

Entwurf

Stadtmarketing Eitorf – Maßnahmenkatalog

Stand: 18.08.2014

Der Maßnahmenkatalog zum Stadtmarketing Eitorf ist das Produkt eines Analyseprozesses, in den die Gemeindeverwaltung, die Kommunalpolitik, Interessensvertretungen sowie sachkundige Bürgerinnen und Bürger eingebunden worden sind. Die Koordination erfolgte durch die Projektgruppe Stadtmarketing des früheren Amtes 40 (jetzt 32.3) der Gemeinde Eitorf. Die Grundidee dieses Vorgehens liegt darin, dass der Maßnahmenkatalog nicht nur realitätsnah erscheinen soll, sondern im Wesentlichen aus Beiträgen der Beteiligten gespeist wird und damit eine höhere Umsetzungswahrscheinlichkeit und Unterstützung gegeben ist (Charette-Prinzip). Die Leitidee ist das Stärken von Stärken und das Beseitigen der dringendsten Hindernisse zur Umsetzung dieser Ideen.

In Eitorf können die relevanten Maßnahmen in folgende Marketingaktivitäten gegliedert werden, um ein ganzheitliches Stadtmarketing sicherzustellen:

- Standortmarketing
- Citymarketing
- Kultur- und Tourismusmarketing, Naherholung
- Eventmarketing
- Verwaltungsmarketing, Kommunikation, Partizipation

Das Stadtmarketing bezieht sich auf das gesamte Gemeindegebiet und bindet neben dem Zentralort ausdrücklich die vielen „Eitorfer Dörfer“ (Ortsteile) mit ein, in denen etwa die Hälfte aller Einwohner leben.

Die nachfolgend aufgeführten Maßnahmen zu den o.a. Marketingaktivitäten sind in Tabellenform dargestellt. Nach einer kurzen **Beschreibung** der Maßnahme folgt die Benennung der **Zielgruppe**, sodass deutlich wird, auf welche Gruppe abgezielt wird. Für jede einzelne Maßnahme wird zudem im Vorfeld ein/mehrere **Akteur(e)** vorgeschlagen, der/die für die Initiierung der Maßnahme verantwortlich ist/sind. Die Angabe zur **Priorität** bezieht sich ausschließlich auf die zeitliche Umsetzbarkeit und gibt darüber Auskunft, wie kurz-, mittel- oder langfristig die Realisierbarkeit der Maßnahme seitens der Projektgruppe gesehen wird. Dabei steht kurzfristig für bis ein Jahr, mittelfristig bis drei Jahre und langfristig für länger als 3 Jahre. Die Priorität im Sinne der Wichtigkeit ist bei allen Maßnahmen hoch oder sehr hoch, da nur Maßnahmen dieser Kategorie hier aufgeführt und im Rahmen des Charette-Verfahrens ermittelt wurden.

Standortmarketing

Mit dem Standortmarketing wird Eitorf in seiner Gesamtheit als Kommune vor allem nach außen – über die eigenen Gemeindegrenzen hinaus - vermarktet. Diese Marketingaktivität zielt auf der einen Seite auf Eitorf als Wirtschaftsstandort mit den Zielgruppen Unternehmen und Gründer ab, auf der anderen Seite auf Eitorf als Wohnstandort mit den Zielgruppen Bewohner der Region und Pendler.

Der Wirtschaftsstandort Eitorf zeichnet sich durch eine kleine Zahl potenter großer Betriebe aus (z.B. Gerstaecker GmbH, Krewel-Meuselbach GmbH, WECO, ZF-Friedrichshafen AG), deren Branchenzugehörigkeit als Anker für ein Marketing genutzt werden sollte. Darüber hinaus ist die Vielzahl kleinerer Unternehmen in den Schwerpunkten Maschinen- und Anlagentechnik sowie Kunststofftechnik für die Bewirtschaftung von Nischen geeignet. Dieses Marketingsegment setzt eine transparente, ergebnisoffene und kontinuierliche Kommunikation zwischen den Wirtschaftsakteuren und der Gemeinde voraus.

Der Wohnstandort Eitorf zeichnet sich durch seine räumliche Lage zwischen städtischem und ländlichem Charakter aus. Durch die Randlage in der Metropolregion Rheinland werden viele Standortansprüche des Wohnens befriedigt: Nähe zu Arbeitsplätzen, Umweltqualität, Freizeit- und Freiflächenangebot, bezahlbarer Wohnraum, schulische, sportliche und kulturelle Infrastruktur usw.. Dadurch bietet sich für dieses Marketingsegment eine sehr breite Zielgruppe in unterschiedlichen Lebensphasen an. Besondere Beachtung sollte dabei die Gruppe der Familien aufgrund der überdurchschnittlichen Bildungs- und Jugendinfrastruktur finden.

S-Wi-1	Wirtschaftsprofil erstellen, Wirtschaftscluster benennen und bewerben
Beschreibung	Eitorf sollte sein Wirtschaftsprofil nach außen sichtbar machen. Neben rein kommunikativen Elementen geht es aber auch um die Bildung von Clustern. Um einen Wirtschaftsbetrieb herum sollten durch entsprechende Akquise branchennahe Unternehmen und Gründer arrondiert werden. Diese Unternehmen umfassen Produktion, Handwerk, Handel und Dienstleistung gleichermaßen. Für einen Beginn der Clusterbildung bieten sich mindestens große Betriebe und Branchen an. So ist die Branche Pyrotechnik (WECO) im weiteren Sinne mit Sicherheitstechnik, -training, -ingenieurwesen, Brandschutz, Feuerlöschen, Alarmtechnik usw. in Zusammenhang zu bringen. Ähnlich ist die Branche um ZF Friedrichshafen AG als autoaffin zu denken. Stichworte wie Autohandel, Tuning, Classic-Werkstadt /-handel im Oldtimer-Boom, Fahrsicherheitstraining usw.. Vergleichbare Cluster sind im Kunst-/Künstlerbereich und der boomenden Gesundheitsbranche inkl. Aufklärung/Vorsorge zu erschließen.
Zielgruppe	Unternehmen & Geschäftspartner, Gründer
Akteur	Wirtschaftsförderung, ausgewählte ortsansässige Unternehmen
Priorität	mittel- bis langfristig

S-Wi2-1	Anbindung Eitorfs optimieren - Straßennetz
Beschreibung	Grundsätzlich lebt ein Standort von seiner Anbindung. Im künftigen Landesentwicklungsplan (LEP) ist Eitorf als letztes Mittelzentrum vor den ländlichen Bereichen Windeck und Ruppichteroth ausgewiesen. Das stärkt die Argumentation nach einer Optimierung der Anbindung Eitorfs an den Ballungsraum Köln-Bonn. Welche Möglichkeiten im Individualverkehr realistisch sind, ist zu prüfen. Ein Ausbau der Siegtalstraße ist dringend geboten.
Zielgruppe	Alle
Akteur	Bürgermeister und Beigeordneter, Politik
Priorität	mittel- bis langfristig

S-Wi2-2	Anbindung Eitorfs optimieren - Schienennetz
Beschreibung	Die gute Anbindung an das Schienennetz stellt einen sehr wichtigen Standortvorteil Eitorfs dar und ist weiter zu verbessern. Insbesondere ist eine höhere Taktfrequenz der S 12 bis Eitorf anzustreben. Der zweigleisige Ausbau der Bahntrasse Köln – Siegen sollte deshalb genauso wie die Fortführung der S 13 bis Eitorf (angekündigt für 2015) im Fokus der Bemühungen stehen. Bahnhof und Bahnhofsumfeld sollten attraktiv weiterentwickelt werden. Dazu sollte das Empfangsgebäude von der Gemeinde selbst oder durch einen Investor entwickelt werden (s.a. Maßnahme KT2).

