



Beschlussvorlage Nr. VI-DS-02706

Status: öffentlich

Beratungsfolge:

Gremium

Termin

Zuständigkeit

Dienstberatung des Oberbürgermeisters

Fachausschuss Finanzen

Fachausschuss Sport

Fachausschuss Wirtschaft und Arbeit

Fachausschuss Kultur

Ratsversammlung

22.06.2016

Beschlussfassung

Eingereicht von

Dezernat Finanzen

Dezernat Kultur

Betreff

Konzept zur künftigen Ausrichtung des Vereins "Leipzig - Wir sind die Stadt e.V."

Beschlussvorschlag:

1. Die Ratsversammlung nimmt das Konzept zur künftigen Ausrichtung des Vereins „Leipzig – Wir sind die Stadt e.V.“ zur Kenntnis.
2. Die Ratsversammlung bestätigt zur Umsetzung der sich aus dem Konzept ergebenden Ziele der künftigen Vereinsarbeit eine institutionelle Förderung für 3 Jahre (in Anlehnung der Förderung soziokultureller Zentren) in Höhe von 144 T€, 2016 anteilig 72 T€. Die Mittel für 2017 ff werden vorbehaltlich des Stadtratsbeschlusses zum Doppelhaushalt 2017/18 bereitgestellt.
3. Die außerplanmäßigen Aufwendungen nach § 79 (1) SächsGemO für das Haushaltsjahr 2016 i.H.v. 72.000 € im PSP-Element „Leipzig 2015“ (1.100.11.1.1.02.22.01) werden bestätigt. Die Deckung erfolgt aus dem PSP-Element Steuer, allg. Zuweisungen, allg. Umlagen (1.100.61.1.0.01.01), Sachkonto sonstige allgemeine Zuweisungen vom Land (3131 0000).
4. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, eine Förder- und Kooperationsvereinbarung mit dem Verein zu schließen.
5. Eine Evaluation bezüglich Nutzen und Wirtschaftlichkeit erfolgt aller 3 Jahre.

Prüfung der Übereinstimmung mit den strategischen Zielen:

nicht relevant

Finanzielle Auswirkungen		nein	☐	wenn ja,
Kostengünstigere Alternativen geprüft	☐	nein	☐	ja, Ergebnis siehe Anlage zur Begründung
Folgen bei Ablehnung	☐	nein	☐	ja, Erläuterung siehe Anlage zur Begründung
Handelt es sich um eine Investition (damit aktivierungspflichtig)?	☐	nein	☐	ja, Erläuterung siehe Anlage zur Begründung

Im Haushalt wirksam	von	bis	Höhe in EUR	wo veranschlagt
Ergebnishaushalt	Erträge			1.100.61.1.0.01.01
	07.16	12.16	72.000	
		2017	144.000	
	Aufwendungen			1.100.11.1.1.02.22.01
		2018	144.000	
	01.16	06.19	72.000	
Finanzhaushalt	Einzahlungen			
	Auszahlungen			
Entstehen Folgekosten oder Einsparungen?		nein	☐	wenn ja,

Folgekosten Einsparungen wirksam	von	bis	Höhe in EUR (jährlich)	wo veranschlagt
Zu Lasten anderer OE	Ergeb. HH Erträge			
	Ergeb. HH Aufwand			
Nach Durchführung der Maßnahme zu erwarten	Ergeb. HH Erträge			
	Ergeb. HH Aufwand (ohne Abschreibungen)			
	Ergeb. HH Aufwand aus jährl. Abschreibungen			

Auswirkungen auf den Stellenplan	☐	nein	☐	wenn ja,
Beantragte Stellenerweiterung:	Vorgesehener Stellenabbau:			
Beteiligung Personalrat	☐	nein	☐	ja,

Konzept zur künftigen Ausrichtung des Vereins „Leipzig – Wir sind die Stadt e.V.“

1. Ausgangslage

Leipzig ist eine Stadt im Wachstum – geprägt von Zuzug, expandierender Wirtschaft, Innovationen, einer großen Historie und Ausstrahlung weit über die Stadtgrenzen hinaus. Events wie die Buchmesse oder das Wave-Gotik-Treffen erreichen eine hohe Strahlkraft. Kleinere Veranstaltungen wie Stadtteilstefen haben einen starken Rückhalt in der Bürgerschaft und werden von dieser gelebt.

