



Editorial

Spielräume nutzen

Wir alle kennen die Schlagzeilen aus den Medien. Dort ist von klammen Kommunen die Rede, von Städten und Gemeinden, die kein Geld mehr für wichtige Aufgaben haben. Es wird berichtet von einer schrumpfenden Bevölkerung, von einer älter werdenden Gesellschaft. Es finden sich Reportagen über kaputte Straßen, sinkendes Bürger-Engagement und völlig marode Stadtviertel. Alles in allem wird ein Bild gezeichnet, das beim Betrachter wenig Freude in Sachen Zukunft aufkommen lässt.

Die Fragen nach der finanziellen Ausstattung von Kommunen, der Gestaltung des demografischen Wandels oder sinnvoller Stadtplanung sind solche, die politisch beantwortet werden müssen. Was den Städten und Gemeinden allerdings selbst in unsteten Zeiten nicht zu nehmen ist, das ist der Spielraum für neue Ideen und innovative Konzepte. Dieser Newsletter weitet den Blick für einige spannende und ganz konkrete Beispiele, wie Verwaltungen gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern den verbleibenden Spielraum exzellent nutzen.

Thomas Horschler
Geschäftsführer

Standort Ruhrgebiet

Friedrich-Ebert-Str. 19
59425 Unna
Fon: +49 (0) 2303.25422-0
Fax: +49 (0) 2303.25422-22

Standort Berlin

Mierendorffstraße 15
10589 Berlin
Fon: +49 (0) 30.8871356-0
Fax: +49 (0) 30.8871356-28



Bei der Beratung der Stadt Selm setzt das Horschler-Team auf eine Mitmach-Kampagne.

Vom Stein zum Stein

„Wir bringen den Stein ins Rollen“ – mit einer breit angelegten Kampagne wird die Stadt Selm in den nächsten Monaten ihre Bürgerinnen und Bürger animieren sich für das Gemeinwesen zu engagieren. Konzept und Teile der Umsetzung stammen aus dem Hause Horschler Kommunikation.

Für Name und Zielsetzung der Kampagne stand der preußische Reformier Freiherr vom Stein gleichermaßen Pate. Er gilt als einer der Väter bürgerschaftlicher Beteiligung und lebte in seinen letzten Lebensjahren auf Schloss Cappenberg in Selm.

Die Zielsetzung ist ehrgeizig: Die Stadt will sich in den kommenden Jahren zur Musterstadt für bürgerschaftliches Engagement entwickeln. Dabei kann sie schon auf Beachtliches zurückgreifen: An einem „langen Tisch“ werden seit geraumer Zeit Ideen und Kräfte gebündelt. Eine Bürgerstiftung ist ins Leben gerufen und in der Stadt existieren ein Vielzahl von exzellenten Beispielen

für das Engagement der Menschen – im Großen, wie im Kleinen.

Bürgerengagement: Ideen gesucht

In zunächst drei Workshops werden im Herbst weitere Elemente der Kampagne gemeinsam mit interessierten Einwohnerinnen und Einwohnern entwickelt. Auch Stadtverwaltung und Politik beteiligen sich mit vollem Eifer an der Kampagne: Als Markenzeichen der Kampagne dient der Stein. Zugleich greifen die Fachleute von Horschler Kommunikation mit spielerischer Leichtigkeit seine vielfältigen Erscheinungs- und Bedeutungsformen auf. Bei verschiedenen Vorstellungsterminen brachte die Kampagne immer wieder den Stein ins Rollen und entfachte jeweils neue Ideenfeuerwerke. Genauso soll es sein: Alle sollen mitmachen, von Anfang an!

Kontakt: Volker Meier
Telefon: 02303 25422-33

Wir für NRW

Radstation als Vorzeigeprojekte in NRW

Das Unternehmen Horschler Kommunikation begleitet einzigartiges Modellprojekt zur Stärkung von Radstationen.

Radstationen qualifizieren sich als Serviceknoten im öffentlichen Nahverkehr: Ein vom Land gefördertes Modellprojekt im Kreis Unna will jetzt zeigen, welche Angebote solche Stationen sinnvoll leisten können und wie diese auf Dauer zu organisieren und zu finanzieren sind. Mit dem

Projektmanagement und dem Projektmarketing hat der Kreis Unna die Horschler Kommunikation beauftragt, die schon in der Antragsphase des Modellprojektes dem Kreis zur Seite stand.

Kontakt: Günther Klumpp
Telefon: 02303 25422-23

Unsere Leistungen:
* Förderberatung
* Projektmanagement
* Marketing & Kommunikation



Kommunikationsberatung aus Unna bringt neue Projekte erfolgreich voran.