Zielgruppe	Alle
Akteur	Bürgermeister und Beigeordneter, Politik
Priorität	mittel- bis langfristig

S-Wi2-3	Anbindung Eitorfs optimieren - innergemeindlich
Beschreibung	Die Anbindung der Dörfer an den Zentralort, insbesondere an den Bahnhof, ist durch innovative Verkehrskonzepte zu verbessern. Neben Sammeltaxi, Bürgerbus u.ä. ist hier auch an die Radfahrer zu denken. Zumindest in der Tallage des Siegtals kann man mit dem Rad bequem Kurzstrecken - ökologisch und ökonomisch günstig – bewältigen. Neben einem schlüssigen Radwegekonzept sind auch sichere Unterbringungsmöglichkeiten für Fahrräder z.B. in Bahnhofsnähe zu schaffen.
Zielgruppe	Alle
Akteur	Bürgermeister und Beigeordneter
Priorität	mittel- bis langfristig

S-Wi3-1	Gewerbegebiete - Gewerbeflächenmanagement entwickeln
Beschreibung	Gewerbeflächen in Eitorf sind nur noch begrenzt vorhanden. Es können zurzeit keine weiteren Flächen zur Verfügung gestellt werden, da keine entsprechenden Gewerbegebietsflächen planungsrechtlich vorhanden sind. Neben der mittelfristigen Planung eines neuen Gewerbegebietes, z.B. verkehrsgünstig gelegen in der Nähe der B8, betreibt die EWG ein Flächenmanagement, welches vertieft werden kann. Nur durch Wiederinwertsetzung von Grundstücken oder bedeutsamen Objekten können Flächen erneut wirtschaftlich genutzt werden. Dies bedeutet, dass die EWG Flächen zurück erwirbt und diese anschließend entwickelt. Folgeeffekte wären die Ansiedlung standortrelevanter Firmen bzw. Unternehmen, Gewerbesteuererinnahmen und Schaffung neuer Arbeitsplätze.
Zielgruppe	Unternehmen, Gründer
Akteur	Wirtschaftsförderung, Gemeindeverwaltung
Priorität	bereits begonnen

S-Wi3-2	Gewerbegebiete - Neue Gewerbegebietsflächen ausweisen
Beschreibung	Gewerbeflächen in Eitorf sind nur noch begrenzt vorhanden. Es können zurzeit keine weiteren Flächen zur Verfügung gestellt werden, da keine entsprechenden Gewerbegebietsflächen in Eitorf planungsrechtlich vorhanden sind. Deswegen erscheint die Planung eines neuen Gewerbegebietes, verkehrsgünstig gelegen, notwendig, um insbesondere bereits in Eitorf ansässigen Firmen Erweiterungsmöglichkeiten zu bieten. Ansonsten besteht die Gefahr, dass weitere Firmen an andere Standorte abwandern, Arbeitsplätze verloren gehen und Gewerbesteuererinnahmen sinken. Es sollte versucht werden, über die Notwendigkeit und Lage eines neuen Gewerbegebietes für Eitorf einen Konsens mit möglichst vielen gesellschaftlichen Gruppen zu erzielen. Dafür ist eine transparente, umfassende Kommunikation dieses Themas unabdingbar.
Zielgruppe	Unternehmen, Gründer
Akteur	Amt 60, EWG
Priorität	mittelfristig

S-Wi3-3	Gewerbegebiete - Eitorfer Gewerbegebiete sichtbarer machen
Beschreibung	Neben den vorhandenen Richtungshinweisschildern im Straßenraum auf die vorhandenen Gewerbegebiete (Altebach, Ost, West) fehlen prägnante, zentrale Firmenwegweiser an allen „Einfahrten“ zu den Gewerbegebieten. Ein Versuch der Wirtschaftsförderung, zwei solcher Gewerbetafeln werbefinanziert zu realisieren, scheiterte in 2013 an bauplanungs- bzw. ordnungsrechtlichen Vorgaben. An dem Ziel, durch solche Tafeln deutlicher auf die Gewerbegebiete und die dort ansässigen Firmen aufmerksam zu machen, sollte jedoch festgehalten werden und alternative Realisierungsmöglichkeiten gesucht werden. Für eine Hinweistafel am Kreisverkehr „Hakvoort“ müssen die Ablehnungsgründe des RSK überprüft werden. Für die Tafel gegenüber der Tamoil-Tankstelle „Im Auel“ muss Planungsrecht geschaffen werden.
Zielgruppe	Unternehmen & Geschäftspartner, Besucher
Akteur	Wirtschaftsförderung, Amt 60
Priorität	kurz- bis mittelfristig

S-Wi4	Ergebnisoffener Dialog mit ortsansässigen Unternehmen
Beschreibung	Die Kommunikation zwischen Wirtschaft und Kommune sollte verbessert werden. Dazu muss eine stetige Dialogplattform geschaffen werden. Das „Unternehmerfrühstück“ ist hier eine erste richtungsweisende Maßnahme, die beibehalten und ausgebaut werden sollte. Eine Ergänzung durch Themenabende ist wünschenswert, ein solcher findet erstmals im August 2014 statt. Der Dialog ist zwingende Voraussetzung für die Verwirklichung der Maßnahmen S-Wi1. Regelmäßige Mails – ähnlich eines Newsletters – werden schon an den Unternehmerverteiler per Mail versandt.
Zielgruppe	Unternehmen
Akteur	Wirtschaftsförderung
Priorität	bereits begonnen

S-Wi5	Information und Beratung von Unternehmen
Beschreibung	Über den persönlichen Dialog hinaus sollte ein Informations- und Beratungsstrom von der Wirtschaftsförderung zur Wirtschaft führen. Neben Mailings (später auch Newsletter) ist regelmäßig über Standortbedingungen, Neugründungen, Fördermöglichkeiten usw. zu informieren. Erste Ansätze bestehen schon.
Zielgruppe	Unternehmen, Gründer
Akteur	Wirtschaftsförderung
Priorität	kurz- bis mittelfristig

S-Wi6	„iTorf“ als Hingucker
Beschreibung	In den Bereichen, in denen Eitorf Alleinstellungsmerkmale oder klare Stärken aufweist, sollten „Marken“ entwickelt werden. Durch die leistungsfähige, flächendeckende DSL-Infrastruktur ist ein positiver Standortfaktor für Unternehmen und Bürger gegeben. Die Marke sollte aber darüber hinaus auch die anderen Lebensbereiche einbeziehen. So sind unter dem Dach „iTorf“ grundsätzlich IT-affine Angebote sinnvoll. Beispiele können sein: Eitorf-App (erledigt), IT-Kurse für verschiedene (Bewohner-) Gruppen, z.B. Senioren, offensiver Umgang mit sozialen Netzwerken usw.. Durch gezielte Werbeaktionen könnte die Schreibweise „iTorf“ auch über die Gemeindegrenzen für Aufmerksamkeit/Interesse sorgen. Sie könnte auch auf neu zu gestaltenden Willkommensschildern an den wichtigsten überörtlichen Straßenverbindungen in Gemeindegrenznähe wiederzufinden sein.
Zielgruppe	Unternehmen, Bewohner
Akteur	Amt 32
Priorität	kurz- bis mittelfristig

S-Wo1	Wohnstandortinformationen zusammenstellen
Beschreibung	Eitorf ist ein attraktiver Wohnstandort. Er bietet städtische und ländliche Elemente vor den Toren der Großstädte Bonn und Köln. Die gute Schienenanbindung, die Familieninfrastruktur, das umfassende Schulangebot, das Immobilienpreisniveau, das Arbeitsplatzangebot ortsansässiger Firmen, der Freizeit- und Erholungswert u.a.m. sollten in unterschiedlicher Form auf ein bis zwei Blicke erkennbar sein. Neben Fakten ist hier „der Geist“ der Gemeinde zu vermitteln. Medien sollten die klassische Broschüre, PDF für Mailings und Postings oder auch Podcasts/Netcasts sein.
Zielgruppe	Besucher, Touristen, Pendler, Makler
Akteur	Amt 32
Priorität	kurzfristig

