

Abschlussbericht

Moderierter Kommunikationsprozess zur Innenstadtentwicklung der Stadt Zweibrücken

(Teil 2 – Juli bis November 2012)

19. Dezember 2012

Auftraggeber:

Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie
und Landesplanung Rheinland Pfalz
Frau Dr. Silke Dierks
Kaiser-Friedrich-Str. 1
55116 Mainz

Auftragnehmer:

Projektentwicklungsgesellschaft des
Landes Rheinland-Pfalz mbH (PER)
Adolf-Kolping-Straße 4, 55116 Mainz
www.per-rlp.de
Geschäftsführer: Rainer Zeimentz

Projektteam:

Projektleitung
Dorothea Kaleschke-Weingarten
T: 06131 49855 46
E: dorothea.kaleschke-weingarten@per-rlp.de

Projektassistenz
Johannes Schneider
T: 06131 49855 49
E: johannes.schneider@per-rlp.de

Mainz, den 28.11.2012

Inhalt

1. Auftrag der PER GmbH.....	1
2. Projektziele.....	2
3. Projektbeteiligte.....	3
4. Aufgabenstellung.....	4
4.1 Betreuung der Arbeitsgruppen – Auswertung der ersten 3 Testprojekte	4
4.2 Betreuung der Arbeitsgruppen – Begleitung der Folgeprojekte.....	4
4.3 Betreuung der Lenkungsgruppe – Erarbeitung Agenda 2025.....	6
4.4 Kommunikationsnetzwerk weiter ausbauen.....	7
4.5 „Planungsgespräch 2013“ am 24. November 2012	7
5. Ergebnis.....	8
6. Erfahrungen und Anregungen für zukünftige Moderationsprozesse bei der Innenstadtentwicklung.....	10
6.1 Bewertung des moderierten Kommunikationsprozesses in Zweibrücken.....	10
6.2 Schlussfolgerungen für die Stadt Zweibrücken	10
6.3 Anregungen für zukünftige Moderationsprozesse bei der Innenstadtentwicklung.....	12
7. Anlagen.....	13

1. Auftrag der PER GmbH

Die PER GmbH wurde im Juni 2012 vom Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz beauftragt, die Moderation des Kommunikationsprozesses zur Innenstadtentwicklung von Zweibrücken fortzuführen.

Folgende Grundsätze sind Basis des Moderationskonzepts:

- Verankerung des Steuerungsmodells „Urban Governance“: Im Mittelpunkt des Moderationsprozesses steht der Kommunikationsprozess. Dieser ist so aufzubauen, dass er nach Abschluss der Moderation tragfähig und nachhaltig ist und von den innenstadtrelevanten Akteuren vor Ort in eigener Verantwortung weitergeführt werden kann.
- Die bestehenden Ideen, Zielvorstellungen und Projektansätze der innenstadtrelevanten Akteure in Zweibrücken sind mit den Akteuren zu einer integrierten Entwicklungsstrategie für die Innenstadt zusammenzuführen, die langfristige Ziele mit konkreten Projekten der Umsetzung verbindet.
- Der Kommunikationsprozess ist konsequent auf die Umsetzung der Entwicklungsziele und Projekte auszurichten. Geeignete Instrumente der Umsetzung sind zu ermitteln und in Grundzügen zu entwickeln.

Die PER GmbH ist verpflichtet, die in der Innenstadtmoderation erarbeiteten Erkenntnisse über Netzwerkbildung von innerstädtischen Akteuren, Aktivierung der Privatinitiative und Umsetzungsorientierung zur Attraktivierung von Innenstädten in einer Dokumentation des Projekts darzustellen, einen Abschlussbericht zu erstellen und eine Broschüre als Kurzfassung der Dokumentation zu erarbeiten.

2. Projektziele

Ziel ist die Entwicklung des Stadtzentrums als ein vitales städtisches Zentrum mit multifunktionalen Facetten: Versorgungsfunktion im Dienstleistungs-, Handels-, Kultur-, und Gastronomiebereich mit besonderem Augenmerk auf die Sicherung lokaler Einzelhandelsstrukturen und den Rückgewinn von Kaufkraft in die Innenstadt.

