog, **LokalAktiv** als vereinsübergreifendem Sporterlebnis bis zur **LokalKultur**, die den Erneuerungs-

prozess begleitet und kreativ in das öffentliche Bewusstsein bringt.

Alle diese Projekte haben das Potenzial zur Marke mit Nachhaltigkeit. Was einmal angestoßen wird, soll dauerhaft Bestand haben. Die **Rader LokalZeit** entwickeln wir zum Serienhit. Die freiRÄUME möchten wir uns gemeinsam langfristig eröffnen.

Individuelle Rahmenbedingungen

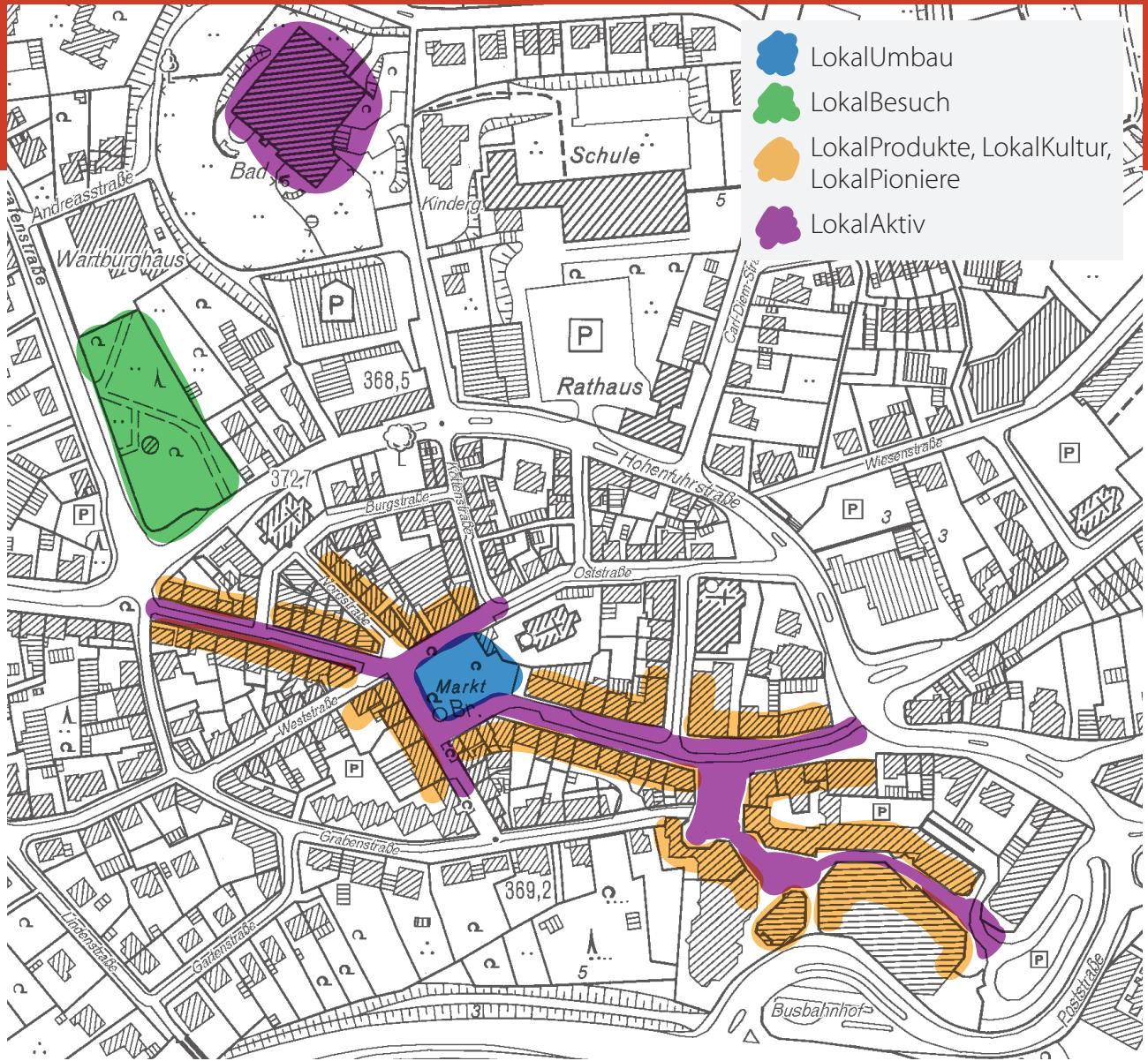
Die Stadt Radevormwald will mit dem Wettbewerbsbeitrag zu „Ab in die Mitte!“, gemeinsam mit der Bürgerschaft, den Vereinen und der Wirtschaft, die bereits laufenden Anstrengungen zur städtebaulichen und funktionalen Aufwertung der Innenstadt – basierend auf dem integrierten Handlungskonzept Innenstadt – erweitern und die bevorstehende Umbauphase lebendig gestalten. Hierfür wurde das Konzept der **Rader LokalZeit** entwickelt.

„Lokal“ ist dabei auf zwei Ebenen zu verstehen: Einerseits im Sinne von Orten und Räumen, wie

sie in Radevormwald anzutreffen sind, also z.B. Plätze, Grün- und Brachflächen, die durch Veranstaltungen/ Projekte temporär oder langfristig zu MusikLokalen, JugendLokalen, GenerationenLokalen oder KunstLokalen entwickelt werden sollen. Andererseits ist damit das Örtliche bzw. Ortsspezifische gemeint: Aktionen „lokal“, in und für die Stadt sowie für und mit den lokalen Akteuren.

Die **Rader LokalZeit** fußt darauf, dass

- sich in der Innenstadt mit insgesamt 14.120 qm zwar 53% der Verkaufsfläche der Gesamtstadt, jedoch gleichzeitig auch derzeit 18 Leerstände befinden,
- es ein Ost-West-Gefälle der Attraktivität in der Innenstadt gibt, insbesondere rund um den Markt gestalterische und funktionale Missstände zu beobachten sind,
- durch die 2008 erfolgte Verlagerung des REWE-Marktes vom Marktplatz in den östlichen



Bereich des zentralen Versorgungsbereiches die Attraktivität dieses Standortes zunehmend abgenommen hat und

- in der Innenstadt qualitativ hochwertige Orte des öffentlichen Lebens, freiRÄUME für die Bürgerinnen und Bürger, insbesondere auch für Kinder und Jugendliche fehlen.

Diese individuellen Rahmenbedingungen Radevormwalds stellen Gründe für die nachlassende Attraktivität der Innenstadt dar; dieser Herausforderung wollen wir uns stellen. Unter dem Motto freiRAUM und mit dem darauf basierenden Konzept der Rader LokalZeit sollen „alte“, neue und auch ungewohnte Rader freiRÄUME nachhaltig mit und von den Radern (wieder)entdeckt, „be-spielt“ und (wieder)belebt werden.

Die freiRÄUME der Innenstadt rücken durch die **Rader LokalZeit** in den Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit. Gemeinsam mit einer Vielzahl an Menschen aus dem öffentlichen Leben, der

Künstlerszene, der Wirtschaft und der Bürgerschaft werden neue Räume für alle Generationen und Interessen in der Innenstadt geschaffen. Diese Räume bieten im wahrsten Sinne des Wortes freiRÄUME zum Erproben von neuen Ideen, von Existenzgründern, Erfahrenen, Jungen, Kreativen; freiRÄUME, in denen Neues entsteht und fast Vergessenes wieder lebendig wird. Die umfassende Einbindung dieser kreativen und innovativen Ansätze in den Prozess des Umbaus und der Sanierung der Innenstadt zeichnet die **Rader LokalZeit** aus.

Der Fokus liegt dabei nicht nur auf temporären Installationen und einmaligen Veranstaltungen, sondern auf der langfristigen Qualifizierung und Belegung des öffentlichen Raumes sowie des Handels in der Innenstadt, einer ständigen Wiederkehr der **Rader LokalZeit**. Die Radevormwalder sollen sich wieder mit ihrer Stadt identifizieren können.