S-Wo2	Präsentation Wohnstandort Eitorf
Beschreibung	Der attraktive Wohnstandort muss offensiv präsentiert werden, um neue Einwohner zu generieren. Als regionale Plattformen bieten sich die Online-Immobilienbörse Rhein-Sieg, Kölner Immobilienbörse, Kölner Immobilienmesse, Anzeigen in Känguru (Familien-Stadtmagazin KölnBonn), wiederkehrende Anzeigen und Sonderbeilagen in Tageszeitungen im Köln-Bonner-Raum an.
Zielgruppe	Wohnraumsuchende, Pendler, Bauwillige
Akteur	Wirtschaftsförderung, Amt 32
Priorität	kurzfristig

S-Wo3	Wohnbestandsmanagement
Beschreibung	Die Ausweisung von neuen Bauflächen wird durch den künftigen LEP stark eingeschränkt und sich auf den Siedlungsbereich Siegtal beschränken. Deshalb ist der Wohnbestand inklusive Baulücken, Leerstände im Sinne von „Suchen und Finden“ zu managen. Hierzu zählt auch ein Umzugsmanagement im Bereich Seniorenwohnen, um Wohnraum in zu großen Einfamilienhäusern für junge Familien verfügbar zu machen.
Zielgruppe	Wohnraumsuchende, Bewohner
Akteur	Externer Dienstleister
Priorität	kurz- bis mittelfristig

S-Wo4	Jugendnetzwerk
Beschreibung	Die Jugendarbeit ist ein Alleinstellungsmerkmal in Eitorf und wird z.B. durch die Auszeichnung „Gut drauf“ deutlich. Das gilt es nicht nur im Rahmen der Wohnstandortpräsentation hervorzuheben, sondern sollte als Anker für eine breitere Vernetzung der Jugendaktivitäten genutzt werden. Neben der Einbindung diverser Vereine ist zu überlegen, ob hier der Hingucker „iTorf“ (vgl. Maßnahme S-Wi6) ebenfalls eingesetzt werden kann.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 50, Förderverein Jugend
Priorität	kurzfristig

S-Wo5	Seniorenwohnen im Zentralort fördern
Beschreibung	Der demographische Wandel befasst sich mit dem Bevölkerungsrückgang, dem Altern und der Internationalisierung der Gesellschaft. Alle drei Komponenten sind bzw. werden für Eitorf relevant. Auch in Eitorf zeigt sich eine Tendenz, im Alter in den Zentralort (zurück-)zuziehen. Dabei wird Wert auf Wohnqualität, Infrastrukturnähe (Bahnhof, Einkaufen, Arzt) aber auch Barrierefreiheit gelegt. Im Wohngebäudebestand des Ortes mangelt es an Wohnraum, der diese Anforderungen erfüllt. Bauland für Neubauten ist in zentraler Lage kaum vorhanden. Von daher ist hier Verdichtung, Umbau, Abriss und

	Neubau anzustreben sowie dafür die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen zu schaffen. Aber auch alternative Lösungen wie Senioren-WGs oder Mehrgenerationenwohnen erscheinen förderungswürdig. Das Augenmerk sollte in Eitorf auch auf die Alterung der Bewohner mit Migrationshintergrund gerichtet werden, denn deren Anteil ist überdurchschnittlich hoch. Dazu muss eine langfristige Strategie (Was will Eitorf in Zukunft?) entwickelt werden, an der sich die Stadtplanung orientieren kann.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 50, Kivi e.V.; Seniorenvertretung
Priorität	mittel- bis langfristig

S-Wo6	Erdgas und Stromtankstelle etablieren
Beschreibung	Zunehmend werden auch in Deutschland PKWs mit alternativen Antrieben wie Strom oder Erdgas angeboten und gekauft. Im östlichen Teil des Rhein-Sieg-Kreises existiert bisher zwar eine Flüssiggastankstelle jedoch keine Erdgastankstelle. In der Gemeinde Much wurde eine solche durch die rhenag bereits vor längerer Zeit installiert. Auch in Eitorf ist die rhenag mit einem Standort vertreten, so dass es sich anbieten würde, dort eine solche Tankstelle zu etablieren. Auch eine im Ortskern gelegene Stromtankstelle für PKWs fehlt bisher.
Zielgruppe	Bewohner, Pendler
Akteur	rhenag, Amt 60, Wirtschaftsförderung
Priorität	mittel- bis langfristig

S-Wo7	Kommunales Mobilitätsmanagement
Beschreibung	Die Förderung einer multimodalen und zukunftsfähigen Mobilität wird auch für Kommunen im ländlichen Raum immer wichtiger. Mobilität ist nicht nur für die Bewohner wichtig, auch bei der Entscheidung für oder gegen einen neuen Wohnstandort gewinnt diese Frage zunehmend Bedeutung. Der Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) unterstützt seine Kommunen bei der Aufgabe „Mobilitätsmanagement“. Laut dem VRS könnten in der Kommune hier folgende Handlungsfelder abgedeckt werden: Mobilitätserziehung für Kinder, Mobilitätssicherung für Senioren, betriebliche Mobilitätsberatung, Carsharing, Neubürgerinfos zur Mobilität, Verknüpfung ÖPNV - Radverkehr - E-Mobilität.
Zielgruppe	Neubürger, Bewohner, Seniorenvertretung, Förderverein Jugend
Akteur	Amt 32, Amt 60, VRS
Priorität	mittel- bis langfristig

S-Wo8	Ärztliche Vor-Ort-Versorgung stärken
Beschreibung	Als Alleinstellungsmerkmal im östlichen Rhein-Sieg-Kreis verfügt Eitorf über ein örtliches Krankenhaus, das jedoch bereits aus wirtschaftlichen Gründen die Geburtshilfestation – zumindest befristet - geschlossen hat. Die Versorgung mit Fachärzten ist verbesserungswürdig. Die Hausarztversorgung ist sicherzustellen. Für die Attraktivität des Wohnstandortes Eitorf ist auch dieser Belang von Bedeutung. Hier sind Maßnahmen zu entwickeln, die jetzige Situation zu stabilisieren bzw. zu verbessern.
Zielgruppe	Bewohner, Neubürger
Akteur	Ärztendorf, Wirtschaftsförderung
Priorität	mittel- bis langfristig

Citymarketing

Das Citymarketing ist eine besondere Form des Standortmarketings. Hier wird der innerstädtische Kern mit der Geschäftscity fokussiert. Das Eitorfer Zentrum zeichnet sich durch den strukturbildenden Marktplatz aus, in dessen unmittelbarer Nachbarschaft Geschäfte, Rathaus und Kirche angesiedelt sind. Dieses Marketingsegment ist vergleichsweise komplex, da die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt durch das Äußere (Gebäude, Fassaden, Straßenmöbel, Stadtgrün usw.) und durch die Funktionen (Einkaufen, Verweilen, Flanieren, Parken, Feiern usw.) bestimmt wird.

