

Eitorf, den 17.02.2017

Amt 32 - Amt für Bürgerdienste und Stadtmarketing

Sachbearbeiter/-in: Benjamin Maleike

Bürgermeister

i.V.
Erster Beigeordneter

MITTEILUNGSVORLAGE
- öffentlich -

Sitzungsvorlage

Ausschuss für Wirtschaft, Marketing und Tourismus

09.03.2017

Tagesordnungspunkt:

Maßnahmenkatalog "Stadtmarketing Eitorf"; hier: Sachstandsmitteilung

Mitteilung:

Zuletzt wurde in der Sitzung des AWMT am 12.11.2015 über die Fortschritte bei der Umsetzung der einzelnen Maßnahmen aus dem Marketingkonzept für Eitorf berichtet, so dass es jetzt wieder an der Zeit ist, den Ausschuss zu informieren.

A) Zu den einzelnen Maßnahmen

Im Folgenden wird der Sachstand zu den im Konzept genannten Maßnahmen erläutert, bei denen sich seither nennenswerte Fortschritte / Änderungen ergeben haben. Das heißt im Umkehrschluss, dass bei allen nicht erwähnten Maßnahmen – aus den unterschiedlichsten Gründen - bisher die Realisierung aussteht. Im Folgenden wurde ansonsten die Reihenfolge und die Tabellenform des Konzepts beibehalten. Maßnahmen die bereits realisiert wurden, werden hier noch einmal aufgeführt und bei zukünftigen Aufstellung nicht mehr aufgeführt. Die Beschreibung der nachfolgenden Maßnahmen entspricht dem Wortlaut des Maßnahmenkatalogs (09.02.2015, Rat XIV/6/87).

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 optimieren. 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	Mittelfristig

Sachstand	S 13 / S 19-Betrieb bis Herchen seit 2016, ab dem Fahrplan 2017 werden montags bis freitags weitere Fahrten der S 19 über Herchen hinaus bis nach Au (Sieg) verlängert. Der zweigleisige Ausbau der Bahntrasse Köln – Siegen wurde in 2016 in die Projektliste des Bundesverkehrswegeplan 2030 aufgenommen.
-----------	--

* Danach hat der APUE in der Sitzung am 20.04.2016 sich ausdrücklich per Beschluss gegen die Beseitigung der Kriegsschäden am Schienennetz (zweigleisiger Ausbau) im Zusammenhang mit dem Verkehrswegeplan 2030 ausgesprochen (APUE XIV/8/78). Der Bundesverkehrswegeplan 2030 wurde zwischenzeitlich beschlossen.

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 Radwegkonzept sind auch sichere Unterbringungsmöglichkeiten für Fahrräder z.B. in Bahnhofsnähe zu schaffen.
Zielgruppe	Alle
Akteur	Bürgermeister und Beigeordneter
Priorität	mittel- bis langfristig
Sachstand	Zahlreiche mietbare Fahrradboxen stehen seit 2015 an der Nordseite des Bahnhofs zur Verfügung. Zusätzlicher Bedarf wäre zu prüfen.

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 Schulanangebot, das Immobilienpreinsniveau, 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
Sachstand	Die Bürgerinfobroschüre, die alle 3 Jahre neu erscheint, deckt diese Informationen zurzeit kostenfrei ab (werbefinanziert). Es bestehen aber Überlegungen ggf. zusätzlich eine eigenfinanzierte, spezielle Wohnstandort-Fibel aufzulegen.

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
Sachstand	Das Land NRW hat zwischenzeitlich eine finanzielle Förderung zur Ansiedlung junger Hausärzte auf den Weg gebracht, die ab sofort auch für die Ansiedlung in Eitorf gilt. Der Effekt auf Eitorf bleibt abzuwarten.

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	kurzfristig
Sachstand	Im Herbst 2015 wurde seitens des Aktivkreises Eitorf ein Apfelmarkt durchgeführt. Ebenfalls führt der Aktivkreis seit 2015 die Aktion „Heimat-Shopping“ mit der IHK durch. Derzeit überlegt der Aktivkreis an einem Samstag im Herbst 2017 einen Herbst- /Landmarkt auf dem Markt zu veranstalten.