Durch die Innenstadtmoderation sollen folgende Ziele erreicht werden:

- a. Umsetzung Innenstadtentwicklung als ergänzende Säule zu den Konversionsprojekten
- b. Gewinnung neuer Erkenntnisse zur Institutionalisierung von innerstädtischen Netzwerken
- c. Sicherung der Funktion Zweibrückens als Mittelzentrum
- d. Stärkung Zweibrückens als Versorgungszentrum
- e. Steigerung der Attraktivität
- f. Erhöhung der Frequenz und der Besucherströme
- g. Verknüpfung von Handel, Gastronomie, Tourismus, Gesundheitswirtschaft und der Akteure aus Stadt und Verwaltung u. a. zur Erschließung der endogenen und kreativen Potenziale in Zweibrücken (integriertes Konzept)
- h. Aufbau eines Netzwerkes und einer sachlich-konstruktiven, vertrauensvollen und belastbaren Arbeitsbeziehung aller Akteure
- i. Wissensaustausch und Wissenstransfer

3. Projektbeteiligte

Alle innenstadtrelevanten Akteure wurden am Projekt beteiligt. Darunter zählen Vertreter/Innen aus Handel, Politik, Verwaltung, Gesundheitswirtschaft, Kultur, Vereinen, Kirchen und Bürgerschaft.

Die Projektbeteiligten zeigt die folgende Abbildung 1:



Abbildung 1: Projektbeteiligte am moderierten Kommunikationsprozess zur Innenstadtentwicklung von Zweibrücken.

Quelle: Eigene Darstellung.

4. Aufgabenstellung

Die Aufgabe des Moderationsprozesses bestand u.a. darin, gemeinsam mit den Beteiligten konkrete Projekte zu entwickeln und zu testen.

4.1 Betreuung der Arbeitsgruppen – Auswertung der ersten 3 Testprojekte

„Aufwertung des Samstag-Wochenmarktes“

Im Zeitraum von Ende Oktober bis Mitte November 2012 wurde eine Befragung der Wochenmarkt-Besucher zur Evaluation des Projektes durchgeführt. Die Auswertung der Fragebögen ergibt folgendes Bild: Das optische Erscheinungsbild des Wochenmarktes, das Aussehen der Stände und die Warenpräsentation gefällt den meisten „gut“. Das angebotene Warensortiment empfindet ebenfalls ein Großteil der Befragten als „gut“. Der Kundenservice der Wochenmarkthändler und die Öffnungszeiten werden ebenfalls nahezu ausnahmslos mit „gut“ bewertet.

„feierabend!“

Insgesamt wurde die Veranstaltungsreihe mit jeweils mehreren Hundert Gästen in Zweibrücken positiv aufgenommen und als voller Erfolg gefeiert. Alle Arbeitsgruppen sind sich einig, dass das Projekt im nächsten Jahr fortgesetzt werden soll. Die Stadt kündigte bereits an, die Veranstaltung im nächsten Jahr fortzusetzen (siehe Pressebericht in der Anlage).

„Festlegung von Spielregeln“

Es ist der Wunsch der Arbeitsgruppe und auch der Lenkungsgruppe, den Verhaltenskodex auch in anderen Gremien einzusetzen, z. B. im Stadtrat.

4.2 Betreuung der Arbeitsgruppen – Begleitung der Folgeprojekte

„Zweibrücker Advent“

Der „Zweibrücker Advent“ umfasst sämtliche Angebote in den Läden, kulturelle Angebote in öffentlichen Gebäuden und auf öffentlichen Plätzen sowie zahlreiche Veranstaltungen, die im Dezember 2012 in der Innenstadt von Zweibrücken stattfinden und den innerstädtische Einzelhandel stärken sollen.

Die Arbeitsgruppe hat sich zum Ziel gesetzt, in der Adventszeit ein abwechslungsreiches Veranstaltungs- und Aktionsprogramm für die Innenstadt zusammenzustellen, um die Besucher und Kunden in die Fußgängerzone und Geschäfte zu führen. Hierfür wurde ein Veranstaltungs- und Aktionskalender erstellt, in dem sämtliche Veranstaltungen und Aktionen eingetragen sind, die

im Dezember 2012 in der Innenstadt von Zweibrücken geplant sind. Dazu zählen z. B. der Weihnachtsmarkt, Gutscheinkaktionen der Einzelhändler, Konzerte, Sektaktionen, ein Tafel-Tag und andere Aktionen in den Geschäften.

Da sich die Händler nur vereinzelt an dem Prozess beteiligten, haben die PER GmbH, die Werbegemeinschaft Zweibrücken und die Stabsstelle für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Zweibrücken gemeinsam am 11. September 2012 alle Einzelhändler zu einem Planungsgespräch eingeladen, um deren Aktionen zu erfragen und in den Kalender aufnehmen zu können. Ca. 20 Einzelhändler, vor allem aus der Fußgängerzone, nahmen teil.

