

Auszug aus dem Integrierten Handlungskonzept „Aktive Innenstadt Offenbach“

**a) Annäherung an ein Leitbild für die Innenstadt (vgl. Kap. 6):**

*Die Offenbacher Innenstadt ist das pulsierende Herz der Gesamtstadt.*

*Brüche und Kontraste im Stadtbild prägen ihren rauhen Charme.*

*Es soll zukünftig nicht darum gehen, diese Ecken und Kanten im räumlichen wie übertragenen Sinne zwanghaft zu glätten, sondern darum, die inhärenten Potenziale zu erkennen und zu stärken.*

*Der Spannungsreichtum des Stadtbildes bietet den Rahmen für kreative Nutzungen und Aneignung. Dies hat die ebenso aktive wie eigenwillige Kunst- und Kulturszene bereits seit langem erkannt. Deren vielfältige Aktivitäten tragen nicht unwesentlich zu einer Außenwahrnehmung Offenbachs als „kreativ“ und „aufgeschlossen“ bei.*

*Bei aller Kompaktheit und familiären Überschaubarkeit ist die Innenstadt kulturell vielfältig, reich an Einzelhandels- und Gastronomieangeboten und einladend für Besucher aller Couleur. Charakteristisch ist das Nebeneinander von Filialen und eigentümergeführten kleinen Läden, das aber auch noch entwicklungsfähig ist.*

*Für Offenbach schon immer typische Wesenszüge, wie Toleranz, Offenheit für Neues und ein kreativer Pragmatismus bilden die Grundlage für die Zukunftsfähigkeit der Innenstadt und damit auch der Gesamtstadt.*

- Der Einzelhandel muss sich stärker profilieren, das Qualitätsniveau heben und neue innovative Konzepte entwickeln.
- Die Gastronomie soll dichter, vielfältiger und qualitativ anspruchsvoller werden.
- Öffentliche Räume sollen in ihrem jeweiligen Charakter und ihrer Funktion akzentuiert und aktiviert werden.
- Das Offenbacher Kreativpotenzial kann stärker sichtbar gemacht werden und Impulse setzen.
- Die Wohnfunktion in der Innenstadt soll gestärkt werden für eine Belegung auch außerhalb der Geschäftszeiten.
- Die Wohn-, Aufenthalts- und Erlebnisqualität der Innenstadt muss durch die kontinuierliche Vermeidung und Minderung schädlicher Luft- und Lärmbelastungen erhöht werden.

**b) Leitgedanken und Entwicklungsziele in den Handlungsfeldern (vgl. Kap. 5):**

(1) Wohnen:

*Die Wohnfunktion in der Innenstadt muss insgesamt gestärkt werden, um eine nachhaltige Belegung auch außerhalb der Geschäftszeiten zu gewährleisten.*

- Das Wohnen in der Innenstadt sollte auch quantitativ intensiviert werden.
- Es wird eine ausgewogene Sozialstruktur angestrebt.
- So sollen Wohnungen in der Innenstadt vor allem für folgende Zielgruppen entstehen: Kleingewerbetreibende und Kreative, Wohngruppen von Studenten, Senioren, Behinderten sowie Familien
- Im Einzelnen muss untersucht werden, welche Lagen für das Wohnen besonders attraktiv und geeignet sind (z.B. Baulücken, Umnutzung von Gewerbeflächen, etc.).

(2) Öffentlicher Raum und Stadtgestalt:

*Die Straßen- und Platzräume sollen als Bühne für urbanes Leben begriffen und aktiviert werden. Die öffentlichen Räume müssen in ihrem jeweiligen Charakter und ihrer Funktion zukünftig stärker profiliert werden.*

- Die Identifikation mit den öffentlichen Räumen muss gestärkt werden. In diesem Zusammenhang sind deren Funktion und mögliche Nutzergruppen sowie die Gestaltung und Aufenthaltsqualität zu untersuchen bzw. zu verbessern.
- Es ist ein differenzierter Umgang mit den gefassten Räumen in der Einkaufszone und den „Resträumen“ entlang der Berliner Straße erforderlich.
- Wettbewerbe für Platzgestaltung und Gebäude können ein wirksames Entwicklungsinstrument darstellen und zur Steigerung der Gestaltqualität beitragen.
- Eine Profilierung, d.h. die gestalterische Differenzierung bzw. Aufwertung der Straßen- und Platzräume wird angestrebt. Der Umgang mit Sondernutzungen ist dahingehend zu überprüfen und die entsprechende kommunale Satzung ggf. anzupassen oder anzuwenden.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raumes muss Wegebeziehungen und die verschiedenen Arten von Mobilität berücksichtigen.
- Die allgemeine Anpassung der Innenstädte an den Klimawandel muss sich auch in der Gestaltung des öffentlichen Raumes widerspiegeln. Grünflächen müssen erhalten, ihre Qualität muss erhöht werden.

