

## **Entwurf**

### **Leitbild Gemeinde Eitorf**

#### **Übergeordnet**

Das Leitbild von Eitorf zielt darauf ab, dass sich Eitorf zu einer attraktiven Dienstleistungskommune entwickelt. Folgende übergeordnete Ziele stehen im Vordergrund:

- a) Die Gemeinde Eitorf will ihre Rolle und wirtschaftliche Bedeutung als Mittelzentrum am Rande eines prosperierenden Ballungsraumes und in Konkurrenz zu anderen Mittelstädten sichern.
- b) Die Gemeinde Eitorf bekennt sich zum Strukturwandel hin zu einem selbstbewussten und prosperierenden Produktions- und Dienstleistungsstandort.
- c) Die Gemeinde Eitorf will die Verbindung zur Metropole KölnBonn nutzen, betonen und sich offen präsentieren.
- d) Die Gemeinde Eitorf setzt für die Zielerreichung auf den Dialog mit allen Beteiligten, auf Bürgernähe und auf qualitative Standards.

Daraus ergibt sich folgendes übergeordnetes Leitbild für Eitorf:

**Eitorf stellt eine Brücke zwischen Großstadt und Natur dar und sucht die Verbindung zur Metropole KölnBonn. Die Gemeindeentwicklung setzt auf den Dialog mit den wirtschaftlichen Akteuren und allen gesellschaftlichen Gruppen. Eitorfs Funktionen Wohnen und Arbeiten, Kultur, Freizeit und Erholung orientieren sich an Qualität, Bürgernähe und Bezahlbarkeit, um einen selbstbewussten Standort zu entwickeln. Eitorf präsentiert sich im Sinne einer Willkommenskultur.**

#### **Konkret**

Die konkreten Leitbildsätze, strategischen Ziele und konkreten Maßnahmen orientieren sich am

- Standortmarketing,
- Citymarketing,
- Kultur- und Tourismusmarketing,
- Eventmarketing und
- Verwaltungsmarketing.

## Standortmarketing

Erläuterung:

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.

- 1. Eitorf versteht sich als eigenständiger und integrativer Bestandteil der Metropole KölnBonn.**
- 2. Eitorf wird die wirtschaftlichen Leuchttürme der Gemeinde sichtbar machen, Unternehmen vernetzen und die Voraussetzungen dafür schaffen, dass unternehmerische Zusammenarbeit und gemeinschaftliche Stärkung möglich ist.**
- 3. Eitorf wird ein mittelzentraler Standort für ansiedlungswilligen Unternehmen von außen und gründungs- und expansionswillige Unternehmen von innen sein.**
- 4. Eitorf wird sein Potenzial als Wohnstandort stärken und sichtbar machen.**
- 5. Eitorf strebt eine gemischte Bevölkerungsstruktur an und ist offen für alle Altersgruppen, insbesondere die Jugend, und für Integration.**

## Citymarketing

Erläuterung:

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, Kirche und Gastronomie angesiedelt sind. Dieses Marketingsegment ist vergleichsweise komplex, da Attraktivitätssteigerungen in der Innenstadt durch das Äußere (Gebäude, Fassaden, Straßenmöbel, Stadtgrün usw.) und durch die Funktionen (Einkaufen, Verweilen, Flanieren, Parken, Straßenverkehr, Feiern usw.) bestimmt werden.

**6. Eitorf stärkt die Funktion des Ortszentrums und steigert dessen Attraktivität.**

**7. Eitorf entwickelt den Marktplatz und sein direktes Umfeld als urbane, lebendige Mitte.**

## **Kultur- und Tourismusmarketing, Naherholung**

Erläuterung:

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 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 erwartet werden kann.

**8. Eitorf macht sein Kultur- und Tourismuspotenzial sichtbar.**

**9. Eitorf baut seine Stärke im Kultur- und Tourismuswesen aus.**

## **Eventmarketing**

Erläuterung:

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. Prägende Events sollten in der Regel 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.

**10. Eitorf bietet Erlebnis und Unterhaltung und unterstützt das Eventengagement von Vereinen und Interessensgruppen.**

## **Verwaltungsmarketing**

Erläuterung:

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 in der Vergangenheit 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.

**11. Die Gemeindeverwaltung präsentiert sich professionell, offen und bürgernah.**

**12. Eitorf fördert die Identifikation mit der Gemeinde in allen Teilen der Bürgerschaft.**