

## Beschlussvorlage

- öffentlich -

Drucksache Nr. 082/FB1/2016/1



Beratungsfolge	Termin	Behandlung
Sondersitzung Bau-/Stadtausschuss/Stadträte	11.07.2016	nicht öffentlich
Stadtrat der Großen Kreisstadt Eilenburg	18.07.2016	öffentlich

Einreicher:	Oberbürgermeister, Herr Scheler
Betreff:	Überplanmäßige Ausgabe – Wohnstandortkampagne

### **Beschlussvorschlag:**

Der Stadtrat beschließt nachfolgende Mittelumsetzung:

### **Mittelbedarf:**

Produkt/Sachkonto	Plan alt in €	Veränderung in €	Plan neu in €
57.1.0.01.00/443160 Wirtschaftsförderung und Gewerbegebiete/ Öffentlichkeitsarbeit	12.400	+9.500	21.900

### **Deckungsquelle:**

Produkt/Sachkonto	Plan alt in €	Veränderung in €	Plan neu in €
Grundstücksverwaltung Produkt 11.1.3.05.01/ 341110 (USK 03500.14000) Erträge aus Vermietung (Mehreinnahmen)	65.400	+9.500	74.900

Scheler  
Oberbürgermeister

**Problembeschreibung/Begründung:**

Die Mittelumsetzung dient der Durchführung der Wohnstandortkampagne.

Die Stadtverwaltung Eilenburg arbeitet an der Umsetzung des im Stadtrat am 06.06.2016 vorgestellten Vorhabens einer groß angelegten Wohnstandortkampagne unter dem Titel „Lieblingsstadt Eilenburg – Das Beste an Leipzig“. Die Kampagne soll durch Eilenburger Unternehmen und weitere Partner mitfinanziert werden. Um entsprechende Finanzierungsmittel durch Partner einzuwerben, müssen Vorarbeiten geleistet werden, die ein Sponsoring überhaupt erst möglich machen. Bisher haben folgende Aktivitäten stattgefunden und sind mit Haushaltsmitteln aus dem Stadthaushalt 2016 finanziert worden:

- Konzepterarbeitung Wohnstandort-Kampagne
- Flyer als Information zur Wohnstandort-Kampagne (Neujahrsempfang & Workshops)
- Vortrag zum Neujahrsempfang – Thema Wohnstandort Eilenburg
- Informationsveranstaltungen für potentielle Partner & Interessenten 2015/2016
- Workshops (u.a. zur Gestaltung Logo und Slogan-Erarbeitung)
- Erstellung Logo & Claim sowie Daten-Übermittlung und Rechtfreigabe
- Abstimmungs- & Beratungsgespräche mit der Agentur W & R Imocom

Weiterhin wurde die Fanpage im Facebook [„Lieblingsstadt Eilenburg – Das Beste an Leipzig“](#) erstellt, Beteiligungspakete für Partner konzipiert, und aktuell wird eine Website zur Bewerbung des Wohnstandortes Eilenburg und Bündelung der Angebote entwickelt.

Im Ergebnis der zahlreichen Vorleistungen konnte bereits ein großes Medienecho erzeugt werden. Unter anderem ist über die Kampagne und damit über die Stadt Eilenburg in mehreren Print- und Webmedien berichtet worden:

- DIE WELT: Eilenburg wirbt um neue Zuzügler, 08.06.2016
- Freie Presse: „Das Beste an Leipzig“ – Eilenburg wirbt um neue Zuzügler, 08.06.2016
- Focus Online: „Das Beste an Leipzig“ – Eilenburg wirbt um neue Zuzügler – Auf der Suche nach seinen Vorzügen hat das kleine Eilenburg das große Leipzig entdeckt, 08.06.2016
- BILD: „Das Beste an Leipzig“ – Eilenburg wirbt um neue Zuzügler, 08.06.2016
- Radio Leipzig: Eilenburg wirbt mit provokantem Spruch um Zuzügler, 08.06.2016
- Radio SAW: Eilenburg will von Boomtown Leipzig profitieren, 08.06.2016
- Hitradio RTL: Eilenburg wirbt mit provokantem Spruch um Zuzügler, 08.06.2016
- MDR Sachsen: Eilenburg wirbt mit Leipzig-Slogan, 08.06.2016
- wetter.de: „Das Beste an Leipzig“ – Eilenburg wirbt um neue Zuzügler, 08.06.2016
- arcor.de: „Das Beste an Leipzig“ – Eilenburg wirbt um neue Zuzügler, 08.06.2016
- Nachrichten Online: Wohnstandort-Kampagne – Ganz schön mutig, dieser neue Slogan: „Eilenburg – das Beste an Leipzig“
- Leipziger Internet Zeitung: Eilenburg wirbt mit frecher Standortkampagne um neue Einwohner, 16.06.2016
- LVZ: Ganz schön mutig, dieser Slogan: „Eilenburg – das Beste an Leipzig“, 08.06.2016
- LVZ: Eilenburgs frecher Werbe Slogan sorgt für reichlich Gesprächsstoff, 09.06.2016
- LVZ: Lob und Spott für Eilenburg Slogan „Das Beste an Leipzig“, 18./19.06.2016

