

# Newsletter 12/2010

## Eine frohe Weihnachtszeit und einen guten Rutsch ins neue Jahr!!!

Wir wünschen allen Mitgliedern und Lesern sowie ihren Angehörigen ein geruhsames Weihnachtsfest und ein erfolgreiches und gesundes neues Jahr!

## Tagung des Landesverbandes Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen

### Was kann Stadtmarketing? - Ideen, Chancen und Erfahrungen

Der bcsd - Landesverband Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, unterstützt durch die Industrie- und Handelskammer zu Leipzig, lädt am 25. Januar 2010 zur Tagung in Leipzig ein.

„Was kann Stadtmarketing?“ und „Brauchen wir das in unserer Stadt überhaupt?“ Das sind zwei Fragen, die sich kommunale Vertreter angesichts knapper Kassen und hohem Problemdruck scheinbar widersprüchlich und unvereinbar stellen. Dabei hat professionelles Stadtmarketing schon lange den Nachweis erbracht, dass es mehr kann und will, als Würstchenbuden aufzustellen und auf dem Luftballonwettbewerb durchzuführen.

Der bcsd e.V. und die IHK zu Leipzig laden Sie ein, sich ein aktuelles Bild über die Vielfalt und Leistungsfähigkeit moderner Stadtmarketingprozesse zu verschaffen und geben Ihnen Antworten auf die Eingangsfragen.

Anmeldeschluss ist der **20. Januar 2011**.

**Hier** finden Sie das Programm und das Anmeldeformular!

## „Stadt der Wissenschaft 2012“

Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft nominiert die Städte Halle (Saale), Lübeck und Regensburg für das Finale des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft 2012“. Die Entscheidung über den Titelträger fällt am 29. März 2011 in Mainz. Bis dahin haben die drei Städte Zeit, ihre Ideenskizzen zu einem Gesamtkonzept für das Jahr 2012 auszuarbeiten. „Für die Städte beginnt jetzt der Endspurt. Die Öffentlichkeit kann sich im März 2011 selbst ein Bild machen, welche Stadt die

## Themen

### Seite 1

Tagung des Landesverbandes Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen

Stadt der Wissenschaft 2012

### Seite 2

Kommunaler Klimaschutz 2010

Kulturanbieter steigern ihre Sponsoringeinnahmen 2010

### Seite 3

KfW-Kommunalpanel 2010

Wie Vereine zukunftsfähig werden

### Seite 4

Risikomanagement als Thema eines Veränderungsmanagements

RUHR – vom Mythos zur Marke

Die bcsd-Fördermitglieder

### Seite 5

bcsd-Jobbörse

Welche Daten nutzen und nützen Stadt- und Regionalmanagern wirklich?

### Seite 6

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

### Seite 7

Terminkalender

besten Ideen für den Dialog mit den Bürgern und die Vernetzung von Wirtschaft, Wissenschaft und Kommune hat", sagte Andreas Schlüter, Stifterverbands-Generalsekretär und Juryvorsitzender. Der Stifterverband richtet seinen Wettbewerb um die "Stadt der Wissenschaft" zum siebten Mal aus. Der Titel „Stadt der Wissenschaft" wird vom Stifterverband für ein Jahr verliehen und ist mit einem Preisgeld von 250.000 Euro verbunden. Er geht an Städte, die Wissenschaft als Motor der Stadtentwicklung begreifen, ihre Bürger für Wissenschaft begeistern wollen und die Beziehungen zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Stadtverwaltung weiter stärken. Weitere Informationen zum Wettbewerb finden Sie **hier**.