C1	Marktplatz weiterentwickeln
Beschreibung	<p>Ein Alleinstellungsmerkmal Eitorfs ist der Marktplatz. Hier sollte ein sinnvolles Nebeneinander der unterschiedlichen Funktionen gefunden und zu einem klaren Bekenntnis formuliert werden. Eine Teilfunktion ist sicherlich das Parken, doch für ein Citymarketing sind temporär andere Funktionen wichtig und sollten offensiv befördert werden. Neben Events ist auch eine maßvolle Außengastronomie ein Marketingstichwort.</p> <p>Die baulichen Mängel namentlich im Fußgängerbereich, werden den heutigen Anforderungen einer 1a Geschäftslage sowie in Bezug auf Komfort und Barrierearmut nicht mehr gerecht. Hier besteht Handlungsbedarf.</p> <p>Durch bauliche Maßnahmen (hydraulisch versenkbare Poller, geänderte Zufahrt, um die Marktstraße restriktiver gegen Befahren absperren zu können) könnte zumindest temporär außerhalb der Geschäftszeiten (abends/Wochenende) die Möglichkeit eröffnet werden, aus dem Parkplatz wieder einen originären „Marktplatz“ zu machen. Sofern die Gemeinde die finanziellen Mittel hierfür nicht selbst aufbringen kann, wäre zu überlegen, eine Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) zu gründen. Dies kann freiwillig aber auch gesetzlich per Beschluss erfolgen.</p> <p>Zur Attraktivitätssteigerung ist weiter zu überlegen, ob das nicht mehr zeitgemäße Rathaus mit seiner Verwaltungsfunktion vollumfänglich in dieser räumlichen Lage zwingend ist, wenn Flächen für alternative Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistungen) gesucht werden (s.a. V 2). Ggf. wäre ein neuer Rathausstandort zu suchen.</p>
Zielgruppe	Kunden, Besucher, Bewohner, Touristen
Akteur	Beigeordneter, Aktivkreis, Einzelhändler, ISG
Priorität	mittelfristig

C2	Einkaufsführer Eitorf auflegen
Beschreibung	Die Einkaufsmöglichkeiten in Eitorf (insbes. im Zentrum) müssen für potenzielle Kunden schnell erkennbar sein. Dazu ist ein Einkaufsführer mit den wichtigsten Informationen zu Angebot, Öffnungszeiten, Service, Besonderheiten usw. anzubieten, der als Broschüre und im Internet (evt. auch iTorf-App) zur Verfügung steht.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Aktivkreis Eitorf, Handwerkerverein
Priorität	kurzfristig

C3	Thementage Einzelhandel & Handwerk
Beschreibung	Um für Bewohner und Besucher aus dem Umland in regelmäßigen Abständen einen zusätzlichen Grund zum Aufsuchen des Zentrums zu bieten, wären Thementage des Einzelhandels und des Handwerks ein Ankerpunkt, ggf. unter Einbeziehung des Marktplatzes. Beispiele könnten „Haus- und Garten“, „Selber machen“, „Regionale Produkte“ o.ä. sein, die unterschiedliche Branchen vereinen. Denkbar wären solche Aktionen auch in den Eitorfer Gewerbegebieten.

Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Aktivkreis Eitorf, Handwerkerverein
Priorität	kurz- bis mittelfristig

C4	Eitorf-Card einführen
Beschreibung	Als ein Mittel zur Kundenbindung setzt der Einzelhandel seit jeher auf Bonus- / Rabattkarten für seine Kunden. Interessant zur Stärkung des örtlichen Einzelhandels Eitorfs wäre es, wenn eine Bonuskarte für eine Vielzahl von Geschäften gelten und so die Rabattierung gebündelt würde. Auf die Eitorf-Card (in Form einer Scheckkarte) würde je Bezahlvorgang ein Rabatt von 1 – 3 % als Bonuspunkt aufgeladen. Jeder Bonuspunkt entspricht barem Geld und ist in der Regel 1 Cent wert. Das auf der Karte angesammelte Guthaben kann dann bei einem beliebigen Einkauf bei den teilnehmenden Geschäften verrechnet werden. Anbieter solcher örtlich geltenden Bonuskarten (regionales Geld) sind am Markt vorhanden. Ein solches System setzt beispielsweise seit Jahren die Stadt Bad Berleburg ein. Statt eines selbstständigen Parkgutscheinsystems wird vorgeschlagen, dass die Gemeinde für jeden Bezahlvorgang mit der Eitorf-Card einen zusätzlichen Bonus von 1 % gewährt, der einen Parkgebührenrabatt darstellt.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Aktivkreis Eitorf, Amt 32
Priorität	kurz- bis mittelfristig

C5	Parkraumbeschilderung im Ortskern verbessern
Beschreibung	Zur Attraktivitätssteigerung des Ortszentrums für Autofahrer ist das Auffinden von Parkraum zu verbessern. Insbesondere im Hinblick auf die wegfallenden Parkflächen in der Leienbergstraße und neu entstehende im Bahnhofsumfeld, besteht hier Handlungsbedarf. Dazu sollten an den wichtigsten Einfallstraßen Schilder mit Übersichtsplänen aufgestellt werden, die auf alle bedeutenden Parkplätze und die in der Nähe befindlichen Einkaufsmöglichkeiten schematisch hinweisen. Die vorhandene Nummerierung der Parkplätze ist zu aktualisieren und die in Teilen vorhandene Hinweisbeschilderung entsprechend zu erneuern. Außerdem sollte erkennbar sein, wo gebührenfreie Parkplätze zur Verfügung stehen. Hierzu ist zunächst ein ganzheitliches Konzept (ähnlich wie für die touristische Hinweisbeschilderung) zu erarbeiten. Der „Parkplatzplan“ für Eitorf kann dann auch bei Veröffentlichungen aller Art (anlässlich von Events, in Broschüren, Anzeigen etc.) zur Besucherinformation mit abgedruckt werden. Auch im Internet und auf der iTorf-App sollte diese Info zukünftig zur Verfügung stehen.
Zielgruppe	Besucher, Touristen
Akteur	Amt 32
Priorität	kurz- und mittelfristig

C6	Papierkörbe austauschen
Beschreibung	Die im Ortskern vorhandenen öffentlichen Papierkörbe sollten gegen bunte, ins Auge fallende Behälter mit einem flotten Slogan wie z.B. „ Saubere Sache – mach mit“ ausgetauscht werden, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Ergänzt werden könnten diese durch spezielle Hundekottüten-Spender und zugehörige Abfallbehälter. Der Austausch der Papierkörbe soll sukzessive ab 2015 umgesetzt werden.
Zielgruppe	Besucher, Touristen
Akteur	Amt 60
Priorität	kurzfristig

C7	Hotspot rund um den Markt anbieten
<i>Beschreibung</i>	Das Interesse an der ständigen Verfügbarkeit eines Internetzugangs für mobile Endgeräte wie Smartphones nimmt ständig zu. Wie bereits in anderen Kommunen verwirklicht, sollte die Gemeinde einen kostenlosen Hotspot zunächst für den Bereich des Marktplatzes / Posthof einrichten (iTorf). Hierfür könnte ggf. auf die Infrastruktur des Rathauses zurückgegriffen werden. Vielleicht gelingt es außerdem, hierfür mit einem Anbieter von schnellem Internet in Eitorf zu kooperieren, um eine kostengünstige Umsetzung zu erreichen.
<i>Zielgruppe</i>	Besucher, Touristen
<i>Akteur</i>	Wirtschaftsförderung
<i>Priorität</i>	kurzfristig

C8	Versorgungskästen künstlerisch gestalten
<i>Beschreibung</i>	Leider werden auch in Eitorf immer wieder Versorgungskästen für Strom, Telefon, Abwasser usw. illegal beschmiert. Hier könnte das künstlerische Gestalten der Kästen durch Bemalen oder Graffiti helfen. Wie in anderen Kommunen könnten z.B. die Schulen im Rahmen von Kunstprojekten in eine solche Aktion einbezogen werden. Oder man engagiert Graffitikünstler.
<i>Zielgruppe</i>	Bewohner
<i>Akteur</i>	Amt 50, Versorger, Schulen, Amt 32
<i>Priorität</i>	mittelfristig

Kultur- und Tourismusmarketing, Naherholung

Mit dem Kultur- und Tourismusmarketing soll eine wichtige Seite Eitorfs gestärkt werden. Das Kulturangebot in Eitorf ist für eine Kommune in der gegebenen Größenordnung und räumlichen Lage eindeutig überdurchschnittlich und spricht neben den Eitorfern auch Bewohner umliegender Gemeinden an. Ähnliches gilt für die Tourismusinfrastruktur und das Naherholungspotenzial in Eitorf und seinem Umland, das für Urlaubsreisende, Tagesausflügler und Geschäftsreisende gleichermaßen reizvoll erscheint. Dieses Marketingsegment hat einen hohen Stellenwert, da die Ausstattung vergleichsweise gut ist (Kulturangebot, Landschaft usw.) und mit geringen Investitionen in das Marketing ein großer Effekt in unterschiedlichen Zielgruppen erreicht werden kann.

