



# *Lokales Bündnis für eine lebendige Innenstadt in Hofgeismar*

Ergebnisdokumentation der 2. Veranstaltung  
am 14. Juli 2022

**ZUKUNFT  
INNENSTADT**



**PROJEKTSTADT**

EINE MARKE DER UNTERNEHMENSGRUPPE  
NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE | WOHNSTADT

## AUFTRAGGEBER

Stadt Hofgeismar  
Markt 1  
34369 Hofgeismar



Ansprechpartner:  
Dirk Lindemann  
Tel.: 05671 999046  
E-Mail: dirk.lindemann@stadt-hofgeismar.de

## AUFTRAGNEHMER

ProjektStadt  
Wolfsschlucht 18  
34117 Kassel



Ansprechpartner und Projektleiter:  
Marvin Coker  
Tel.: 0561 1001-1376  
E-Mail: marvin.coker@nh-projektstadt.de

Dominikus Hyazinth Stein  
Tel.: 0561 1001-1347  
E-Mail: dominikus-hyazinth.stein@nh-projektstadt.de

Projektmitarbeit:  
Dr. Heike Neusüß  
Tel.: 0561 1001-1254  
E-Mail: heike.neusuess@nh-projektstadt.de

Stand: 20. Juli 2022

## ABLAUF UND THEMEN DER VERANSTALTUNG

1	BEGRÜSSUNG.....	4
2	KURZE INPUTS: ÖFFENTLICHER RAUM UND LADENBELEBUNG.....	5
3	PARALLELE WORKSHOPS ZU DEN PROJEKTFAMILIEN „LADENBELEBUNG“ UND „BELEBUNG DES ÖFFENTLICHEN RAUMES“.....	15
4	VORSCHLAG WEITERES VORGEHEN UND VERABSCHIEDUNG .....	21
5	ANHANG .....	22

## BEI DER VERANSTALTUNG AM 14.07.2022 WAREN ANWESEND:

Die Teilnehmenden haben sich nach den Inputvorträgen für die Workshops in zwei Gruppen aufgeteilt. ÖR steht dabei für Öffentlicher Raum, L für Ladenbelebung.

1. Heike Claus (ÖR)
2. Irmgard Ehl (ÖR)
3. Sabine Ganter-Shaw (L)
4. Monika Grebing (ÖR)
5. Ulrike Hüther (ÖR)
6. Günther Koseck (ÖR)
7. Kirsten Köster (ÖR)
8. Karin Kranz (L)
9. Regina Piller (ÖR)
10. Michael Reiter (L)
11. Elke Scheffer (L)
12. Sigrid Scholl (ÖR)
13. Antje Stahl (L)
14. Eileen Wiedenhoff (ÖR)

### 1 BEGRÜSSUNG

Der Bürgermeister, Herr Busse, begrüßt die Teilnehmenden herzlich bei der Veranstaltung. Auch Bauamtsleiter, Herr Lindemann, ist beim Bündnistreffen zugegen.



Die ProjektStadt als beauftragtes Kernbereichsmanagement moderiert die Veranstaltung und stellte die Tagesordnung vor. Ziel des Bündnistreffens am 14.07. war es, erste Projektideen zur Belebung des öffentlichen Raumes und zur Ladenbelebung zu formulieren und zu diskutieren, sowie das weitere Vorgehen zu besprechen.

## Agenda

1. Begrüßung
2. Kurze Inputs (Öffentlicher Raum, Ladenbelebung)
3. 2 parallele Workshops
4. Vorschlag weiteres Vorgehen
5. Verabschiedung