Im Jahr 2015 feierte Leipzig 1.000 Jahre urkundliche Ersterwähnung. Eingebettet waren in das Festjahr mehr als 400 Veranstaltungen – vom Fußballturnier über Konzerte, Ausstellungen bis hin zu Bürgerfesten. Für die Administration und Koordinierung sowie Durchführung wurde ein Verein gegründet, der aktuell knapp 1.000 Mitglieder hat. Darunter befinden sich neben Privatpersonen auch Firmen sowie Institutionen.

Dem Verein gelang es, ein umfangreiches Netzwerk in verschiedenen Bereichen auf- und auszubauen. Die breite gesellschaftliche Verankerung in der Leipziger Bürgerschaft zeigte sich in den vielfältigen Veranstaltungen, die neben einem ausgeprägten Eventcharakter wie dem StadtFestSpiel auch thematisch und -zielgruppenspezielle Ausrichtungen aufwiesen und durch die Unterstützung der Vereinsmitglieder zu einem Erfolg wurden.

Unter dem Namen „Leipzig – Wir sind die Stadt e.V.“ soll das gewonnene Knowhow unter anderem für die Durchführung von Events, die konzeptionelle Erarbeitung von Veranstaltungen, die zu Leipzig passen und eine identitätsstiftende Wirkung haben, die stärkere Verankerung von bereits bestehenden Events und die Akquise von Großveranstaltungen weiter genutzt werden.

2. Ziele

Aus den gemachten Ausführungen ergeben sich verschiedene Anknüpfungspunkte. Zum einen kann der Verein durch sein breites Netzwerk innerhalb der Bürgerschaft Projekte, die ins Leben gerufen wurden, mit Leben erfüllen. Dies geschah beispielsweise im Festjahr 2015 mit der Notenspur Nacht der Hausmusik, die auch 2016 mit Unterstützung des Vereins wieder stattfinden wird. Zum anderen konnte der Imagegewinn Leipzigs neben Veranstaltungen durch PR-Kampagnen und einmalige Aktionen gesteigert werden. Für die Zukunft ist die Konzeptionierung von Leipzig-spezifischen Formaten denkbar, die anders als sportliche, kirchliche oder wissenschaftliche Großveranstaltungen anhaltend mit Leipzig verbunden bleiben.

Leipzigs Vielfalt zeigte sich ebenfalls im Festjahr. Dabei konnte festgestellt werden, dass kleine Veranstaltungen genau wie große Events von der Bürgerschaft belebt und gelebt werden. Allein das Engagement beim Längsten Bürgerfest der Region übertraf alle Erwartungen. In 184 Tagen fanden 226 Veranstaltungen statt, von 95 Ortsteilen beteiligten sich 84.

Genau diese Energie und das Bekenntnis zur Stadt gilt es weiterhin zu nutzen. Mit Hilfe des Vereins kann die Verortung von verschiedenen Veranstaltungen und Events innerhalb der Gesellschaft gestärkt sowie gefördert werden und somit zu ihrem Erfolg beitragen. Dies hat Gültigkeit für etablierte genau wie für die Ideensuche und Umsetzung von neuen Veranstaltungen.

Im Focus steht übergreifend die Verbindung von bürgerschaftlichen Engagement, Imagebildung, Corporate Identity-Entwicklung und Passfähigkeit der Veranstaltung zur Stadt Leipzig und seiner Bürgerschaft.

3. Zielumsetzung

3.1. Zentrales Bindeglied Verein

Der Verein soll weiterhin als Ansprechpartner für Veranstalter und Institutionen dienen. Konzeptionelle Arbeit hinsichtlich neuer Projekte, Kampagnen und Veranstaltungen kommt hinzu.

Außerdem kann der Verein als Organisationseinheit zur Akquise von Großveranstaltungen genutzt werden. Dies wird in enger Abstimmung mit der Stadt Leipzig sowie allen relevanten Institutionen, Vereinen und Initiativen durchgeführt. Dies bedeutet eine weiterführende Nutzung der verschiedenen Netzwerke für eine gehobene Form des Standortmarketings sowie eine stetig steigende Sicherung der Veranstaltungsqualität.

