

## **GELD ODER LIEBE?**

### Stadtmarketing zwischen Markt, Staat und Gesellschaft

27. – 29. September 2015

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kolleginnen und Kollegen,

als oft jüngstes Mitglied in der Familie städtischer Dienstleistungen, das sich in seinem Aufgabenspektrum ganz wesentlich an den aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen und Problemen orientiert, steht das Stadtmarketing mehr als die meisten anderen städtischen Aufgabenbereiche unter ständigem Legitimationsdruck. Es muss beweisen, dass Kreativität und Professionalität der Organisation beispielhaft sind. Es muss zeigen, dass es den Städten mit seiner Hilfe gelingt, aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen zu bewältigen. Und das oft ohne handfeste Machtleihe oder echte Zuständigkeiten, nein, durch überzeugende Konzepte und in freiwilliger Kooperation.

Dabei werden die Rahmenbedingungen für freiwillige Aufgaben, die sich zudem zu wesentlichen Teilen selbst refinanzieren müssen, gerade aktuell deutlich schlechter. Die Stadtmarketingorganisationen konnten in den letzten Jahren durch ihre Professionalisierung und Fokussierung der Arbeit auch deren Refinanzierungsgrad und Anerkennung in Bund, Ländern und Kommunen erhöhen. Nichtsdestotrotz bleibt die Kommune der Finanzpartner Nr. 1. Durch die Verschärfung des EU-Rechts geraten gerade bislang erfolgreiche Refinanzierungsmodelle durch Dritt- und Fremdmittelersatz in die Krise, und mit ihnen höchst sinnstiftende Kooperationsmodelle im Bereich privat-öffentlicher Kooperation.

Die Stadtmarketingbörse versucht Antworten für beide Zukunftsfragen des Stadtmarketings zu finden oder zumindest zur Diskussion zu stellen. Und wir wollen mit vielen Praxisbeispielen Anregungen für neue Arbeitsfelder und Finanzierungsmodelle geben.

Zur Tagung treffen wir uns in Hildesheim. Die knapp 100.000 Einwohner zählende Hochschulstadt ist vor allem bekannt für ihre UNESCO-Welterbekirchen, den sagenumwobenen 1000-jährigen Rosenstock, den historischen Marktplatz, international ausstrahlende Museen und Sammlungen und das Theater für Niedersachsen. Städtebaulich haben viele Großprojekte in den letzten Jahren das Gesicht der Stadt nachhaltig verändert, auch im Einzelhandel. 2015 feiern Stadt und Bistum 1.200-jähriges Jubiläum, was mit zahlreichen Veranstaltungen und Aktionen begangen wird.

Mit kollegialen Grüßen

gez. Michael Gerber  
Der Bundesvorstand der bcsd

gez. Boris Böcker  
Hildesheim Marketing GmbH

Mit freundlicher Unterstützung von:



Medienpartner:

**PUBLIC MARKETING**

## Der Tagungsort: Hildesheim – reich an Geschichte und Kultur

### Jubiläumsjahr Hildesheim 2015

Hildesheim ist eine Stadt mit 1200-jähriger Geschichte. Die Gründung des Bistums Hildesheim im Jahr 815 markiert ihren Startpunkt. Die Stadt feiert das Jubiläum von März bis November 2015 mit rund 200 Veranstaltungen.

### Welterbe und Geschichte

Besonders berühmt ist Hildesheim für seine Kirchen, von denen der Dom und St. Michaelis ein außergewöhnliches Zeugnis von der religiösen Kunst der Romanik im Heiligen Römischen Reich ablegen. Die UNESCO würdigte dies, indem sie 1985 die Kirche St. Michaelis und den Mariendom mit ihren Kunstschatzen gemeinsam als eine Stätte in die Liste der Welterbe aufnahm.