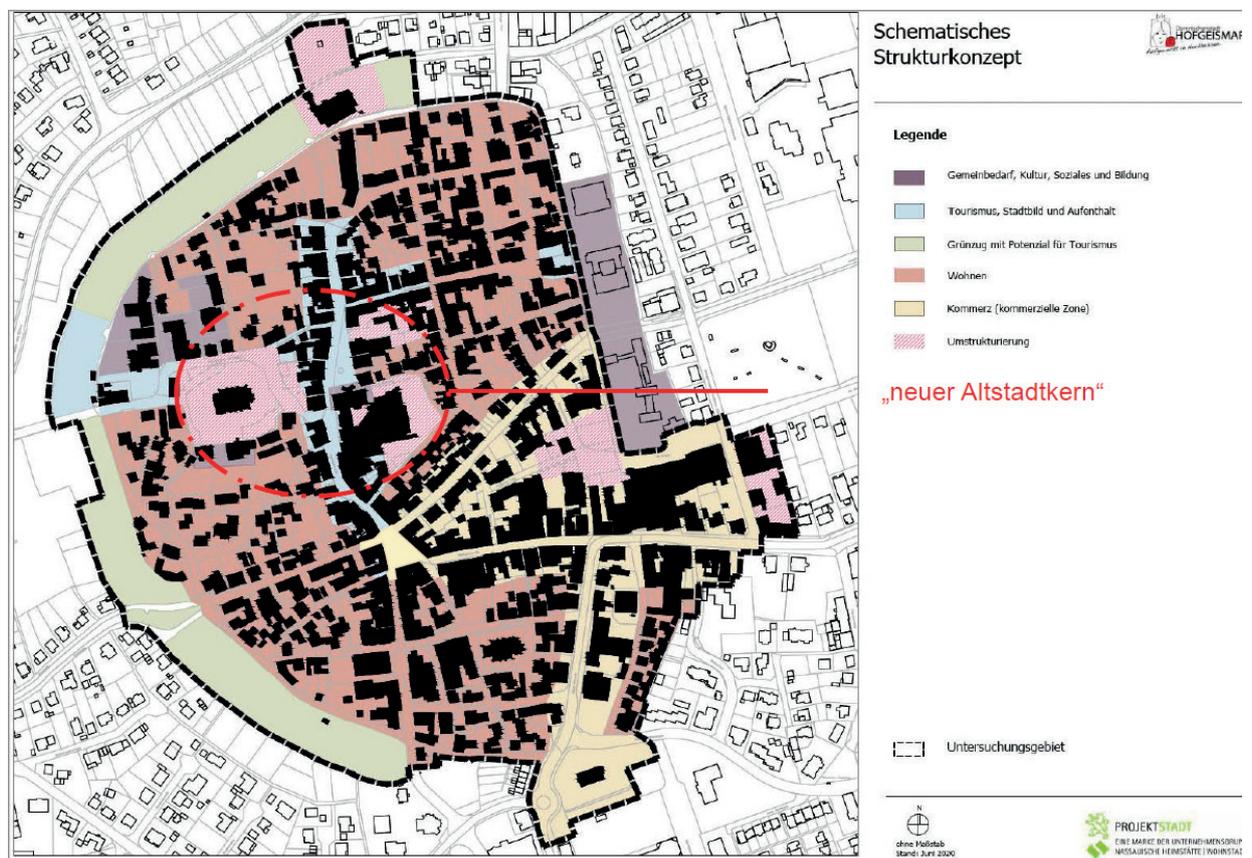
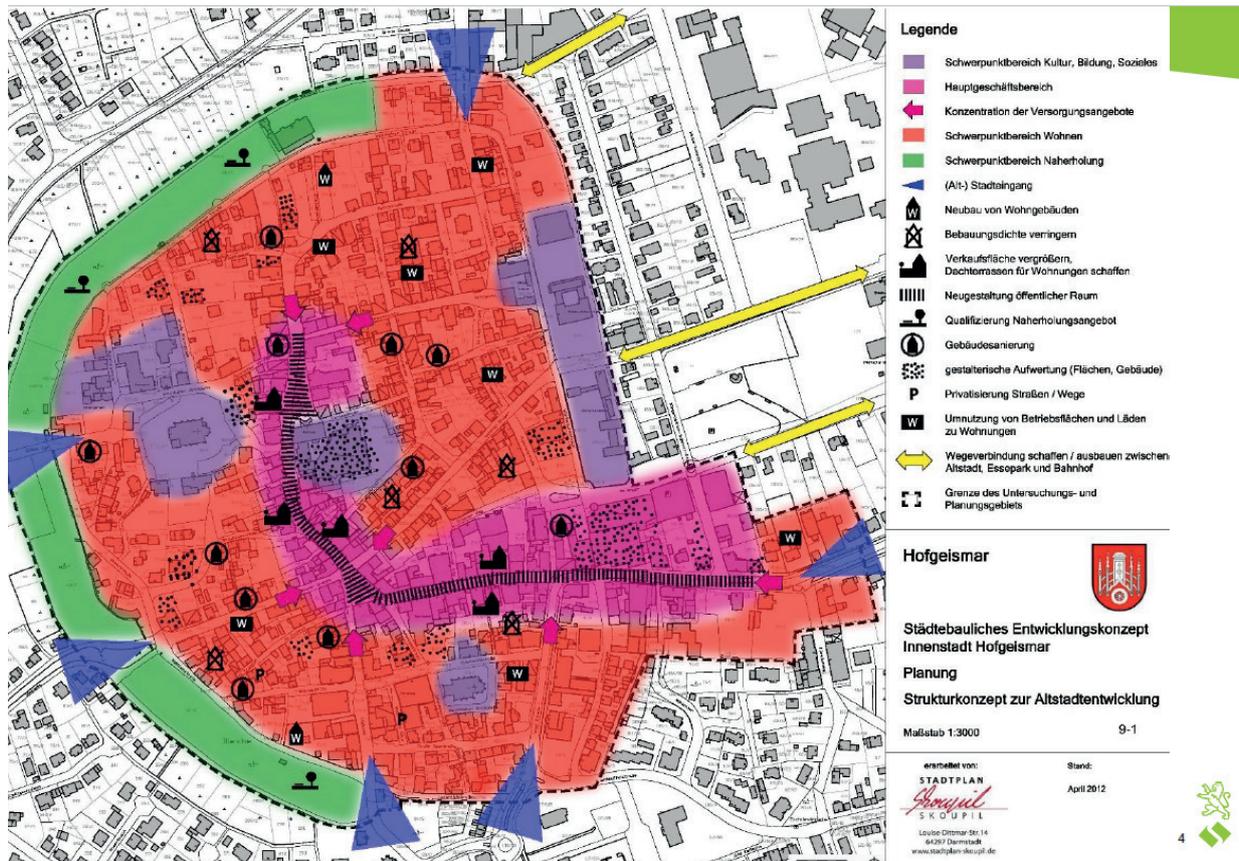
Lokales Bündnis für eine lebendige Innenstadt in Hofgeismar – 14.07.2022



