

# Große Kreisstadt Horb am Neckar

## - FACHBEREICH STADTENTWICKLUNG -

Datum  
November 2011

Aktenzeichen  
FB 3 - Penck

Tel.: 07451/901-253  
Fax: 07451/901-210

### **Aufbau eines Horber City-Management Zusammenfassung der bisherigen Ergebnisse**

Die Zukunft der Stadt Horb liegt uns allen am Herzen. Die Herausforderungen und Entwicklungen in der Handelslandschaft und Stadtentwicklung gehen auch an der Stadt Horb nicht vorbei. Deshalb wollen wir dafür sorgen, dass auch das „Kaufhaus Horber Innenstadt“ zu-künftig als Einkaufsort noch stärker wahrgenommen wird. Hierfür soll langfristig in Horb ein City-Management etabliert werden. Zur professionellen Begleitung dieses Vorhabens hat die Stadt Horb die CIMA Beratung + Management GmbH aus Stuttgart beauftragt. Eine nachhaltige Entwicklung der Stadt Horb und insbesondere der Innenstadt ist keine alleinige Aufgabe der politischen Mandatsträger. Vielmehr sind in diesem Projekt alle privaten und öffentlichen Kräfte angesprochen um dem Horber City-Management zu seinem Erfolg zu verhelfen.

Das Projekt hat mit den Expertengesprächen aus Politik, Verwaltung, Immobilieneigentümer, Industrie, Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Gewerbe und Kultur begonnen. Die Ergebnisse, wie auch ein möglicher Modellentwurf eines Horber City-Managements wurden in der öffentlichen Veranstaltung am 03. August 2011 durch die CIMA präsentiert und mit einer breiten Bürgerschaft diskutiert. Die Präsentation der Veranstaltung wurde für Jedermann auf der Homepage der Stadt Horb zur Ansicht und zum download zugänglich gemacht.

Im Anschluss an die öffentliche Diskussion hat der HGV am 08. September 2011 im zusammenwirken mit der Stadt Horb zu einer weiteren Diskussionsveranstaltung eingeladen. Ziel der Verantwortlichen des HGVs war es, den vorliegenden schon öffentlich vorgestellten Modellentwurf zum Horber City-Management im internen Mitgliederkreis des HGVs intensiv zu diskutieren um Chancen und Nutzen, sowie Risiken des Projektes auszuloten. Grundsätzlich wurde ein positives Resümee gezogen – bei allen Risiken sei die Chance einer Umsetzung hin zu einem City-Management so groß wie nie, allerdings muss das „Wir-Gefühl“ weiter gestärkt werden. Dies war Anlass, dass mehrere Interessierte aus dem Mitgliederkreis des HGVs sich zu den beiden weiterführenden Workshops, unter der Moderation der CIMA, zur weiteren Mitarbeit angemeldet haben.

Teilnehmer der beiden Workshops waren neben den Moderatoren der CIMA und Vertretern der Stadtverwaltung folgende Personen: Manfred Bok, Martin Dörr, Jörg Doormann, Dennis Enderle, Bernd Gall, Peter + Nina Geiger, Norbert Heinlein, Klaus Kniesel, Thomas Kreidler, Michaela Manenti, Dietmar Meintel, Frank Prusseit, Heide Raible, Lucia Steimle, Siska Teichert van der Ploeg, Stefan Wiest.



## Aufbau eines City-Managements für Horb – 1. Workshop am 22. September 2011

Themen und Ziele des Workshops: Definition von Zielsetzungen, von Aufgaben, Strukturierung einer möglichen Organisation und Finanzierung dieser, sowie Definition eines Anforderungsprofil für einen City-Manager