Darüber hinaus konnten bereits einige Unterstützer gewonnen werden (u.a. Frankenbrunnen, Talk-Point, die EWVmbH), weitere haben ihre Zusage signalisiert (z.B. die WGE, EBAWE, Stora Enso, Polyplast Compound Werke, Tierpark, Tourismus- und Gewerbeverein, Burgverein).

Allein die Facebook-Präsenz hat innerhalb kurzer Zeit über 300 Fans gefunden und eine Reichweite von über 11.500 erreichten Personen (Stand 29.06.2016) erzeugt. Das allgemeine Interesse der Bevölkerung ist spürbar groß.

Um hier keinen Abbruch der positiven Einstellung zu erfahren, ist die konsequente Fortsetzung der Kampagne wichtig. Hierzu ist der Aufbau der Website [www.lieblingsstadt-eilenburg.de](http://www.lieblingsstadt-eilenburg.de) wichtig, um mit der Online-Präsenz die definierte Zielgruppe zu erreichen und Interesse bei den Sponsoren/Partnern zu wecken.

Zur Finanzierung der kurzfristigen Weiterarbeit sind die in dem Beschlussvorschlag genannten Haushaltsmittel erforderlich. In der Folge wird erwartet, dass weitere Deckungsmittel aus Sponsorengeldern durch Partnerpakete fließen, um die weiteren Maßnahmen zu ermöglichen:

- Betreuung Facebook-Präsenz,
- Erstellung von Printmedien (Flyer)
- Merchandise-Artikel (Aufkleber etc.)
- Präsenz auf der Leipziger Immobilienmesse – Wohnen in der Region – 24./25.09.2016
- Unterhaltung der Online-Präsenz

Für das Jahr 2016 ist insgesamt mit einem weiteren Mittelbedarf für die Kampagne in Höhe von ca. 23.000 € zu rechnen. Dieser wird durch die weiteren Sponsorengelder mit Hilfe von sogenannten Partnerpaketen eingeworben, welche sich wie folgt unterscheiden werden:

- Like – Paket 300 € (Unterstützer-Paket) – jährlich
- Bronze – Paket 500 € (netto) – jährlich
- Silber – Paket 2.000 - 2.500 € – jährlich
- Gold – Paket 6.000 - 7.500 € – jährlich
- Premium – Paket für Hauptpartner der Kampagne (individuelle Maßnahmen)

Die Preise sind abhängig von den verschiedenen Werbemöglichkeiten mit den Partnern in Print-, Online-Medien und Social Media (siehe Anlage 1).

Demnächst werden den Mitgliedern der Arbeitsgruppe sowie bestehenden Interessenten die Pakete vorgestellt und über die Fortführung der Kampagne informiert. Weiterhin können Vertreter der Fraktionen die Workshops wahrnehmen und an der Wohnstandortkampagne mitarbeiten.

Zur Etablierung der Online-Präsenzen wurden die bereits durch die EWV GmbH eingebrachten Gelder i. H. v. 2.000 € eingesetzt.

Die zur Unterstützung der Fortführung der Kampagne benötigten Mittel werden über realisierte Mehreinnahmen im Bereich der Vermietung von städtischen Flächen und Gebäuden bereitgestellt.

finanzielle Auswirkungen	ja <input checked="" type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
--------------------------	--	-------------------------------

Gremium	Abstimmungsergebnis
Stadtausschuss	Ja 7 Nein 0 Enthaltung 1 Befangen 0
Stadtrat der Großen Kreisstadt Eilenburg	