



## **Leistungsbeschreibung für die Erarbeitung und Umsetzung einer Imagekampagne zur Vermarktung des Leerstandes der Großen Kreisstadt Zittau**

Stand: 12.06.2025

Maßnahmennummer: ZSG\_ZIZ\_11\_06\_2025

## Inhalt

1. Einleitung und Hintergrund .....	3
2. Ziele der Ausschreibung/Imagekampagne.....	3
3. Gegenstand der Ausschreibung, Herangehensweise .....	3
4. Rahmenbedingungen .....	4
5. Bewertungskriterien .....	4
6. Ansprechpartner .....	5

## 1. Einleitung und Hintergrund

Die Große Kreisstadt Zittau steht vor der Herausforderung, die Attraktivität und Funktionalität ihrer Innenstadt angesichts des demografischen Wandels, veränderter Konsumgewohnheiten und zunehmender Leerstände langfristig zu sichern. Die Innenstadt Zittaus ist geprägt von einer historischen Bausubstanz (wesentlicher Anteil denkmalgeschützter Bauten, Freiflächen und Parks). Als Mittelzentrum und Hochschulstandort bietet die Große Kreisstadt ein vielseitiges Angebot in der Region.

Trotz dieser Stärken sind insbesondere gewerblich nutzbare Erdgeschossflächen in den letzten Jahren vermehrt von Leerstand betroffen. Diese Entwicklung beeinträchtigt nicht nur das Stadtbild, sondern auch die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und die Aufenthaltsqualität im Zentrum.

Zur aktiven Belegung und Reaktivierung der Innenstadt hatte sich die Stadt Zittau für das Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) erfolgreich beworben. Im Rahmen dieses Programms plant die Stadt die Erarbeitung einer professionellen Imagekampagne, die leerstehende Objekte sichtbar macht, neues Interesse weckt und Zittaus Innenstadt als attraktiven Ort zum Leben, Arbeiten und Investieren positioniert.

Die vorliegende Ausschreibung richtet sich an erfahrene Agenturen, Kreativteams oder Projektgemeinschaften, die durch innovative Kommunikationsstrategien zur Stärkung des Innenstadtimages beitragen und gemeinsam mit lokalen Akteuren neue Perspektiven für eine zukunftsfähige Stadtentwicklung eröffnen möchten.

## 2. Ziele der Ausschreibung/Imagekampagne

Die Stadt Zittau beabsichtigt, eine umfassende Imagekampagne zu entwickeln, die darauf abzielt, den Leerstand in der Stadt ansprechend zu präsentieren und potenziellen Nutzern und Investoren wie Unternehmern, Privatpersonen, Kreativwirtschaftlern u. a. attraktive Perspektiven im Immobilienbestand aufzuzeigen. Ziel der Kampagne ist es, dass Nutzungspotenzial der verfügbaren Immobilien in Regionen mit angespannten Immobilienmärkten in Deutschland zu verdeutlichen/zu bewerben, das Thema Leerstand aktiv anzugehen und die Stadt als lebenswerten Standort für Handel, Gastronomie und Dienstleistungen zu positionieren.

## 3. Gegenstand der Ausschreibung, Herangehensweise

Gegenstand der Ausschreibung ist das LVZ, welche der Ausschreibung angehängt ist.

Mit der Erarbeitung der Imagekampagne müssen nachfolgende Arbeitspakete erarbeitet werden:

- AP1: Bestandsaufnahme und Analyse  
Analyse der aktuellen Wahrnehmung der Zittauer Innenstadt (z. B. Stärken-Schwächen-Profil)  
Zielgruppenanalyse (z. B. Investoren, Gründer)  
Sichtung bestehender Kommunikations- und Marketingmaßnahmen  
Einbindung relevanter Akteure (z. B. Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Eigentümer)  
Sichtung der durch den Auftragnehmer zur Verfügung gestellten Objekte welche vermarktet werden sollen
- AP2: Entwicklung einer Image- und Kommunikationsstrategie  
Entwicklung eines Slogans oder Claims  
Festlegung geeigneter Kommunikationskanäle (z. B. Social Media, Print, Events)  
Gestaltung eines Corporate Designs / einer Kampagnenidentität
- AP3: Maßnahmenplanung und Kampagnenkonzept  
Konzeption konkreter Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Plakatkampagnen, Videoinhalte, temporäre Aktionen im Leerstand)  
Zeit- und Maßnahmenplan  
Empfehlung für priorisierte Maßnahmen nach Budget, Wirkung und Umsetzbarkeit

- AP4: Umsetzung der Maßnahmenplanung und des Kampagnenkonzepts in Abstimmung mit den durch den Auftragnehmer priorisierten Maßnahmen

Die Erarbeitung der Arbeitspakete muss in ständiger Abstimmung mit dem Auftraggeber erfolgen. Der Citymanager der Stadt ist zwingend in die Bearbeitung einzubinden.