### a) Zielsetzungen des City-Managements

die Zielsetzungen der City-Initiative müssen klar sein und Nutzen schaffen

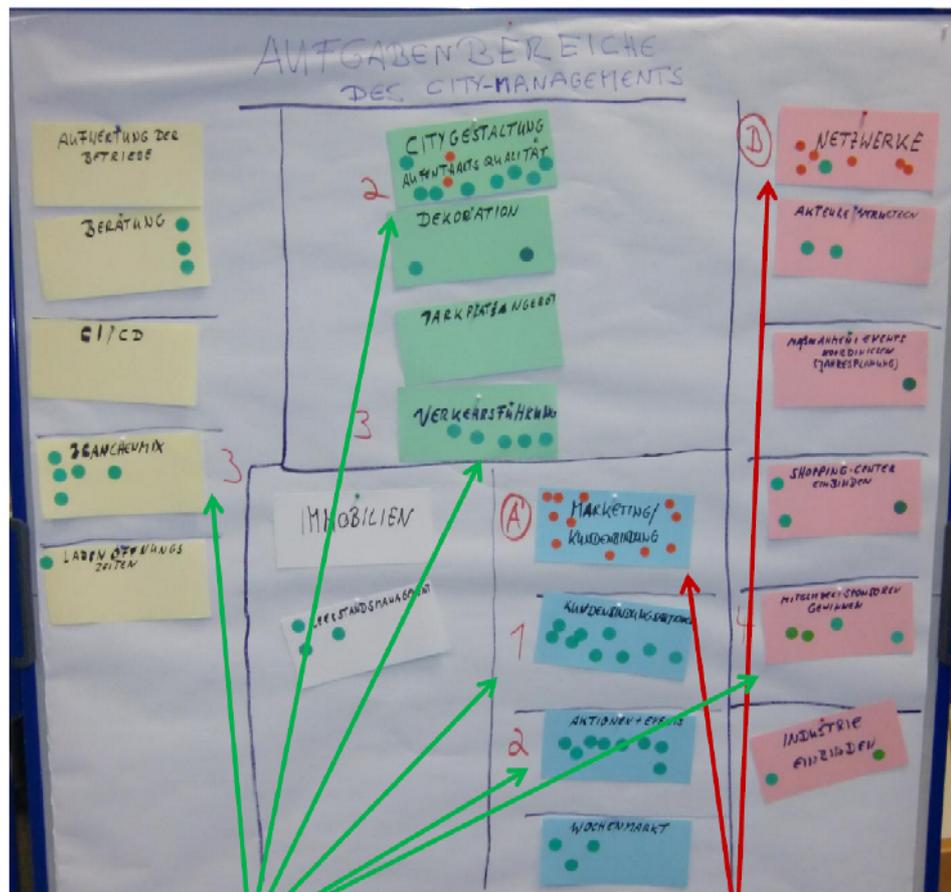
Mit den Teilnehmern wurden nachfolgende Ziele diskutiert und als Grundvoraussetzung für das zukünftige City-Management festgehalten.

- die Horber **Innenstadt** muss **attraktiver** für Besucher werden
- der „rote Faden“/ die **Strategie** bzw. eine stringente Planung müssen erkennbar sein
- der **Nutzen** für alle Beteiligten muss spürbar vorhanden sein:
  - besseres „Wir-Gefühl“ – Begeisterung für mehr Zusammenarbeit und Kooperation wecken -> Gemeinschaft
  - finanzieller Nutzen (mehr Frequenz, Kunden, Aufträge, Umsatz)
  - Vorteile für Mitglieder bei der Nutzung der Angebote der City-Initiative
- das **ehrenamtliche Engagement** muss **entlastet** bzw. das **City-Management professionalisiert** werden

### b) Aufgabenbereiche und wichtige Einzelaufgaben des City-Managements

die Aufgabenbereiche des City-Managements müssen definiert werden

Die Teilnehmer haben auf Zuruf Aufgabenfelder (Aufwertung der Betriebe, City-Gestaltung, Immobilien, Marketing / Kundenbindung, Netzwerke) definiert und diese anschließend Einzelaufgaben zugeordnet. In einem weiteren Schritt wurden diese von den Beteiligten priorisiert.



Rechts nebenstehend die von den Beteiligten definierten Aufgabenfelder, sowie die wichtigsten Einzelaufgaben

Wichtigste Einzelaufgaben (grüne Punkte, bis zu 3):

1. Kundenbindungsaktionen
2. Aktionen/ Events & Aufenthaltsqualität
3. Branchenmix & Verkehrsführung
4. Mitglieder & Sponsoren gewinnen

Wichtigste Aufgabenfelder (rote Punkte, nur 1 Punkt):

- A ) Marketing/ Kundenbindung
- B) Netzwerke

### c) Organisationsmodell und Struktur des HGV

Die zukünftige Organisationsstruktur muss die Zielsetzungen und Aufgabenbereiche widerspiegeln. Das Organisationsmodell des HGV muss den Anforderungen gerecht werden.