KT1	Touristische Hinweisbeschilderung
Beschreibung	Bisher fehlt ein touristisches Leitsystem speziell für Fußgänger im Ortszentrum Eitorf gänzlich. Gerade für ankommende Besucher am Bahnhof Eitorf ist es schwer, sich ohne Hinweisbeschilderung zu orientieren. Daher wurde bereits ein Planungsauftrag erteilt, ein entsprechendes Konzept für eine fußläufige Besucherlenkung zu den touristischen Zielen im Innenstadtbereich zu erarbeiten. Der erste „Bauabschnitt“ zur Realisierung der Beschilderung ist noch für 2014 vorgesehen. In 2015 sollen die restlichen Schilder beschafft und montiert werden.
Zielgruppe	Touristen, Besucher
Akteur	Amt 32
Priorität	bereits begonnen

KT2	Tourismusbüro/Bürgerbüro im Bahnhofsgebäude
Beschreibung	Durch die gute Anbindung Eitorfs an die Bahnlinie kommt dem Bahnhof Eitorf beim Tourismusmarketing eine besondere Bedeutung zu. Dies umso mehr seit Eröffnung des Natursteiges Sieg. Sämtliche Etappen des Natursteiges beginnen und enden an einem Bahnhof, so auch in Eitorf. Um Besucher und Touristen unmittelbar bei Ankunft in Eitorf mit den notwendigen Informationen zu versorgen und zu beraten, wäre dort ein Tourismus-Info-Punkt hilfreich. Noch besser wäre die komplette Verlagerung des Tourismusbüros aus dem Rathaus in das Empfangsgebäude (Bahnhof). Dort könnte auch der Kartenvorverkauf und ggf. weitere Dienstleistungen des Bürgeramtes für die Vielzahl der Bahnreisenden angeboten werden. Erweiterte Öffnungszeiten z.B. an Wochenenden wären denkbar. Neben dieser Nutzung bietet es sich an, dort auch ein neues, gastronomisches Angebot zu etablieren, einschließlich einer Außengastronomie.
Zielgruppe	Touristen, Besucher
Akteur	Bürgermeister und Beigeordneter, Amt 32
Priorität	mittelfristig

KT3	Permanent zugänglicher Tourismus Info-Point im Rathaus-Foyer
Beschreibung	Um Besuchern Eitorfs auch außerhalb der Öffnungszeiten des Rathauses Informationen zugänglich zu machen, soll hierzu zukünftig das Rathaus-Foyer genutzt werden. Daher wurde das Foyer des Rathauses bereits neu gestaltet und mit Info-Terminal und Prospektständer versehen. Die Öffnungszeiten für das Foyer sind festzulegen, die Türschließenanlage ist dementsprechend zu programmieren, ggf. eine Überwachungskamera zu installieren sowie der zusätzliche Service entsprechend zu publizieren.

Zielgruppe	Touristen, Besucher
Akteur	Amt 10
Priorität	bereits begonnen

KT4	Imagebroschüre „Eitorf Freizeit und Erholung“ erstellen
Beschreibung	Die Infrastruktur Eitorfs im Bereich Freizeit und Erholung (Golfplatz, HWB, Sporthallen, Outdoor-Spielplatz, Kanuverleih etc.) sollte in einer Imagebroschüre vorgestellt und beworben werden. Diese Imagebroschüre wurde zwischenzeitlich durch den Touristik-Service Eitorf e.V. erarbeitet und herausgegeben.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Amt 32
Priorität	bereits umgesetzt

KT5	Anbindung des Natursteig Sieg an Eitorf verbessern
Beschreibung	Der Natursteig Sieg erfreut sich großer Beliebtheit. Er läuft jedoch nördlich am Siedungsschwerpunkt Eitorfs vorbei. Diese Streckenführung wurde gewählt, da damals mit den verschiedenen Interessengruppen und Grundstückseigentümern nur für diese Trasse eine Einigung erzielt werden konnte. Unabhängig hiervon wurde in der Vergangenheit schon angeregt, Lösungen zu suchen, um die Einbindung des Zentralortes zu verbessern. Dadurch könnte im Bereich Wandertourismus neues Potenzial speziell für die örtliche Gastronomie und den Einzelhandel Eitorfs erschlossen werden. Es wäre zu prüfen, ob die bisherige Wegführung des Natursteigs in südliche Richtung verschoben werden kann. Eine weitere Möglichkeit könnte die Schaffung eines neuen Erlebnisweges sein, der abzweigend vom Natursteig in südliche Richtung Eitorf /Halft verläuft. Es bleibt die Option, eine Verbindung zwischen dem Natursteig Sieg und dem Westerwald Steig mittels einer „Querspange“ zu schaffen. Die vorgenannten Möglichkeiten sollten insbesondere mit dem Projektbüro Naturregion Sieg beim Rhein-Sieg-Kreis näher untersucht werden.
Zielgruppe	Besucher, Touristen
Akteur	Touristik-Service Eitorf, Amt 32
Priorität	mittel- bis langfristig

KT6	Aufwertung Siegpark fortsetzen
Beschreibung	Die historische Parkanlage im Eitorfer Zentrum ist ein wichtiger Baustein der Innenstadtstruktur. Diese „Visitenkarte“ sollte weiter aufgewertet werden. Nachdem zwischenzeitlich ein Mehrgenerationenspielplatz und eine Boule-Bahn den Kinderspielplatz mit Rollseilbahn und Mini-Fußball-Feld ergänzen, sollte die Attraktivität des Parks mit einer neuen, ansprechenden Möblierung und zusätzlichen Attraktionen für den Spielplatz z.B. einer Matschpumpe gesteigert werden. Außerdem bestände die Möglichkeit, dort eine großflächige Mulde zu modellieren und anschließend wieder einzusäen. Bei länger andauernden Frostperioden und gefrorenem Boden könnte diese Mulde mit Wasser aus der Sieg geflutet werden und es würde eine attraktive Eislauffläche entstehen.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Amt 60, Touristik-Service Eitorf, Aktivkreis
Priorität	kurz- bis mittelfristig

KT7	Gastronomie: Qualitätsstandards, Zertifizierung
Beschreibung	Im Marketingsegment Kultur und Tourismus stellt die Gastronomie eine wesentliche ergänzende Säule dar, die den Attraktivitätsgrad des vorhandenen Potenzials steigern kann. Neben einer wünschenswerten Ausweitung des gastronomischen Angebots z.B. durch ein örtliches Brauhaus, sollten vorhandene Gaststätten und Restaurants sich einer externen Prüfung der Standards unterziehen und z.B. eine Zertifizierung anstreben. Diese sollte sich neben dem kulinarischen Angebot auch auf die Ausstattung und den Service beziehen. Ein öffentlichkeitswirksames Instrument ist anschließend die Bekanntgabe von Testergebnissen (Gastrotester, Bewertungen durch Kunden o.ä.). Im Rahmen des Projektes „Naturregion Sieg“ wurden zwischenzeitlich Zertifizierungsmaßnahmen zum „Qualitätsgastgeber Sieg“ durchgeführt, an denen bisher nur wenige Gastronomen teilnahmen. Ziel ist es, weitere Betriebe zu gewinnen, um den Qualitätsstandard zu verbessern.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Amt 32, Tourist-Service-Eitorf
Priorität	kurz- bis mittelfristig