(3) Einzelhandel:

*In der Konkurrenz zu großflächigem Einzelhandel in der Region und zum Internethandel muss sich der Einzelhandel in der Offenbacher Innenstadt - auch im Zusammenspiel mit dem KOMM - stärker profilieren, das Qualitätsniveau heben und neue innovative Konzepte entwickeln.*

- Das Angebotsprofil muss besser auf die Käuferstruktur und gewünschte Zielgruppen abgestimmt werden.
- Die Verbindung von Einzelhandel mit Kultur und Gastronomie kann zu einem insgesamt attraktiveren Angebot führen und zur Reaktivierung von Leerständen führen.
- Der Einzelhandel soll über die reine Kauffunktion hinaus Anreize für den Aufenthalt in der Innenstadt liefern.
- Vielfalt und Kleinteiligkeit der Ladengeschäfte sollen erhalten und gestärkt werden.

- Es soll darüber hinaus untersucht werden, wo größere Modulflächen zur Verfügung gestellt werden können, um weitere Magneten in der Qualität wie P+C oder Ansons anzuziehen.
- Es kann sinnvoll sein, stellenweise eine thematische Konzentration zu fördern.
- Lokale Besonderheiten gilt es - wo sinnvoll - zu erkennen und zu kultivieren.
- Über ein verbessertes Marketing und eine verbesserte Kommunikation insgesamt sollen mehr Besucher angezogen werden und eine Qualitätssteigerung erreicht werden („Qualität zieht Qualität nach“).
- Mit dieser Zielsetzung sind auch Schaufenstergestaltung und Außenwerbung zu untersuchen und ggf zu verbessern.
- Für eine bessere Erreichbarkeit der innerstädtischen Einkaufszonen gilt es, die Anbindung an das nahe Umfeld zu verbessern.

(4) Gastronomie:

*In der Innenstadt soll eine dichte, höchst vielfältige und qualitativ anspruchsvolle Gastroszene mit Magnetwirkung auf die Region entstehen.*

- Die Gastronomie soll vermehrt dazu beitragen, Straßenräume und Plätze zu bespielen und zu aktivieren.
- Die Gastronomie soll (evtl. durch verlängerte Öffnungszeiten der Küchen) dazu beitragen, die Innenstadt auch außerhalb der Geschäftszeiten zu beleben.
- Hybride Konzepte mit Veranstaltungen und Kultur (aber auch in Verbindung mit dem Einzelhandel) sollen gefördert werden und können zu einer wechselseitigen Verstärkung führen.
- Bei den Angeboten soll darauf geachtet werden, dass möglichst alle Zielgruppen und Bevölkerungsschichten angesprochen werden.

(5) Kreatives Milieu / Kulturelles Leben

*Das umfangreich vorhandene Offenbacher Kreativpotenzial muss stärker sichtbar gemacht werden. Akteure aus dem Kunst- und Kulturmilieu sollen zu Impulsgebern für die Aktivierung der Innenstadt werden.*

- Die Präsenz und Einbindung der HfG sollten gesteigert und Kunst allgemein im Stadtbild weiter verbreitet und stärker wahrnehmbar werden.
- Inszenierungen und Bespielungen (z.B. Luminale, Rundgänge, Kino an besonderen Orten, etc) sollen die Innenstadt stärker im Bewusstsein der Bevölkerung verankern und die Identifikation stärken. Sie sind auch ein Beitrag zur Belebung außerhalb der Geschäftszeiten.
- Leerstände sollen teilweise mit kulturellen Zwischennutzungen reaktiviert werden (z.B. Kulturbahnhof, basis e.V., etc.). Hier sind die rechtlichen und immobilienwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu prüfen.
- Messen in Offenbach können die Innenstadt für ein Rahmenprogramm nutzen.
- Das Thema Leder sollte als Identitätsstiftendes Element auch in der Innenstadt erlebbar gemacht werden.