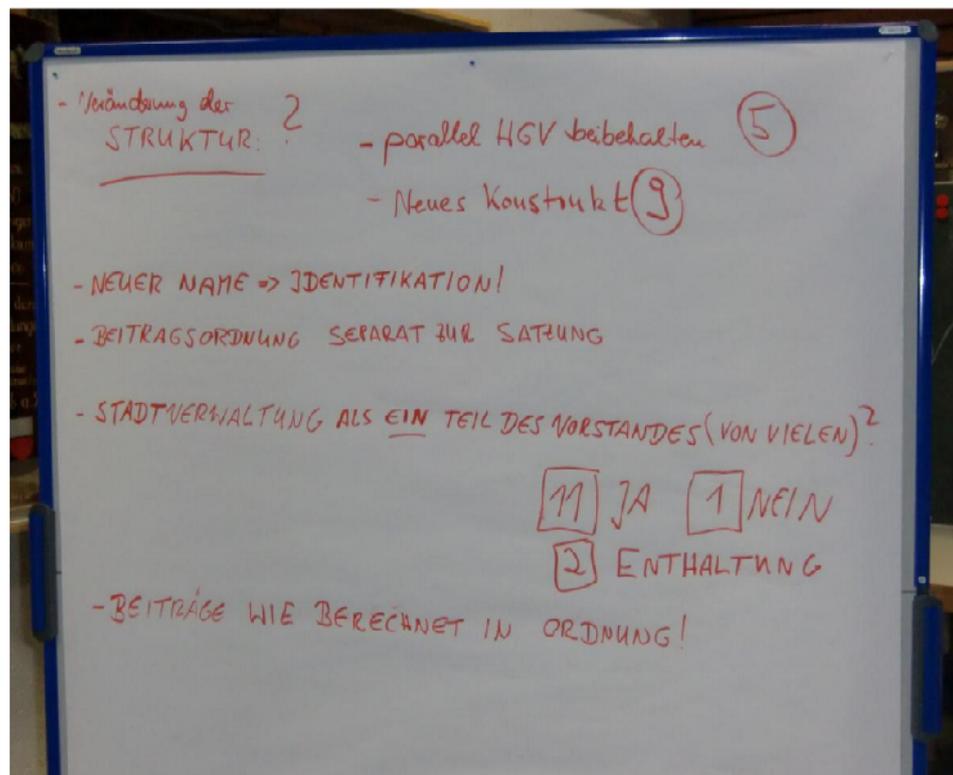
Bei diesem Tagesordnungspunkt wurde mit den Teilnehmern über das grundlegende Organisationsmodell anhand des nachfolgenden Vorschlags der CIMA diskutiert.  
Vorschlag der CIMA: Beibehaltung und Weiterentwicklung des City-Managements in der Rechtsform als Verein.

#### Vorteile:

- Bisherige Struktur kann weiterentwickelt werden: kein neues Konstrukt notwendig
- Gleichberechtigte Mitbestimmung und Mitwirkung aller Mitglieder
- geringere rechts- und steuerliche Auflagen in der Vereinsstruktur gegenüber anderen Rechtsformen
- Zielsetzungen und Aufgaben einfach festzuhalten (Satzung)
- Im Vergleich zur GmbH (häufig als städtische Tochtergesellschaft) größere Möglichkeit zur Einflussnahme durch die privaten Akteure

Grundsätzlich wurde von den Teilnehmern die Rechtsform eines Vereins als bessere Alternative zur GmbH gesehen.

Im Weiteren wurde über die möglichen Eckpfeiler eines City-Vereins bzw. des HGVs diskutiert.



Zur Umsetzung in der Rechtsform eines Vereins stehen zwei Möglichkeiten zur Verfügung:

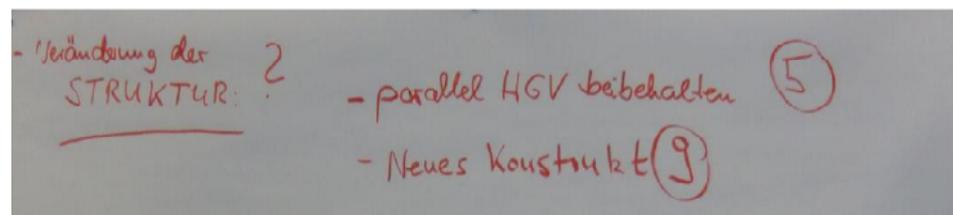
- entweder: Weiterentwicklung des bestehenden HGVs (Anpassung der Satzung)
- oder: Parallelstruktur (Beibehaltung des HGVs zur parallelen neuen City-Initiative)

Die Teilnehmer diskutierten anschließend über die beiden Möglichkeiten, wie eine Umsetzung in der Rechtsform eines Vereins, aussehen könnte.

In der Diskussion ergab sich bei den Mitwirkenden ein uneinheitliches Meinungsbild.

Mehrheitlich

sprachen sich die Teilnehmer jedoch für eine neue Struktur, also einen einzigen Verein, aus.



### Namensgebung:

Die Beteiligten sprachen sich

auch für einen neuen, noch zu findenden Namen aus, der Signalwirkung und Identifikation auch bei bisherigen Nicht-Mitgliedern, entfalten könnte.

- NEUER NAME => IDENTIFIKATION!

Ergänzung der Aufgabenbereiche: Die vorher diskutierten und definierten Aufgabenbereiche eines City-Managements müssten sich noch als Ergänzung in einer Neuen Satzung widerspiegeln, im Sinne einer Anpassung des Vereinszwecks.