### Kultur und Bildung

Die Hildesheimer Museen beherbergen kunst- und kulturgeschichtliche Kostbarkeiten von Weltrang. Das Roemer- und Pelizaeus-Museum ist vor allem bekannt für seine Altägypten-Sammlung. Seit Mitte April 2015 ist auch das Dommuseum Hildesheim nach mehr als fünfjähriger Bauzeit wieder zu besichtigen. Im berühmten Knochenhauer-Amtshaus befindet sich das Stadtmuseum mit Präsentationen zur Geschichte Hildesheims und der Region.



Kulturinteressierten bietet sich das gesamte Jahr über eine große Auswahl an Veranstaltungen, Konzerten, Ausstellungen und Theateraufführungen. Ob „Jazztime“, das Internationale Straßenmusik- und Straßenkunst-Festival „Pflasterzauber“ mit Artistik, Comedy, Flammenkunst und viel Musik oder das M'era Luna-Festival für die Gothic-Szene – für jeden Geschmack ist etwas dabei.



### Leben und Einkaufen

Als Einkaufsstadt ist Hildesheim zudem der Anziehungspunkt der Region. Attraktiv gestaltete Fußgängerzonen, Geschäftsstraßen mit kleinen Läden, großen Kaufhäusern sowie ein Shoppingcenter laden zum ausgedehnten Einkaufsbummel ein. Trotz der Größe der Stadt und der beachtlichen Anzahl von weit über 300 Einzelhandelsgeschäften sind die Wege kurz und die Geschäfte schnell und bequem zu Fuß zu erreichen.



## Exkursionsprogramm am Sonntag, 27. September 2015

**Bis 15:45 Uhr**      *Einchecken im Hotel*

---

**Ab 16 Uhr**      **Exkursion in die Region Hildesheim**

Die Schönheiten der Region Hildesheim sind besondere touristische Anziehungspunkte. Exemplarisch hierfür werden wir auf unserer Exkursion die neugotische Marienburg entdecken, die noch heute Familienbesitz der Welfen, dem ältesten Fürstengeschlecht Europas ist. Stadtmarketing- und Tourismusexperten interessieren da vor allem die Besonderheiten bei der Vermarktung sowie die komplexe Kooperation mit einer herausragenden touristischen Destination, die sich nach wie vor im Privatbesitz befindet und weit über die Region hinaus auch das Image der Stadt und Region Hildesheim mitprägt.

Die gleichen Motive, aber unter gänzlich anderen Voraussetzungen beschäftigen uns bei der fachlichen Besichtigung des Fagus-Werks in Alfeld. Der erste Industriebau der Moderne von Walter Gropius zählt zum UNESCO-Welterbe und verkörpert in mehrfacher Sicht ein Highlight der Stadtentwicklung, nicht zuletzt auch, weil bis heute in dem UNESCO-Weltkulturerbe produziert wird. Ein besonderes Augenmerk wird unsere Exkursion dabei auf das neugestaltete UNESCO-Besucherzentrum im historischen Spänehaus mit seinen modernen und interaktiven Informationssystemen richten.

**Treffpunkt:** Parkplatz Novotel Hildesheim, Bahnhofsallee 38, 31134 Hildesheim

---

**19:30 Uhr**      **Spätsommerliches BBQ & Gemütlichkeit**

Den ersten Tagungstag lassen wir bei einem gemütlichen Abend auf der Terrasse des UNESCO-Welterbe Fagus-Werk in Alfeld ausklingen. Genießen Sie ein spätsommerliches Barbecue und verbringen einen unterhaltsamen Abend mit intensivem Erfahrungsaustausch.