**c) Maßnahmenkatalog (vgl. Kap. 9):**



# Maßnahmenkatalog (Stand: 13.04.2010)



Maßnahme	Schritte / Teilprojekte	Erläuterung / Beschreibung	Steckbrief Nr.	Kosten		Federführung	Priorität ("Wirksamkeit / Wahrscheinlichkeit") in Stufen 1-3	Förderfähigkeit städt. Maßnahmen grün=ja; gelb=evtl.; rot = nein	Bearbeitungsfolge in SVOF (chronologisch)
				Stadt (StBauF)	andere Träger (auch: Stadt ohne StBauF)				
<b>neue, zusätzlich belebende Einrichtungen und Magnete</b>									
1. Kunst am Eingang Innenstadt/ K.Carstens-Platz	1.1. Wettbewerb	Auslobung eines Künstlerwettbewerbs, ggf. i. V. m. "Kunst im öffentlichen Raum" (s.u.)	32		X	SVOF-60	1		1
	1.2. Installation	Errichtung / Bau		100.000	X			✓ (i.V. m.d. Neugestaltung des Platzes)	
2. städt. Galerie / Kunsthalle	2.1. Betriebskonzept	Prüfung, ob kommunale Galerie für lokale/regionale Künstler oder städt. Kunsthalle mit Wechselausstellungen mit regionaler/überregionaler Ausstrahlung sowie Ausarbeitung eines Betriebskonzepts	26		X	SVOF-49	1		3
	2.2. Bau	Findung und ggf. Mietverhandlung für geeignete Immobilie; Baukostenzuschuss für den Umbau		1.000.000	X			✓	
3. kommunales Kino / Programm-kino	3.1. Betriebskonzept	Prüfung, ob reines Programmkinos oder multifunktionales Konzept sowie Ausarbeitung eines Betriebskonzepts	28		X	SVOF-49	1		4
	3.2. Bau	Findung und ggf. Mietverhandlung für geeignete Immobilie; Baukostenzuschuss für den Umbau		1.000.000	X			✓	
4. Brunnen am Wilhelmsplatz	4.1. Wettbewerb	Auslobung eines Künstlerwettbewerbs, ggf. i. V. m. "Kunst im öffentlichen Raum" (s.u.)	25		X	SVOF-60	2		5
	4.2. Installation	ggf. Einbindung in "Kunst auf öff. Plätzen" (s.u.); als Bürgerbrunnen v.a. durch Bürgerspenden finanzieren, stadtseits nur Baukostenzuschuss		50.000	X			✓	
5. Atelierhaus	5.1. Betriebskonzept	vgl. "Zwischennutzungsagentur"/neue Dienstleistungen: ist Bestandteil des lfd. EFRE-Projekts: Standortsuche, Eignungsprüfung und Betriebskonzept	31		X	?	2		6
	5.2. Bau	Findung und ggf. Mietverhandlung für geeignete Immobilie; Baukostenzuschuss für den Umbau		500.000	X			✓	
6. Jugendcafé		das Café soll kein Angebot der Jugendarbeit beinhalten, sondern ein kommerzielles gastronomisches Angebot für kleine Geldbörsen bereistellen: Betreiberkonzept skizzieren und anwerben; dazu: Baukostenzuschuss für den Umbau als Anschubfinanzierung	12	50.000	X	?	3	ggf. Baukostenzuschuss	7
7. multikulturelles Kaufhaus und/od. "food court"		hiermit wird gleichfalls ein kommerzielles gastronomisches (ggf. ergänzt um EZH) Angebot verfolgt: Betriebskonzept entwickeln; dazu: Anschubfinanzierung	13	50.000	X	?	3	ggf. Baukostenzuschuss für bes. Art der Werbung o.ä.	8

<b>Einrichtung städtischer Förderprogramme</b>									
8. Fassadenprogramm		Erlas einer Förderrichtlinie mit eindeutigen Anwendungsregeln, Bedingungen, Fördersätzen etc. mit jährlichem Förderrahmen von 150.000 € für Fassadenarbeiten sowie die Entfernung von Graffiti, Berankung von Brandwänden, den Abbruch "störender" Gebäude etc.)	3	1.050.000	X	SVOF-60	1	✓	1
9. Anschubfinanzierung		Erlas einer Förderrichtlinie mit eindeutigen Anwendungsregeln, Bedingungen, Fördersätzen etc. mit jährlichem Förderrahmen von 50.000 € (Investitionskostenzuschuss bei Eröffnung neuer Ladenlokale)	10	350.000	X	?	2	ggf. als Baukostenzuschuss für bes. Werbung o.ä.	2