Konzeptionelle Einbindung

Die Innenstadt von Radevormwald wird in ihrem jetzigen Zustand und Erscheinungsbild ihrer Funktion als Zentrum des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Lebens nur noch eingeschränkt gerecht. Um eine nachhaltige Entwicklung der Innenstadt zu betreiben, wurde daher 2009 ein **Integriertes Handlungskonzept (IHK)** Innenstadt aufgestellt, welches, ebenso wie die notwendige Sanierungssatzung im Jahr 2010 vom Rat beschlossen wurde. Als erste positive Folgewirkung ist die Aufnahme in das Städtebauförderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ zu nennen. Mit Hilfe des Landes konnte so mit der Revitalisierung des in die Jahre gekommenen Stadtkerns begonnen werden.

Im Rahmen der Umsetzung des Integrierten Handlungskonzeptes Innenstadt (IHK) kommen begleitend zu den Maßnahmen im öffentlichen Raum (der „Hardware“) mit dem **Citymanagement** und dem **Verfügungsfonds** (als „Soft-

ware“) Maßnahmen zum Einsatz, die als Ziel die verstärkte Aktivierung von privaten Ressourcen (Engagement, Kapital, ...) für die Innenstadt haben. Das Citymanagement wird durch einen Verein getragen, in dem eine Vielzahl an Akteuren organisiert und finanziell beteiligt sind.

Ein wichtiger Baustein und gleichzeitig erste Umbaumaßnahme des IHK ist die **Neugestaltung des Marktplatzes**. Die ehemals ausgefüllte Funktion dieser Lage als Gegenpol zum Schlossmacherzentrum am anderen Ende der Kaiserstraße, auch als „Knochen Marktplatz - Kaiserstraße - Schlossmacherzentrum“ bezeichnet, soll wieder hergestellt und von diesem Standort aus Impulse für die gesamte Innenstadt gesetzt werden. Im Bereich des Marktes wird voraussichtlich im April 2012 mit den Baumaßnahmen begonnen – diese sollen möglichst im Herbst 2012 abgeschlossen sein.

Die zwei Säulen der Stadterneuerung in Radevormwald

„Hardware“

kommunal-investive Maßnahmen im öffentlichen Raum

Straßen- und Platzgestaltung
Stadteingänge und Verkehrsführung
Grün- und Freiflächen
Lichtkonzept
Konkrete Stadtbildpflege

„Software“

kooperative Projekte

Citymanagement
(Steuerung, Service, Marketing)

Verfügungsfonds
(Ausstattung, Aktionen, Beratung)

Hier setzt die **Rader LokalZeit** als sinnvolle thematische Ergänzung an: Die Umbaumaßnahmen des IHK werden bspw. durch das Projekt LokalUmbau in der Öffentlichkeit thematisiert und diskutiert: Dazu gehören auch ein innovatives Baustellenmarketing für den Umbau des Marktplatzes, die Förderung von kreativen Zwischennutzungen in Leerständen sowie die Belebung des öffentlichen Raumes, z.B. über die Projekte LokalBesuch und LokalAktiv.

Radevormwald verfügt über eine engagierte Gruppe an Bürgern, Künstlern, Unternehmern und Einzelhändlern, denen im Rahmen der Rader LokalZeit die nötigen freiRÄUME für die Entwicklung von neuen Nutzungs- und Geschäftsideen in der Innenstadt eröffnet werden. Über die Projektideen LokalProdukte und LokalKompetenz werden nicht zuletzt auch lokale Unternehmen stärker an den Standort Innenstadt gebunden und Ihnen die Möglichkeit gegeben, sich zu präsentieren.

Im Rahmen der **Rader LokalZeit** gilt es, zusammen mit einer Vielzahl an öffentlichen und privaten Akteuren, die flankierenden Maßnahmen zum Stadterneuerungsprozess, wie z.B. Öffentlichkeitsarbeit (Stichwort Baustellenmarketing), umzusetzen. Die Maßnahmen des Integrierten Handlungskonzeptes werden auf diesem Wege im Kontext der Entwicklung der gesamten Innenstadt dargestellt.

Als Ergänzung zu diesen impulsgebenden Maßnahmen der öffentlichen Hand sollen weitere Aktionen und Projekte angestoßen werden, die auf andere Potenziale (aber auch Defizite) der Innenstadt abzielen. Die Entwicklung der Innenstadt im Bereich des Besatzes und der Attraktivität im Einzelhandel, die Leerstandsproblematik und die gestalterischen Defizite können nur gemeinsam gedacht und angegangen werden.

Die vorgeschlagenen Projektideen verfolgen diese übergeordneten Ziele:

- Kurzfristig: Kreative Nutzung von Leerständen als freiRÄUME für neue Ideen!
- Langfristig: Beseitigung des innerstädtischen (Laden-)Leerstandes!
- Schaffung von innerstädtischen Orten und freiRÄUME für alle Generationen!
- Vernetzung und Netzwerkbildung zwischen öffentlichen und privaten Akteuren!
- Integriertes Handlungskonzept mit Leben füllen – neue freiRÄUME in der Innenstadt!
- Wiederbelebung des „Knochenprinzips“ durch Stärkung des Standortes am Marktplatz!

Die Konzeption der **Rader LokalZeit** ist langfristig angelegt: Den laufenden und geplanten Projekten liegt eine integrative Konzeption und eine Mischung von investiven und nicht-inves-

tiven Maßnahmen zu Grunde. Städtebauliche und stadtgestalterische Erneuerungsmaßnahmen sollen über Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen kommuniziert, aber auch qualifiziert werden.

Für die Fortsetzung der Aktionen sind in den nächsten Jahren mit dem Citymanagement, der Werbegemeinschaft, der Wirtschaftsförderung und dem privaten Engagement – sei es durch Vereine oder auch Unternehmen – die erforderlichen Strukturen vorhanden. Die Zusammenarbeit dieser Akteure wird im Rahmen von „Ab in die Mitte!“ 2012 weiter intensiviert und so auch die Grundlagen für eine Verstetigung der Projektansätze gelegt.

Die **Rader LokalZeit** soll eine Marke für die zukünftige Arbeit des Citymanagements bilden: Die Themen, Veranstaltungsformate und ihre Kommunikation sollen auch über 2012 hinaus Bestand haben.



An der Konzeption sowie an der Umsetzung und Finanzierung der **Rader LokalZeit** sind folgende lokale Einrichtungen, Vereine und Unternehmen mit eingebunden:

- die städtische Politik und Verwaltung,
- die Wirtschaftsförderungsgesellschaft,
- der Citymanagement Radevormwald e.V. und das beauftragte Citymanagement,
- die Werbegemeinschaft „Rade lebt e.V.“ (und damit vor allem der Einzelhandel),
- die Stadtwerke Radevormwald GmbH,
- die ortsansässigen Unternehmen (z.B. GIRA, Kuhn Edelstahl, Drago mocambo),
- das Freizeitbad Life-Ness,
- das Corso-Kino Radevormwald,
- der Verein „aktiv55plus“ Radevormwald e.V.,
- die technische Schülergruppe Techtorium,
- die lokale Gastronomie,
- die ortsansässigen Kreditinstitutionen,
- die lokalen Schulen und Kindergärten,
- die lokalen Kirchen,

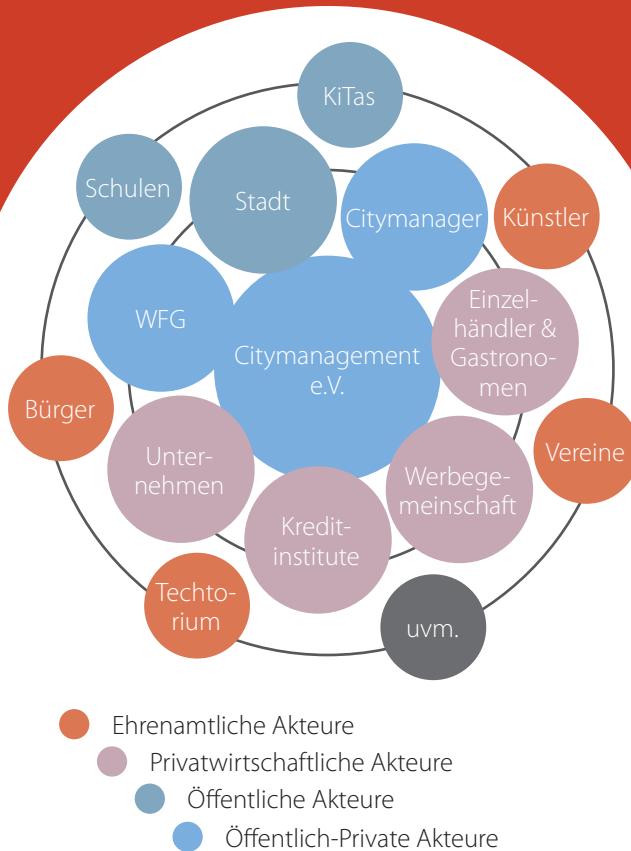
- die lokalen Vereine (z.B. aus dem Sport- und Kulturbereich) sowie
- die lokalen Künstler.