**Treffpunkt:** UNESCO-Welterbe Fagus-Werk, Hannoversche Straße 58, 31061 Alfeld

*Hinweis:*

*Die Teilnahme für das Exkursionsprogramm bitte bei der Online-Anmeldung mit auswählen.  
Kosten für das Vorprogramm: 55 EUR zzgl. MwSt.*

## Programm am Montag, 28. September 2015

Tagungsort: *Novotel Hildesheim, Bahnhofsallee 38, 31134 Hildesheim*

**10.30 – 11.00 Uhr** *Get together, Ausgabe der Tagungsunterlagen*

---

**11.00 - 11.30 Uhr** **Begrüßung durch**  
**die bcsd**, *Bernadette Spinnen, Erste Stellvertretende Bundesvorsitzende*  
**die Stadt Hildesheim**, *Dr. Ingo Meyer, Oberbürgermeister*

---

**11.30 – 12.00 Uhr** **Geld oder Liebe – Markt oder Staat?**  
Alte und neue Geschäftsfelder, Rahmenbedingungen und Entwicklungen im Stadtmarketing – eine Standortbestimmung  
  
Stadtmarketing steht unter ständigem Legitimationsdruck. Es muss beweisen, dass Kreativität und Professionalität der Organisation beispielhaft sind, dass es den Städten mit seiner Hilfe gelingt, aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen zu bewältigen. Und das oft ohne handfeste Machtleihe oder echte Zuständigkeiten, sondern durch überzeugende Konzepte und in freiwilliger Kooperation. Zusätzlich werden die organisatorischen Rahmenbedingungen für freiwillige Aufgaben aktuell deutlich schwieriger.  
  
*Gerold Leppa, Mitglied im Bundesvorstand des bcsd e.V.*

---

**12.00 – 12.30 Uhr** **Die Stadt- und Tourismusmarketingorganisation der Zukunft**  
Zwischen kommunaler Pflichtaufgabe und privater Trägerschaft  
  
Das Spannungsfeld zwischen rein staatlicher Einrichtung und zwingend privater Trägerschaft beim Bearbeiten von profitablen Geschäftsfeldern erfordert neue Antworten sowohl bei der Finanzierung, den Organisationsmodellen als auch bei den Aufgaben des Stadt- und Tourismusmarketings.  
  
*Dr. Mathias Feige, Geschäftsführer dwif-Consulting GmbH*

---

**12.30 – 13.30 Uhr** **Podiumsdiskussion: Steuern für die Zukunft**  
  
Finanzierungsmodelle für Stadt- und Tourismusmarketing, Steuern, Abgaben und organisationsrechtliche Erfordernisse durch Ausschreibungen und andere EU-Vorgaben verändern die Anforderungen und damit auch das Leistungsprofil im Stadtmarketing. Erfahrungen, Entwicklungen und Chancen.  
  
*Es diskutieren: Dr. Mathias Feige, Geschäftsführer dwif-Consulting GmbH;  
Dieter Hütte, Geschäftsführer Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH;  
RA Andreas Schriefers, anwaltsKontor Schriefers Rechtsanwälte  
Moderation: Gerold Leppa, Mitglied im Bundesvorstand der bcsd*

---

---

13.30 – 14.30 Uhr *Mittagsimbiss*

---

14.30 – 15.00 Uhr **Wie organisiert man die Stadt der Zukunft?**

Strategische Eckpunkte für eine nachhaltige Entwicklung am Beispiel der Stadt Ludwigsburg

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2014 für 10 Jahre integrierte nachhaltige Stadtentwicklung: Partizipation und Öffentlichkeitsbeteiligung, Nachhaltigkeit im kommunalen Finanzwesen, Nachhaltigkeit als kommunale Querschnittsaufgabe, Marketing?

*Werner Spec, Oberbürgermeister der Stadt Ludwigsburg*

---

15.00 – 15.30 Uhr **Lieber kreatives Marketing als kreative Buchführung**

Warum und wie Österreich sein Marketing wertschätzt

Was wird mit der Tourismusabgabe finanziert und welche Aufgaben sind hiermit verbunden? Wer bestimmt die Ziele und Aufgaben und wer identifiziert die notwendigen Maßnahmen und setzt sie um? Ein Erfahrungsbericht aus Österreich.