KT8	Gastronomie: Öffnungszeiten abstimmen
Beschreibung	Die Gastronomie sollte ihr Angebot zeitlich möglichst umfassend und an allen Wochentagen zur Verfügung stellen. Deshalb ist die Absprache der Öffnungszeiten und Ruhetage sehr wünschenswert. Insbesondere an Tagen mit Kulturangebot oder sonstigen Veranstaltungen sollten die Gaststätten so lange geöffnet sein, dass man dort noch nach dem Besuch einer Veranstaltung einkehren kann.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Touristik-Service Eitorf, Gastronomen
Priorität	kurzfristig

KT9	Touristikanbieter-Stammtisch
Beschreibung	Für einen regelmäßigen Austausch unter Anbietern von Hotels, Gaststätten und Ferienwohnungen, den zuständigen Verwaltungsmitarbeitern und dem Touristik-Service Eitorf bietet sich die Etablierung eines „Gastronomen-Stammtisches“ an. Hier könnten z.B. Absprachen der Öffnungszeiten, Planungen gemeinsamer Events (Kneipennacht) etc. erfolgen. Unter den Qualitätsgastgebern Sieg konnte bereits ein solcher Stammtisch initiiert werden.
Zielgruppe	touristische Leistungsträger
Akteur	Touristik-Service Eitorf
Priorität	kurzfristig, teilweise schon begonnen

KT10	„Kino-Theater“ am Park
Beschreibung	Nach der Schließung des einzigen Kinos vor Ort ist ein Teil der kulturellen Grundversorgung weggebrochen. So erscheint es notwendig, das vorhandene Theater am Park entsprechend nachzurüsten, um gelegentlich hier „Programm-Kino“ anbieten zu können. Neben der Leinwand ist ein leistungsfähiger Beamer anzuschaffen und zu installieren. Von einem solchen ortsnahen Angebot würden besonders Kinder und ältere Menschen profitieren, außerdem kann diese Technik bei Theater- und Musikveranstaltungen ergänzend eingesetzt werden.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Amt 32
Priorität	kurz- bis mittelfristig

KT11	„Kulturgemeinde Eitorf“ als Marke etablieren
Beschreibung	Das umfangreiche Kulturangebot ist für eine Kommune unserer Größenordnung ein Alleinstellungsmerkmal. Über das Veranstaltungsangebot hinaus ist Eitorf zudem Wohnort von Künstlern und Produktionsort von Künstlerbedarf. Hier gilt es Synergien zu erschließen und die Marke „Kulturgemeinde Eitorf“ zu etablieren. Nicht nur im Hinblick auf das Akquirieren von Sponsorengeldern sollte geprüft werden, einen Kulturverein zu gründen, der - analog wie bereits im Tourismusbereich erfolgreich praktiziert – das Kulturprogramm in Eitorf steuert.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Amt 32
Priorität	mittel- langfristig

KT12	Künstler-Stammtisch und Datenbank
Beschreibung	Eitorf ist auch ein Wohnort für Künstler. Viele, auch bekannte Künstler, haben ihren Wohnsitz nach Eitorf verlegt. Nach ihren Aussagen waren neben den attraktiven und günstigen Immobilienangeboten, die gute Infrastruktur und die kulturelle Vielfalt der Grund dafür. Um dieses Potenzial weiter zu beleben und auszubauen, sollen Künstler aus Eitorf und aus den Nachbarkommunen an einen Kulturstammtisch zusammen gebracht werden. Das Zusammentreffen könnte zum Austausch und der Diskussion u.a. über Ideen, Aktionen und Formate des Kulturmarketings dienen. Weiteres Ziel: Erstellung einer Künstlerdatenbank zur besseren Vernetzung der Künstler.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Amt 32
Priorität	kurz- bis mittelfristig

KT13	Landesgartenschau NRW nach Eitorf holen
Beschreibung	Die Stadt Zülpich macht es 2014 vor. Auch eine Kommune mit weniger als 20.000 Einwohnern und selbst im HSK kann erfolgreich eine Landesgartenschau (LAGA) NRW ausrichten. 2017 findet die LAGA NRW in Bad Lipspringe statt. Die Durchführung einer LAGA steigert nicht nur den Bekanntheitsgrad der Kommune im Veranstaltungsjahr, sondern die einhergehenden Infrastrukturmaßnahmen wirken langfristig positiv. Die Bewerbungsfrist für die Ausrichtung der LAGA 2020 wurde soeben bis zum 1.9.2015 verlängert. In einem ersten Schritt wäre zu prüfen, ob trotz der flächendeckend ausgewiesenen Landschaftsschutzgebiete genügend Flächen für eine LAGA in Eitorf verfügbar gemacht werden können (Machbarkeitsstudie).
Zielgruppe	Besucher, Touristen, Bewohner
Akteur	Bürgermeister und Beigeordneter, Politik, externer Dienstleister
Priorität	langfristig

KT14	Theater am Park zum Kulturzentrum weiterentwickeln
Beschreibung	Nachdem zwischenzeitlich die Neugestaltung des Außengeländes um das Theater am Park Gestalt annimmt, ist das Gebäude selbst in den Blick zu nehmen. Der viel gelobte Charme des Saals steht im Gegensatz zu der vorhandenen veralteten Veranstaltungstechnik und den baulichen Mängeln des Gebäudes und des Außengeländes (Terrasse, Parkplatz). Notwendige Investitionen sollten von Planungen begleitet werden, zukünftig an diesem Standort alle kulturellen Einrichtungen der Kommune zu konzentrieren. Dies würde die Verlagerung der Gemeindebibliothek und des Archivs mit einschließen. Eine Ergänzung durch ein privates, gastronomisches Angebot vor Ort wäre wünschenswert.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Bürgermeister und Beigeordneter, Amt 60
Priorität	langfristig

Eventmarketing

Das Eventmarketing ist ein sehr flexibles Marketingsegment und zielt stark auf die allgemeine Kommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen ab. In erster Linie handelt es sich um erlebnisorientierte Aktionen mit hohem Unterhaltungswert, die sowohl als Unterhaltungsinstrument als auch als Werbeinstrument für Bewohner der Region, Tagesausflügler und Touristengruppen genutzt werden. Die Events sollten nicht einmalig stattfinden, sondern eine gewisse Verstetigung zur Wiedererkennung aufweisen und nach einer Evaluation modifiziert oder eingestellt werden. Hierbei ist es wichtig, dass Initiativen aus der Bevölkerung, Vereinen, Interessensgruppen o.ä. kommen. Die Gemeindeverwaltung hat die Aufgabe, Wege bei der Umsetzung zu ebnen. Dabei ist die Grundeinstellung, „Schön, dass Sie etwas machen. Wir unterstützen Sie gerne“, wichtig.

E1	Eitorfer Kirmes
Beschreibung	Die Kirmes ist die regionale Großveranstaltung Eitorfs mit hohem Wiedererkennungswert und entsprechender auch medialer Aufmerksamkeit. Die Veranstaltung sollte deshalb weiter unterstützt und Ideen entwickelt werden, um die Attraktivität zu erhalten bzw. zu erhöhen. Zu prüfen wäre beispielhaft, ob und mit welchem Aufwand man die Anbindung über die Schiene z.B. mit Kirmes-Sonderzügen am Wochenende attraktiver machen könnte.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Amt32, Aktivkreis, Weco
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E2	Eitorfer Frühling
Beschreibung	Der Eitorfer Frühling hat sich als lokales Ereignis etabliert, zeigt aber aufgrund der jahrzehntelangen ähnlichen Ausrichtung Abnutzungserscheinungen. Hier sind neue Akzente, Ideen gefragt, um die Attraktivität der Veranstaltung zu erhalten. Der Charakter der Veranstaltung könnte z.B. gefördert werden, indem das Thema Handwerken, selber machen breiter interpretiert und auf der Veranstaltung gelebt wird. Hierzu können auch nicht ansässige Aussteller eingeladen werden (Räuchern, Imkern...). Auch die stärkere Beteiligung der im Veranstaltungsbereich ansässigen Gewerbebetriebe wäre wünschenswert.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Verein Eitorfer Handwerker, Aktivkreis Eitorf
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E3	Eitorfer Kneipennacht
Beschreibung	Die Eitorfer Kneipennacht soll sich zu einem festen Bestandteil des Eventmarketings entwickeln. Eine Verstetigung und moderate Ausweitung ist sinnvoll. Dafür sollten die Werbemaßnahmen auf das Eitorfer Umland ausgeweitet werden.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Amt 32
Priorität	kurzfristig

E4	Gastronomische Events
Beschreibung	Im Rahmen der Darstellung der Eitorfer Gastronomie sind gemeinsame gastronomische Events ein Baustein zur Imagebildung. Solche Events erhöhen das Bindungspotenzial der Kunden und erschließen neue Besucher. Beispiele können sein „Mit regionalen Produkten kochen“, „ Küche echt international“, „Weinprobe“, „Bierprobe“ aber auch ein „Eitorfer Menü“, was den Gast jeden Gang eines mehrgängigen Menüs bei einem anderen Gastronomiebetrieb erleben lässt.

Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Gastronomie, Aktivkreis Eitorf
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E5	Heißluftballontreffen in Eitorf
Beschreibung	Das traditionelle Treffen der Heißluftballonfahrer ist ein Besuchermagnet in der Region und erfreut sich großem Medieninteresse. Es ist damit ein wichtiger „Werbeträger“ für Eitorf. Die Veranstaltung sollte deshalb weiter seitens der Kommune unterstützt werden. Denkbar wäre, dass die Gemeinde deshalb Kooperationspartner/ Mitveranstalter wird.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Ballon-Schröder, Amt 32
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E6	Märchenfest Merten
Beschreibung	Das seit Jahren in Schloss Merten fest etablierte Märchenfest ist inzwischen über Eitorf hinaus als Familienfest bekannt. Das Event zeichnet sich durch ein ausgesuchtes und ansprechendes Märchenfest-Programm aus. Das Fest ist zudem ein vorbildliches Beispiel für Inklusion. Viele der in Schloss Merten wohnenden Seniorenheim-Bewohner nehmen am Märchenfest teil. Alle Bastel- und Kreativangebote sind kostenlos. Kooperationspartner sind Schloss Merten als Seniorenresidenz, zahlreichen Eitorfer Kindergärten und die Eitorfer Schulen. Ergänzt wird das anspruchsvolle phantasievolle Programm durch preisgekrönte Kindertheater und ein gesundes Essensangebot. Das Märchenfest könnte zu einem Märchenfestival weiterentwickelt werden, zu dessen Abschluss weiterhin das große Märchenfest im Schlossgarten Merten gefeiert würde. Vorher könnten märchenhafte Auftritte an besonders schönen romantischen Orten (z.B. Mühle, Natursteig, an der Sieg, Bauernhof) stattfinden.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Seniorenresidenz Schloss Merten, Kindergärten, Schulen, Gemeindeverwaltung
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E7	Contest Eitorfer Skater-Bowl
Beschreibung	Die Eitorfer Skater- Bowl ist für ein spezifisches, junges Klientel eine reizvolle Einrichtung in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof. Diese Einrichtung sollte - über die Nutzung der Jugendlichen von Eitorf und der Region hinaus - bekannter gemacht werden. Durch eine Veranstaltung im Sinne eines Wettbewerbs kann die gut vernetzte Szene darauf aufmerksam werden.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Förderverein Jugend, Jugendcafe, Amt 50
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E8	Open Air Kino
Beschreibung	In den Sommerferien fehlt es an Angeboten für die Daheimgebliebenen. Überlegenswert wäre, dann an einem oder mehreren Wochenenden Open-Air-Kino insbesondere auch für ein junges Publikum in Eitorf anzubieten. Hier bietet sich ggf. als Veranstaltungsort ein Schulhof, das Außengelände des HWB oder der Siegpark an.
Zielgruppe	Junge Bewohner, junge Besucher
Akteur	Förderverein Jugend, Jugendcafe Amt 32, Amt 50
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E9	Bürgeraktionen: Eitorfer gestalten Eitorf
Beschreibung	Zur Erhöhung und Festigung der Identifikation mit dem Wohnort bzw. einzelnen Einrichtungen ist das Mitmachen und das Mitbestimmen ein geeignetes Mittel. Die Palette der Möglichkeiten reicht über die Intensivierung von bereits wiederkehrenden Aktionen wie „Eitorf putzt sich raus“ oder „Offene Gartenpforte“ über Gestaltungsmöglichkeiten mittels Graffiti, Beet- oder Baumpatenschaften bis zu kleineren (Um-)Gestaltungsmaßnahmen im öffentlichen Raum wie z.B. bei Spielplätzen. Aufgabe der Verwaltung wäre hier, solche Aktionen zu initiieren und ihre Durchführung vielfältig zu unterstützen.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 32, Amt 60, Schulen, Handwerkerverein, Aktivkreis
Priorität	kurz- bis mittelfristig

E10	Weihnachtsmarkt weiterentwickeln
Beschreibung	Derzeit wird geprüft, den Standort des Weihnachtsmarktes vom Markt weg an die Kath. Kirche Eitorf zu verlagern. Hintergrund ist, dem Weihnachtsmarkt durch die Kulisse um die Kirche einen besonderen, außergewöhnlichen Charakter zu verleihen. In dem Zusammenhang sollte als zusätzliche/alternative Standortoption geprüft werden, den Weihnachtsmarkt in den Ortsteil Merten zu verlagern. Das dortige historische Ambiente um Schloss Merten und St. Agnes bietet sich hierfür an. Eine S-Bahn-Anbindung ist vorhanden. Als Name käme „Schloss-Weihnacht“ oder „Kloster-Weihnacht“ in Betracht.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Politik, Amt 32
Priorität	mittelfristig

E11	„Gut drauf“-Aktivitäten unterstützen
Beschreibung	Aktionen und Aktivitäten im Kontext der „Gut drauf-Gemeinde“ sind nachhaltig zu unterstützen und zu fördern. Eine regelmäßige finanzielle Förderung für diese Arbeit durch einen jährlichen, gemeindlichen Zuschuss ist wünschenswert. Die Zertifizierung sollte im Sinne des Ansporns interpretiert werden, weniger im Sinne „Ziel erreicht“.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 50
Priorität	kurzfristig

Verwaltungsmarketing, Kommunikation, Partizipation

Das Verwaltungsmarketing hebt sich von den klassischen Marketingaktivitäten ab. Es hat das Aufgabenfeld der Gemeindeverwaltung im Visier und soll deren Angebote optimieren, Koordination ermöglichen und Kommunikationsstrategien festlegen. In diesem Marketingsegment wurden seitens des Projektteams um Prof. Wrede Defizite festgestellt. Deshalb kommt dem Verwaltungsmarketing eine besondere Bedeutung zu, da es die Grundlage für das erfolgreiche Marketing der o.g. Segmente ist. Die Gemeindeverwaltung hat im Rahmen des Stadtmarketing Aufgaben zu bewältigen, die einen hohen Koordinationsaufwand bezüglich der bisher aufgezeigten Maßnahmen haben. Eine klare Kommunikationsstruktur ist deshalb unabdingbare Voraussetzung für ein Funktionieren des Stadtmarketing als Ganzes.