Im Rahmen der Projekte sollen darüber hinaus verstärkt auch bürgerschaftliche Gruppierungen und Einzelpersonen mit einbezogen werden:

- Einzelhändler und Gewerbetreibende sowie
- interessierte Bürgerinnen und Bürger.

Dabei wird darauf geachtet, Personen und Gruppen verschiedener Generationen, Interessen sowie religiöser, ethnischer und soziokultureller Hintergründe zu aktivieren und zu beteiligen.

Die Bemühungen rund um das Stadtmarketing und Geschäftsflächenmanagement drehen sich in der Stadt aktuell hauptsächlich um den Citymanagement Radevormwald e.V. und die darin engagierte Werbegemeinschaft „Rade lebt e.V.“ sowie die Wirtschaftsförderungsgesellschaft. Der Citymanagement-Verein verwaltet den Verfügungsfonds für die Innenstadt und ist



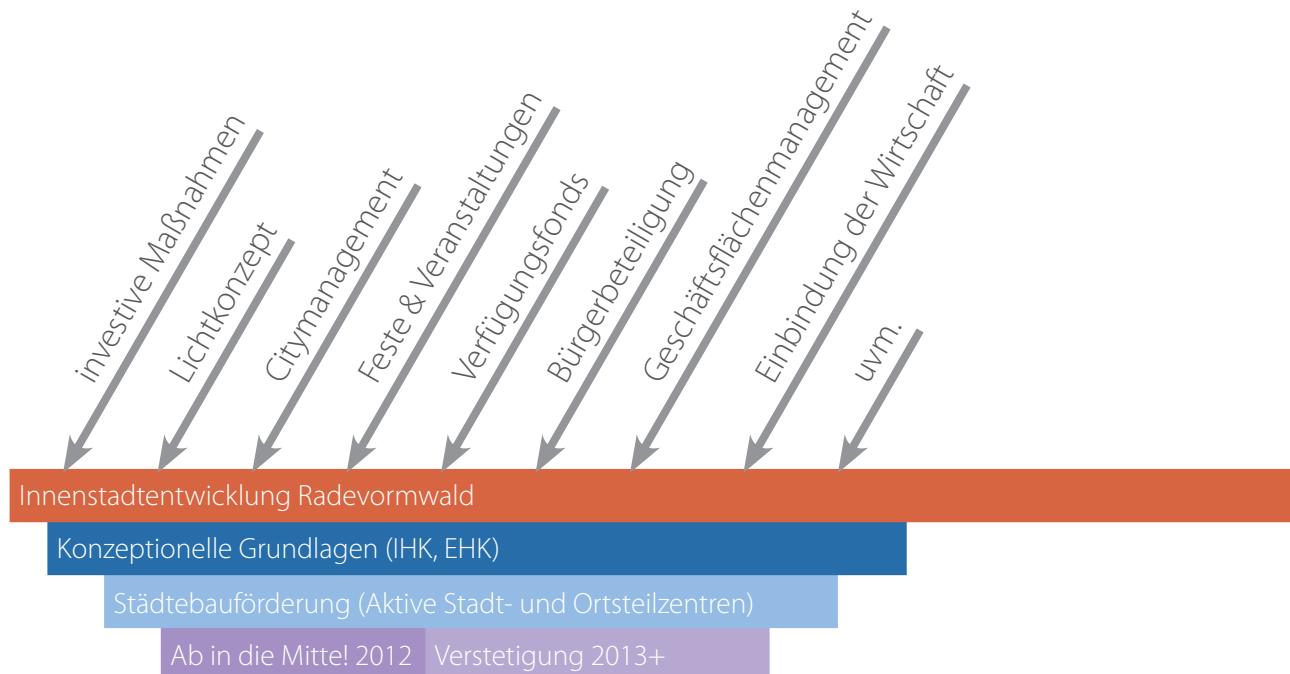
Auftraggeber des Citymanagement. Im Rahmen der **Rader LokalZeit** sollen 2012 möglichst viele Personen und Gruppen über dieses bestehende Netzwerk in die Projekte einbezogen werden. Darüber hinaus soll eine Verflechtung des Citymanagement-Vereins in die Stadtgesellschaft gefördert und ein breites Themenspektrum für die Zukunft gesichert werden.

Das Citymanagement ist über den Verein z.T. privat finanziert und zur Weiterführung über den Förderzeitraum hinweg auf weitere Mitglieder angewiesen. Der Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ kann ein wichtiger Baustein zur Unterstützung der Arbeit des Vereins sein sowie seine nachhaltige Einbettung in die lokalen privaten und öffentlichen Strukturen darstellen.

Das Citymanagement bildet unter Beteiligung des Entscheidungsgremiums des Citymanagement Radevormwald e.V., in dem neben den Einzelhändlern und lokalen Unternehmen auch die Stadt, die Wirtschaftsförderungsgesellschaft, die Werbegemeinschaft und andere wichtige Akteure vertreten sind, für die **Rader LokalZeit** die Lenkungsstelle. Neben der Koordination der Durchführung der Einzelprojekte garantiert sie – gemeinsam mit dem Citymanager – eine projektübergreifende Kommunikation und Abstimmung sowie Dokumentation und Evaluation der Gesamtmaßnahme.

Die bereits vorgestellten Strukturen des Citymanagement Radevormwald e.V., der Werbegemeinschaft und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft bieten sich als optimale koordinierende Akteure für die Weiterführung der

Rader LokalZeit an. An dieser Stelle sind sowohl die organisatorischen Strukturen als auch Kontakte und Netzwerke – z.B. für die Akquise von Sponsorengeldern – für die Fortführung vorhanden.



Einbettung in die Region

Die konkreten Termine der **Rader LokalZeit** werden, so weit möglich, mit dem Veranstaltungsangebot in der Region abgestimmt, um Konflikte zu vermeiden und nach Möglichkeit Synergien zu erzeugen. Die Vertreterinnen und Vertreter (Politik, Einzelhändler, Unternehmer, Bürger, ...) der Gemeinden aus der Region werden gezielt zu einzelnen Veranstaltungen eingeladen, um auch die Perspektiven Externer mit einzubeziehen. Dies dient dem Standortmarketing der Stadt Radevormwald und ihrer Innenstadt in der Region.

Eine weitere Kooperation im Rahmen dieses Projektes wird bei dem studentischen Design-Wettbewerb angestrebt, der in Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen in der Region (z.B. der Bergischen Universität Wuppertal) ausgerichtet werden soll. Zudem soll das Potential der Berufskollegs der Region durch gezielte Projektarbeit genutzt und die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten in Radevormwald und der Region für die Jugend aufgezeigt werden.



Schon die Wahl des Namens im Hinblick auf die Sendung „Lokalzeit Bergisches Land“ des WDR verspricht eine öffentlichkeitswirksame Wahrnehmung. Dazu beinhaltet die Konzeption der **Rader LokalZeit** bereits die Bildung von Wortmarken für die Vermarktung und Bewerbung. Die Marken LokalUmbau, LokalProdukte, LokalBesuch, LokalPioniere, LokalAktiv und LokalKultur verbinden die Einzelmaßnahmen in ihrer öffentlichen Kommunikation zu einem Gesamtprojekt mit Wiedererkennungswert.

Die Rader Jugendgruppe „Tectorium“ wird im Rahmen des Projektes LokalKultur den gesamten Umsetzungsprozess filmisch begleiten. Zudem sollen mit den Akteuren und Bürgern „Interviews“ zu den Rader freiRÄUMEN geführt werden: „...welche Erinnerungen, Ideen etc. verbinden Sie mit diesem Platz, diesem Park, diesem Leerstand, dieser Baulücke ...?“ Ergebnis wird eine Reihe von Kurzfilmen sowie ein längerer Abschlussfilm als Dokumentation der

Rader LokalZeit sein. Die Schüler bearbeiten aktuell bereits einen vom Bürgermeister Dr. Josef Korsten in Auftrag gegebenen „Jugendstadtfilm“ und haben somit auch schon Erfahrungen in diesem Bereich sammeln können. Aufgrund des technischen Könnens und des „Drahtes“ zur Jugend soll über die Verwendung von „Social Media“ die jüngere Generation für die **Rader LokalZeit** und damit den Innenstadtprozess begeistert und beteiligt werden.