*Mag. Roland Murauer, Geschäftsführer CIMA Austria Beratung + Management GmbH, Ried, Österreich*

---

15.30 – 16.00 Uhr *Kaffeepause*

---

16.00 – 16.30 Uhr **Erfordert die Urbanisierung eine neue Kommunikationsstrategie?**

Der öffentliche Raum und die Kommunikationskompetenz des Stadtmarketings

Die Bedeutung des öffentlichen Raums wird anscheinend um so größer desto umgreifender die Digitalisierung voranschreitet. Es ist eine wachsende Sehnsucht nach Verortung und sozialer Zugehörigkeit in den Innenstädten zu beobachten. Die einzigartige Geschichte der Städte vermittelt Identität und generiert Erlebnisse im öffentlichen Raum als Treffpunkt der Stadtgesellschaft. Auf diese Entwicklungen muss das Stadtmarketing mit einer veränderten Kommunikation sowohl bei den Eventformaten als auch bei der öffentlichen Möblierung und der Gestaltung von Begegnungsräumen reagieren und sich fragen: Wie verhält sich Stadtgesellschaft zum öffentlichen Raum und welche Kommunikationsformen muss ich anwenden um Besucher und Bürger zu erreichen?

*Bernhard Seyringer, MRV Public Affairs Consulting, Wien*

---

16.30 – 17.00 Uhr **Aus der Not eine Tugend**

Wie feiert man das Stadtjubiläum einer überschuldeten Stadt?

Bei der Gründung des Büros 1200, dem Projektbüro zum Stadtjubiläum 2015, im Jahr 2013 gab es viele Stimmen, die aus finanziellen Gründen gegen die Ausrichtung eines Stadtjubiläums argumentierten. Verglichen mit den Etats anderer Jubilare konnte die Stadt Hildesheim nur einen Bruchteil der Mittel zur Verfügung stellen. Daher war das Einwerben von Sponsoring und Fördergeldern eine der Kernaufgaben des Büros

---

1200. Die finanziellen Rahmenbedingungen hatten unmittelbaren Einfluss auf das Konzept des Jubiläums, den Umgang mit den Partnern und die Programmgestaltung. Und zwar einen positiven! Der Vortrag beleuchtet, wie Hildesheim zu einem Jubiläum kam, das wirklich zur Stadt passt.

*Boris Böcker, Geschäftsführer Hildesheim Marketing*

---

17.15 – 18.15 Uhr Stadtführungen:

1. **Besucherzentrum Welterbe Hildesheim:** Besichtigung des neuen Besucherzentrums Welterbe der Stadt Hildesheim: Lothar Meyer-Mertel, ehemaliger Geschäftsführer der Hildesheim Marketing GmbH und Initiator des im Juni 2015 eröffneten neuen Besucherzentrums Welterbe der Stadt Hildesheim führt Sie exklusiv durch das umgestaltete Gebäude, erläutert das Konzept und die Idee und gibt einen ersten Einblick in Hildesheims Welterbestätten.
  2. **Hildesheimer Innenstadt im Wandel:** Städtebaulich neue Einzelhandelsprojekte und die Balance zwischen Shoppingcenter, Modepark, Warenhäusern und inhabergeführten Geschäften. Erfahren Sie während eines Rundgangs durch die Innenstadtquartiere mehr über Veränderungsprozesse, Entwicklungen und die Zusammenarbeit der Innenstadtgemeinschaft.
  3. **Quartiersentwicklung in der Innenstadtperipherie:** Leerstandsmanagement als Netzwerkarbeit in Kooperation mit Hochschulen, Ortsrat, Stadtteilinitiativen und Händlern. Ein Rundgang mit Wirtschaftsförderer Eckhard Homeister und Netzwerkpartnern aus dem Stadtteil.
  4. **Stadtplanung in Hildesheim:** Das Welterbeband - Ein städteplanerischer Ansatz zur Vernetzung der Welterbekirchen untereinander, mit anderen touristischen Highlights und der Innenstadt. Dieser Rundgang führt Sie entlang des Bandes durch die Innenstadt und gibt Einblicke in Konzept, Hintergründe und Erfolge des Projektes.
- 