Für fast jeden Tag im Dezember konnten Veranstaltungen gewonnen werden, die in einem 20-seitigen Flyer (Auflage ca. 15.000) zum „Zweibrücker Advent“ aufgeführt und beworben werden. Den aktuellen Sachstand können Sie dem Kalender in der Anlage entnehmen. Besonders hervorzuhebende Aktionen sind der Fackelumzug am 6. Dezember durch die Fußgängerzone, „Der größte Adventskranz der Welt“, der am 1. Dezember eingeweiht wird und die „Swingenden Weihnachtsmänner“ die am 8. Dezember singend durch die Fußgängerzone ziehen.

„Verbindung Innenstadt – The Style Outlets“

Ziel ist es, einige der jährlich ca. 3,3 Millionen Besucher des „The Style Outlets“ in die Innenstadt von Zweibrücken zu führen und sie als regelmäßige Besucher und Kunden der Innenstadt zu gewinnen. Dazu überprüfte die Gruppe die Verbesserung des bestehenden Informationsangebots und die Internetauftritte von der Stadt Zweibrücken und „The Style Outlets“.

Die Teilnehmer legten fest, dass die Kunden des „The Style Outlets“ alle für sie relevanten Informationen über die Innenstadt in Form eines eigenen, neuen Flyers erhalten sollen.

Die Angaben über die Stadt Zweibrücken auf den Internetseiten des „The Style Outlets“ sollen mit neuen Fotos und neuem Text zu den Sehenswürdigkeiten (auch auf Französisch und Englisch) sowie einer Verlinkung zum Landgestüt und dem Rosengarten aktualisiert werden. Es wurde angeregt, auf der Internetseite der Stadt Zweibrücken nicht direkt zum „The Style Outlets“ durch zu verlinken, sondern zunächst Kundeninformationen über die Einkaufsstadt Zweibrücken zu geben und auf die Innenstadt und den Einzelhandel hinzuweisen. Auf den Webseiten von „The Style Outlets“, der Stadt, der Werbegemeinschaft Zweibrücken und der Gastronomie sollten gegenseitige Verlinkungen zur stärkeren Vernetzung geschaltet werden.

„Netzwerke auf- und ausbauen“

Ziel der Netzwerke ist es, einen regelmäßigen professionellen Kontakt zwischen den Einzelhändlern in Zweibrücken und der Stadtverwaltung herzustellen. Dafür muss ein „Kümmerer“ gefunden werden, der als Ansprechpartner alle innenstadtrelevanten Akteure miteinander vernetzt.

Diese Aufgabe wurde in Zweibrücken früher durch einen City-Manager koordiniert. Die Stelle ist seit 2011 unbesetzt.

Im Rahmen des Moderationsprozesses und der Arbeitsgruppenarbeit wurde darauf hingewiesen, dass die Akteure aus der Werbegemeinschaft sowie die Initiative „Wir in ZW“ die besten Handlungspotentiale aufweisen, um eine Kommunikationsstruktur zwischen den innenstadtrelevanten Akteuren zu etablieren.

4.3 Betreuung der Lenkungsgruppe – Erarbeitung Agenda 2025

Zur Erarbeitung der integrierten Entwicklungsstrategie wurde eine **Lenkungsgruppe** eingerichtet, die sich aus relevanten Innenstadtakteuren der Bereiche Verwaltung, Politik, Handel, Kirche und Bürgerschaft zusammensetzt. Diese traf sich mehrfach unter Leitung der PER GmbH, um das zentrale Thema „Wünschenswerter Zustand für die Innenstadt von Zweibrücken im Jahr 2025“ zu diskutieren. Ziel war es, gemeinsam mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Lenkungsgruppe, diesen Zustand zu definieren, die langfristigen Ziele und Rahmenbedingungen festzulegen und daraus konkrete, kostengünstige und umsetzbare Projekte zu generieren. Im weiteren Prozess wurde der Begriff integrierte Entwicklungsstrategie durch die Formulierung „Agenda 2025 für die Innenstadtentwicklung Zweibrücken“ ersetzt.

Die Lenkungsgruppe hat sich das Ziel gesetzt, eine Agenda 2025 für die Innenstadtentwicklung Zweibrückens zu formulieren. Seit dem 13. November 2012 ist der Entwurf Agenda 2025 – „Innenstadtentwicklung der Stadt Zweibrücken“ fertig gestellt (siehe Anlage).