Für die Bewerbung und regelmäßige Information zur **Rader LokalZeit** ist darüber hinaus die Nutzung von folgenden Medien vorgesehen:

- regionale und überregionale Presse und Medien (begleitende Berichterstattung),
- insbesondere regelmäßige Beiträge in der WDR Lokalzeit,
- lokale und regionale Werbung (Plakatierung, Programm-Flyer, Zeitungsbeilagen etc.),

LokalBesuch

LokalProdukte

Rader LokalZeit

LokalKompetenz

LokalAktiv LokalPioniere

LokalKultur

LokalUmbau

- zielgruppenorientierte Nutzung von verschiedenen Werbe-, Informations- und Beteiligungsmedien (Internetseite, Social Media etc.),
- regelmäßig aktualisierte Internetseite mit Webcam aus dem Baustellencafé am Marktplatz.

Die Online-Angebote werden im Sinne einer Weiterführung des Projektgedankens über 2012 hinaus in die bestehenden Strukturen der Stadt und des Citymanagements eingebunden.

Über eine einheitliche Werbung, eine starke Markenbildung und öffentliche Auftritte mit Wiedererkennungswert im Sinne eines „Corporate Designs“ soll die **Rader LokalZeit** möglichst breit kommuniziert werden. Die Elemente der landes-

weiten City-Offensive werden über Informationen zu anderen Projekten von „Ab in die Mittel 2012“ mit eingebunden.

Die Besucher der Veranstaltungen und Aktivitäten der **Rader LokalZeit** haben einerseits den Bezug zu den Themen Innenstadtentwicklung, Leerstand und innerstädtische freiRÄUME, aber andererseits auch zu innovativen Ansätzen im Umgang mit diesen Themen und Problemlagen. Der Fokus liegt dabei z.B. auch nicht auf der Problematisierung von Leerstand, sondern auf der kreativen Nutzung als freiRAUM für verschiedene Projektideen mit kulturellem, sozialem oder wirtschaftlichem Hintergrund.

Rader

LokalZeit

Die Projekte

LokalUmbau: Der Marktplatz als erlebbare Baustelle

LokalBesuch: Der Parc de Châteaubriant

LokalProdukte: Der Laden & LokalKompetenzen: Die Firmen

LokalPioniere: Die Generationen

LokalAktiv: Die Vereine

LokalKultur: Die Kreativen

Zeitraum: März bis Oktober 2012

Veranstaltungen:

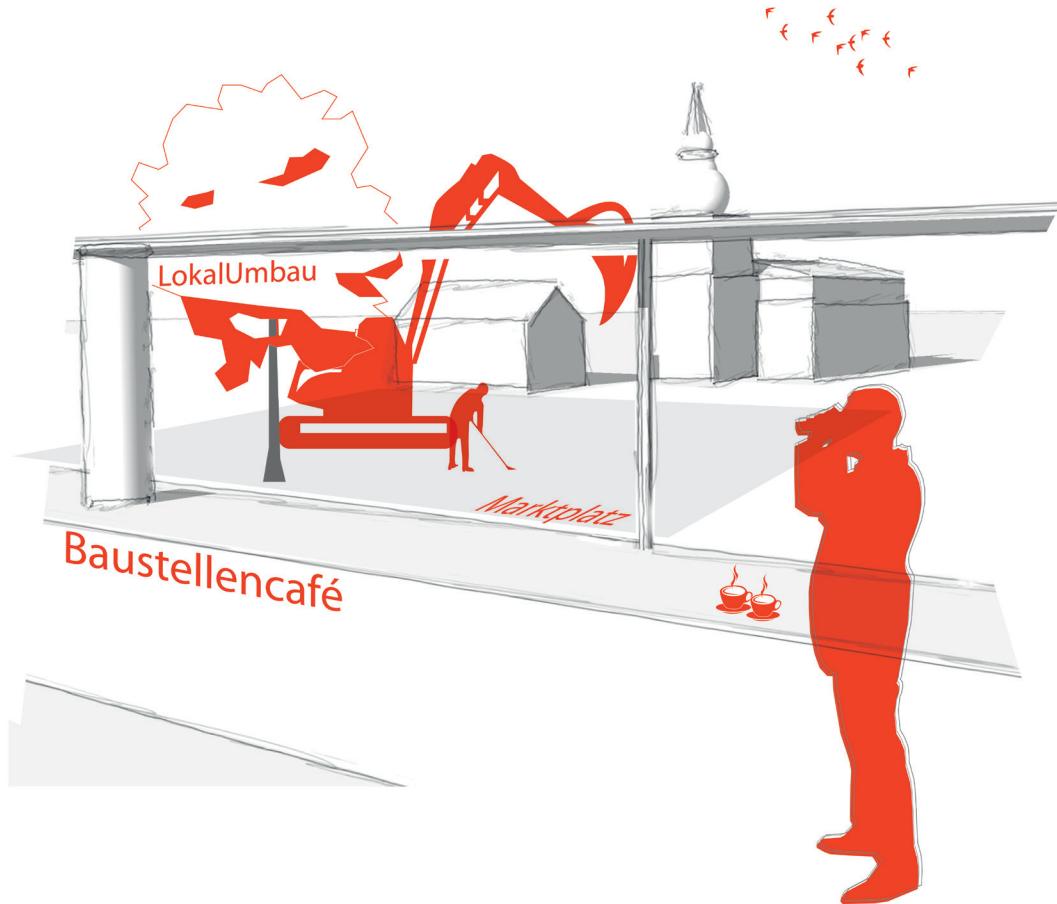
- Startveranstaltung voraussichtlich im März 2012
- Einrichtung des Baustellencafés im 1. OG eines Leerstands mit Panoramablick auf den Markt von März bis Oktober 2012
- Eröffnungsveranstaltung im Herbst 2012
- Vernissage 1. Wochenmarkt „in neuem Gewand“ im Herbst 2012

Verantwortliche:

- Stadt/ Planungsgruppe MWM (Koordination), Citymanagement/ WFG (Startveranstaltung, Baustellencafé, weiteres Baustellenmarketing), WFG (Eröffnungsveranstaltung), Marktbesucher/ Gastronomie (Vernissage)

Eine Baustelle bedeutet Einschränkungen und vollzieht sich zumeist hinter Wänden? Bei LokalUmbau ist alles anders, hier wird die Baustelle erlebbar!

Zum offiziellen Start des Marktplatzzumbaus und als „Kick-Off“ für „Ab in die Mitte!“ wird – am Wochenende vor Baustellenbeginn – auf dem Marktplatz in Radevormwald eine **Startveranstaltung** zelebriert, die den „Aufbruch zu neuen freiRÄUMEN“ einläutet. Neben dem klassischen „Spatenstich“ der Verantwortlichen liegt der Fokus dabei auf der Einbindung der Bürgerinnen und Bürger aller Altersgruppen in diese Veranstaltung und den Umbau. Kinder und Jugendliche können an einem Malwettbewerb teilnehmen – Preis: mit dem Bagger auf dem Marktplatz arbeiten. Kleinere Kinder bekommen ihre eigene Baustelle: Zwei Wagenladungen Sand bilden einen Abenteuerspielplatz zum Toben mit Schaukeln, Förmchen, Wasser und natürlich Baggern – eine gigantische Sandkiste. Die einheimische



Gastronomie kann sich zudem mit einem besonderen Event von ihrer Außengastronomie auf dem Markt vorübergehend verabschieden und den Umzug ins Baustellencafé feiern.