**Erläuterungen:**

Maßnahmen, die für die Stadt Kosten verursachen und im Beteiligungsprozess der 1. Priorität zugeordnet wurden  
 Förderfähigkeit gemäß Richtlinie zur Städtebauförderung  
 Maßnahme, die außerhalb der SVOF bearbeitet wird und somit keine Bearbeitungspriorisierung erfährt  
 Maßnahme, die bereits in der SVOF verankert ist und bearbeitet wird

förderfähig	noch unklar	nicht förderfähig
-------------	-------------	-------------------

\*)  
 \*\*)

# Maßnahmenkatalog (Stand: 13.04.2010)



Maßnahme	Schritte / Teilprojekte	Erläuterung / Beschreibung	Steckbrief Nr.	Kosten		Federführung	Priorität ("Wirksamkeit / Wahrscheinlichkeit") in Stufen 1-3	Förderfähigkeit städt. Maßnahmen grün=ja; gelb=evtl.; rot = nein	Bearbeitung SVOF (chronologisch)	
				Stadt (StBauF)	andere Träger (auch: OF ohne StBauF)					
<b>Stadtgestaltung / öffentlicher Raum</b>										
10. Lichtkonzept	10.1. übergeordnetes Gesamtkonzept	ext. Auftrag: Bestandsanalyse priv. und öff. Beleuchtung; Konzept mit Empfehlungen für alle Beleuchtungen	1	100.000		SVOF-60	1	✓	1	
	10.2. LED-Beleuchtung	Bewerbung: FöPro Bundesforschungsmin.: Akquise v. Mitteln zur Realisierung u. Evaluation v. LED-Leuchten			x	SVOF-60	2		**)	
	10.3. Straßenbeleuchtung	Überprüfung und Neubewertung, ggf. Austausch (LED?)			x	EVO	2		*)	
	10.4. öff. Akzentbeleuchtung	voraus. i. R. des historischen Stadtrundgangs (12.3.; Weiteres/Kosten: siehe dort)					2		11	
	10.5. priv. Akzentbeleuchtung	Maßnahmenvorschläge INGE-Gruppe in Konzept berücksichtigen/prüfen			x	INGE	2		*)	
11. Gestaltungsregelungen	11.1. übergeordnetes Gesamtkonzept	ext. Auftrag: Bestandsanalyse, Konzept "Gestaltungshandbuch" inkl. Prämissen Leitsysteme	2	50.000		SVOF-60	1	✓	2	
	11.2. Manual	Bestandskatalogisierung, Kontrolle und Austauschempfehlung öff. Möblierungen	4		x	ESO	3		*)	
	11.3. Sondernutzungssatzung	Formulierung des Gestaltungsrahmens für Sondernutzungen (Satzung nach HBO)				SVOF-32	2		**)	
	11.4. Werbungsentfernung	Entfernen überholter Werbung von privaten Grundstücken	7	100.000	x	OSG	2	?	7	
	11.5. Gestaltungsatzung	Formulierung von Regelungen der Baugenehmigungspraxis (Satzung nach HBO)				SVOF-60	3		**)	
	11.6. Beratung	zur Realisierung von Inhalten des Gesamtkonzepts, ggf. auch über Satzungsrahmen hinaus				SVOF-60	2		**)	
12. Leitsysteme	12.1. Stadt-Infosystem	Design steht fest; Standorte sind i.R. der Gestaltungsregeln zu bestimmen	8	100.000		OSG	2	✓	5	
	12.2. "Rundlauf"	Design und Standorte i. R. der Gestaltungsregeln vereinbaren; Synergien mit allg. Leitsystem ???	5 bzw. 23			INGE	1		*)	
	12.3. historischer Stadtrundgang	Akzentbeleuchtung i.R. des Lichtkonzepts sowie Desing und Standorte i.R. der Gestaltungsregeln vereinbaren	6	100.000	x	SVOF-60	2	✓	11	
13. Profilierung öff. Räume	13.1. übergeordnetes Gesamtkonzept	Profilierung u.g. Plätze und der Straßenräume (funktional gruppiert) - für Plätze: Bürgerbeteiligung zur atmosphärischen Profilierung		25.000		SVOF-60	1	✓	3	
	13.2. Aliceplatz	Profilierung ggf. i. V. m. "Ab in die Mitte" (z.B. "temporäre Gärten", "Kunst im öff. Raum")	15	50.000		SVOF-60	2	?	12	
	13.3. Stadthof	13.3.1. Sanierung der Tiefgarage		16		x			**)	
		13.3.2. Städtebaulicher Wettbewerb			300.000		SVOF-60	1	✓	9
		13.3.3 Umbau inkl. Profilierungsmaßnahmen			2.300.000					
	13.4. südl. Herrnstraße	Profilierung ggf. i. V. m. "Ab in die Mitte" (z.B. "temporäre Gärten", "Kunst im öff. Raum")	17	25.000		SVOF-60	2	?	13	
	13.5. Kl. Marktstraße	Umbau inkl. Profilierungsmaßnahmen	18		x	KOMM			*)	
	13.6. öff. Flächen um den Karl-Carstens-Platz	13.6.1. Auslobung eines Realisierungswettbewerbs zum Abbruch des Parkdecks und baul. Neugestaltung		19	50.000		SVOF-60	2	✓	14
		13.6.2. Umbau inkl. Profilierungsmaßnahmen; ggf. mit städt. Zuschuss für öff. Grünfläche			100.000	x	?	2	✓	17
	13.7. Hugenottenplatz	Profilierung ggf. i. V. m. "Ab in die Mitte" (z.B. "temporäre Gärten", "Kunst im öff. Raum")	20	25.000	x	SVOF-60	2	?	15	
	13.8. Platz der dt. Einheit	Profilierung ggf. i. V. m. "Ab in die Mitte" (z.B. "temporäre Gärten", "Kunst im öff. Raum")	21	25.000		SVOF-60	2	?	16	
	13.9. Pocketpark Kleiner Biergrund	Klärung der Verfügbarkeit für öff. Nutzung (Bauinteressent für Baulücke vorhanden ?), ggf. Baukostenzuschuss bei Umbau für öff. Nutzung	22	25.000	x	SVOF-60	2	?	18	
13.10. Wilhelmsplatz	öff. WC-Anlage (Standort bestimmen und bauen)	./.	300.000	x	SVOF-60	1	✓	6		
13.11. Marktplatz	13.11.1. städtebaulichen Wettbewerb ausloben und Ausführungsplanung anstoßen		14	300.000		SVOF-60	1	✓	4	
	13.11.2. Umbau inkl. Profilierungsmaßnahmen			3.200.000		SVOF-60			8	
13.12. Kaiserstraße	Umbau im Abschnitt zw. Geleit- u. Frankfurter Straße	./.	2.000.000		SVOF-60	1	✓	10		