## 2 KURZE INPUTS ZU ÖFFENTLICHEN RAUM UND LADENBELEBUNG

Im Rahmen der Themenfelder Öffentlicher Raum und Ladenbelebung erfolgten zwei Inputs durch die ProjektStadt sowie durch das Büro Stadt und Handel. Im Fokus standen unter anderem die funktionale Gliederung und die räumlichen Schwerpunktbereiche in der Stadt, wie auch neue Anforderungen an die Innenstadt und den Handel.





## Vorgehensweise und Ziel

- Weiterentwicklung und Ausdifferenzierung der Funktionen innerhalb der Kernstadt
- Anpassung der Leitbilder und Schwerpunktbereiche
- Zuordnung soll dabei helfen klare Profile zu entwickeln und die Ansiedlung neuer Nutzungen zu strukturieren (Schaffung von Synergieeffekten)
- Zur Stärkung der neuen Profile sollten Bereiche innerhalb der Kernstadt, welche einer Umstrukturierung bedürfen, entsprechend des jeweiligen Leitbildes entwickelt werden
- Aber auch Entwicklung des Öffentlichen Raumes entsprechend der Leitbilder (Verbesserung Erscheinungsbild (tlw. schon stattgefunden) und der Funktionalität)
- Durch Entwicklung von zentralen Platzsituation wird zur besseren Strukturierung und Orientierung beigetragen (Marktplatz, Töpfermarkt, Stadteingang Ost)  
(Inkl. Lenkungskonzept und besserer Verknüpfung der verschiedenen Bereiche miteinander)

Lokales Bündnis für eine lebendige Innenstadt in Hofgeismar – 14.07.2022



6

## Entwicklung von zentralen Plätzen



### ➤ Töpfermarkt

- Wurde im Rahmen der Fußgängerzone 1. BA umgesetzt
- Wichtiger Drehpunkt: Kommerz, Tourismus und Wohnen
- Zentrale Lage im Stadtgefüge
- Neue Stadtmitte
- Vorhandene Nutzungen stärken/ neue Nutzungen ansiedeln
- Funktionale Erweiterung des Platzes?



### ➤ Marktplatz

- Umgestaltung Ende 2021 fertiggestellt
- Wichtigster repräsentativer, kultureller und touristischer Platz (historische Mitte)
- Geprägt von Gemeindebedarf und Tourismus
- Ansiedlung gastronomischer Nutzungen geplant
- Sanierung Markt 5 mit neuer Ankernutzung
- Funktionale Erweiterung des Platzes?



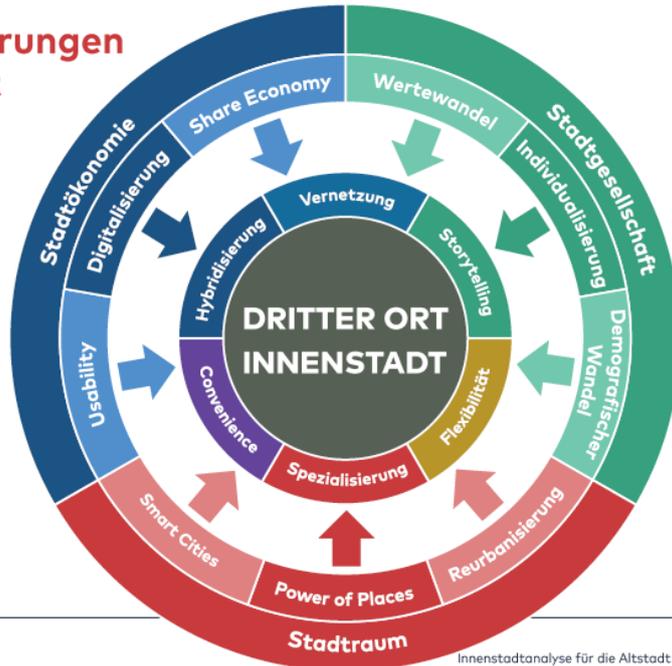
### ➤ Stadteingang Ost

- Derzeit kein Platz erkennbar
- Ist jedoch der Auftakt zum innerstädtischen Bereich (Eingangssituation)
- Viele Parkplätze angrenzend (fußläufige Erschließung der Innenstadt)
- Orientierungspunkt (Mobilitätskonzept zur Erschließung der Innenstadt)
- Neustrukturierung Verkehr zur Entwicklung des öffentlichen Raumes