Das **Baustellencafé** (im Sinne eines Aussichtscafés mit Panoramablick) soll sich in einem Leerstand im 1. Obergeschoss am Markt ansiedeln und von ortsansässigen Gastronomiebetrieben betrieben werden. Neben einem Angebot an

„Hast Du heute schon gesehen, wie weit man auf der Baustelle am Marktplatz ist? Lass uns mal einen Kaffee trinken gehen, wir schauen es uns einfach live an.“

Speisen (z.B. Sandkuchen) und Getränken für die „Baustellentouristen“ stehen hier Informationen zum Umbau und Fernrohre zur Verfolgung der Baustelle zur Verfügung. Die durch die Baustelle beeinträchtigten Gastronomiebetriebe können sich hierdurch ein zusätzliches Standbein sichern. Als Öffnungszeit ist vor allem der Nachmittag zwischen 14 und 17 Uhr sowie für verschiedene Veranstaltungen vorgesehen.

Im Rahmen des weiteren **Baustellenmarketings** wird der notwendige Bauzaun punktuell für verschiedene Aktionen genutzt: Denkbar sind dabei Installationen mit historischen Fotos des Marktplatzes und der Innenstadt, ein Wettbewerb zur Suche des schönsten Baustellenfotos o.ä. Ein wichtiges Element ist zudem die regelmäßige Information der Bürgerinnen und Bürger über den Fortschritt der Baustelle. In diesem Zusammenhang werden auch Besuche und Führungen auf der Baustelle angeboten.

Nach der Fertigstellung der Umbaumaßnahmen ist zur **Eröffnung des „neuen“ Marktplatzes** eine Wochenendveranstaltung geplant. Zusammen mit den Gastronomiebetrieben wird durch ein großes Fest auf dem Marktplatz mit verschiedenen Aktionen und Angeboten für alle Altersgruppen die Fläche nach dem Umbau wieder zurückerobert. Die Umsetzung des Lichtkonzeptes am Marktplatz (eine Maßnahme des Integrierten Handlungskonzeptes) wird im Sinne einer effektvollen Lichtinszenierung erstmals der Öffentlichkeit vorgeführt. Ergänzend werden über Lichtinszenierungen in Zusammenarbeit mit Sponsoren bestimmte Orte in der Innenstadt weiter in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt und so die Eröffnungsveranstaltung auf die gesamte Innenstadt ausgedehnt und damit in den Abendstunden zum besonders stimmungsvollen Erlebnis. Hiermit wird die Aufmerksamkeit der Besucherinnen und Besucher auch auf die Stadterneuerungsmaßnahmen in der restlichen Innenstadt gelenkt.



Quelle: Planungsgruppe MWM Aachen

Im Rahmen der Eröffnung wird zudem der **erste Wochenmarkt „in neuem Gewand“ als Vernissage** zelebriert. Hierbei können die Bürger die geschaffenen Qualitäten des Marktplatzes

bei einem Rundgang auf dem neu gestalteten Wochenmarkt erleben oder dem regen Markttreiben bei einem Getränk in der Außengastroonomie zusehen.

Zeitraum: Mai bis Oktober 2012

Veranstaltungen:

- monatliche Bergische Kaffeetafel

Verantwortliche:

- Citymanagement (Koordination), Gastronomiebetriebe, Vereine

Ein Park in der Innenstadt ist eher für Hundebesitzer? Dank LokalBesuch wird er zum gemütlichen Treffpunkt mit echt bergischem Ambiente!

Der Parc de Châteaubriant führt im öffentlichen Leben in der Innenstadt derzeit, trotz seiner zentralen Lage und seiner Qualitäten, ein Schattendasein. Er ist allerdings sehr wohl im Bewusstsein der Bürger vorhanden: In einer Werkstatt zur Innenstadtentwicklung forderten sie eine bessere Aufenthaltsqualität und eine stärkere Anbindung an den historischen „Rundling“.

Zur Ergänzung der Aufwertungsmaßnahmen im Rahmen des Sanierungsgebietes Innenstadt soll, den Wünschen der Bürger entsprechend, die einzige Grünfläche in der Innenstadt kurzfristig erlebbar werden. Wesentlicher Bestandteil ist die **Installation einer festen Bergischen Kaffeetafel** (im Sinne eines Picknick-Tisches) mit bis zu 30 Sitzplätzen. Dies greift die bergischen Traditionen auf, die sich auch im historischen Rokoko-Gartenhaus im Park wieder finden. Die Tafel soll von ortsansässigen Handwerksbetrieben gefertigt und von lokalen Unternehmen finanziell gefördert werden.



„Also zum Geburtstag bekomme ich nicht alle Gäste in meine Wohnung, ich glaube, ich mache wieder ein Picknick im Park. Das hat allen so gut gefallen, diesmal mit echt Bergischer Kaffeetafel!“

Als Begleitung dieser investiven Maßnahme wird in den Frühjahrs- und Sommermonaten **monatlich eine Bergische Kaffeetafel** im Parc de Châteaubriant stattfinden. Gastronomen aus ganz Radevormwald werden sich abwechselnd um die Organisation und Bewirtung der Veranstaltung kümmern. Frei nach dem Prinzip eines bayerischen Biergartens werden Getränke und Speisen verkauft, das Mitbringen eines eigenen „Picknicks“ ist aber ausdrücklich erwünscht. Die feste Tafel wird hierzu nach Bedarf durch weitere Biertischgarnituren ergänzt – oder die Besucher bringen sich ihren eigenen Liegestuhl, Campingtisch oder eine Picknickdecke mit. Die Bergische Kaffeetafel wird jeweils in Kooperation mit einem Verein und anderen Einrichtungen ausgerichtet, die sich um ein vereinspezifisches Rahmenprogramm kümmern. Musik, Tanz, Vorträge – einem unterhaltsamen Sonntag – Besuch – in der Stadtmitte steht nichts im Wege.

Die Aufwertung und Profilierung des Parks steht auch im Zusammenhang mit dem Rad- und Wanderwegangebot der Region. Der Parc de Châteaubriant mit dem historischen Gartenhaus ist Teil des historischen Stadtrundganges, der im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes ausgeschildert und beworben wird. Des Weiteren liegt der Park am Wald-Wasser-Wolle-Wanderweg, der 2008/2009 als „Beliebteste Tour Nordrhein-Westfalens“ ausgezeichnet wurde. Mit spezifischer Vermarktung soll es gelingen, nicht nur das Freizeitangebot der Stadt, sondern auch die Innenstadt und den Parc de Châteaubriant als Attraktion zu verankern und vermehrt Rad- und Wandertouristen sowie die Bürger für die Rader freiRÄUME und Innenstadt (neu) zu begeistern.

LokalProdukte: Der Laden und LokalKompetenzen: Die Firmen

Zeitraum: 2012

Veranstaltungen:

- Vernissage (Februar 2012) und Finissage (Dezember 2012)
- Regelmäßige Aktionen wie z.B. Verkostungen, Produktpräsentationen, (Teil-) Ausstellungen
- Designwettbewerb „Das Rader Produkt“

Verantwortliche:

- Citymanagement-Verein als Träger des Ladens, Anbieter und Aussteller (Unternehmen, Vereine, Schulen, Designer/ Künstler, Handwerker etc.)

Keiner weiß eigentlich so genau, was alles aus Radevormwald kommt? Dank LokalProdukte und LokalKompetenz wird es endlich sichtbar!

Die Leerstände in der Innenstadt werden als frei-RÄUME neu in die öffentliche Wahrnehmung gerückt. In einem zentralen Leerstand wird ein fester Dreh- und Angelpunkt der „Ab in die Mitte!“-Vorhaben in Radevormwald geschaffen. Teils parallel werden mehrere Nutzungen realisiert:

- **Konzeptladen mit Designprodukten:** Vermietung von einzelnen Regalfächern an junge Handwerker, Studierende, Existenzgründer, Designer und Künstler zum Verkauf von eigenen Produkten,
- Verkauf und Verkostung von lokalen und regionalen Erzeugnissen,
- LokalKompetenz: Temporäre „Shop-in-Shops“ von ortsansässigen Unternehmen wie z.B. GIRA,
- Präsentation von Vereinen, Künstlergruppen sowie kulturellen und sozialen Einrichtungen sowie
- als freiRAUM für das Projekt LokalPioniere.

„Also ich habe in der Innenstadt den neuen Schalter von GIRA ausprobiert und dazu noch eine echt tolle Idee gehabt. Das haben die gleich übernommen!“

LokalProdukte wird begleitet von mehreren Veranstaltungen:

Eine Vernissage als Auftaktveranstaltung lenkt die Aufmerksamkeit auf den Ort und das Angebot, regelmäßig wiederkehrende Aktionstage zur Eröffnung von neuen Teilen des Ladens (z.B. Wechsel des ausstellenden Unternehmens) führen zur Belebung des Geschäftes.