Erläuterungen:

Maßnahmen, die für die Stadt Kosten verursachen und im Beteiligungsprozess der 1. Priorität zugeordnet wurden  
 Förderfähigkeit gemäß Richtlinie zur Städtebauförderung  
 Maßnahme, die außerhalb der SVOF bearbeitet wird und somit keine Bearbeitungspriorisierung erfährt  
 Maßnahme, die bereits in der SVOF verankert ist und bearbeitet wird



\*)  
 \*\*)

Maßnahme	Schritte / Teilprojekte	Erläuterung / Beschreibung	Steckbrief Nr.	Kosten		Federführung	Priorität ("Wirksamkeit / Wahrscheinlichkeit") in Stufen 1-3	Förderfähigkeit städt. Maßnahmen grün=ja; gelb=evtl.; rot = nein	Bearbeitung SVOF (chronologisch)
				Stadt (StBauF)	andere Träger (auch: OF ohne StBauF)				
<b>neue Dienstleistungen / Marketing</b>									
14. Kernbereichsmanager		7 Jahre à 60.000 € Honorar	./.	420.000		SVOF-60	1	✓	1
15. Zwischen-nutzungs-agentur	15.1. Modellvorhaben	Modellvorhaben als EFRE-Projekt läuft	30		x	SVOF-49	2		*)
	15.2. Verstetigung	institutionelle Verstetigung wird erst nach Evaluierung des Modellvorhabens vertieft, ggf. als Teilaufgabe des Kernbereichsmanagements				?			
16. Branchenmanagement		ergänzende Leistung zum bestehenden Citymanagement der städtischen Wirtschaftsförderung (gezielte Akquise bestimmter komplementär-Sortimente durch im EZH/INGE vorhandene Kontakte)	INGE		x	INGE	1		*)
17. Marketingkonzepte	17.1. Gestaltungslinie	ext. Werbedesign-Auftrag zur Markenbildung INGE (ggf.: Zuschuss aus dem Verfügungsfonds)	9	2.500	x	INGE	2	./.	2
	17.2. Kampagnen EZH				x	INGE	3		*)
	17.3. Gastroführer / Kampagnen Gastronomie		11		x	?	3		*)