### Besetzung des

#### Vorstandes:

In der Gruppe wurde diskutiert, ob die Stadtverwaltung als sogenanntes geborenes

Mitglied, ein Teil unter Vielen, im Vorstand vertreten sein soll. Vorteil wäre die gute Vernetzung mit dem neuen Bereich Stadtmarketing, gleichzeitig sollte aber die Stadt als Co-Finanzier mitreden dürfen aber das City-Management nicht dominieren. Die Mehrheit der Teilnehmer sah dies als unproblematisch und folgerichtig an.

- STADTVERWALTUNG ALS EIN TEIL DES VORSTANDES (VON VIELEN)?

11 JA 1 NEIN  
2 ENTHALTUNG

### Finanzierung:

Für die Finanzierung des City-Managements sind folgende Beiträge und Zielgrößen von der CIMA errechnet.

#### Beitrag Stadt:

für Aktionen + Veranstaltungen, Unterhaltung + Bewirtschaftung von Flächen, sowie Bauhofleistungen (67.000 €)

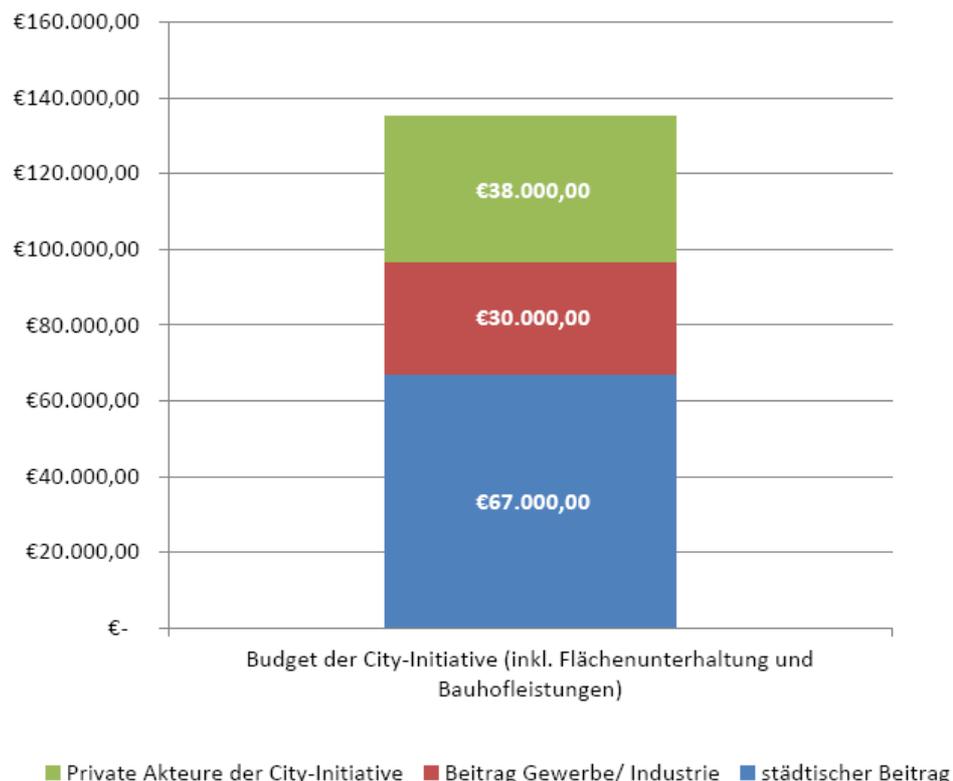
#### Beitrag Gewerbe / Industrie:

ca. 30.000 €

#### Beitrag private

#### Akteure:

Ca. 38.000 €



Es wurde besprochen, dass die Beitrags-

ordnung nicht in der zukünftigen Satzung verankert werden soll und somit unabhängig von der Konstruktion eines Vereinsmodells gesehen werden kann. Eine gesonderte Beitragsordnung muss also separat erarbeitet werden, die auch die Belange der bisherigen HGV-Struktur berücksichtigen soll.

