

Herr Grendel nimmt Bezug auf die aufgeführte Maßnahme V5 „Imagefilm“ und bittet um Erläuterung, um welchen Film der Gemeinde Eitorf es sich handle.

Herr Feldkamp erklärt, dass der vor einer Weile auf Youtube veröffentlichte Film (Tanzfilm Parkdeck) nicht gemeint sei. Im Blickpunkt stehe der offizielle Imagefilm, der auch auf der Website veröffentlicht gewesen sei. Aktuell werde dieser überarbeitet und demnächst fertiggestellt.

Frau Droppelmann bittet um Erläuterung, wer den Slogan „Eitorf voraus“ in Sachen der touristischen Hinweisbeschilderung entwickelt habe.

Herr Feldkamp erläutert, dass dieser von der verwaltungsinternen Marketinggruppe entwickelt worden sei. Dieser soll in den kommenden Wochen bei trockenem Wetter angebracht werden.

Frau Droppelmann berichtet, dass ihr zugetragen worden sei, es gebe Nutzungskonflikte bei den Outdoor-Fitnessgeräten im Siegpark zwischen Erwachsenen und Kindern.

Es besteht allgemeiner Konsens darüber, dass hierzu kein Regelungsbedarf seitens der Verwaltung bestehe. Die Geräte stünden unter keiner bekannten Nutzungsbeschränkung.

Herr Otten bittet um Erläuterung, ob es Kriterien gebe, anhand derer die Erfolge einzelner Marketingmaßnahmen gemessen werden könnten (z.B. Imagefilm).

Herr Feldkamp erklärt, der Verwaltung seien einige Rückmeldungen zugetragen worden, dass der Film ein verfälschtes Bild von der Gemeinde zeige. Daraufhin seien vereinzelt einige Szenen geändert worden. Diese Art und Weise der Rückmeldung werde grundsätzlich ernst genommen und soweit möglich berücksichtigt. Darüber hinaus könne für den Film ein Erfolgskriterium lediglich in der Zuschauerzahl gesehen werden. Weitere mögliche messbare Erfolgsfaktoren, wie Umfragen oder ähnliches, würden aktuell für die Marketingmaßnahmen nicht durchgeführt. Man orientiere sich grundsätzlich an den Maßnahmen aus dem beschlossenen Marketingkonzept.

Herr Jüdes stellt die Wichtigkeit dieser Marketingmaßnahmen heraus sowie deren notwendige finanzielle Ausstattung. Alleine die erzielte Umsetzung einer Vielzahl an Maßnahmen sei bereits als Teilerfolg zu werten, da das Thema Marketing immer im Spannungsfeld von Pflichtaufgaben und freiwilligen Aufgaben stehe.