Innerhalb einer abschließenden Finissage kann mit den teilnehmenden Unternehmen, Künstlern und Designern erläutert werden, wie und in welcher Form ein solcher Laden weiter betrieben werden könnte.

Im Rahmen von LokalProdukte wird auch ein **Wettbewerb für junge Designer** (Studierende und Absolventen) durchgeführt, bei dem ein Produktpaket für das Radevormwalder Stadtmarketing entwickelt wird und – wenn möglich – durch örtliche Unternehmen produziert werden soll. Die Abstimmung über den oder die Ge-

winner des Wettbewerbes sowie die Vorstellung der Ergebnisse werden im Rahmen von LokalProdukte durchgeführt.

Das LokalProdukte-Geschäft ist dabei als lernendes Konzept angelegt: Erfolgreiche Produkte und Formate können wiederholt werden und die Aktionen sowie das Angebot an die Nachfrage der Radevormwalder angepasst werden. Über die Förderung im Rahmen von „Ab in die Mitte!“ kann erprobt werden, inwiefern ein solches Ladenkonzept in Radevormwald wirtschaftlich betrieben werden kann und – evtl. im Zusammenhang mit Existenzgründungshilfen der Wirtschaftsförderung und den örtlichen Kreditinstitutionen – in eine dauerhafte Form übertragen werden kann.

Eine „Außenstelle“ der LokalProdukte wird ein **Stand auf dem Wochenmarkt** sein. Gerade in der schwierigen Zeit des Umbaus des Marktplatzes gewinnt der Wochenmarkt durch neue, nur temporär hinzukommende Anbieter an Attrakti-



vität: Im Herbst der Kürbis-Anbauer, im Frühjahr der Landfrauenverein, der Marmelade und eingekochte Früchte verkauft, Hobbyhandwerker, die ihre Produkte präsentieren – dem Angebot

sind keine Grenzen gesetzt. Um die Schwelle für Anbieter niedrig zu setzen, gibt es einen Lokal-Produkte-Leihstand, so dass man nur seine Waren mitbringen muss.

Zeitraum: 2012

Veranstaltungen:

- Veranstaltungsreihe/ verschiedene Aktionen und Termine, auch im Rahmen von LokalProdukte, wie z.B. Schulungen, Aktivitäten von Schulen etc.
- Ausbildungsbörse einheimischer Unternehmen

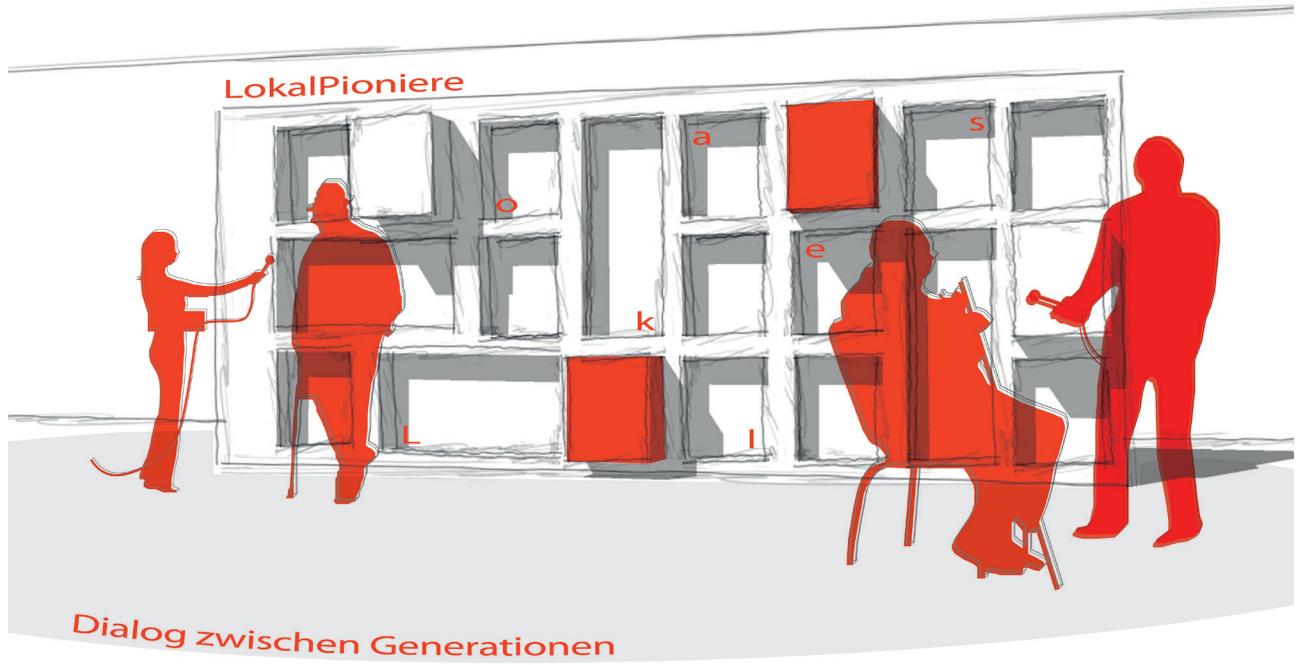
Verantwortliche:

- Citymanagement, Vereine, Schulen, Unternehmen etc.

Verschiedene Generationen sind wie weit entfernte Planeten? Bei den LokalPionieren kommen alle ganz nah zusammen.

Unter LokalPioniere werden Aktionen geführt, die spezifisch auf verschiedene Altersgruppen eingehen. Dabei werden nicht nur Kinder und Jugendliche gezielt angesprochen, sondern ebenso Erwerbstätige und Senioren. Durch die Aktionen der LokalPioniere soll bewusst auch der Dialog zwischen den Generationen angeregt und Nutzungsperspektiven in dem innerstädtischen Leerstand für alle Alters- und Bevölkerungsgruppen aufgezeigt werden. Hierfür soll hauptsächlich das LokalProdukte-Ladenlokal genutzt werden, nach Möglichkeit aber auch andere verfügbare Leerstände bespielt werden. In diesem Zusammenhang sind folgende Aktivitäten geplant:

Im Sinne eines „**SchulRaums**“ werden leerstehende Ladenlokale als freiRÄUME für Aktivitäten von Schulen, Jugendeinrichtungen und Kindertagesstätten genutzt. Die Zielgruppe hiervon sind aber nicht ausschließlich junge Menschen: So können diese Räumlichkeiten auch für Schulungen, wie z.B. die von dem Citymanagement



„Also was mir die nette Omi heute alles von früher erzählt hat, das habe ich alles gar nicht gewusst. Wir bleiben jetzt täglich in Kontakt, ich habe ihr auch ein E-Mail-Konto eingerichtet.“

geplanten Weiterbildungen, Workshops u.ä. genutzt werden. Lokale Unternehmen können hier auch berufliche Perspektiven in der betrieblichen Ausbildung vorstellen und Hochschulen aus der Region ihr Studienangebot präsentieren.

Ebenso sind „Schulungen“ von Jugendlichen für Ältere (Wie finde ich meinen Enkel auf Facebook?) oder von Älteren für Junge (Wie sah Radevormwald früher aus?) möglich – das Ladenlokal soll dauerhaft bespielt werden.

In der Rader Innenstadt fehlt seit langem ein Ort für Jugendliche von 16-20 Jahren. Es wird z.B. ein Jugendcafé oder eine andere gastronomische Einrichtung dieser Art – wie in Großstädten Starbucks – vermisst. Im Rahmen dieser Problematik wird ein **Ideenwettbewerb** für Jugendliche/Schüler zur Nutzung von Leerständen als frei-RÄUME durchgeführt. Die besten Ideen werden in einem moderierten Workshop zu Konzepten für innerstädtische Orte und Treffpunkte für Jugendliche weiter entwickelt und konkretisiert.

Die Ergebnisse können im Rahmen von Lokal-Produkte oder in einem anderen innerstädtischen Leerstand gezeigt und vorgestellt werden.