C4	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
Sachstand	Bei näherer Beschäftigung mit dem Thema fielen hier grundsätzliche Defizite bei der wegweisenden Beschilderung für die Autofahrer im Ortskern auf. Deshalb wurde der Planungsansatz ganzheitlich erweitert und in 2016 ein Planungsbüro mit der Neukonzeptionierung der wegweisenden Beschilderung im Ortszentrum Eitorf beauftragt. Die Grundlagenermittlung mit Bestandsaufnahme, Grundkonzeption, Grobplanung und Kostenberechnung liegt bereits vor. 2017 ist die Umsetzung (zumindest in Teilen) vorgesehen.

C5	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 Hundekotlöcher-Spender und zugehörige Abfallbehälter. Der Austausch der Papierkörbe soll sukzessive ab 2015 umgesetzt werden.
Zielgruppe	Besucher, Touristen
Akteur	Amt 60
Priorität	realisiert
Sachstand	Der Austausch mit farblich (dunkelrot) zum touristischen Leitsystem passenden Behältern ist zwischenzeitlich in Gänze erfolgt. Damit ist die Maßnahme C5 umgesetzt.

C6	Hotspot rund um den Markt anbieten
Beschreibung	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.
Zielgruppe	Besucher, Touristen
Akteur	Wirtschaftsförderung
Priorität	kurzfristig
Sachstand	Hierzu liegt zwischenzeitlich auch ein Antrag der FDP-Fraktion vom 31.10.2016 vor, welcher in die gleiche Richtung zielt und die Realisierung eines freien, öffentlichen WLAN-Zugangs für den Bereich Marktplatz / Posthof vorschlägt. Da die Behandlung des Antrages für die Sitzung des AWMT am 09.03.2017 vorgesehen ist, wird an dieser Stelle auf die Vorlage zu diesem Tagesordnungspunkt verwiesen. Auch hat der Aktivkreis hierzu eine Projektgruppe ins Leben gerufen, die sich ihrerseits ebenfalls unter anderem mit der Thematik „Hotspot Marktplatz“ beschäftigen möchte.

KT1	Touristische Hinweisbeschilderung schaffen
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. Auch in den Außenorten, speziell denen, die von attraktiven Wanderwegen tangiert werden, sollen sich Wanderer und Gäste mittels Hinweisschildern oder Hinweistafeln über vorhandene, fußläufige Wegeverbindungen informieren können.
Zielgruppe	Touristen, Besucher
Akteur	Amt 32
Priorität	realisiert
Sachstand	Die touristische Hinweisbeschilderung im Innenstadtbereich ist seit Dezember 2015 in Gänze vorhanden. In den Außenorten besteht das Wegeleitsystem der Naturregion Sieg (Natursteig Sieg, Erlebniswege Sieg) mit entsprechenden Stellen/Wandertafeln. Damit ist die Maßnahme KT 1 abgeschlossen.

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 Wegeführung 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	realisiert
Sachstand	Die Idee einer Querspange als Verbindung zwischen dem Natursteig Sieg und dem Westerwaldsteig wurde nach intensiver Diskussion mit den Fachleuten fallen gelassen. Stattdessen wurde ein neuer Erlebnisweg „Dörferweg“ durch das südliche Gemeindegebiet entwickelt und geschaffen, der durch seine Wegeführung den Ortskern Eitorfs einbindet (Start/Ziel Bahnhof Eitorf). Im Oktober 2016 wurde der 13,1 km lange Weg offiziell eröffnet. Damit ist die Maßnahme KT5 erledigt.