- BEITRAGSORDNUNG SEPARAT ZUR SATZUNG

## d) Anforderungsprofil eines City-Managers

Anforderungsprofil aus Sicht der CIMA mit Ergänzungen aus dem HGV-Workshop 2006

### Aufgaben/ Positionierung:

- Umsetzung der definierten Aufgabenbereiche der City-Initiative
- Sprachrohr und Vertreter des Handels und der weiteren Innenstadtakteure
- Auf Augenhöhe mit der Stadtverwaltung und dem neuen Einkaufscenter  
> gute Kontakte, „nah dran“
- Weitestmögliche Unabhängigkeit (räumlich und personell)
- Kommunikator / Koordinator / Schnittstelle / Kümmerer
- Den „Blickwinkel des Kunden“ im Auge behalten & vermitteln

### Eigenschaften / persönliche Merkmale:

- Kommunikativ
- Erfahren & akzeptiert, souverän, gefestigt (Fachfrau / Fachmann)
- „Praktiker“
- Durchsetzungsfähig, mitreißend, überzeugend, integrativ, Motivator
- Konfliktfähig, unkompliziert, diplomatisch (soziale Kompetenz)

Die Teilnehmer formulierten anhand der Erfahrungen der CIMA mit Ergänzungen aus dem HGV-Workshop 2006, was der City-Manager mitbringen und leisten muss und welche Aufgaben und Eigenschaften aus ihrer Sicht als wichtig angesehen werden.

Rechts nebenstehend die von den Beteiligten favorisierten Aufgabenbereiche die ein City-Manager leisten sollte und die persönlichen Eigenschaften die der City-Manager für seine Aufgabenerledigung mitbringen muss.



**Aufgabenbereiche/ Positionierung (bis zu 2 Punkte)**

1. Kommunikator/ Vernetzer
2. Umsetzung der Aufgabenbereiche
3. Auf Augenhöhe mit Stadtverwaltung und dem neuen Shopping-Center

**Persönliche Eigenschaften (bis zu 2 Punkte):**

1. Konfliktfähig & unkompliziert
2. Mitreißend & überzeugend
3. kommunikativ

## e) Fazit / Ergebnisse aus dem 1. Workshop

Als Ergebnis des 1. Workshops wurde festgestellt, dass fast alle gesteckten Ziele des Workshops erreicht wurden. Als einzige noch zu lösende Frage wurde die zukünftige Struktur des HGVs im Workshop nicht abschließend diskutiert und offen gelassen. Es handelt sich hierbei um die Weiterentwicklung des HGVs und Überführung in eine City-Initiative (Weiterentwicklung der bestehenden Struktur) oder um eine Parallelstruktur (Gründung eines neuen City-Initiativ-Vereins bei gleichzeitigem Fortbestand des HGVs).

Das Fazit aus dem Workshop und vor allem die im Workshop erarbeiteten richtungsweisenden Ergebnisse hat der HGV – Vorstand und Ausschuss – als Auftrag gesehen, sich über die Art und Weise der Zukunft des HGVs weitergehende Gedanken zu machen.

In der kommenden Hauptversammlung wird die Vorstandschaft einen Entwurf für das „Horber Citymanagement“ vorlegen und erläutern, anschließend wird in Arbeitsgruppen des Vorstandes und des Ausschusses eine Satzung und eine Beitragsordnung erarbeitet. Nach Vereinsgründung oder Satzungsänderung kann durch den neuen Verein die Stelle eines City-Managers ausgeschrieben und besetzt werden.

Idee und grundlegendes Ziel eines neuen Vereinskonstrukts des HGVs wird es sein, den jetzigen HGV-Mitgliedern eine Heimat zu bieten, auch zu den bisherigen Beiträgen, und gleichzeitig den zukünftigen Aufgaben eines modernen, zeitgemäßen Horber City-Managements Rechnung zu tragen.

## Aufbau eines City-Managements für Horb – 2. Workshop am 28. September 2011

Themen und Ziele des Workshops: Derzeitige Maßnahmen / Events, Definition von Lücken im Eventkalender und mögliche Ergänzungen, Maßnahmen im City-Management (Kundenbindungsinstrumente, kontinuierliche Kommunikationsmaßnahmen, Service-Maßnahmen für Mitglieder der City-Initiative), Arbeitskreise