19.00 Uhr

Busshuttle zum Jim + Jimmy vom Parkplatz des Novotels

19.30 Uhr

**Gastgeberempfang im Jim + Jimmy**

ausgerichtet von der Hildesheim Marketing GmbH

*Jim + Jimmy, Lerchenkamp 60, 31137 Hildesheim*

Erleben Sie einen unterhaltsamen Abend mit gutem Essen und netten Gesprächen in der Aktiv- und Eventlocation Jim + Jimmy. Begleitet wird der Abend von sportlich spaßigen Herausforderungen.

Empfohlener Dresscode: smart casual

## Programm am Dienstag, 29. September 2015

Tagungsort: Novotel Hildesheim, Bahnhofsallee 38, 31134 Hildesheim

### Ganztägig: Fachausstellung rund um die Themen des Stadtmarketings

Dienstleister aus den Feldern Beratung, Kommunikation, Werbung, Beleuchtung, Online-Services und weiteren Bereichen stellen sich vor

Forum 1: Finanzen, Organisation, Prozesse

Forum 2: Best-Practice-Projekte im Stadtmarketing: Neue, alte, gute Projekte und deren Umsetzung

Forum 3: Fachausstellung

9.00 – 9.30 Uhr	<i>Get together</i>		
	FORUM 1	FORUM 2	FORUM 3
9.30 – 9.50	<b>Stadtwerbung als Finanzierungsansatz im Stadtmarketing</b> Zum erfolgreichen Umgang mit Sondernutzungen und Werbeflächen <i>Ulrike Neumann, Braunschweig Stadtmarketing GmbH</i>	<b>Freddi und Lisa in Feierlaune</b> Das phantasievolle Design des Hildesheimer Stadtjubiläums mit dem Kunstbaukasten <i>Lene Wagner, Büro 1200 c/o Hildesheim Marketing</i>	F A C H A U S S T E L L U N G
9.55 – 10.15	<b>Smart Parking für Kommunen</b> Parkimmobilien dauerhaft erfolgreich bewirtschaften <i>Adham Azzam, Vinci Park Deutschland GmbH</i>	<b>ActiWait – der smarte Ampeltaster</b> Stadtidentifikation und Sicherheit beim Warten an der Ampel <i>Amelie Künzler &amp; Sandro Engel, URBAN INVENTION GbR</i>	
10.20 – 10.40	<b>VIS-A-VIS Neustadt</b> Markenbildung durch Kulturnetzwerke in Bremen <i>Raoul Pilcicki, NAMENAME</i>	<b>Handelsmonitor Osnabrück</b> Umfassendes Monitoring des Innenstadthandels <i>Falk Hassenpflug, IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim</i>	
10.45 – 11.05	<b>Stadtmarketing im Blick der Wettbewerbshüter und der Finanzverwaltungen I</b> Kleines Update zu den aktuellen Rahmenbedingungen im Beihilfe-, Steuer- und Vergaberecht <i>RA Andreas Schriefers, anwaltsKontor Schriefers Rechtsanwälte</i>	<b>Gottesdienst im Shopping-Center</b> Kreative Zwischennutzungen in der Bremer City <i>Christiane Weiß, CityInitiative Bremen Werbung e.V.</i>	