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
Sachstand	Zur Attraktivitätssteigerung des Spielplatzes wurde eine große Kletterpyramide errichtet, eine neue Sitzgruppe angeschafft sowie sämtliche Müllbehälter ausgetauscht. Der Austausch der Möblierung soll in den nächsten Jahren erfolgen. Den Siegdamm im Siegpark in den späten Nachmittag- und Abendstunden auf ca. 700 m mit LED-Leuchten auszuleuchten würde laut der Firma Westnetz GmbH einmalige Kosten von ca. 50.000,- € verursachen.

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
Sachstand	Es gestaltet sich sehr schwierig, mit der Gastronomie in Kontakt zu kommen bzw. diese von der Notwendigkeit einer Qualitätsoffensive zu überzeugen. Zum einen konnten neue Qualitätsgastgeber nur im Unterkunfts Bereich hinzugewonnen werden, zum anderen hat ein Qualitätsgastgeber seinen Betrieb leider geschlossen (La Petit Confiserie).

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	realisiert
Sachstand	Kinovorstellungen finden seit 2016 einmal monatlich statt.

E3	Eitorfer Kneipennacht
Beschreibung	Die Eitorfer Kneipennacht soll sich zu einem festen Bestandteil des Eventmarketings entwickeln. Eine Verstärkung und moderate Ausweitung ist sinnvoll. Dafür

	sollten die Werbemaßnahmen auf das Eitorfer Umland ausgeweitet werden.
Zielgruppe	Bewohner, Besucher, Touristen
Akteur	Amt 32
Priorität	realisiert
Sachstand	Ist inzwischen fester Bestandteil des kulturellen Angebots

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
Sachstand	Der bisherige Veranstalter hat das Event auf die Firma Aeronautic, Waldbröl übertragen. Die nächste Veranstaltung ist für den Juli 2017 geplant.

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
Sachstand	Die Verlagerung des Eitorfer Weihnachtsmarktes vom Marktplatz vor und um die Kath. Kirche ist nach intensiver Prüfung vom AKSMK abgelehnt worden (AKSMK/XIV/2/3-5). Eine Verlagerung nach Merten wurde bisher nicht näher geprüft, da der Eitorfer Weihnachtsmarkt in der jetzigen Form (Einbeziehung der Marktstraße, Programm, Angebot) bei Anbietern und Besuchern sehr positiv ankommt. Derzeit bietet sich deshalb keine Zäsur an.

V1	Corporate Identity (CI): Sprungbrett für die Kommunikation
Beschreibung	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.. 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.
Zielgruppe	Gemeindeverwaltung
Akteur	Amt 10
Priorität	mittel- bis langfristig
Sachstand	Im Rahmen der Aufstellung und Antragstellung des IHK 2017 berücksichtigt das Projekt D1 „Entwicklung einer Corporate Identity für die Gemeinde Eitorf“ die Erarbeitung einer CI durch ein entsprechendes Büro. Der Verlauf des Antragsverfahrens bleibt abzuwarten.

V2	Visitenkarte Rathaus
Beschreibung	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 Wartezonen zu schaffen, ist Wert auf einen freundlichen Empfangsbereich, kurze Wartezeiten und freundliche Ansprechpartner zu legen. 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). Aber auch Arbeitsprozesse und Kommunikationsweisen sollen eine bürgerfreundliche Verwaltung „Was kann ich für Sie tun?“ widerspiegeln. Mitarbeiter-schulungen und Coaching sind Maßnahmen zu deren Förderung.
Zielgruppe	Bewohner
Akteur	Amt 10, Amt 60
Priorität	kurzfristig
Sachstand	Als ein Teil der „Visitenkarte Rathaus“ wird kurzfristig die zeitgemäße Umgestaltung des Trauzimmers in der 3. Etage des Rathause angegangen. Die von der Abteilung 32.2 verfolgte ganzheitliche Lösung hat hausintern Zustimmung gefunden. Die hierfür zusätzlich erforderlichen Finanzmittel von rd. 10.000 € werden über die Budgets im Bereich Marketing zur Verfügung gestellt.

Zu allen anderen, nicht aufgeführten Maßnahmen gibt es bisher keine Rückmeldung zum Sachstand seitens der Akteure.