7

## Neue Anforderungen an Innenstadt und Handel



Quelle: Darstellung Stadt + Handel

**STADT+HANDEL**

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

4

## Stadtökonomie in Hofgeismar



Leerstände

Ansprechende Zwischennutzung

Quelle: Fotos Stadt + Handel

**STADT+HANDEL**

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

6

## Stadtökonomie in Hofgeismar



Spielhalle in zentraler Lage



Gastronomie mit attraktiven Außenplätzen

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

7

## Stadtökonomie in Hofgeismar



Discountorientierte Fachmärkte



Attraktiver, individueller Einzelhandel

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

8

## Stadtgesellschaft in Hofgeismar



Demografischer Wandel

Altersgerechte Angebote

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

**STADT+HANDEL**

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

9

## Stadtgesellschaft in Hofgeismar



Aktives Vereinswesen

Quartier am Markt

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

**STADT+HANDEL**

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

10

## Stadtraum in Hofgeismar



Sanierungsbedarf

Attraktiver Fachwerkbestand

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

11

## Stadtraum in Hofgeismar



Baustellentätigkeit

Attraktive Freiräume

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

12

## Stadtraum in Hofgeismar



Kunst im öffentlichen Raum

Stadtmobiliar

Quelle: Fotostadt + Handel

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

13

## Stadtraum in Hofgeismar



Uneinheitliche Untergrundgestaltung und Baustellen

Töpfermarkt als ansprechende Platzsituation

Quelle: Fotostadt + Handel

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

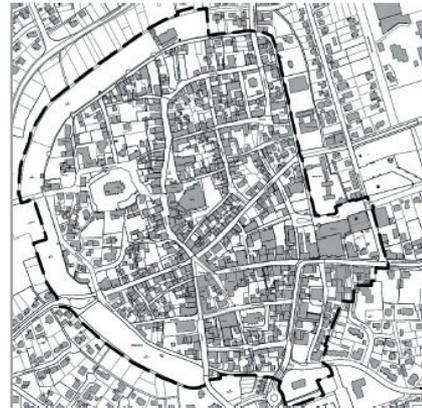
Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

14

## Speed-Datings

### Methodik

- Zeitraum: 28.-29.06.2022
- direkte Ansprache der Gewerbetreibenden bzw. Angestellten in der Altstadt von Hofgeismar
- Kennenlernen der Innenstadtakteur:innen und Abfrage von Erwartungen an die Innenstadtentwicklung
- Auswahlkriterien der Gesprächspartner:innen:
  - direkter Bezug zur zentralen Innenstadtlage
  - Hofgeismar positiv prägende Gewerbebetriebe
  - allgemeine Zugänglichkeit (keine Terminvergabe, sehr eng gefasste Öffnungszeiten)
- Untersuchungsraum: Abgrenzung des Fördergebietes gem. Beschluss Dezember 2014



Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Abbildung Stadtplan Sippel/Born-Kaczmarek 2015.

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

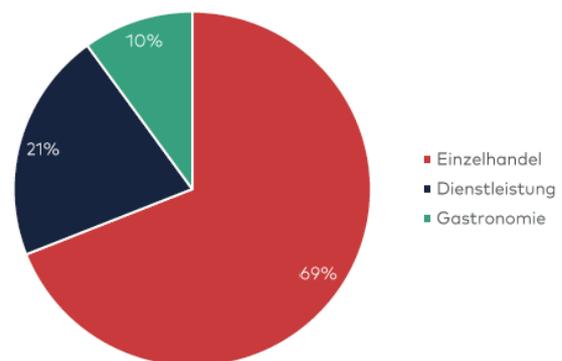
16

## Speed-Datings

### Grundgesamtheit der Gesprächspartner:innen

- Ansprache von insgesamt 42 Gewerbetreibenden
- über die Hälfte der Gespräche wurde mit dem/der Inhaber:in oder Geschäftsführer:in geführt
- über 2/3 der Gesprächspartner:innen stehen in Zusammenhang mit angesiedelten Einzelhandelsnutzungen
  - bedingt durch die Nutzungsstruktur in der Hofgeismarer Altstadt sowie die Auswahlkriterien

Tätigkeitsfelder der Gesprächspartner:innen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Erhebung 06/2022.

### STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen

17

## Speed-Datings

### Erwartungen an den Innenstadtprozess

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Erhebung 06/2022, bei den Aspekten handelt es sich um Mehrfachnennungen.



## STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen 18

## Onlinebefragung zur Altstadt von Hofgeismar



Teilen Sie uns Ihre Einschätzungen und Wahrnehmung zur Altstadt von Hofgeismar mit! Scannen Sie einfach den untenstehenden QR-Code oder rufen Sie die Befragung unter nachfolgendem Link auf:

<https://befragung.stadt-handel.de/s3/Hofgeismar-Onlinebefragung>



## STADT+HANDEL

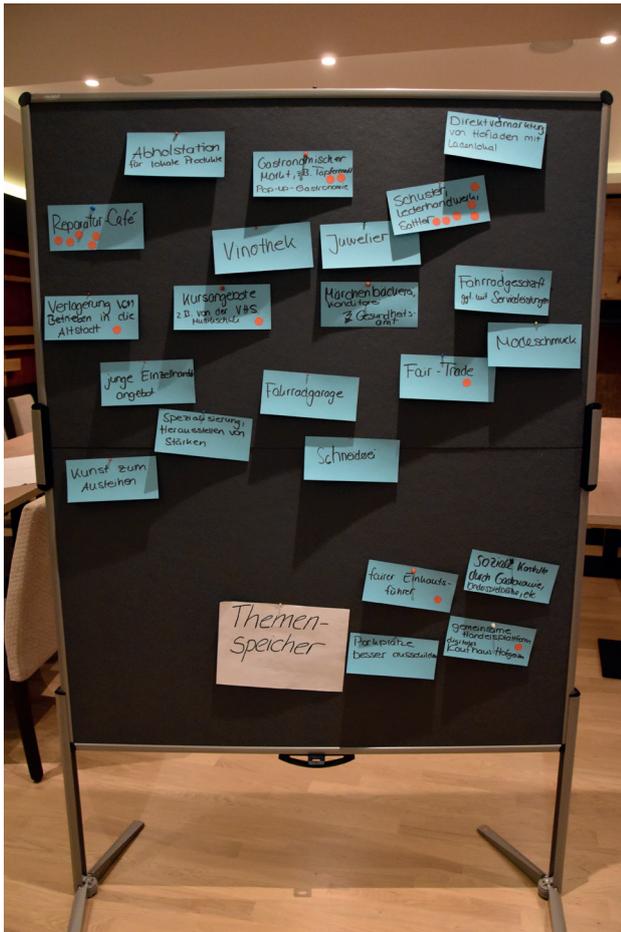
Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Innenstadtanalyse für die Altstadt von Hofgeismar | 2. Bündnistreffen 20

### 3 PARALLELE WORKSHOPS ZU DEN PROJEKTFAMILIEN „LADENBELEBUNG“ UND „BELEBUNG DES ÖFFENTLICHEN RAUMES“

#### Projektfamilie Ladenbelebung

Im Workshop Ladenbelebung wurden mögliche Nutzungen für Leerstände sowie fehlende Nutzungen in der Innenstadt gesammelt und diskutiert.



#### Thema "Ladenbelebung"

- Abholstation für lokale Produkte
- Gastronomischer Markt (z.B. Töpfermarkt)
- Direktvermarktung von Hofläden mit Ladenlokal
- Reparatur-Café
- Vinothek
- Juwelier
- Schuster, Lederhandwerk, Sattler
- Verlagerung von Betrieben in die Altstadt
- Kursangebote (z.B. von der VHS, Musikschule)
- Märchenbäckerei, - konditorei
- Fahrradgeschäft ggf. mit Serviceleistung
- junge Einzelhandelsangebote
- Fahrradgarage
- Fair-Trade
- Modeschmuck
- Kunst zum Ausleihen
- Spezialisierung, Herausstellen von Stärken
- Schneiderei

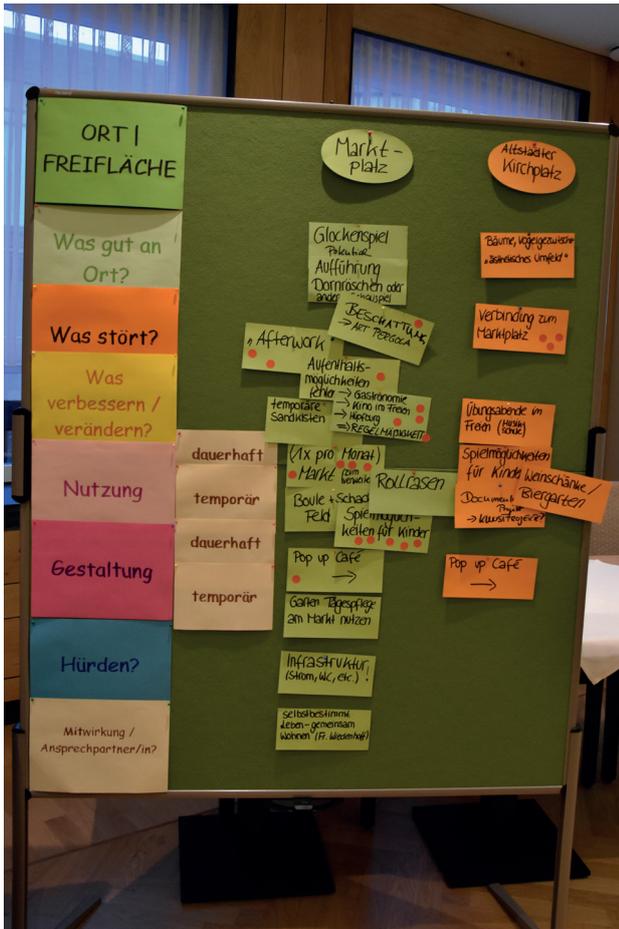
#### Themenspeicher

- fairer Einkaufsführer
- soziale Kontrolle durch Gastronomie, Kinderspielplätze etc.
- Parkplätze besser ausschildern
- gemeinsame Handelsplattform, digitales Kaufhaus Hofgeismar