Die entwickelten Ideen könnten – je nach Realisierungsfähigkeit – als Pioniernutzung in einem innerstädtischen Ladenlokal erprobt werden, auch um die langfristige Perspektive für solche Projekte in der Innenstadt zu klären.

Zeitraum: Mai 2012

Veranstaltungen:

- im Rahmen des Maifestes Sport- und Erlebnisparcours bzw. Sportwochenende an verschiedenen Orten/ freiRÄUMEN in der Innenstadt

Verantwortliche:

- Sportvereine, Werbegemeinschaft, Citymanagement (Koordination)

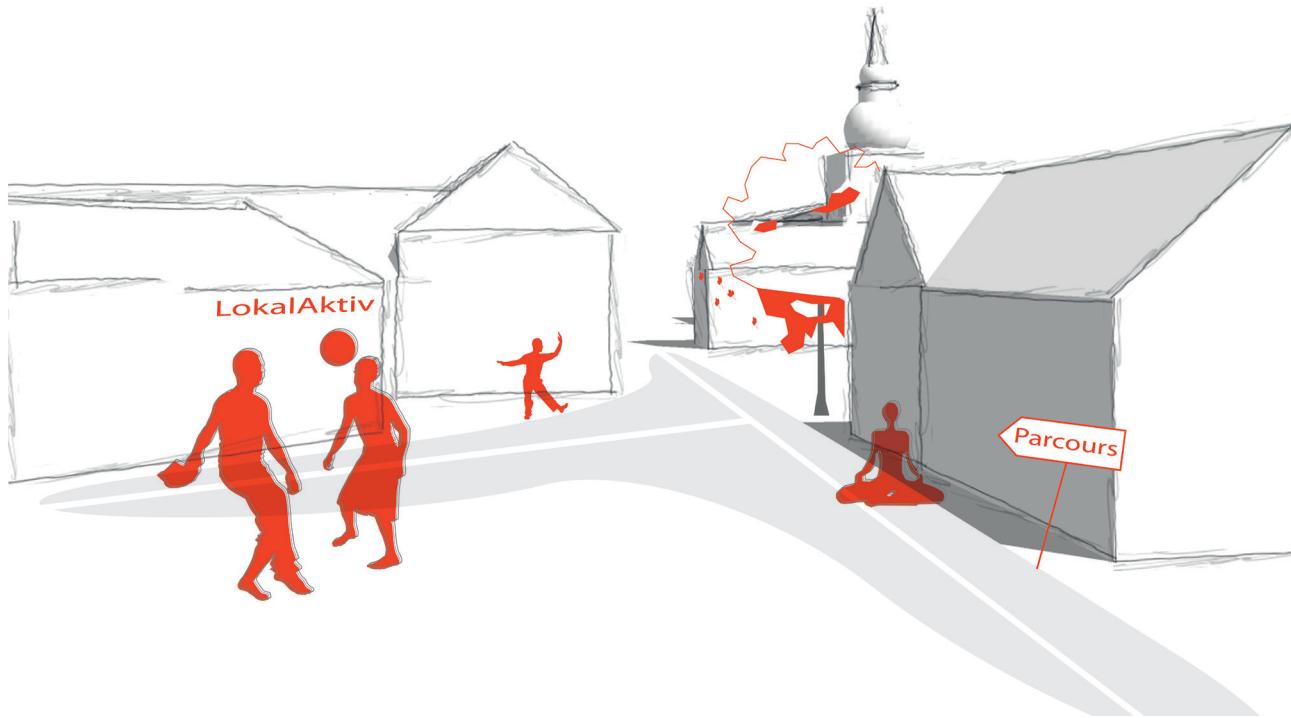
Vereinsmitglieder bleiben nur unter sich? Bei LokalAktiv sind alle zusammen in Bewegung!

Radevormwald hat als „Sportstadt“ in dem Bereich des Breiten- und Leistungssports viel zu bieten. Die Sportvereine spielen in der zukünftigen Stadtentwicklung eine wichtige Rolle, einerseits (gerade im Rahmen des Demografischen Wandels) als Begegnungsort der Generationen und andererseits natürlich auch in Bezug auf Aktivität und Gesundheit.

Zur Verknüpfung dieses Themenfeldes mit der Innenstadtentwicklung und zur Einbindung der Vereine in das öffentliche Leben werden die Sportvereine im Rahmen des Maifestes an verschiedenen Orten, die in den kommenden Jahren im Rahmen der Stadterneuerungsmaßnahmen umgebaut werden, Aktivitäten anbieten. Diese werden in Form eines Parcours bzw. einer Rallye in einem Gesamtkonzept miteinander verbunden und die Innenstadt somit auch in der schulfreien Zeit belebt.

Auf diese spielerische Art werden die wichtigsten Orte der Stadterneuerung in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt und auch die Inhalte des Sanierungsprozesses kommuniziert. Die Vereine haben die Chance ihre Angebote einem breiten Publikum – auch Besucherinnen und Besuchern aus der Region – zu präsentieren und über die Organisation eines solchen Events untereinander mit anderen anderen Vereinen und Einrichtungen aus Radevormwald Kontakte zu

„Nach dem Baustellenparcours bin ich in den Fußballverein eingetreten und habe viele neue Freunde gefunden. In diesem Jahr veranstalten wir mit den anderen Vereinen ein Marktplatzturnier!“



knüpfen. LokalAktiv bietet sich dementsprechend auch als wiederkehrende Veranstaltung über 2012 hinaus an.

Das Maifest verknüpft über einen verkaufsoffenen Sonntag und weitere begleitenden Aktionen die Themen Freizeit, Innenstadt und Gesundheit. Die erhöhte Besucherfrequenz in der Innenstadt kommt somit auch den lokalen Geschäften und Gastronomen zu Gute.

LokalKultur: Die Kreativen

Zeitraum: 2012

Veranstaltungen:

- Lokalkino (wiederkehrende Veranstaltung)

Verantwortliche:

- Citymanagement, Schulen, Techtorium, Corso-Kino

Eine Innenstadtentwicklung gerät in Vergessenheit? Mit LokalKultur ist sie lebendig und bleibt es auch!

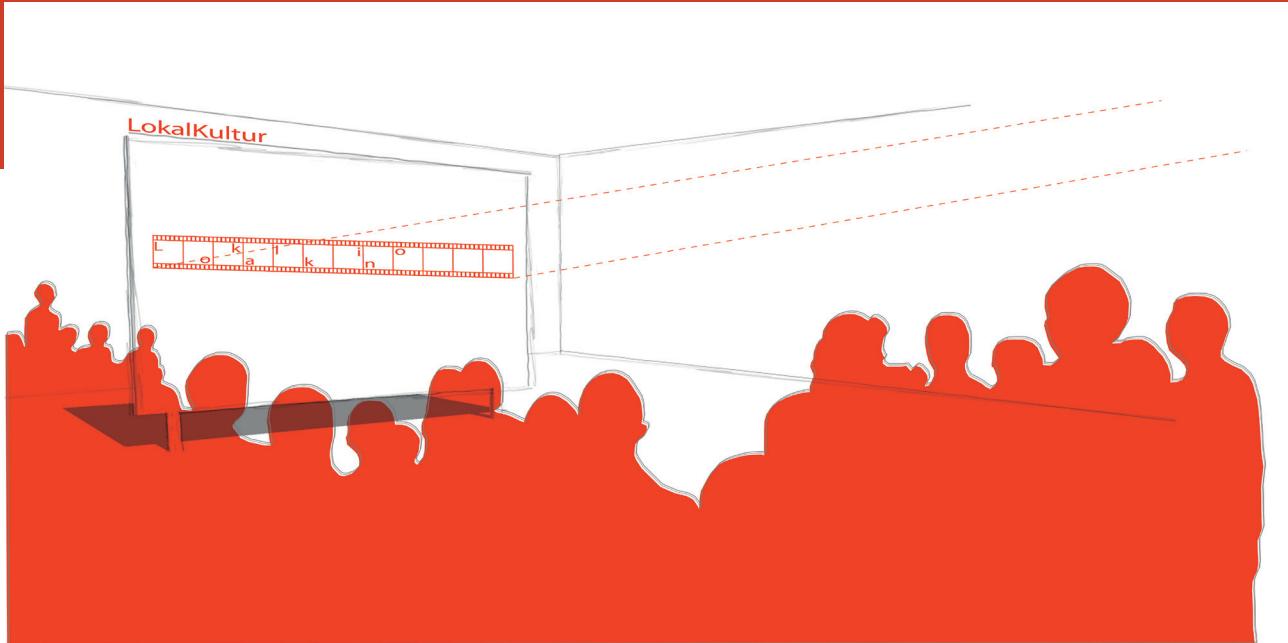
Die Projektgruppe LokalKultur zielt auf die Begleitung der anderen Projektideen auf künstlerischer und kultureller Ebene ab. In Teilen zielen diese Projekte auch darauf ab, den Prozess auf kreative Art und Weise zu dokumentieren und auch Meinungen und Ansichten von Projektbeteiligten, Besuchern und Bürgern festzuhalten.