### a) Event-Kalender Horb und mögliche Ergänzungen

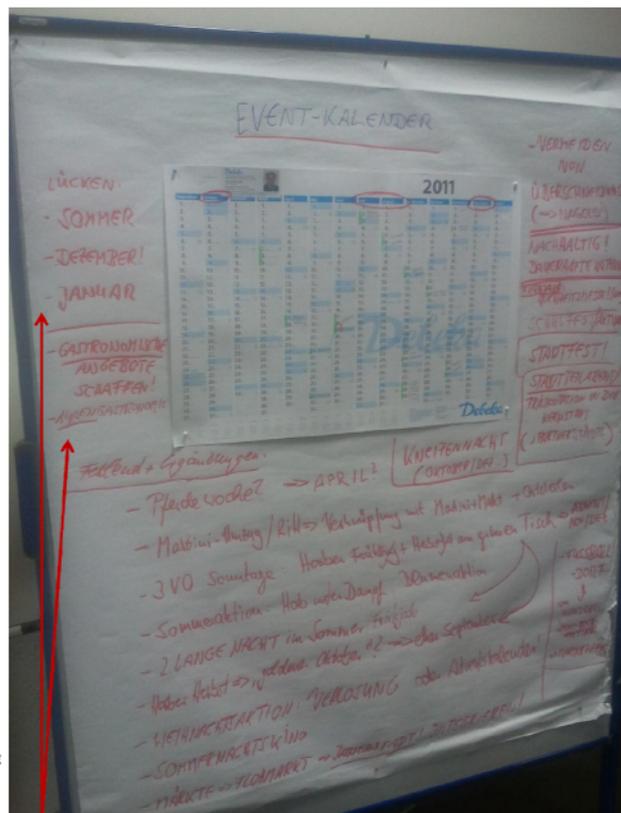
Die Teilnehmer analysierten im aktuellen Event-Jahreskalender die zeitlichen wie die inhaltlichen Lücken, um einem zukünftigen City-Management schon frühzeitig die Richtung zu weisen und einen schnellen Start für einen City-Manager zu ermöglichen. Mögliche Ergänzungen bei Events wurden von den Teilnehmern festgehalten.

#### Mögliche Ergänzungen bei Events:

1. Pferdewoche mit Wiederholung?
2. Verlegung eines/mehrerer verkaufsoffenen Sonntage? → ggf. 1x im September?
3. Stärkere Verknüpfung von Martinimarkt und -umzug/-ritt
4. 2. Lange Nacht der Lichter → im Frühjahr/ Sommer
5. Weihnachtsaktion/-verlosung wieder etablieren
6. Sommernachtskino
7. Flohmarkt in die Innenstadt bringen!
8. Hochzeitsmesse (im Frühjahr)
9. Schulfest
10. Stadtfest
11. StadtTEILfest/-abende → Stadtteile in der Kernstadt präsentieren (wie bei der Gartenschau), ggf. ergänzt durch Partnerstädte

→ wichtig bei allen Aktionen: Überschneidungen von Veranstaltungen in Horb und Umgebung (bspw. Nagold, Freudenstadt) vermeiden!

→ bei Veranstaltungen & Angeboten: auf Nachhaltigkeit achten, wenn möglich dauerhaft etablieren!



#### Zeitliche Lücken:

1. Jahreswechsel (Dezember/ Januar)
2. Sommeraktion (Juli/ August)

#### Inhaltliche Lücken:

1. Gastronomische Angebote ausbauen, auch Außengastronomie

## b) Maßnahmen im Citymanagement

Aus denen von den Teilnehmern im ersten Workshop definierten Aufgabenbereichen des City-Managements wurden von den Beteiligten die folgenden Maßnahmen als wichtig angesehen.



Wichtigste Maßnahmen und Aktionen aus Sicht der Teilnehmer (Abfrage mit 3 Punkten):

1. Ideen und Infos zusammentragen zum Thema Aufenthaltsqualität/ Verkehr
2. Nachnutzung und Wiederaufleben der Gartenschau (Arbeitstitel „Horb blüht weiter“ o.ä.)
  - TOP-Priorität bei den Events
  - Potentiale aus der Gartenschau auch im nächsten Jahr nutzen → viele Akteure möchten daran anknüpfen
  - Darauf achten, dass noch mehr im Innenstadt-Bereich stattfindet
3. Einkaufs-/ City-Gutschein
4. Banner/ Stelen an Ortseingängen mit Werbemöglichkeit für Firmen & Veranstaltungen
5. City-/Serviceakademie Horb (Schulung der Geschäftsinhaber und Angestellten)

Bereich: kontinuierliche Kommunikationsmaßnahmen

6. Banner/ Stelen an Ortseingängen/ markanten Punkten	Priorität	Umsetzungsdauer
<b>Beschreibung &amp; Details der Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Welches Know-How wird benötigt?</li> <li>Abstimmung von Belegung und einheitlichem Design</li> <li>Bannerwerbung für ortsnähe Betriebe und für Veranstaltungen</li> <li>Ziel: Emotionen wecken, Lust auf Einkauf machen, „die Person dahinter sehen“</li> <li>kurzfristig mit vergleichsweise geringem finanziellem Aufwand umsetzbar</li> <li>Dimensionen: ca. 2x3 Meter an 5 - 10 gut frequentierten Punkten in der Stadt Horb (v.a. Ortseingänge &amp; Innenstadt, Gewerbebölgel, Stadtwälle, Kosten ca. 100-150 Euro)</li> </ul>	hoch mittel gering	kurzfristig mittelfristig langfristig
<b>Zuständige Akteure &amp; Beteiligte</b>	Horb-er Betriebe	
<b>Zielgruppen:</b>	Wer soll erreicht/ angesprochen werden? → Bürger und Kunden aus Horb und Umgebung sowie Touristen	
<b>Nutzen für Mitglieder bzw. Nachteile für Trittbrettfahrer:</b>	Wer profitiert? → Betriebe mit Werbung auf den Bannern (günstigere Kosten für Mitglieder bzw. keine/ teurere Möglichkeit zur Teilnahme für Nicht-Mitglieder) → Veranstaltungen werden beworben  Wer informiert? → Alle Geschäftsinhaber und Veranstalter in Horb	
<b>Zeit &amp; Ort</b>	Durchführung von-bis/ am: ganzjährig Ort der Durchführung: an mehreren Stellen	
<b>Kosten/ personeller Aufwand</b>	Für Erstellung der Stelen und Layout & Druck von Plakaten/ Bannern	