## Projektfamilie Belegung des Öffentlichen Raumes

Im Workshop Öffentlicher Raum wurden zunächst gemeinsam Orte oder Freiflächen benannt, deren Weiterentwicklung und Bespielung besonders wichtig für die Belegung der Innenstadt sind. Anschließend wurden insbesondere Nutzungsideen gesammelt. Für alle diese Orte gab es übergreifende Ideen, die festgehalten wurden (Allgemein).



### Ort "Marktplatz"

Was ist gut an dem Ort?

- Glockenspiel (Potenzial)
- Aufführungen wie Dornröschen oder anderes Schauspiel

Was stört?

- Beschattung fehlt (Idee: Pergola)

Was kann verbessert werden?

- Aufenthaltsmöglichkeiten (Ideen: Gastronomie, Kino im Freien, Hüpfburg, temporäre Sandkisten)

Mögliche Nutzungen:

- 1x pro Monat Markt
- Boule und Schach Feld
- Spielmöglichkeiten für Kinder
- Pop up Café
- Garten der Tagespflege am Markt nutzen
- Afterwork

Gestaltung:

- Rollrasen

Hürden?

- Infrastruktur (Strom, WC, etc.)

Mitwirkung / Ansprechpartner:in:

- Frau Wiedenhoff

## Ort "Altstädter Kirchplatz"

Was ist gut an dem Ort?

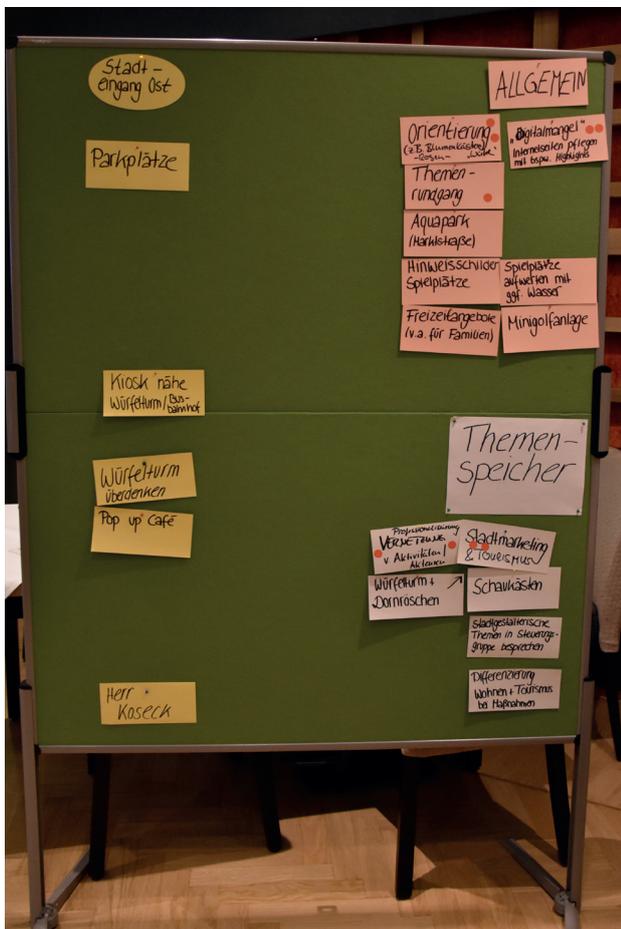
- Bäume
- Vogelgezwitscher
- ästhetisches Umfeld

Was stört?

- Verbindung zum Marktplatz

Mögliche Nutzungen:

- Übungsabende im Freien (Musikschule)
- Spielmöglichkeiten für Kinder
- Weinschänke / Biergarten
- Kunstprojekte
- Pop up Café



## Ort "Stadteingang Ost"

Was ist gut an dem Ort?