Mit dem Agenda-Papier will die Lenkungsgruppe Entwicklungslinien für die Innenstadtentwicklung von Zweibrücken darstellen und Trends benennen, die es zu stärken gilt. Es werden Denkanstöße, Strategien und Anregungen gegeben sowie Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt, die für die zukunftsweisende Entwicklung der Stadt Zweibrücken als sinnvoll erachtet werden. Der Agenda-Entwurf ist eine nicht abgeschlossene Ideensammlung, die fortgeschrieben und aktualisiert werden kann.

Dabei werden die grundlegenden Fragen der Lebensbedingungen von den Bürgerinnen und Bürgern in Zweibrücken 2025 überprüft.

- Wo und wie leben die Menschen in „Zweibrücken 2025“?
- Wo und wie wird in „Zweibrücken 2025“ gearbeitet?
- Wo und wie kaufen die Kunden in „Zweibrücken 2025“ ein?

Grundlage des Agendaprozesses bildet das Leitbild „Stadt der Vielfalt und der kurzen Wege“, das in Folge der 1. Zukunftswerkstatt entwickelt wurde.

Die Agenda 2025 dient als Strategiepapier für die Innenstadtentwicklung von Zweibrücken und soll allen innenstadtrelevanten Akteuren eine Handlungsempfehlung aufzeigen, um den integrierten, sektorenübergreifenden Vernetzungsprozess voranzutreiben.

4.4 Kommunikationsnetzwerk weiter ausbauen

Durch die Zusammenarbeit in den Zukunftswerkstätten und Arbeitsgruppen haben sich unter den beteiligten innenstadtrelevanten Akteuren funktionierende Netzwerkstrukturen ausgebildet, die in einer Atmosphäre des gegenseitigen Vertrauens gemeinsam an Projekten arbeiten. Dieses Netzwerk verdichtet sich zunehmend im Sinne der „Urban Governance“, so dass die Akteure langfristig gesehen in der Lage sind, Ideen selbständig zu entwickeln und voranzutreiben.

4.5 „Planungsgespräch 2013“ am 24. November 2012

Das Planungsgespräch am 24. November 2012 bildete den Abschluss des moderierten Kommunikationsprozess durch die PER GmbH in Zweibrücken.

Gemeinsam mit den Beteiligten wurde der Kommunikationsprozess rückblickend betrachtet, die Arbeitsergebnisse vorgestellt und ein Ausblick auf das weitere Vorgehen gegeben.

Auch ohne Landeszuschüsse beabsichtigt die Stadt Zweibrücken den Moderationsprozess ab 2013 weiterzuführen. Für die Besetzung der Stelle eines „Kümmerers“ laufen bereits Gespräche. Spätestens im Frühjahr 2013 will die Stadt zu einer Entscheidung kommen.

Die Arbeitsgruppen haben bereits weitere Treffen für 2013 geplant, um die Projektarbeit fortzuführen. Die erste Einladung dafür übernimmt die Stabsstelle für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Zweibrücken.

In der Anlage befindet sich der Zeitungsbericht der RHEINPFALZ zum „Planungsgespräch 2013“.

5. Ergebnis

Im 2. Teil des Moderationsprozesses wurden erreicht:

1. Die Fortführung eines Kommunikationsprozesses zur Attraktivierung der Innenstadt von Zweibrücken mit allen innenstadtrelevanten Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung, Vereinen, Kultur, Kirchen, Gesundheitswirtschaft und Bürgerschaft.
2. Die Festigung einer sachlich-konstruktiven, vertrauensvollen und belastbaren Arbeitsatmosphäre zwischen den beteiligten Akteuren.
3. Die Etablierung von Netzwerk- und Projektstrukturen, die durch die konstruktive Zusammenarbeit der beteiligten Akteure in regelmäßig stattfindenden Arbeitsgruppentreffen, Zukunftswerkstätten und Planungsgesprächen gestärkt und vorangetrieben wurden. Zwischen vielen Beteiligten konnten die belastbaren Arbeitsbeziehungen gestärkt werden.
4. Die Fortführung innenstadtrelevanter Projekte durch die Arbeitsgruppen führen zu einer Steigerung der Attraktivität und Erhöhung der Besucherfrequenzen in der Innenstadt:
 - „Zweibrücker Advent“ 2012
 - Vernetzung zwischen „The Style Outlets“ und der innerstädtischen Gastronomie

Mit diesen Maßnahmen wurden die Prototypen für die zweite Jahreshälfte 2012 getestet, um den öffentlichen Raum der Innenstadt mit den Verkaufsflächen des Einzelhandels zu verknüpfen.