V1	Corporate Identity (CI): Sprungbrett für die Kommunikation
Beschreibung	<p>Die CI (Corporate Identity) einer Gemeindeverwaltung belegt eine einheitliche Kommunikation und Vorgehensweise sowohl innerhalb des Hauses als auch in der Außendarstellung. Dies äußert sich beispielsweise in Masterfolien/Formatvorlagen für Briefpapier, Maildesign, Visitenkarten, Unterseiten der Homepage, AB-Ansagen, Broschüren, Aushänge u.a.m..</p> <p>Voraussetzung für eine CI in der Gemeindeverwaltung Eitorf ist eine Arbeits- und Verwaltungskultur, mit der sich die Mitarbeiter identifizieren können. Damit sich diese entwickeln kann, ist von der Führungsebene ein Handlungskonzept für ein sichtbares Werte- und Kommunikationssystem zu erstellen, das authentisch wirkt und somit überzeugend an die gesamte Organisation weitergegeben wird. Wenn dieses Konzept von den Verwaltungsmitarbeitern aufgegriffen und „gelebt“ wird, ist eine einheitliche CI nach außen möglich und überzeugend.</p>
Zielgruppe	Gemeindeverwaltung
Akteur	Amt 10
Priorität	mittel- bis langfristig

V2	Visitenkarte Rathaus
Beschreibung	<p>Das Rathaus ist die Visitenkarte von Rat und Gemeindeverwaltung. Entsprechend sollte Wert auf eine positive äußere Erscheinung gelegt werden. Den Bürgern sollte ein Gefühl des Willkommenseins vermittelt werden. Hier sind deutliche Defizite festzustellen. Wie positiv eine zeitgemäße Gestaltung wirken kann, zeigen die in der Vergangenheit umgebauten Bereiche „Pforte/Zentrale“ und das „Kultur- und Tourismusbüro“. Neben baulichen Verbesserungen z.B. um angenehme Wartezeiten zu schaffen, ist Wert auf einen freundlichen Empfangsbereich, kurze Wartezeiten und freundliche Ansprechpartner zu legen.</p> <p>Auch der Neubau des Rathauses an anderer Stelle wäre zu prüfen. Dadurch könnte eine attraktive Fläche am Markt für ein innerörtliches Entwicklungsprojekt freigemacht werden (s. Maßnahme C 1).</p> <p>Aber auch Arbeitsprozesse und Kommunikationsweisen sollen eine bürgerfreundliche Verwaltung „Was kann ich für Sie tun?“ widerspiegeln. Mitarbeiterschulungen und Coaching sind Maßnahmen zu deren Förderung.</p>
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 10, Amt 60
Priorität	kurzfristig

V3	Gemeindliche Homepage verbessern
Beschreibung	Mit der Homepage wird die Kommune sichtbar. Sie ist das moderne Stadttor und die Visitenkarte einer Gemeinde. Der bereits in 2014 durchgeführte Relaunch der Homepage in Anlehnung an die Vorschläge der Projektgruppe von Prof. Wrede geht in die richtige Richtung. Das Corporate Design der Homepage der Gemeinde, der Wirtschaftsförderung, des Schwimmbades, sowie der Bibliothek wurden aufeinander abgestimmt und unterscheiden sich nur noch in der Farbgebung. Die Homepage der Gemeindewerke sollte ebenfalls noch entsprechend angepasst werden. Die derzeit eingesetzte Software bietet aber darüber hinaus nur eingeschränkte Gestaltungsmöglichkeiten. Der Gestaltungsspielraum für die Homepage kann entweder durch die Beschaffung einer komplexeren Software wie beispielsweise Typo3 oder durch die Vergabe der Aufgabe der Homepageerstellung an eine professionelle Werbeagentur vergrößert werden.
Zielgruppe	Alle
Akteur	Amt 10, externes Unternehmen
Priorität	kurzfristig

V4	Identifikationsanker
Beschreibung	Für die Identifikation der Eitorfer erscheint ein Identitätsanker sinnvoll. Dies kann ein Logo, modernes Pendant zum Wappen, ein Lied o.ä. sein. Vielleicht aber auch die bewusste Rückkehr zu dem althergebrachten (Namens-)Zusatz Eitorf „an der Sieg“. Die Entwicklung muss von einer professionellen Agentur vorgenommen werden. Bevor Identifikationsanker entwickelt werden – muss V1 und V2 umgesetzt sein.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 10, Werbeagentur
Priorität	langfristig

V5	Identifikation mit Eitorf
Beschreibung	Ohne Identifikation ist kein Stadtmarketing möglich. Der Erfolg der Maßnahmen ist maßgeblich von der Glaubwürdigkeit der Akteure abhängig. Eine wesentliche Grundlage ist die Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt. Diese ist in den Diskussionen in den Dialoggruppen deutlich geworden. Um diese Identifikation nach außen zu kommunizieren, soll eine Kampagne „Ich bin Eitorfer“ (Fotos von Eitorfern, die sich mit der Kommune identifizieren) durchgeführt werden – siehe hierzu auch die Kampagne „Ich bin ein Berliner“. Die Gesichter sollen einen Querschnitt durch die Eitorfer Bevölkerung zeigen (alt - jung, bieder- flippig, deutsch – Migrant, Single – Familie, Polizist - Feuerwehrmann usw.) und über Plakate , Homepage und Anzeigen kommuniziert werden.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Amt 32, Amt 10
Priorität	kurz- bis mittelfristig

V6	Dörfer „sichtbar“ machen
Beschreibung	Ein erheblicher Anteil der Bevölkerung lebt nicht im Zentralort sondern in den dörflichen Ortsteilen. Für ein gesamtgemeindliches Marketingverständnis sollen auch diese Dörfer neben dem Zentrum sichtbar werden. „Dorfprofile“ auf der städtischen Homepage und regelmäßige Selbstdarstellung in den lokalen Medien können dies transportieren. Auch in gemeindlichen Publikationen ist dem „Dorfleben“ in Eitorf ausreichend Raum zu geben. Aus dem Stadtmarketingprozess heraus hat sich ein Vereins (Dorf-)Stammtisch gebildet, welcher sich regelmäßig trifft und somit einzelne Vereine und Dörfer miteinander vernetzt. Die Dörfer haben bereits die Möglichkeit, ihre Veranstaltungen über den Online-Veranstaltungskalender zu bewerben.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher
Akteur	Amt 10
Priorität	bereits begonnen

V7	Online-Veranstaltungskalender
Beschreibung	Von Seiten der Vereine, Kulturschaffenden etc. besteht seit längerem der Wunsch, über Veranstaltungen aller Art, die in Eitorf stattfinden, im Internet zentral zu informieren. Dabei sollte ein praktikabler Weg für die notwendige Kommunikation zwischen den Außenstehenden und der Verwaltung gefunden werden. Dies aufgreifend, wurde zwischenzeitlich seitens der Gemeindeverwaltung eine Software installiert, mit der man Veranstaltungstermine dezentral erfassen kann, zentral verwalten und auf der Homepage der Kommune veröffentlichen kann. Von dieser Möglichkeit wird rege Gebrauch gemacht. Wünschenswert wären ggf. eine ansprechendere Darstellung des Kalenders auf der Homepage und die Möglichkeit, mittels einer App auf den Online-Veranstaltungskalender zugreifen zu können.
Zielgruppe	Vereine, Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Amt 10, Amt 32
Priorität	kurzfristig, tlw. bereits umgesetzt

V8	Nachbarschaften stärken
Beschreibung	Auch im ländlichen Raum ist eine funktionierende Nachbarschaft nicht mehr selbstverständlich. Die größere Mobilität der Bewohner tut dazu ihr übriges. Nachbarschaftsbildung ist für den Identifikationsprozess in der Kommune förderlich und hat auch eine soziale Bedeutung. Deshalb sollen kleine Straßen-/Nachbarschaftsfeste organisatorisch als auch finanziell unterstützt werden, um kommunikationsfreundliche Atmosphären und Kennenlern-Strukturen zu schaffen, z.B. in Neubaugebieten. Denkbar wäre hier, dass jährlich jeweils andere Straßenfeste (auch finanziell) von der Gemeinde unterstützt und gefördert wird.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 32, Aktivkreis
Priorität	kurz- bis mittelfristig

Auf Grundlage der Arbeitsgruppensitzungen von der Projektgruppe „Marketingkonzept“ der Gemeindeverwaltung Eitorf (Frau Kisteneich, Herr Neulen, Frau Schade, Frau Schug, begleitet und beraten von Prof. Nutz) zusammengestellt.