

Eitorf, den 13.08.2014

Amt für Bürgerdienste und Stadtmarketing

Sachbearbeiter/-in: Hermann Neulen

\_\_\_\_\_  
Bürgermeister

i.V.  
\_\_\_\_\_  
Erster Beigeordneter

**VORLAGE**  
- öffentlich -

**Beratungsfolge**

Ausschuss für Wirtschaft, Marketing und Tourismus      28.08.2014

**Tagesordnungspunkt:**

Stadtmarketingkonzept für Eitorf - Vorstellung des Entwurfs des Maßnahmenkatalogs zum Abschluss von Modul 5

**Beschlussvorschlag:**

Der vorgestellte Entwurf des Maßnahmenkataloges zum Stadtmarketing Eitorf wird zur Kenntnis genommen. Es wird angestrebt, nach Beratung in den Fraktionen, in der nächsten Sitzung des AWMT den Katalog abschließend zu beraten und in seiner endgültigen Form zu beschließen.

**Begründung:**

Der Ausschuss für Kultur, Sport, Tourismus und Marketing (KSTM) hat am 21.6.2011 beschlossen, ein Stadtmarketingkonzept für Eitorf zu erarbeiten. Im Juli 2011 wurde deshalb die Projektgruppe „Marketingkonzept“ vom Bürgermeister ins Leben gerufen. Als Projektleiter wurde Hermann Neulen (damals Amtsleiter Amt 40), als seine Stellvertreterin Nadine Schade (Wirtschaftsförderung), Barbara Kistenreich als Geschäftsstelle der Gruppe und Hannelore Schug in die Gruppe berufen. Mit Hilfe der Wirtschaftsförderung des RSK konnte dann als Experte Prof. Nutz vom Geographischen Institut der Uni Bonn als externer Berater gewonnen werden. Er unterstützt und berät die Projektgruppe seit Anfang 2012 bei der Erarbeitung des Marketingkonzepts, das sich in die sechs nachfolgend beschriebenen Modulabschnitte gliedert:

- Modul 1✓      Bestandsaufnahme der Ausgangssituation zum Stadtmarketing; Beschreiben und fachlich geordnetes Festlegen der grundsätzlichen Vorgehensweise sowie der Anzahl und Zusammensetzung der einzubindenden Gruppen
- Modul 2✓      Erstellen einer „roadmap“ für die Erarbeitung des Stadtmarketingkonzepts; d.h. laienverständliche Beschreibung der wesentlichen Einzelschritte im sinnvollen Zusammenhang
- Modul 3✓      Formulieren von Zielen zur Vorbereitung von Arbeitsgruppensitzungen mit Vertretern der Bürgerschaft und Interessengruppen

Modul 4✓	Moderation von Arbeitsgruppensitzungen
Modul 5✓	Ausarbeitung eines fachlich geordneten Maßnahmenkatalogs zur Umsetzung des Stadtmarketingkonzeptes
Modul 6	Erstellung eines langfristig gültigen Leitbildes für die Gemeinde unter Aspekten des Stadtmarketings

Der bisher zuständige Ausschuss für Kultur, Sport, Tourismus und Marketing (KSTM) hatte sich zuletzt in seiner Sitzung am 04.09.2013 mit dem Stadtmarketingprozess befasst. In der Sitzung hatte Prof. Nutz von der Uni Bonn mit Hilfe einer PP-Präsentation den Modulbericht zum Modul 4 ausführlich vorgestellt. Die PP-Präsentation und der Auszug aus der Niederschrift sind aufgrund der Neubesetzung des Ausschusses nach der Kommunalwahl dieser Vorlage als **Anlage 1 und 2** erneut beigefügt.

Modul 4 konnte inzwischen mit der als Abschluss dieses Moduls vorgesehenen allgemeinen Bürgerinformation am 12.6.2014 abgeschlossen werden. In der - trotz entsprechender Werbung - gering besuchten Bürgerinformation wurden dort bereits die Grundzüge des Maßnahmenkatalogs anhand einer Präsentation der Öffentlichkeit durch Prof. Nutz vorgestellt (siehe **Anlage 3**).

Parallel zu Modul 4 wurde von der hausinternen Projektgruppe zusammen mit Prof. Nutz - unter besonderer Berücksichtigung der Erkenntnisse aus den Arbeitsgruppensitzungen mit den Dialoggruppen - an dem Entwurf des Maßnahmenkatalogs gearbeitet, der als Abschluss des Moduls 5 nunmehr den politischen Gremien zur weiteren Beratung vorgelegt werden kann. Er ist dieser Vorlage als **Anlage 4** beigefügt. Prof. Nutz wird den Entwurf des Maßnahmenkatalogs in der Sitzung vorstellen.

Eingang in den Katalogentwurf haben dabei nur Maßnahmen gefunden, die aus Sicht der Projektgruppe, trotz der bekannten Haushaltsschwierigkeiten der Kommune, realitätsnah umsetzbar erscheinen. Auf die Formulierung von „Luftschlössern“ wurde bewusst verzichtet. Der Entwurf des Maßnahmenkatalogs zeigt auf, welche Teilaspekte des Stadtmarketings für Eitorf mit welchen Maßnahmen gestärkt werden können. Er nennt die Zielgruppen, die Akteure und die zeitliche Priorität. Die Priorität der Maßnahmen im Sinne der Wichtigkeit wird bei allen Maßnahmen als hoch oder sehr hoch eingeschätzt, die Aussage zur Priorität im Hinblick auf die zeitliche Umsetzbarkeit hängt von den personellen und finanziellen Möglichkeiten der beteiligten Akteure und insbesondere der Kommune ab. Eine Einschätzung der Projektgruppe hierzu findet sich bei jeder der beschriebenen Maßnahmen. Dem Charette-Prinzip folgend, hängt die Umsetzung der Maßnahmen maßgeblich davon ab, ob die benannten Akteure den „Ball“ aufnehmen und konkrete Schritte zur Umsetzung der Maßnahmen einleiten und gehen.

Dem weiteren politischen Beratungsprozess bleibt es vorbehalten, sich den Entwurf des Maßnahmenkataloges als Ganzes oder in Teilen zu eigen zu machen sowie Prioritäten festzulegen, in welcher zeitlichen Reihenfolge die mit den Maßnahmen einhergehenden Aufgaben angegangen werden sollen. Dabei ist sicherzustellen, dass die dafür notwendigen personellen und auch finanziellen Ressourcen seitens der Kommune zur Verfügung stehen. In den zukünftigen Haushaltsplanberatungen wäre dies zu berücksichtigen. Dabei ist zu beachten, dass es sich in der Regel um Ausgaben handelt, die dem freiwilligen Bereich zuzuordnen sind und den Restriktionen der Haushaltsgenehmigung unterliegen.

Noch offen ist die Erarbeitung eines Entwurfs eines Leitbildes für die Kommune. Dies erfolgt in Modul 6. Geplant ist, den Entwurf bis Ende des Jahres 2014 fertigzustellen.

Die eher ungewöhnliche Reihenfolge, den „konkreten“ Maßnahmenkatalog vor dem „abstrakten“ Leitbild zu beschließen, wurde seitens der Projektgruppe bewusst eingeschlagen. Diese Reihenfolge, sozusagen vom „Konkreten“ zum eher „Abstrakten“, soll allen Beteiligten helfen, sich darüber klar zu werden, welche Teilaspekte und Schwerpunkte sich letztendlich im Leitbild der Gemeinde wiederfinden sollen und welche Maßnahmen dazu dann in Zukunft anzugehen wären.