<b>zusätzliche belebende Veranstaltungen</b>									
18. Ab in die Mitte		Teilnahme Offenbachs am jährlich ausgelobten Landeswettbewerb; z. Zt. Geprüft: Musikfestival (private Akteure sind auch an Verstetigung interessiert)	./.	25.000	x	IHK	1	?	3
19. Kunst im öff. Raum		jährliche eine künstlerische Installation/Performance ... à 50.000 € unter dem Dach der "Aktiven Innenstadt", ggf. gebündelt i. R. des Wettbewerbs "Ab in die Mitte"	24	350.000	x	SVOF-60	2	?	1
20. Kino an ungewöhnlichen Orten		Veranstaltungsreihe zur Erfahrung "unbekannter Orte in der Innenstadt" ggf. zur Vorbereitung des Teilprojekts "kommunalen Kinos/Programmkinos"	./.	5.000	x	SVOF-49	1	ggf. Öffentlichkeitsarbeit ?	2
21. "Tanz in der Passage"	ggf. eingebunden in "Ab in die Mitte"	eventhafte Zwischennutzung einer Leerstandsimmobilie	27	5.000	x	privat	3	ggf. Öffentlichkeitsarbeit ?	5
22. temporäre Gärten	ggf. eingebunden in "Ab in die Mitte"	jährlich ein landschaftsgärtnerisches Thema à 25.000 € städt. Kostenanteil, Auftakt ggf. i.R. des Wettbewerbs "Ab in die Mitte"	29	175.000	x	SVOF-60	3	?	4

<b>allgemeine Projektkosten</b>									
Integ. Handlungskonzept, Moderationen, Öffentlichkeitsarbeit, Beiträge Hessenagentur u.d.m.			./.	405.000		SVOF-60	1	✓	**)
23. Verfügungsfonds (Verdopplung von Sponsoren-Mitteln für kleinere Maßnahmen; hier ohne Gestaltlinie (s.o.; diese ist bereits für 2010 vorgesehen) 7 Jahre à 10.000 €)			./.	70.000	x	SVOF-60	1	✓	1

<b>Investitionssumme (städt. Investitionen) 2009 bis 2016</b>	14.782.500
davon Priorität 1	12.620.000

Erläuterungen:

Maßnahmen, die für die Stadt Kosten verursachen und im Beteiligungsprozess der 1. Priorität zugeordnet wurden  
 Förderfähigkeit gemäß Richtlinie zur Städtebauförderung  
 Maßnahme, die außerhalb der SVOF bearbeitet wird und somit keine Bearbeitungspriorisierung erfährt  
 Maßnahme, die bereits in der SVOF verankert ist und bearbeitet wird

förderfähig
noch unklar
nicht förderfähig

\*)  
 \*\*)

# Maßnahmenkatalog (Stand: 13.04.2010)



Maßnahmenvorschläge/Ansätze aus dem Erarbeitungsprozess des Integ. Handlungskonzepts, die nicht weiter vertieft und in Maßnahmesteckbriefe konkretisiert wurden:

kleines Bürgerhaus mit Bürgercafé  
Umgestaltung / Überbauung Busbahnhof  
Luminale  
Budget-Kunst-Hotel  
Lederstadt Offenbach  
Kulturführer Offenbach  
Außenwirkung Jugendkunstschule  
Räume für Musik  
Musikfestival

Maßnahmenvorschläge der INGE-Gruppe, die dort intern weiter verieft werden sollen:

Kümmerner / BID-Manager  
City-Hausmeister  
Verbundeinkäufe von Produkten und Dienstleistungen  
autofreier Tag in Verbindung mit Stadtspiel "Schnitzeljagd"  
Weihnachtsmarkt  
Familienfeste  
Spielpunkte  
Ausarbeitung des Querschnittsaspekts "Familie"