### Wettbewerb „Kommunaler Klimaschutz 2010“

Als Vorreiter im Klimaschutz sind neun Kommunen im Bundeswettbewerb „Kommunaler Klimaschutz 2010“ ausgezeichnet worden. Zu den Preisträgern gehören beispielsweise die Stadt Nürnberg für den Neubau des Passivhauses „südpunkt – Forum für Bildung und Kultur“ und die Landeshauptstadt Hannover für die „Klima-Allianz Hannover 2020“. Die Auszeichnung erhielten Kommunen und Regionen, die besonders vorbildliche Maßnahmen, Strategien oder Aktionen im Klimaschutz umgesetzt haben. Gemeinsam mit dem Bundesumweltministerium führt die „Servicestelle: Kommunaler Klimaschutz“ jährlich den Wettbewerb „Kommunaler Klimaschutz“ durch. Weiteres dazu **hier**.

### Kulturanbieter steigern ihre Sponsoringeinnahmen im Jahr 2010

Im Dezember 2010 veröffentlicht die Berliner Agentur Causales zum dritten Mal eine Studie über Sponsoringaktivitäten von Kulturanbietern in Deutschland. Im Vergleich zu Studien aus den Jahren 2005 und 2007 nahm der Anteil des Sponsoringvolumens bei den teilnehmenden Kultureinrichtungen signifikant zu. Waren es 2007 noch 6,7 Prozent so konnten diese Kulturanbieter in 2010 bereits 13 Prozent ihres Haushaltes über Sponsoringmittel abdecken. An der Studie haben sich 133 Kulturanbieter aus dem gesamten Bundesgebiet beteiligt und Fragen zur strategischen Planung und Umsetzung ihrer Sponsoringaktivitäten beantwortet. Die zunehmende Professionalität von Kulturanbietern in der Vermarktung ihrer Formate ermöglicht diesen Erfolg. So gaben 86,6 Prozent der befragten Kulturanbieter an, mit Wirtschaftsunternehmen zu kooperieren und diese Partnerschaften auch strategisch zu planen. Dabei wird die Partnerschaft mit Unternehmen aus der Region und deren "Community Involvement" bedeutender. Laut der Befragten kommen 72 Prozent der Sponsoringgeber aus dem Umkreis von 100 km und sind zur Hälfte mittelständische Unternehmen, die großen Wert auf mehrjährige Partnerschaften mit den Kulturinstitutionen legen. Die Studie kann **hier** angefordert werden.

## KfW-Kommunalpanel 2010: Finanzsituation vieler Kommunen deutlich verschlechtert

Die Finanzsituation vieler Kommunen hat sich im Jahr 2010 deutlich verschlechtert: Jede zweite Kommune (53 %) – und damit mehr als doppelt so viele wie im Vorjahr – schätzt inzwischen ihre eigene Finanzlage als mangelhaft ein. Dies gilt insbesondere für größere Städte und Gemeinden, die überdurchschnittlich häufig von einer schwierigen Gesamtfinanzierungssituation sprechen. Für die Studie wurden insgesamt 1.751 Kommunen mit mehr als 2.000 Einwohnern im Auftrag der KfW vom Deutschen Institut für Urbanistik befragt.

Ziel des KfW-Kommunalpanels, das zunächst auf drei Jahre angelegt ist und auf die KfW-Kommunalbefragung 2009 aufsetzt, ist es, ein klares Bild zur Selbsteinschätzung der finanziellen Situation und der Finanzierungsbedarfe der Kommunen bzw. der Städte und Gemeinden zu erhalten, um unter anderem die Anpassung und Weiterentwicklung der kommunalen Finanzierungsprodukte der KfW im Interesse der Kommunen vorantreiben zu können. Insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Finanzkrise mit möglicherweise „engeren“ Geld- und Kreditmärkten stellt es für die Kommunen eine besondere Herausforderung dar, auch zukünftig ihren Kreditbedarf zu vertretbaren Konditionen zu decken, ohne dass besondere Risiken eingegangen werden. Weiteres zum Panel finden Sie **hier**.