Als Beispiel wird ab Punkt 4.3. ein mögliches Prozedere für die Gewinnung von Großveranstaltungen dargestellt. Analog kann man die Ideenfindung und Umsetzung auf andere Veranstaltungsformate übertragen. Wichtig ist die Nutzung des Knowhows aller Vereinsmitglieder, um Veranstaltungen für Leipzig zu gewinnen. Dieser Anspruch bedeutet nicht, sich in Beliebigkeit zu verlieren.

3.2. Einbindung Mitglieder

Der Verein besitzt etwa 1.000 Mitglieder. Dazu gehören Privatpersonen genauso wie Unternehmen und Institutionen. Darunter befinden sich viele Akteure aus dem Veranstaltungs- und Kongresswesen der Stadt. Das fachliche Knowhow in den eigenen Reihen ist stark ausgeprägt und kann jederzeit abgerufen und integriert werden. Die ausgeprägte Bereitschaft der Leipziger Bürgerschaft zum Engagement für ihre Stadt wurde im Festjahr 2015 eindrucksvoll gezeigt. Hier bietet sich eine herausragende Möglichkeit über die Privat-Mitglieder eine Volontäre-Akquise für andere Veranstaltungen zu betreiben. Der Vorstand des Vereins setzt sich bereits aus den wichtigsten Playern der Akquise von Großveranstaltungen zusammen.

Wie im Jahr 2015 gezeigt, kann durch die Mitarbeit der Mitglieder ein Mehrwert für Leipzig geschaffen werden. Die Beteiligung der Bürgerschaft im Festjahr beispielsweise durch Mitarbeit, das Einbringen von Ideen, finanzielle Unterstützung kann mit dem Adjektiv herausragend bezeichnet werden. Die Nutzung dieser Ressource für die Zukunft Leipzigs ist logisch.

3.3. Einbindung Wirtschaft

Bereits zum jetzigen Zeitpunkt ist der Verein mit aktiven Wirtschaftsnetzwerken verknüpft. Dabei werden eigene Plattformen genutzt oder durch die Mitgliedschaft anderer Netzwerke im Verein ein Multiplikatoreneffekt erzielt. Lobbyarbeit ist somit auf einem ausgeprägt hohem Niveau möglich. Zudem gibt es eine fruchtbare Zusammenarbeit mit Kammern, Universitäten und Verbänden. Der ausgeprägte Netzwerkgedanke bietet zusätzliche Impulse für ein Qualitätsmanagement auf höchstem Niveau.

3.4. Einbindung Kunst und Kultur

In den Jahren 2014 und 2015 konnte eine enge Vernetzung mit dem Dezernat Kultur sowie mit verschiedenen Veranstaltern und Organisatoren hergestellt werden. Die enge Zusammenarbeit und das dabei erworbene Vertrauen sind die Basis für einen erfolgreichen Ausbau der Veranstaltungsstruktur in Leipzig und der Region.

3.5. Struktur

Der Verein ist schon heute eine Schnittstelle zwischen Veranstaltern, Vereinen, Institutionen und der Stadtverwaltung. Er kann logistische und administrative Unterstützung leisten. Die Spannweite umfasst periphere Hilfe bis hin zu einer zentralen Einheit für die Veranstaltungsdurchführung.

4. Aufgaben des Vereins

Der Verein kann in unterschiedlichen Bereichen tätig werden, die nachfolgend geschildert werden.

4.1. Stadt- und Institutionsübergreifende Koordination

Die Erfahrung aus dem Festjahr hat gezeigt, dass durch die feste Anlaufstelle im Verein Knowhow gebündelt werden konnte. Bürgeranfragen wurden bearbeitet, Ideen aufgenommen und geprüft. Die Weiterführung der Vereinsstruktur ermöglicht außerdem den Zugriff auf bestehende Mailverteiler, eine Homepage (die nur geringer und damit budgetfreundlicher Veränderung bedarf) mit einem Veranstaltungskalender, einen Onlineshop sowie die Möglichkeit für grafische Arbeiten.

4.2. Einbindung Bürgerschaft

In Deutschland, so die Statistik, ist jeder/jede Dritte Mitglied in einem Verein. Das Engagement der Leipziger für ihre Stadt soll genutzt werden. Als Beispiele können hier angeführt werden:

- Einsatz als Volunteers bei Veranstaltungen
- kommunikative Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen
- Unterstützung beim Fundraising für Events (vor allem durch die institutionellen Mitglieder)
- Recherche zu unterschiedlichen Themen und damit Unterstützung von aktuellen Projekten in der Stadt
- gemeinsame Workshops, bei denen Themenpräferenzen der Mitglieder erörtert werden und in mögliche Aktionen und Veranstaltungen entweder eingegliedert oder neu entwickelt werden
- Unterstützung von verschiedenen ehrenamtlichen Projekten in der Stadt.