Volle Power für die Regionale 2016 und Energiebürger – Energiestadt Werne

In ihrem Beitrag für die Regionale 2016 setzt die Stadt Werne voll auf die Energiewende – und auf die eigenen Bürgerinnen und Bürger. Mit dabei sind Partner wie RWE und Lippeverband sowie viele örtliche Unternehmen und Akteure. Die Öffentlichkeitsarbeit für die Kampagne übernimmt Horschler Kommunikation.

Der große öffentliche Aufschlag des Projektes ist die „Energieschicht“ am 9. September 2011 ab 18 Uhr im Gersteinwerk Werne-Stockum. Es wird Anfang nächsten Jahres bei der Regionale 2016 Westmünsterland eingereicht. Die „Energieschicht“ zeigt, was in Sachen Erneuerbare Energien heute schon möglich ist – und regt zum Mitmachen an. In Werne sind sich die Verantwortlichen sicher: Der Ausbau regenerativer Energieerzeugung kann nur mit den Menschen gelingen. Dafür werden die Verantwortlichen im weiteren Verlauf der Kampagne werben.

So soll im Rahmen des Projektes ein Modell geschaffen werden, das sich später in seinen Besonderheiten auf das westliche Münsterland und vergleichbare Landstriche übertragen lässt. Gesucht wird der Energiebürger, der nicht nur (bewusster und sparsamer) Verbraucher ist, sondern auch selber zum Produzenten wird.

Pressekampagne sorgt für Akzeptanz

Bereits im Vorfeld der Veranstaltung bereitet Horschler Kommunikation eine umfangreiche Pressekampagne über gelungene Energieprojekte in der Stadt und im Umfeld vor. Auch die Steuerung der internen Projektkommunikation und die öffentliche Darstellung in dieser wichtigen Projektphase haben die Verantwortlichen in die Hände der Agentur Horschler Kommunikation gelegt.

Kontakt: *Bele Pohlmann*
Telefon: 02303 25422-42

Fröndenberg erleben

Die Stadt Fröndenberg/Ruhr komplettiert mit dem Wanderfolder „Auf Schusters Rappen“ ihre Stadtinfo- und Tourismuserie. In den vergangenen Jahren entwickelte die Agentur Horschler Kommunikation elf Folder zu den Themen: Golf, Reiten, Wirtschaft, Hotel, Gastronomie, Stadtrundgang, Ruhrtalradweg, Zabelroute, Kettenschmiede, Kulturschmiede und Heimatmuseum. Sie bieten Gästen Wissenswertes über die Ruhrstadt, damit sie ihren Aufenthalt in Fröndenberg individuell gestalten können.



Wir in der
Region

Kontakt: *Corinna Glück*
Telefon: 02303 25422-15

+++ Kurz notiert +++ Kurz notiert +++



Die eigenen Kunden im Fokus

Gewusst wie: Internetmarketing

Ob Händler, Produzent oder Dienstleister: Ohne Internet-Auftritt werden sie nicht gefunden – das ist klar. Doch wie prüfen Firmen ohne eigene Web-Spezialisten, ob und wie die Kunden sie wirklich in der Fülle des weltweiten Webs entdecken, ob Produkte und Botschaften auch die richtige Zielgruppe erreichen und welche Investitionen im Online-Bereich sinnvoll sind? Hier werden konkrete Fragestellungen geklärt. Zum Beispiel: Was nützen Soziale Medien und Portale, die mit Clicks werben wie früher Printmedien mit Auflagen, die dann jedoch nur im Altpapier landeten? Diese und andere Fragen beantworten die beiden Online-Marketing-Spezialisten Claudia Camisa und Carsten Winkel in der Reihe Mittelstandsforum für die Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Kreis Unna. Der Vortrag der beiden Horschler-Fachleute gibt wertvolle Hinweise zum gezielten Internet-Marketing sowie zu Analysen und Steuerungsmöglichkeiten von Kampagnen und Werbemaßnahmen. Themen wie Suchmaschinen-Optimierung und Regeln des richtigen Auftritts werden auch für IT-Laien verständlich vermittelt.

Termin: 12. Oktober 2011 im Ringhotel Katharinenhof, Unna – 9.00 – 10.30 Uhr.
Gebühr: 25,00 Euro (inkl. Frühstück)
Anmeldung: WFG Kreis Unna
Tel.: 02303 271690 oder unter
post@wfg-kreis-unna.de

Ihr Spezialist für kommunale Kommunikation aus Unna

Ein Standbein der Agentur Horschler Kommunikation ist die Begleitung von kommunalen und regionalen Auftraggebern sowie verschiedener Verbände. Das Portfolio reicht von Beratung in Fragen der Kommunikation über die Begleitung und Umsetzung von Image- und Printprodukten bis hin zur Planung und Moderation ganzer Veränderungsprozesse. Eine Besonderheit sind die Referenzen im Bereich von Umweltberichten und Zertifizierungsverfahren – mehr dazu unter: www.horschler.eu.