<b>11.05 – 11.35</b>		<b>Kaffeepause</b>	
	<b>FORUM 1</b>	<b>FORUM 2</b>	<b>FORUM 3</b>
11.35 – 11.55	<b>Aktive Stadt- und Ortsteilzentren und Citymanagement in guter Symbiose</b> Das Beispiel Sängerstadt Finsterwalde <i>Veit Klaue, Sängerstadtmarketing e.V.</i>	<b>Der bcsd-Städte-Monitor</b> Anleitung zur Nutzung von lokalen Strukturdaten <i>Prof. Lothar und Tanja Eichhorn, Statistisches Landesamt Hannover</i>	F A C H A U S S T E L L U N G
12.00 – 12.20	<b>BID Tibarg</b> Neue Chancen der Stadtteilentwicklung <i>Nina Häder, Stadt + Handel City- und Standortmanagement BID GmbH</i>	<b>Erwartungen an Innenstädte in der Weihnachtszeit</b> Ergebnisse einer Umfrage <i>Dr. Eddy Donat, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA)</i>	
12.25 – 12.45	<b>Die digitale Stadt</b> Erste Ergebnisse der bcsd-Mitgliederumfrage 2015 <i>Frank Simon, bcsd e.V.</i>	<b>Wissenschaftspfad: Hanse trifft Humboldt</b> Wege und Möglichkeiten zur innerstädtischen Kommunikation <i>Christiane Meyer-Ricks, TRIAD Berlin Projektgesellschaft mbH</i>	
12.50 – 13.10	<b>Regiocrowd.de</b> Zeit- und Geldspenden erschließen <i>Josef Bühler, neuland+ Tourismus-, Standort- und Regionalentwicklung GmbH &amp; Co. KG</i>	<b>Die große Emma</b> Sharing-Ansätze für den Erhalt regionaler Versorgungsnetzwerke <i>Dr. Wilhelm Klauser, InD – initialdesign</i>	
<b>13.10 – 14.10</b>		<b>Mittagsimbiss</b>	
14.10 – 14.30	<b>Stadtmarketing im Blick der Wettbewerbshüter und der Finanzverwaltungen II</b> Kleines Update zu den aktuellen Rahmenbedingungen im Beihilfe-, Steuer- und Vergaberecht <i>RA Andreas Schriefers, anwaltsKontor Schriefers Rechtsanwälte</i>	<b>Der digitale Marktplatz in Bruchköbel</b> Von der Planung zum Produkt – ein Erfahrungsbericht <i>Andrea Weber, Stadtmarketing Bruchköbel GmbH</i>	F A C H



	FORUM 1	FORUM 2	FORUM 3
14.35 – 14.55	<p><b>Arbeitgeber-Geschenkgutschein und Firmen- und Mitarbeiternetzwerk-Bonussystem</b></p> <p>Erfahrungsbericht zur Kundenbindung in Stadt und Region</p> <p><i>Sascha Binoth, Stadtmarketing Karlsruhe GmbH</i></p>	<p><b>Freies WLAN in Bochum</b></p> <p>Erfahrungsbericht und Ausblick</p> <p><i>Christian Gerlig, Bochum Marketing GmbH</i></p>	<p><b>A U S T E L L U N G</b></p>
15.00 – 15.30	<p><b>Wer motiviert den Motivator?</b></p> <p>Erfahrungen und Hilfestellungen um als Führungskraft im Stadtmarketing zu bestehen</p> <p>Die Protagonisten des Stadtmarketings stehen ständig unter dem Druck mit meist knappen Ressourcen Innovation und Rechtfertigung in den Kommunen standzuhalten. Mitarbeiter müssen genauso geführt und motiviert werden, wie es gilt Kooperationspartner bei Laune zu halten, Ideen aufzugreifen und umzusetzen und dabei großzügige Unterstützung einzuwerben. Aber wer motiviert eigentlich den Motivator?</p> <p><i>Ulrich Jordan, Inhaber Jordan Consulting, Dortmund</i></p>		
15.30 Uhr	<p><b>Verabschiedung und Ausblick,</b></p> <p><i>Bernadette Spinnen, Erste Stellvertretende Bundesvorsitzende der bcsd</i></p>		

– Änderungen vorbehalten –