Die Jugendgruppe „Techtorium“ wird die Aktivitäten und Maßnahmen der Rader LokalZeit in

Form von Videobeiträgen (Kurzfilme, Abschlussfilm) dokumentieren. Ergebnis soll eine Reihe von **Dokumentarfilmen** sein, die im Internet frei zugänglich sind und somit die Aktivitäten im Rahmen von „Ab in die Mitte!“ prozessbegleitend bewerben. Die Filme werden auch bei den großen Ereignissen, wie z.B. der Eröffnung des Marktplatzes gezeigt.

Gegenstand dieser Videobeiträge werden u.a. Interviews mit Ortsansässigen (Bürger, Händler etc.) zu bestimmten Orten und freirÄUMEN in der Innenstadt sowie die Dokumentation von bestimmten Veranstaltungen sein. Die Arbeit der jugendlichen Dokumentarfilmer wird im Laufe des Jahres durch **weiterbildende Workshops** zu verschiedenen Themen wie Film- und Interviewtechniken qualifiziert.

Die Themen Heimat und Umbau sind zentral bei der Rader LokalZeit. In diesem Zusammenhang wird ein Aufruf gestartet, um Filme und Videos der Einwohner zur Radevormwalder Stadtent-



wicklung zu sammeln. Diese werden dann zusammen mit den Beiträgen der Jugendlichen im **LokalKino** (umsonst und draußen) aufgeführt. Ergänzt werden diese Inhalte durch Filme des ortsansässigen Kinos. Das LokalKino findet im Wechsel in verschiedenen Radevormwalder freiräumen statt, so z.B. in dem derzeit leerstehenden Supermarkt am Marktplatz, auf Brach- oder anderen Freiflächen.

Ein weiterer Baustein zur umsetzungsnahen Dokumentation ist die LokalWand, eine Art wach-

sende Kommentarwand, die auf den Veranstaltungen der Rader LokalZeit aufgestellt wird. Auf diese Art können Besucher die Aktivitäten laufend kommentieren und bewerten und so auch prozessbegleitend Rückschlüsse auf die Akzeptanz der Aktivitäten durch die Bürger zulassen.

Die Aktivitäten des Projektbausteines LokalKultur tauchen somit auf allen Veranstaltungen der Rader LokalZeit immer wieder auf und transportieren damit Themen, Meinungen und Ergebnisse auch über Einzelveranstaltungen hinweg.

Finanzierung

Das Konzept der **Rader LokalZeit** sieht vor, die Kosten und das Engagement zur Umsetzung auf möglichst viele Schultern zu verteilen. Aus diesem Grund ist angedacht, die erforderlichen Eigenanteile fast ausschließlich durch Private aufzubringen.

Die folgende Darstellung bietet eine Übersicht über den Finanzierungs- und Förderungsbedarf der einzelnen Projektbausteine.

Projekt-Bausteine	Projekt	Personal	Marketing	Gesamtkosten	Eigenanteil	Drittmittel	beantr. Förderung
Koordination und Kommunikation des Gesamtprojektes	-	15.000	-	15.000	1.500	3.000	10.500
LokalUmbau: Der Marktplatz	14.500	6.000	6.500	27.000	2.700	5.400	18.900
LokalBesuch: Der Parc de Châteaubriant	2.500	0	2.500	5.000	500	1.000	3.500
LokalProdukte: Der Laden und LokalKompetenzen: Die Firmen	9.000	12.000	5.000	26.000	2.600	5.200	18.200
LokalPioniere: Die Generationen	1.000	500	1.000	2.500	250	500	1.750
LokalAktiv: Die Vereine	6.000	0	1.000	7.000	700	1.400	4.900
LokalKultur: Die Kreativen	5.500	500	1.000	7.000	700	1.400	4.900
Gesamt [Euro]	38.500	34.000	17.000	89.500	8.950 (10%)	17.900 (20%)	62.650 (70%)

Die Veranstaltungen der **Rader LokalZeit** stehen nicht für sich alleine, sondern sind in ein Gesamtkonzept für Veranstaltungen im Jahr 2012 eingebunden. Sie ergänzen und erweitern das reguläre Veranstaltungsangebot und stellen auch den Bezug zur laufenden Stadterneuerung in Radevormwald her.

In der folgenden Übersicht sind die Veranstaltungen der **Rader LokalZeit** rot hinterlegt.

Abkürzungen

CM	Citymanagement (Verein und beauftragte Citymanager)
MWM	Planungsgruppe MWM Aachen (Koordination Umbau Marktplatz)
WFG	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Radevormwald GmbH
HVV	Heimat- und Verkehrsverein Radevormwald e.V.

Datum	Veranstaltung	Federführung	„Ab in die Mitte!“
Februar - Dezember 2012	LokalProdukte und LokalKompetenz (Bespielung des Ladenlokals)	CM, Firmen, Schulen	Ja
Februar 2012	Vernissage LokalProdukte und LokalKompetenz	CM, Firmen, Schulen	Ja
18. Februar 2012	Karnevalsumzug	Karnevalsverein	
März/April - Oktober 2012	LokalUmbau –Baustellencafé (nachmittags und bei besonderen Veranstaltungen)	CM, MWM, Gastronomie	Ja
März/April 2012	LokalUmbau 1. Marktplatzfest: Baustelleneröffnung	WFG, CM, MWM	Ja
9. April 2012	Durchfahrt und Prämienspurt mit „live-act“, Profi-Radrennen Rund um Köln, Telegrafstraße	Werbegemeinschaft, WFG	
Mai - Oktober 2012 (jeden 1. Sonntag im Monat)	LokalBesuch im Parc de Châteaubriant	CM, Gastronomie, Vereine	Ja

Datum	Veranstaltung	Federführung	„Ab in die Mitte!“
1. Mai 2012	Wandertag auf dem Wald-Wasser-Wolle-Wanderweg am Parc de Châteaubriant	WFG	
12. & 13. Mai 2012 (Muttertag)	LokalAktiv Sport- und Erlebnisparkours in der Innenstadt, Maifest mit verkaufsoffenem Sonntag	CM, Vereine, Werbegemeinschaft, WFG	Ja
27. Mai 2012	Volksradfahren „Rund um die Wupper-Talsperre“ am Pfingstsonntag	WFG	
1. - 4. Juni 2012	Schützen- und Heimatfest	Schützenvereine	
29. Juni - 1. Juli 2012	Weinfest und Winzermarkt	WFG	
Juli/August 2012	LokalKultur LokalKino (einmalig oder als wiederkehrende Veranstaltung)	CM, Schulen, HVV, Stadt, Kino	Ja
24. - 27. August 2012	Sommerfest der Karnevalsgesellschaft	Karnevalsverein	
14. - 17. September 2012	Pflaumenkirmes	Stadt	
September/Oktober 2012	LokalUmbau 2. Marktplatzfest: Eröffnung des neuen Marktplatzes (2 Tage)	WFG, CM, MWM	Ja
Oktober 2012	LokalUmbau Vernissage – Eröffnung Wochenmarkt im „neuen Gewand“	Stadt, Marktbesucher	Ja
11. November 2012	Martinsmarkt mit verkaufsoffenem Sonntag	Werbegemeinschaft	
7. - 10. Dezember 2012	Weihnachtsmarkt	Werbegemeinschaft, Stadt	
9. Dezember 2012	Verkaufsoffener Sonntag (2. Advent)	Werbegemeinschaft	
Dezember 2012	Finissage LokalProdukte und LokalKompetenz	CM, Firmen, Schule	Ja

Auf Wiedersehen in Radevormwald,
der Stadt auf der Höhe.



Radevormwald

Stadt auf der Höhe