4.3. Einbindung weiterer Partner

Die meisten durchgeführten und/oder sich in Umsetzung und/oder Planung befindlichen Großveranstaltungen wurden meist durch die gleichen Partner begleitet. Vor allem die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, die Leipziger Messe, die Stadt Leipzig - Dezernat Umwelt, Ordnung, Sport, die Stadt Leipzig - Dezernat Kultur und der Leipzig 2015 e.V. sind als treibende Kräfte für ihr Themengebiet aktiv gewesen.

Als Beispiele vergangener und zukünftiger Großveranstaltungen sind exemplarisch zu nennen:

International Transport Forum – ITF 2008-2016, 800 Jahre THOMANA – 2012, 200. Geburtstag Richard Wagner – 2013, World Skills – 2013, 25. Jahre friedliche Revolution – 2014, Hallenhockey WM – 2015, 1.000 Jahre Ersterwähnung Leipzigs – 2015, Katholikentag – 2016, Kirchentag auf dem Weg – 2017, Deutsche Leichtathletik-Meisterschaft – 2017, Deutsches Turnfest - 2021.

5. Konzeption der Arbeitsweise für die Veranstaltungsgewinnung

5.1.1 Beispiel: Akquise von Großveranstaltungen

In den folgenden Punkten soll ein Exkurs zum Thema Großveranstaltungen ein mögliches Tätigkeitsfeld des Vereins ausführlich aufzeigen. In der Vergangenheit haben sich die Stadt Leipzig und die Leipziger Messe an zahlreichen Ausschreibungen beteiligt, um Großveranstaltungen unterschiedlichster thematischer Ausrichtungen für Leipzig zu gewinnen und damit nachhaltig positive Aspekte für Leipzig vor allem hinsichtlich Wirtschaft und Image zu sichern.

Auch Bewerbungen, die nicht erfolgreich waren (ILA 2012), haben gezeigt, welche Potentiale die Region Leipzig hat, wenn Bewerbungen um Großveranstaltungen konsequent, abgestimmt und professionell durchgeführt werden.

Insbesondere die 2013 durchgeführten WorldSkills haben den unmittelbaren Effekt von (internationalen) Großveranstaltungen spürbar gemacht und auch den Respekt vor solchen Projekte relativiert.

Um diese Erfolge weiterzuführen und neue Großveranstaltungen für den Standort Leipzig zu gewinnen, gilt es eine gemeinsame, einheitliche und abgestimmte Bewerbungsstrategie und Organisationsstruktur festzulegen. Dafür bedarf es enger Kontakte zu Veranstaltern. Gleichzeitig muss eine emotionale Bindung zu Leipzig hergestellt oder ausgebaut werden. Feste

Ansprechpartner machen den Organisatoren von Großveranstaltungen die Entscheidung für Leipzig einfacher.

5.1.2 Bedeutung von Großveranstaltungen

Wertschöpfungspotentiale von Großveranstaltungen lassen sich direkt und indirekt darstellen.

Das Hauptaugenmerk bei der Bewertung von Großveranstaltungen liegt dabei auf der Umwegrentabilität. Darunter versteht man den Umstand, dass der indirekte Nutzen einer Großveranstaltung oder einer bedeutenden touristischen, kulturellen oder infrastrukturellen Einrichtung für eine Kommune diese insgesamt rentabel macht.

Sportereignisse, Konzerte, Messen, Freizeitparks, Museen und andere Veranstaltungen und Einrichtungen tragen sich häufig nicht alleine aus den Eintrittsgeldern, Standgebühren usw. Öffentliche Geldgeber sowie private Interessensgruppen geben Zuschüsse in der Erwartung, über Umwege eine Refinanzierung zu erhalten. Hierbei spielen die Auslastung der Hotels, die Frequenz in gastronomischen Einrichtungen sowie die Auslastung im Einzelhandel eine bedeutende Rolle.