## Risiken managen – Entwicklungen gestalten: Wie Vereine zukunftsfähig werden

Ganz aktuell gibt es auf der bcsd - Homepage unter Wissenswertes > Dokumente einen Artikel des anwaltsKONTOR Schriefers Rechtsanwälte, RA Andreas Schriefers mit dem Schwerpunkt, wie Vereine zukunftsfähig werden. Die allgemein beschriebene Wirtschaftskrise führt allerorten zu einer Neubewertung von Strukturen und Handlungsformen. Dies gilt umso mehr für Aktivitäten, die zumeist ehrenamtlich bei einem hohen persönlichen und ideellen Einsatz der Beteiligten geleistet werden. Diskussionen, die zumeist als abgeschlossen galten, leben neu auf. Welche und wie viel Strukturen braucht das Ehrenamt? Wie viel Ehrenamt kann man sich wie lange erlauben? Die Effizienz und die Effektivität des Handelns der Akteure im Rahmen der im öffentlichen Raum wirkenden Organisationen werden künftig vor dem Hintergrund sinkender Fördermittel der Kommunen bei gleichzeitig steigendem Wettbewerbsdruck auf die einzelnen Vereine noch stärker als bislang hinterfragt und eingefordert: Damit verbunden ist zugleich die Frage, wie sich die ehrenamtlich agierenden Akteure weiter als Ansprechpartner insbesondere auch für Kommunen positionieren können. Den vollständigen Artikel können Sie **hier** lesen.

## Risikomanagement als Thema eines Veränderungsmanagements

Der Umgang mit Haftungsrisiken ist ein Problem für viele Wirtschaftsförderungsgesellschaften. Eine Versicherung, die die finanziellen Risiken abdeckt, genügt allein nicht. Führungskräfte sind gut beraten, Regelungen für die eigene Organisation zum Umgang mit Risiken aufzustellen. Die Autoren, Andreas Schriefers und Dr. Florian Birk, des Beitrags haben ein „Muster-Risiko-Handbuch zur Steuerung öffentlicher Gesellschaften und Verwaltungen“ entwickelt und nehmen Bezug auf ihren Vortrag vor den Mitgliedern des DVWE während der Jahrestagung 2010 in Duisburg. Erschienen ist der folgende Artikel im August 2010 in D’Facto, dem Magazin für Wirtschaftsförderung und Standortmanagement in Deutschland. Lesen Sie den Beitrag [hier](#) auf der bcsd – Homepage.

## RUHR – vom Mythos zur Kulturmarke des Jahres

Wie macht man in kürzester Zeit eine neue Marke bekannt und verändert ein bestehendes Image? Wie eint man die Interessen unzähliger Akteure, ob Verantwortliche in den Städten, ob Künstler, Kreative oder Sponsoren? Wie nimmt man 5,3 Millionen Menschen auf diesem Weg mit? Die Dokumentation „RUHR. Vom Mythos zur Marke“ erläutert die Bedeutung der Kommunikations- und Marketingarbeit für die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010. Das Werk schlägt einen großen Bogen von der Entstehung der Idee über die Entwicklung der Marke RUHR.2010 und die Konzepte für den touristischen Sektor bis hin zur Planung der konkreten Kampagnenstrategie und der operativen Marketing-, Presse- und PR-Maßnahmen. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen zum Buch.



## Die bcsd-Fördermitglieder – Blachere Illumination

Blachere Illumination ist internationaler Marktführer für Weihnachtsbeleuchtung und beschäftigt über 100 Mitarbeiter in weltweiten Niederlassungen. Mit kreativen und stimmigen Lichtinstallationen von klassischem bis hin zu modernem Design entwirft, plant und produziert Blachere Illumination seit fast 40 Jahren Lichter- und Dekorationswelten für Städte, Einkaufsstraßen, Weihnachtsmärkte usw. und das für jede Projekt- und Budgetgröße. Auf Wunsch unterstützt Sie Blachere Illumination im Rahmen der Weihnachtsbeleuchtung bei der technischen Planung, Montage /



Demontage, Wartung, Lagerung sowie bei der Planung und Durchführung von Marketingmaßnahmen. Hunderte Qualitätsprodukte in kreativen Designs stehen im kostenlosen Produktkatalog zur Auswahl. Blachere Illumination entwickelt auch gerne individuelle Designkonzepte, erstellt Computersimulationen oder produziert Sonderanfertigungen. Weiteres zum Fördermitglied finden Sie **hier**.