- Parkplätze

Mögliche Nutzungen:

- Kiosk nahe Würfelturm / Busbahnhof
- Pop up Café

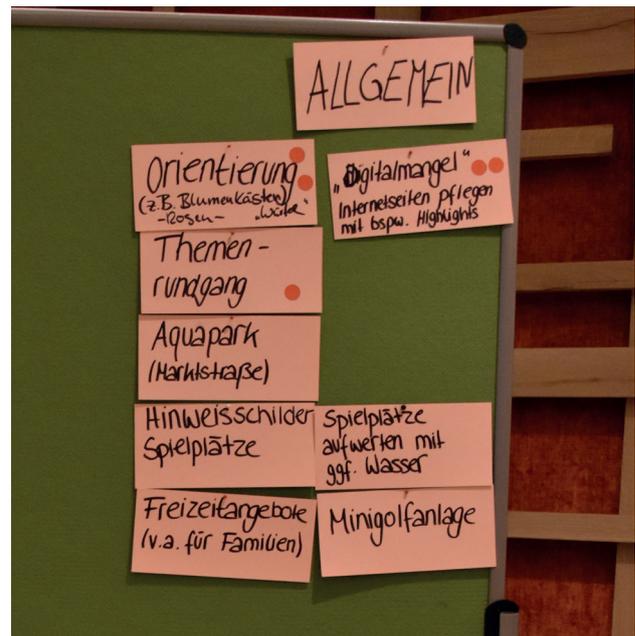
Mitwirkung / Ansprechpartner:in:

- Herr Koseck



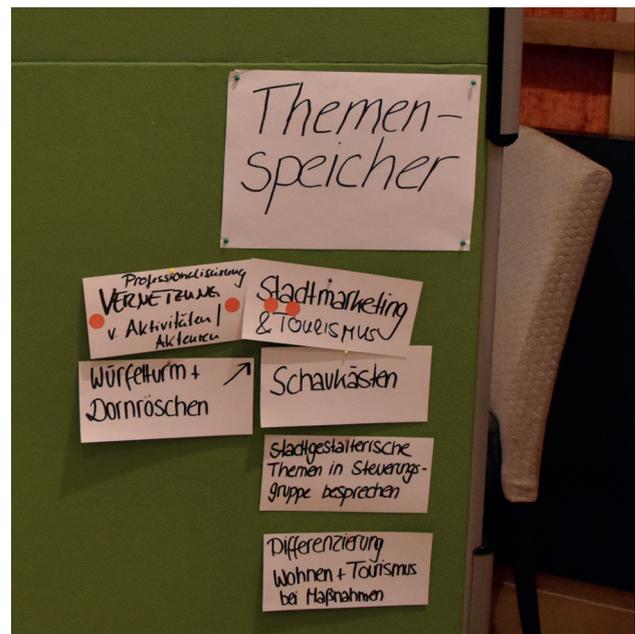
## Allgemein

- Orientierung (z.B. Blumenkästen)
- Themenrundgang
- Aquapark (Marktstraße)
- Hinweisschilder Spielplätze
- Freizeitangebote (v.a. für Familien)
- Digitalmangel (Internetseiten pflegen)
- Spielplätze aufwerten (ggf. mit Wasser)
- Minigolfanlage



## Themenspeicher

- Professionalisierung (Vernetzung von Aktivitäten und Akteuren)
- Stadtmarketing und Tourismus (Würfelturm und Dornröschen)
- Schaukästen
- stadtgestalterische Themen in Steuerungsgruppe besprechen
- Differenzierung Wohnen und Tourismus bei Maßnahmen



## Priorisierung von Projektideen

Die Teilnehmenden wurden abschließend gebeten, die vorgestellten Projektideen beider Projektfamilien zu priorisieren, um ein Stimmungsbild zu erzeugen.

### Priorität 1 (6 Stimmen):

- Ladenbelebung: Schuster, Lederhandwerk, Sattler

### Priorität 2 (5 Stimmen):

- Ladenbelebung: Reparatur-Café
- Öffentlicher Raum: Spielmöglichkeiten für Kinder (Marktplatz)
- Öffentlicher Raum: Aufenthaltsmöglichkeiten (Marktplatz)

### Priorität 3 (4 Stimmen):

- Öffentlicher Raum: 1x pro Monat Markt

### Priorität 4 (3 Stimmen):

- Öffentlicher Raum: Verbindung zum Markplatz (Altstädter Kirchplatz)

### Priorität 5 (2 Stimmen):

- Öffentlicher Raum: Professionalisierung (Vernetzung von Aktivitäten und Akteuren)
- Öffentlicher Raum: Stadtmarketing und Tourismus (Würfelturm und Dornröschen)
- Öffentlicher Raum: Orientierung (z.B. Blumenkästen)
- Öffentlicher Raum: Digitalmangel (Internetseiten pflegen)
- Öffentlicher Raum: Afterwork (Marktplatz)
- Ladenbelebung: Gastronomischer Markt (z.B. Töpfermarkt)
- Ladenbelebung: Fair-Trade

### Priorität 6 (1 Stimme):

- Ladenbelebung: Verlagerung von Betrieben in die Altstadt
- Ladenbelebung: fairer Einkaufsführer
- Ladenbelebung: gemeinsame Handelsplattform, digitales Kaufhaus Hofgeismar
- Öffentlicher Raum: Themenrundgang
- Öffentlicher Raum: Pop up Café (Marktplatz)
- Ladenbelebung: Kursangebote (z.B. von der VHS, Musikschule)
- Öffentlicher Raum: Beschattung (Idee: Pergola)