#### 4. Rahmenbedingungen

Die Finanzierung der Leistung wird gefördert durch das *Bundesministerium für Bau-, Stadt- und Raumforschung* im Rahmen des Fördervorhabens *Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren*. Die Rahmenbedingungen ergeben sich hauptsächlich aus den Vorgaben des Förderprogramms.

Folgende Rahmenbedingungen sind zu beachten:

- der Gesamtpreis inkl. Maßnahmenumsetzung darf 50.000,00€ nicht übersteigen
  - o Es ist darauf zu achten, dass ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Kosten für die Erarbeitung der Arbeitspakete 1 bis 3 und den Kosten für die Umsetzung der Maßnahmen besteht. Daher sollen die Kosten der Arbeitspakete 1 bis 3 40% bis 50% der Gesamtkosten nicht übersteigen.
  - o Auf Grund dessen wird bei der Bewertung der Angebote nur der Preis für die Arbeitspakete 1 bis 3 in die Bewertung aufgenommen.
- die Leistung ist bis zum 11.09.2025 zu erbringen.

Der Auftragnehmer sollte die Eignung entsprechend durch Referenzen der letzten drei Jahre nachweisen können.

#### 5. Bewertungskriterien

Auf Grund der Festlegung eines Maximalpreises wird dieser nur untergeordnet bewertet. Mit der Abgabe des Angebots soll eine Präsentation mit abgegeben werden, welche die Schritte der Erarbeitung der Kampagne kreativ darstellt.

Zuschlagskriterien:

Bewertungskriterien	Wichtung %
Formale Ausschreibungskriterien (Nichterfüllung führt zum Ausschluss)	
Einhaltung der Angebotsfrist (Nichterfüllung führt zum Ausschluss), Vollständigkeit der Unterlagen	
Fachliche Befähigung	45
Leistungsfähigkeit und fachliche Eignung (bearbeitende Personen und deren Fachkompetenzen, Referenzen zu vergleichbaren Aufträgen der letzten drei Jahre)	10
Methodisches Vorgehen und Bearbeitungsverfahren (Verfahrensvorschlag, Zeitplanung mit kurzfristiger Umsetzbarkeit, Darstellung der Zusammenarbeit etc.)	30
Bietergespräch	15
Vorstellung der Leistung und Vorgehensweise	20
Vergütung	40
Gesamt-Nettohonorar Arbeitspakete 1 bis 3	40

Auftraggeber: Zittauer Stadtentwicklungsgesellschaft mbH  
Leistungsbeschreibung: Ausarbeitung einer Imagekampagne

### Angebotsabgabe und Anfragen

Bitte übermitteln Sie das **vollständige Angebot** in **digitaler Form über eVergabe** (<https://www.evergabe-online.de>)

- Anlage 1 Leistungsverzeichnis
- Anlage 2 Wettbewerbsbedingungen
- Anlage 3 Eigenerklärung
- Verfahrensvorschlag
- Referenzen der letzten drei Jahre

Anfragen zur Ausschreibung können nur dann beantwortet werden, wenn diese über die Vergabepattform direkt gestellt werden.

## 6. Ansprechpartner

Zittauer Stadtentwicklungsgesellschaft mbH  
Innere Weberstraße 34  
028276 Zittau

Moritz Dieterich  
Leiter Regional- und Stadtentwicklung  
[m.dieterich@stadtentwicklung-zittau.de](mailto:m.dieterich@stadtentwicklung-zittau.de)  
03583 7788-20

## 7 Zeitplan

Die erste Abstimmung zwischen dem Auftraggeber und Auftragnehmer ist vor Leistungsbeginn und unmittelbar nach der Auftragserteilung durchzuführen.

Arbeitsschritt	Termin
Angebotsfrist	30.06.2025
Bietergespräche	03./04.07.2025
Ablauf der Zuschlags- und Bindefrist	11.07.2025
Erste Abstimmung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer	16.07.2025
Abschlussbericht und Abrechnung	11.09.2025

Es werden im Monat jeweils mindestens ein Jourfix mit dem Auftraggeber stattfinden.