Bereich: Service

6. „Horb-er Service-Akademie“	Priorität	Umsetzungsdauer
<b>Beschreibung &amp; Details der Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Welches Know-How wird benötigt?</li> <li>→ ggf. externe Trainer (Bspw. Service-, Verkaufsschulungen) oder Interne Workshops (Schaufensterdekoration, Beleuchtung, einheitliche Markisen etc.)</li> </ul>	hoch mittel gering	kurzfristig mittelfristig langfristig
<b>Zuständige Akteure &amp; Beteiligte</b>	Betriebe in Horb (Betreiber und Angestellte)	
<b>Zielgruppen:</b>	Wer soll erreicht/ angesprochen werden? → für alle Betriebe in Horb (vorrangig Mitglieder)	
<b>Nutzen für Mitglieder bzw. Nachteile für Trittbrettfahrer:</b>	Wer profitiert? → kostenlose bzw. günstige Schulungsmöglichkeit für Mitglieder, teurere Gebühren für Nicht-Mitglieder  Wer informiert? → alle interessierten Betriebe in Horb	
<b>Zeit &amp; Ort</b>	Durchführung von-bis/ am: regelmäßig Veranstaltungsort: wechselnd	
<b>Kosten/ personeller Aufwand</b>	intern günstig/ kostenlos externer Trainer bezahlbar (ca. 800,- € pro Veranstaltung)	

Bereich: Kundenbindungsinstrumente

4. Einkaufs-/City-Gutschein	Priorität	Umsetzungsdauer
<b>Beschreibung &amp; Details der Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gutscheine für Angebote in Horb-er Geschäften</li> </ul>	hoch mittel gering	kurzfristig mittelfristig langfristig
<b>Zuständige Akteure &amp; Beteiligte</b>	Einlösen bei allen Mitgliedern der City-Initiative Einkauf an bestimmten Ausgabestellen Abrechnung: durch Banken/ Sparkassen	
<b>Zielgruppen:</b>	Wer soll erreicht/ angesprochen werden? → Horb-er Bürger/ Kunden aus der Umgebung	
<b>Nutzen für Mitglieder bzw. Nachteile für Trittbrettfahrer:</b>	Wer profitiert? → Alle beteiligten Betriebe aus Handel, Gastronomie, Dienstleistung Vorteil Mitglieder: geringerer Abgabenteil des Erlöses/ Nachteile: höhere Abgabenteil am Erlös oder keine Möglichkeit zur Teilnahme für Nicht-Mitglieder	
<b>Zeit &amp; Ort</b>	Durchführung von-bis/ am: kontinuierlich Veranstaltungsort: in allen bet. Betrieben	
<b>Kosten/ personeller Aufwand</b>	Layout & Druck & Ausgabe & Abrechnung	

Bereich: Kundenbindungsinstrumente

5. Weihnachts-/Auto-Verlosung	Priorität	Umsetzungsdauer
<b>Beschreibung &amp; Details der Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Verlosung</li> </ul>	hoch mittel gering	kurzfristig mittelfristig langfristig
<b>Zuständige Akteure &amp; Beteiligte</b>	Gutscheinverkauf bei allen beteiligten Betrieben	
<b>Zielgruppen:</b>	Wer soll erreicht/ angesprochen werden? → Horb-er Bürger/ Kunden aus der Umgebung	
<b>Nutzen für Mitglieder bzw. Nachteile für Trittbrettfahrer:</b>	Wer profitiert? → Alle beteiligten Betriebe aus Handel, Gastronomie, Dienstleistung Vorteil Mitglieder: geringere Kosten für Werbeflächen auf den Autos/ keine Beteiligungsmöglichkeit für Nicht-Mitglieder bzw. höhere Kosten → Horb als Stadt bietet im Gespräch	
<b>Zeit &amp; Ort</b>	Durchführung von-bis/ am: Weihnachten 2012 Veranstaltungsort: Innenstadt/ Autohäuser	
<b>Kosten/ personeller Aufwand</b>	Leasing gebühren für Autos Werbekosten für Beklebung	