Eine Umwegrentabilität im weiteren Sinne ergibt sich aus der allgemeinen Steigerung der Lebensqualität in der betreffenden Region, welche potentiell Abwanderungstendenzen bremsen oder sogar umkehren kann. Neben den Nutzern profitieren auch die direkt oder bei Dienstleistern Beschäftigten von einer entsprechenden Veranstaltung bzw. Einrichtung. Die Einheimischen sind als Fachkräfte, Steuerzahler und Konsumenten für die wirtschaftliche Situation einer Region von großer Bedeutung, weshalb die Steigerung der allgemeinen Attraktivität der Region als nützlich angesehen und gegebenenfalls gefördert wird. Hier sind zumeist die öffentlichen Geldgeber gefordert. Auch zahlreiche Stiftungen und Vereinigungen widmen sich solchen Aufgaben

Eine Übersicht zu wirtschaftlichen Effekten von Messen und Kongresse gibt dazu die Anlage 1. Die ausgewiesenen Zahlen resultieren allein und nur aus den auf der Leipziger Messe durchgeführten Veranstaltungen.

Für Leipzig spricht der LTM von 185,60 € pro Kopf und Tag, die jeder Übernachtungsgast direkt in Leipzig ausgibt. Für einen Tagesbesucher kann eine durchschnittliche Summe von 48,50 Euro angenommen werden. Nicht zu vernachlässigen sind Mehrfachbesucher, die durch dienstliche Berührungspunkte zu weiteren Besuchen in der Stadt animiert werden.

Hinzu kommen Außendarstellung, Imagegewinn und Werbung, wenn beispielsweise bis zu 900 akkreditierte Journalisten zum Katholikentag etwa 10.000 Beiträge in Medien aller Sparten und täglicher Präsenz auf allen Sendern garantieren. Die Medialeistung würde in solchen Fällen einen Betrag erreichen, der die Millionengrenze überschreitet.

Jede durchgeführte Großveranstaltung beinhaltet unweigerlich auch Investitionen in die Infrastruktur. Neben dem kommunalen Bereich wie Straßen und Plätze sind hierbei auch Investitionen in Veranstaltungsorte und Ausstattung zu betrachten. Nicht zu vernachlässigen sind dabei die steigenden Kompetenzen der Dienstleister und betreuenden Ämter durch Erfahrungen aus neuen Veranstaltungsformen.

5.1.3 Rahmenbedingungen

Im Fokus sollen dabei die vorher festgelegten Rahmenbedingungen für die Nützlichkeit von Großveranstaltungen stehen:

- Applikation vorhandener Ressourcen und Kompetenzen in Leipzig, die in der Gesamtheit ein für Veranstalter schlüssiges Ganzes ergeben: Stadt Leipzig, Institutionen, hinsichtlich der Veranstaltung fachbezogene Vereine und Einrichtungen, Leipziger Messe
- Ziel-Zeiträume: ganzjährig mit Focus auf veranstaltungsarme Zeiten
- Erhöhung der Auslastung der Hotellerie, d.h. Großveranstaltungen mit mehreren 1.000 Teilnehmern, Besuchern und Übernachtungsgästen
- Effekte für Gastronomie und Einzelhandel
- nationale und internationale Medienwirksamkeit

- Imageverbesserung und Positionierung der Stadt Leipzig als idealer Austragungsort für nationale und internationale Großveranstaltungen.

5.2. Arbeitsstruktur bei Veranstaltungsgewinnung bzw. -entwicklungen am Bsp. der Akquise von Großveranstaltungen

5.2.1. Recherche

Die Mitglieder der Recherchegruppe arbeiten zu ihren spezifischen Themengebieten:

- Dezernat Kultur
- Dezernat Sport
- Dezernat Wirtschaft
- Referat Internationales
- Leipziger Messe und Gesellschaften
- Verein ☐ Geschäftsstelle in Vertretung für die Arbeitskreise der Mitglieder

Dabei recherchieren sie mögliche Großveranstaltungen, unterschiedliche Veranstaltungsformate und neue Ideen. Sie prüfen Anfragen und bearbeiten Akquisitionen in ihren Fachbereichen.

Dazu wird eine zentrale Datenbank eingerichtet, die der Verein pflegt. Der Verein wird auch die Koordination aller Tätigkeiten übernehmen und die monatlichen Arbeitstreffen vorbereiten.