### bcsd-Jobbörse

Zur Stärkung der Pirnaer Innenstadt wird ein neues Citymanagement konzipiert. Für die Umsetzung und Weiterentwicklung der Konzeption sucht die **Stadtentwicklungsgesellschaft Pirna mbH** zum 1. April 2011 eine/n Citymanager/in. Weitere Informationen zur Stellenausschreibung finden Sie **hier**.



Zur Verstärkung ihres Teams sucht die **Pro Herford GmbH** spätestens zum 1. April 2011 eine Fachkraft für Tourismusmarketing (m./w.) in Voll- oder Teilzeit.

**O! wie lebendig. pro herford**  
Stadtmarketing

Weiteres dazu finden Sie **hier** auf der bcsd – Homepage.

Außerdem sucht die **Pro Herford GmbH** zur weiteren Verstärkung ihres Teams ebenfalls zum 1. April 2011 eine Fachkraft für Veranstaltungsorganisation (m./w.) in Voll- oder Teilzeit. Lesen Sie **hier** mehr zur Stellenausschreibung.

### Welche Daten nutzen und nützen Stadt- und Regionalmanager(n) wirklich?

Der Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN) plant im März 2011 eine Tagung, die sich u.a. darüber auseinandersetzen möchte, wie die amtliche Statistik Niedersachsens und Deutschlands ihr regionalstatisches Angebot den Bedürfnissen der (potenziellen) Nutzer ihrer Daten anpassen kann. Stadt- und Regionalmanager gehören in diesem Sinne als wichtige Multiplikatoren zur "Zielgruppe" der amtlichen Statistik. Die bcsd beteiligt sich mit einem Beitrag an der Tagung, in dem die Daten- und Analysebedürfnisse des Verbandes bzw. der Stadtmanager in Deutschland dargestellt werden sollen. Dabei stellen wir uns folgende Fragen: Welche „vernünftigen“ (statistischen) Vergleichsmaßstäbe gibt es für Städte und ihr Stadtmanagement? Gibt es ein sinnvolles Städte-Ranking und wie könnte es aussehen? Welche Bedürfnisse haben hier die Stadtmarketingorganisationen? Die bcsd möchte Sie hiermit aufrufen sich an der geeigneten Fragestellung zu beteiligen und uns zu diesem Themenfeld Anregungen und Hinweise unter **info@bcsd.de** zu liefern. Vielen Dank!

## Der Trend der Zukunft

*Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd*

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcsd-Erfa-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd liefert weiterhin mit jedem Newsletter Anregungen, Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor - ab sofort ist aber auch der neue TrendONE Stadtmarketing Trendreport erhältlich. Der Preis richtet sich nach der Einwohnerzahl (in Tausend) Ihrer Stadt. Bestellungen und Fragen unter **Stadtmarketing@trendone.de**.

### STEREO SEHEN IN DER U-BAHN

Mit ihrem Filmexperiment "Stereo Sehen" holt die Künstlerin Evi Kruckenhauser die Außenwelt in einen Zug der Berliner U-Bahn-Linie U2. Der Sonderzug, der zwischen dem Gleisdreieck und dem



Alexanderplatz pendelt, wurde dafür mit einer Videoinstallation ausgestattet. Einen Tag lang können Passagiere auf den Monitoren den Verlauf der Strecke aus Sicht des Zugführers und parallel dazu die oberirdische Entsprechung sehen. Die Aufnahmen sind dabei synchron zur Position der Bahn und die oberirdische Kamera kennt bei der Fahrt keine geografischen Hindernisse: Belebte Straßen oder Hauswände werden einfach durchfahren. Weiteres dazu **hier**.