### c) Arbeitskreise

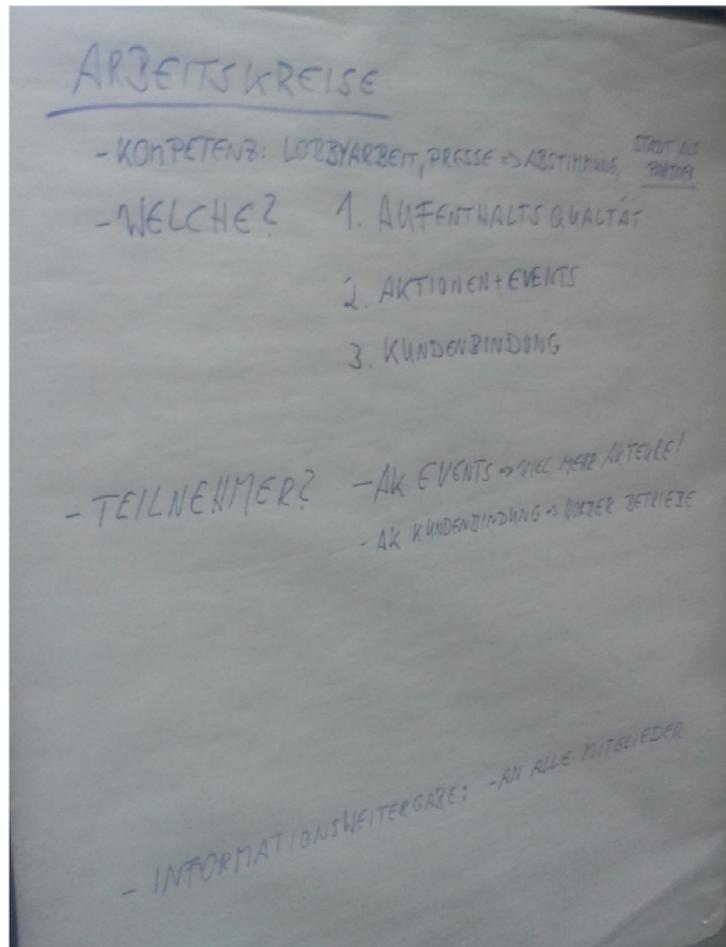
Der City-Manager wird zukünftig nicht alleine die Belange der Mitglieder erarbeiten, sondern er wird sinnvollerweise die in Arbeitskreisen erarbeiteten Inhalte in einem zukünftigen Vorstand vertreten.

Für welche Aufgabenbereiche werden Arbeitskreise notwendig, um dauerhaft informieren und vernetzen zu können?

Welche Maßnahmen & Inhalte müssen abgestimmt werden?

- Wer sitzt in den Arbeitskreisen?
- Wie oft treffen sich die jeweiligen Arbeitskreise?
- Wie und an wen müssen die Informationen anschließend weiterverteilt werden, um ALLE zu informieren?

Rechts nebenstehend die von den Beteiligten favorisierten Arbeitskreise, die an den AKs teilnehmenden Personen und die Art, wie die Informationen weiter geleitet werden sollten.



- 3 Arbeitskreise sinnvoll:
  - 1. AK: Aufenthaltsqualität
  - 2. AK: Aktionen & Events
  - 3. AK: Kundenbindungsinstrumente
- Teilnehmer: insb. im AK Aktionen/ Events Einbindung vieler Akteure/ Gruppen notwendig
- Informationsweitergabe aus allen Arbeitsgruppen: möglichst häufig und an alle Mitglieder (Newsletter, Rundbrief)

Als Ausblick wurden im 2. Workshop die nächsten Schritte in die Umsetzung des City-Managements aufgezeigt

#### 1. Umstrukturierung HGV?

- Vorüberlegungen in kleiner Runde (mit HGV-Vorstand, ggf. Experten zum Vereinsrecht hinzuziehen) zur Weiterentwicklung: Parallelstruktur oder Fortbestand und Umstrukturierung des bestehenden Vereins?
- Mitgliederversammlung des HGVs
- dann ggf. Gründung des neuen Vereins bzw. Weiterentwicklung des bestehenden HGV
- dann Mitglieder-/Gründungsversammlung und Wahl des Vorstandes

#### 2. Ausschreibung der Stelle des City-Managers und Besetzung des Auswahlgremiums

#### 3. Umsetzungsbegleitung:

- Coaching & Begleitung des City-Managers bei der Umsetzung der erarbeiteten Maßnahmen