5. Die bestehenden Ideen, Zielvorstellungen und Projektansätze zur Stadtentwicklung wurden zu einer integrierten Entwicklungsstrategie für die Stadt Zweibrücken zusammengeführt und im Entwurf zur Agenda 2025 – „Innenstadtentwicklung der Stadt Zweibrücken“ ausgearbeitet. Der Entwurf versteht sich als Strategiepapier für die zukünftige Entwicklung der Stadt und bildet die Grundlage zur Generierung weiterer Projektideen und deren Umsetzung durch die beteiligten Akteure. Damit wird die Sicherung der Funktion Zweibrückens als Mittelzentrum und die Stärkung der Stadt als Versorgungszentrum angestrebt.
6. Die Aktivierung zur selbständigen Zusammenarbeit und Weiterführung des Prozesses für zukünftige Projekte. Die Fortführung der Arbeitsgruppen in 2013.
7. Die Etablierung eines Kommunikationsprozesses mit tragfähigen Arbeitsstrukturen, der nach Abschluss der Moderationsleistung der PER GmbH von den innenstadtrelevanten Akteuren vor Ort in eigener Verantwortung (durch Zuhilfenahme eines „Kümmers“ oder Moderators) fortgeführt werden kann.
8. Die Sensibilisierung der innenstadtrelevanten Akteure für „The Style Outlets“ und für die Chancen und Potentiale, die ca. 3,3 Millionen Besuchern (jährlich) gemeinsam mit „The Style Outlets“ zu erkennen und zu nutzen.

9. Die transparente Darstellung der Arbeitsweise und Entscheidungen.

10. Das Erkennen und Ausnutzen der Potentiale durch die Verbindung von bürgerlichem Engagement und kommerziellem Wissen. Die Organisation der Veranstaltungsreihe „feierabend!“ und die Durchführung des Weihnachtsmarktes im Rahmen des „Zweibrücker Advents“ wurden vor allem durch das professionelle Wissen einzelner Privatpersonen ermöglicht, die im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit Know-How im Bereich des Veranstaltungsmanagements eingebracht haben.

6. Erfahrungen und Anregungen für zukünftige Moderationsprozesse bei der Innenstadtentwicklung

6.1 Bewertung des moderierten Kommunikationsprozesses in Zweibrücken

Was ist gut gelungen?

Die gesamte Arbeit sowohl in den Arbeitsgruppen als auch in den Zukunftswerkstätten verlief konsensorientiert. Die Bereitschaft zur gemeinsamen Arbeit war vorhanden.

Die durchgeführten Projekte zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt führten zu einer Erhöhung der Besucherzahlen in der Innenstadt und damit zu kurzfristigen Erfolgen.

Die erfolgreichen Aktionen wie die Aufwertung des Wochenmarktes, die Veranstaltungsreihe „feierabend!“ und der „Zweibrücker Advent“ sollen in 2013 fortgesetzt werden.

Der moderierte Kommunikationsprozess hat dazu beigetragen, das Bewusstsein für die Potentiale der Stadt Zweibrücken bei den Beteiligten zu schärfen/sensibilisieren.

Beim „The Style Outlets“ besteht ein professionelles Bewusstsein für die Funktion und Bedeutung der Stadt Zweibrücken.

6.2 Anregungen für die Stadt Zweibrücken

Als Ergebnis aus dem Moderationsprozess können folgende Anregungen für die Stadt Zweibrücken gegeben werden:

1. Neue Veranstaltungsreihen etablieren und fortentwickeln

Die Aufwertung des Wochenmarktes, die Veranstaltungsreihe „feierabend!“ und der „Zweibrücker Advent“ beleben den öffentlichen Raum und sollten im Jahr 2013 fortgesetzt und erweitert werden.

2. Potentiale der Gastronomie als „Scharnier“ für Besucher des „The Style Outlets“ nutzen

Die Gastronomie in der Innenstadt von Zweibrücken ist nach dem Besuch im „The Style Outlets“ der einzige Grund, die Stadt Zweibrücken zu besuchen. Eine auf diese Kunden hin ausgerichtete Gastronomie kann „Scharnier“ oder „Türöffner“ für die Innenstadt sein.