5.2.2 Clearing

Die recherchierten oder akquirierten Themen werden innerhalb einer Clearinggruppe mittels eines Kriterienkataloges geprüft. Die Erarbeitung von einer Empfehlung ist der nächste Schritt. Die Gruppe setzt sich aus Vertretern des Vereins, der Stadt Leipzig – Büro BM Umwelt, Ordnung, Sport, der Stadt Leipzig – Büro BM Kultur, der Stadt Leipzig – Büro BM Arbeit und Wirtschaft, dem LTM in Verbindung mit „do it at Leipzig“, der Leipziger Messe, dem CCL, der FAIRNET und themenspezifisch geladenen Gästen wie Universitäten, Kammern oder anderen Institutionen zusammen. Die Gesamtkoordination dieser Gruppe sowie die Umsetzung der Aufgaben werden durch die Referenten für Großveranstaltungen im Kulturdezernat realisiert.

Als Kriterienkatalog für die Entscheidung können die folgenden Punkte dienen. Diese müssen noch qualifiziert und/oder quantifiziert werden:

- Erfolgsaussichten pro/contra
- strategische Bewerbungen
- Lobbyarbeit
- Zeitpunkt der Veranstaltungen
- Übernachtungsvolumen in Leipzig
- Themenbereiche
- infrastrukturelle Basis / temporäre Infrastruktur
- gesellschaftliche / politische / religiöse Besonderheiten
- Partnersituation mit nationalen, internationalen Verbänden / Institutionen
- Durchführungseinheiten / Agenturen etc.
- Finanzierungssituation Eigenmittel, Eigenmittel/Sponsoring, Eigenmittel/Sponsoring/öffentliche Mittel
- Risikoeinschätzung der Veranstaltung.

Die daraus abgeleitete Entscheidungsmatrix dient als Empfehlung für den Lenkungskreis.

5.2.3 Lenkungskreis

Unter Vorsitz des Oberbürgermeisters entscheidet dieses Gremium klar mit ja oder nein, empfiehlt alternativ eine "spätere Bewerbung" oder erteilt der Clearinggruppe weitere Prüfaufträge. Als weitere Mitglieder des Lenkungskreises sind der Bürgermeister Umwelt Ordnung Sport, der Bürgermeister Kultur, der Bürgermeister Wirtschaft, der Bürgermeister für Finanzen, der Geschäftsführer des LTM, der Geschäftsführer der Leipziger Messe, der Geschäftsführer der Industrie und Handelskammer und der Geschäftsführer der Handwerkskammer zu benennen.

Die Arbeitstermine sind halbjährig zu fixieren oder bei Bedarf kurzfristig anzusetzen.

5.2.4 Entscheidung Stadtrat

„Wir sind die Stadt“, der Claim des Festjahres 2015, hebt den zentralen Anker der Bürgerstadt Leipzig wieder ans Licht. Die erfolgreiche Entwicklung fußt auf einem breiten bürgerschaftlichem Engagement. Daher ist es unabdingbar, dass eine erfolgreiche Bewerbung für eine Großveranstaltung den allgemeinen politischen Willen widerspiegelt und auf breite gesellschaftliche Unterstützung bauen kann. Grundlage dessen ist die Zustimmung des Stadtrates für eine Bewerbung. Erst nach dieser Entscheidung kann eine Bewerbung in Angriff genommen werden.

5.2.5 Bewerbung

Das Bewerbungsteam bereitet entsprechend dem Gremiumsbeschluss die Bewerbung vor und begleitet den weiteren Prozess. Das Team setzt sich zusammen aus Mitgliedern der Clearinggruppe, Spezialisten, Beratern, Agenturen und Lobbyisten. Verankerung findet das Team im Verein unter Vorsitz des fachlich zuständigen Mitgliedes der Clearinggruppe.

Ein Präsentationsteam aus Mitgliedern des Lenkungskreises und Partnern steht als Gesicht der Bewerbung im Fokus der Öffentlichkeitsarbeit.

6. Workshop

Zur zukünftigen Ausrichtung der Arbeit des Vereins Leipzig 2015 e.V. fand am 13.04.2016 ein Workshop mit Vertretern aus Verwaltung, Wirtschaft, Politik und Mitgliedern des Vereins statt. Die Ergebnisse als Protokoll in Anlage 2 angefügt und fanden maßgeblich Einzug in diese Vorlage.