### EVENT FÜR STADTTTEILMAGAZINE



Die Veranstaltung "Mags we love" im Designquartier Ehrenfeld in Köln macht ihrem Namen alle Ehre: Das eintägige Event widmet sich gänzlich der Ästhetik und Gestaltung von Stadtteilmagazinen und bietet Magazinliebhabern eine einzigartige Auswahl an Zeitschriften. Hierbei liegt der Fokus auf der außergewöhnlichen Ausstellungs-

methode sowie der Vielfältigkeit der über zweihundert zur Schau gestellten lokalen Magazine. Alle thematisieren einen bestimmten Stadtteil; von "Bad Taste" bis zum

"Wilhelmsburger Inselrundblick" sind in der ehemaligen Fabrikhalle eine Vielzahl an Regionen im deutschsprachigen Raum vertreten. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

#### WALE IM HAFENBECKEN

Die Tierschutzorganisation IFAW hat mit Hilfe der Agentur JWT Melbourne im Hafen der australischen Stadt Darling mit einer beeindruckenden Installation gegen den Walfang protestiert und zum Spenden aufgerufen. Im Hafenbecken wurden Fontänen installiert, die an das Blasen von Walen erinnerten. Diese wurden abends mit Projektoren blutrot angestrahlt. Gleichzeitig wurden Informationen, wie die Anzahl getöteter Wale, sowie eine Handynummer projiziert, über die Passanten per SMS spenden konnte. Untermalt wurde das ganze mit Walgesängen. Mit der Aktion unterstützt IFAW die Bemühungen der australischen Regierung den japanischen Walfang zu verbieten. Lesen Sie **hier** mehr dazu.



#### Terminkalender

##### **14. bis 15. Januar 2011, NRW – Kongress 2010, 1. internationaler Kongress für Veranstaltungssicherheit, Düsseldorf**

Die Nordrheinwestfälische Entwicklungsgesellschaft für innovatives Regional- und Industrie-Marketing lädt zum ersten internationalen Kongress für Veranstaltungssicherheit mit dem Titel „NRW Kongress 2010“, im Gedenken an die Opfer der nordrheinwestfälischen Katastrophe der Duisburger Loveparade, ein. Der Hintergrund ist, dass sie gemeinsam in direkter Abstimmung mit der Bundesregierung und in Kooperation mit vielen Behörden, Institutionen, Verbänden sowie Hilfs- und Rettungsorganisationen wieder Stabilität und Sicherheit in den Veranstaltungsalltag bringen wollen. Als Vortragende werden hochrangige Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Forschung sowie öffentlichen Organisationen erwartet. Zur Anmeldung geht es **hier**.

**25. Januar 2011, Tagung des bcsd Landesverbandes Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen in Zusammenarbeit mit der IHK-Leipzig, Was kann Stadtmarketing? Ideen, Chancen und Erfahrungen, Leipzig**

Der bcsd - Landesverband Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, unterstützt durch die Industrie- und Handelskammer zu Leipzig, lädt zur Tagung mit dem Thema „Was kann Stadtmarketing? – Ideen, Chancen und Erfahrungen“ in Leipzig ein, um sich ein aktuelles Bild über die Vielfältigkeit und Leistungsfähigkeit moderner Stadtmarketingprozesse zu verschaffen. Die Anmeldung zur Tagung finden Sie **hier**.

**10. Februar 2011, Tagung Innenstadt, Netzwerk Innenstadt NRW, Hamm, Weitere Informationen finden Sie **hier**.**

**24. bis 25. März 2011, Konferenz zur Schönheit und Lebensfähigkeit der Stadt No. 2 – Stadt und Handel. Stadt und Energie., Düsseldorf**

**22. bis 24. Mai 2011, bcsd-Frühjahrstagung, Stadt 21 – Ist Stuttgart überall? - Erfordernisse einer kooperativen Stadtentwicklung, Koblenz**

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71 F + 49 (0) 30 – 28 04 71 73, info@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister München VR 15748, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzender Michael Gerber

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

Die in dieser E-Mail gegebene Information ist nicht rechtsverbindlich. In Fällen, in denen die Rechtsverbindlichkeit erforderlich ist, kann Ihnen diese Bestätigung auf Anforderung gerne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten Nutzung, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestattet ist.