3. Kundenerwartungen

Die Öffnungszeiten müssen an die Kundenbedürfnisse angepasst werden. Gerade an Samstagnachmittagen sind neue Angebote für die Kunden des „The Style Outlets“ in der Innenstadt

wichtig. Dazu sollte es Serviceinformationen auf allen öffentlichen Internetauftritten zu den Angeboten von Einzelhandel und Gastronomie geben.

4. Medien einbinden

Alle Akteure in Zweibrücken sind gemeinsam für das erzeugte mediale Bild verantwortlich. Konflikte sollten im Gespräch und nicht in den Medien gelöst werden.

Es ist ratsam während des gesamten Moderationsprozesses eine aktiv gestaltete Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu verfolgen. Dazu bestehen unterschiedliche Möglichkeiten (z. B. Redaktionsgespräche, Pressemitteilungen etc.).

5. Direkte Kommunikationswege

Empfohlen wird ein 14-tägig stattfindender Jour Fixe zwischen Stadt und Einzelhandel als direkte und regelmäßige Austauschmöglichkeit.

6. Projektbezogene, zeitliche begrenzte Zielvereinbarungen nötig

Um alle wichtigen Akteure (Stadt, Bürger, Einzelhandel und Gastronomie) für die aktive Mitarbeit in den nächsten Jahren zu gewinnen, sind projektbezogene, zeitlich begrenzte Zielvereinbarungen unter den Beteiligten nötig. Das Projekt 2011/2012 hat durch Zusammenarbeit Vertrauen und Erfolg geschaffen.

6.3 Anregungen für zukünftige Moderationsprozesse bei der Innenstadtentwicklung

Für zukünftige Moderationsprozesse der Innenstadtentwicklung, die gefördert werden sollen, sind folgende Aspekte aus der Sicht der PER GmbH wichtig:

1. Eine schriftliche **Bewerbung** der Kommune an das zuständige Ministerium und ein Ratsbeschluss stehen am Anfang.
2. Ministerium (Kofinanzier), Kommune, relevante Akteure und Dienstleister (z. B. PER GmbH) treffen vertragliche Vereinbarungen (= **Projektvertrag**):
 - Der Projektvertrag regelt Beiträge der Vertragspartner zum Projekt (z.B: Stadt stellt Räumlichkeiten, Technik und Arbeitsmaterialien zur Verfügung)
 - Ziele im Projekt
 - Jeder Vertragspartner stellt eine/n Projektleiter/in mit den im Prozess notwendigen Kompetenzen und Ressourcen. Es gibt einen kommunalen Projektleiter/in, der der Ansprechpartner für den Dienstleister ist.
 - Es wird eine Lenkungsgruppe eingerichtet (Projektleitung und andere)
 - Begleitung des Projektes durch einen politischen Beirat (Rat, Kammern, Medien, Hochschulen u.a.) begleitet.
 - Verpflichtung der Vertragspartner, den Prozess nach Vertragsende für einen bestimmten Zeitraum in Eigenregie fortzuführen und dem Ministerium zu berichten.
3. Durchführung einer **Bürgerbefragung** zu Beginn des Projektes, um Ziele aus Verwaltung und Einzelhandel mit den Zielen der Bürger abgleichen zu können.
4. Die lokalen Medien sollen als Beteiligte gewonnen und von der Projektleitung informiert werden.
5. Im Projektverlauf muss die Projektleitung regelmäßig kritisch hinterfragen, wie alle für die Zielerreichung **relevanten Gruppen** integriert werden können.
6. Das Projekt informiert und kommuniziert über digitale Medien (= **Transparenz**).
7. Für die Umsetzung von Ideen und Teilprojekten aus den Projektgremien müssen die regionalen Vertragspartner einen **Projektetat** (ca. 10.000 €) bereitstellen.

7. Anlagen

- Protokolle der Arbeitsgruppentreffen
- Entwurf Agenda 2025 – „Innenstadtentwicklung der Stadt Zweibrücken“
- Kalender Zweibrücker Advent, Dezember 2012
- Zeitungsbericht: „Neue Ideen für „Feierabend!“ gesucht – Stadt plant 2013 Fortsetzung mit einigen Neuerungen“, Pfälzischer Merkur vom 28.8.2012
- Zeitungsbericht: „90 000-Euro-Projekt endet nachdenklich - Mäßiges Interesse zum Abschluss der Innenstadt-Moderation – Facco sagt ab“, DIE RHEINPFALZ vom 26.11.2012