## 4 VORSCHLAG WEITERES VORGEHEN UND VERABSCHIEDUNG

### Weiteres Vorgehen

- Die Projektgruppen können sich selbstständig treffen und Teilprojekte weiter konkretisieren bis zum nächsten Bündnistreffen (mit Hilfe Vorlage Projektsteckbriefe).
- nächstes Bündnistreffen: Do, 6.10., 19-21 Uhr:
  - Vorstellung Arbeitsergebnisse der Projektgruppen bzw. Teilprojekte
  - ggf. Weiterarbeit an/ Vertiefung Teilprojekte
  - Blick auf „Themenspeicher“
- Bereits auf dem Plakat Bündnisgründung unterschrieben?



Die Ergebnisse der Veranstaltung werden im Anschluss an alle Teilnehmenden des Bündnisses versendet.

## 5 ANHANG

Nachfolgend finden Sie die Abbildungen der so genannten Projektsteckbriefe, die als Vorlage zur konkreten Bearbeitung eines jeden Themas zur Verfügung stehen. Die entsprechenden Dateien werden gemeinsam mit der Dokumentation versandt.

### Projektsteckbriefe Projektfamilie „Öffentlicher Raum“

Teilprojekt 1: ...	
1. <b>Genius Loci:</b> Welche Besonderheiten hat der Ort? (Potentiale)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
2. <b>Positiv:</b> Was finden Sie gut an diesem Ort?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
3. <b>Negativ:</b> Was stört, was ist negativ zu bewerten?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ggf. ergänzen</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
4. <b>Was sollte verbessert werden?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ggf. ergänzen</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
5. <b>Nutzung dauerhaft:</b> Welche dauerhaften Nutzungsideen haben Sie für diesen Ort?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ggf. ergänzen</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
6. <b>Nutzung temporär:</b> Inwiefern haben Sie temporäre Nutzungsideen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ggf. ergänzen</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
7. <b>Gestaltung dauerhaft:</b> Welche dauerhaften Gestaltungsideen haben Sie?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ggf. ergänzen</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
8. <b>Gestaltung temporär:</b> Inwiefern haben Sie temporäre Gestaltungsideen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ggf. ergänzen</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
9. <b>Zielgruppe/n:</b> Von welchen/r Zielgruppe/n sollten welche Bereiche oder der Ort insgesamt genutzt werden?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
10. Bedienen Ihre Nutzungs- und/ oder Gestaltungsvorschläge (besagte) <b>Megatrends?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> </ul>
11. <b>Beteiligung der Öffentlichkeit:</b> Inwiefern ist die Öffentlichkeit bei der Planung des	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>

<p>Projekt zu beteiligen (zielgruppenspezifisch: Familien, Kinder, Jugendliche, Senioren oder „allg. Öffentlichkeit“)? Und WIE können Sie sich das vorstellen (Umfrage, aufsuchende Befragung, Ideen-workshop, Spaziergang?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> </ul>
<p>12. Welche <b>Herausforderungen</b> (Hürden) sehen Sie für die Umsetzung des Projektes?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
<p>13. Etc. (ggf. fallen Ihnen noch weitere Fragen/ Punkte ein, die betrachtet werden sollten)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
<p>14. In der AG wirken mit:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>
<p>15. Wer ist Ansprechpartner oder Ansprechpartnerin aus Ihrer Projektgruppe?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...</li> <li>• ...</li> </ul>

## Projektsteckbrief „Ladenbelebung“

Projektname	
<p><b>Konkrete Ausgestaltungsidee</b> (Worum geht es in dem Projekt? Welches Ziel verfolgt das Projekt? Welche Zielgruppen werden angesprochen?)</p>	
<p><b>Must-haves</b> (Welche Dinge müssen zwingend erfolgen, damit das Projekt erfolgreich wird?)</p>	
<p><b>Nice-to-haves</b> (Welche optionalen Dinge können den Projekterfolg vergrößern?)</p>	
<p><b>Verortung</b> (Wo genau wird das Projekt umgesetzt?)</p>	
<p><b>Initiator:innen/ Organisation</b> (Wer übernimmt die Federführung bei der Projektplanung?)</p>	
<p><b>Mögliche Kooperationspartner:innen</b> (Welche Personen oder Institutionen können bei der Umsetzung unterstützen?)</p>	
<p><b>Finanzielle Ressourcen</b> (Welche Kosten fallen für die Planung und Umsetzung des Projektes an? Wie können diese gestemmt werden?)</p>	
<p><b>Personelle Ressourcen</b> (Wo fallen welche Personalkosten für die Umsetzung an?)</p>	
<p><b>Best-Practice-Beispiele</b> (Kennen Sie vergleichbare Beispiele aus anderen Städten?)</p>	





**PROJEKSTADT**

EINE MARKE DER UNTERNEHMENSGRUPPE  
NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE | WOHNSTADT