B) Fazit

Weiterhin ist die Verwaltung respektive die Projektgruppe „Marketing“ bemüht Teilaspekte des beschlossenen Maßnahmenkatalogs im Rahmen der beschlossenen zeitlichen Prioritäten und der personellen und finanziellen Möglichkeiten umzusetzen, was nicht zuletzt die o.a. Aufstellung zeigt.

Trotzdem muss auch eingeräumt werden, dass eine Reihe von Maßnahmen darauf warten, angepackt zu werden. Dabei scheitert es weniger an den zur Verfügung stehenden Finanzmitteln als an den personellen Kapazitäten. Alle im Konzept benannten, hausinternen „Akteure“ haben die ihnen zugeschriebenen Marketingmaßnahmen neben ihrem eigentlichen Aufgabengebiet anzugehen, wozu häufig schlicht die Zeit fehlt. Es gibt derzeit keinen Mitarbeiter im Rathaus, der sich allein bzw. überwiegend mit diesen Themen beschäftigen kann (kein Sachbearbeiter „Marketing“).

In dem Zusammenhang sei an eine Vorlage zur AWMT-Sitzung am 15.01.2015 erinnert, in der es heißt:

„Personell stellt es sich so dar, dass ab 1.1.2015 die bisherige Mitarbeiterin in der Wirtschaftsförderung Nadine Schade die Gemeindeverwaltung verlässt und die Stelle zumindest in 2015 nicht wiederbesetzt wird. Frau Schade hat als stellv. Projektleiterin maßgeblich Arbeiten im Zusammenhang mit dem Marketingprozess übernommen. Eine Neubestellung eines Mitarbeiters in diese Funktion ist bisher nicht erfolgt.

Darüber hinaus hat der Projektleiter Hermann Neulen und frühere Amtsleiter des Amtes 40 (Kultur, Sport, Marketing und Tourismus) zwischenzeitlich auch die Amtsleitung des Amtes 32 (Bürgerdienste und Stadtmarketing) übernommen und kann seither die Aufgaben im Bereich Marketing nicht mehr im bisherigen zeitlichen Umfang wahrnehmen.“

Zwar wurde die Stelle in der Wirtschaftsförderung zwischenzeitlich zum 01.01.2016 durch Herrn Tobias Engels, der nun ebenfalls Mitglied der Projektgruppe ist, wiederbesetzt, allerdings ist eine intensive Bearbeitung einzelner Bausteine auf Grund gleichzeitiger Mitwirkung und Erarbeitung im Rahmen des integrierten Handlungskonzeptes nicht möglich gewesen. Daher hat sich im vergangenen Jahr bis auf die Tatsache der faktischen Wiederbesetzung der Stelle der Wirtschaftsförderung an der Grundaussage von damals nicht geändert.

So lassen z.B. die täglichen Aufgaben des Projektleiters Hermann Neulen im Zusammenhang mit der Amtsleitung von Amt 32 und dem dortigen vielfältigen Aufgabenspektrum (z.B. Zusammenarbeit mit der Polizei, Einrichtung Rufbereitschaft, verstärkte Sicherheitsbelange bei Veranstaltungen etc.) nur noch wenig Zeit für das Thema „Marketing“.

Eine Verbesserung der geschilderten Situation ist bei den derzeitigen personellen Rahmenbedingungen nicht absehbar. Weitere Fortschritte bei der Realisierung der einzelnen Maßnahmen aus dem Maßnahmenkatalogs werden daher weiterhin nur sporadisch und wenig zeitnah möglich sein. Trotzdem wird die Verwaltung weiter versuchen, das Machbare in Angriff zu nehmen.

So ist für 2017 – wie bereits in der Tabelle ausgeführt – folgendes geplant:

- Umbau und Attraktivierung des Trauzimmers im Rathaus (V2),
- Neue wegweisende Beschilderung für Autofahrer im Ortskern (C4),
- Einrichtung eines Hotspots im Ortskern (C6) und
- Entwicklung einer Corporate-Identity (V1).