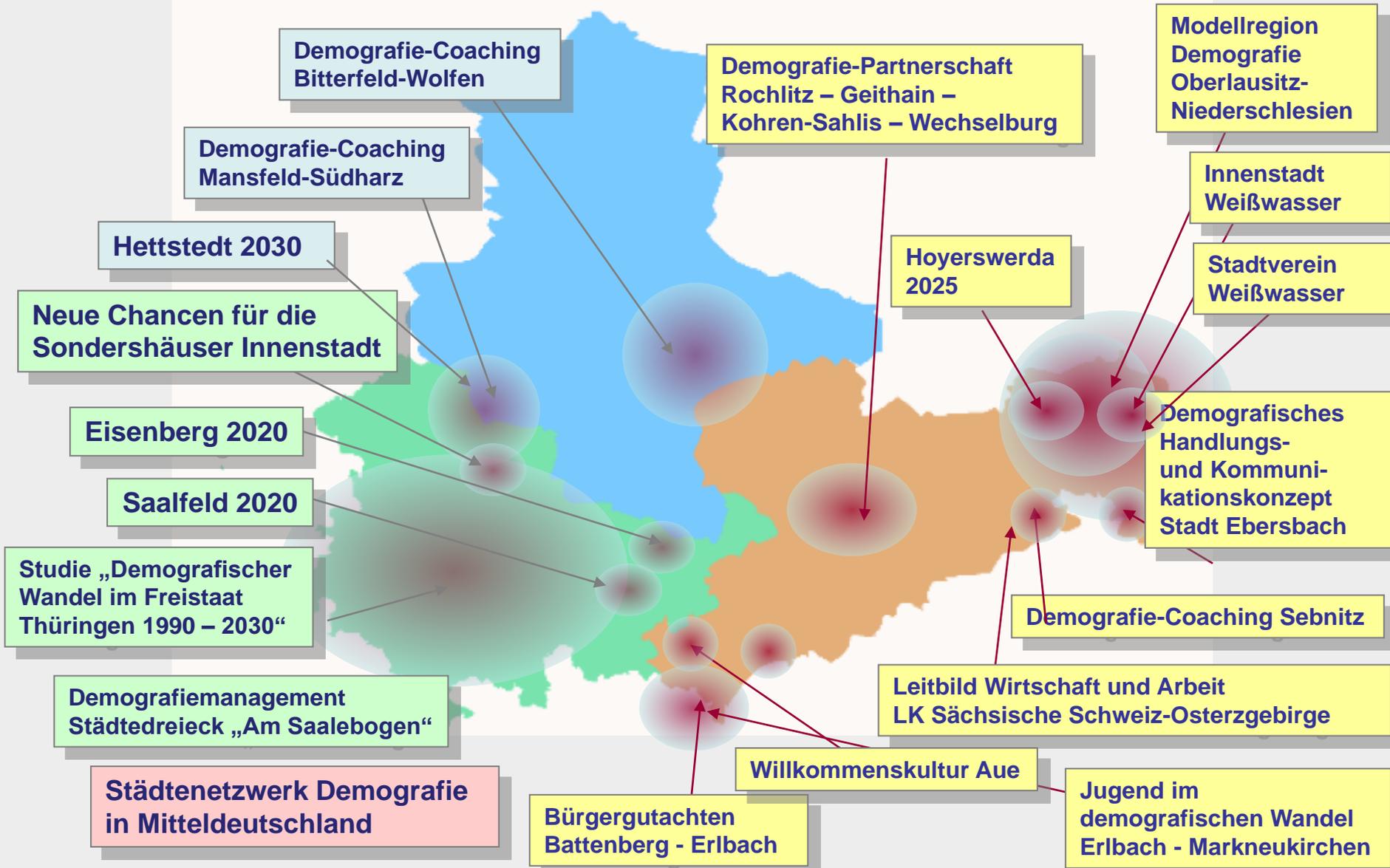


# Weniger, älter, bunter, ungleicher – und trotzdem erfolgreich?!

Neue Chancen im demografischen Wandel



## ■ Strategie- und Veränderungsberatung in Zukunftsprojekten

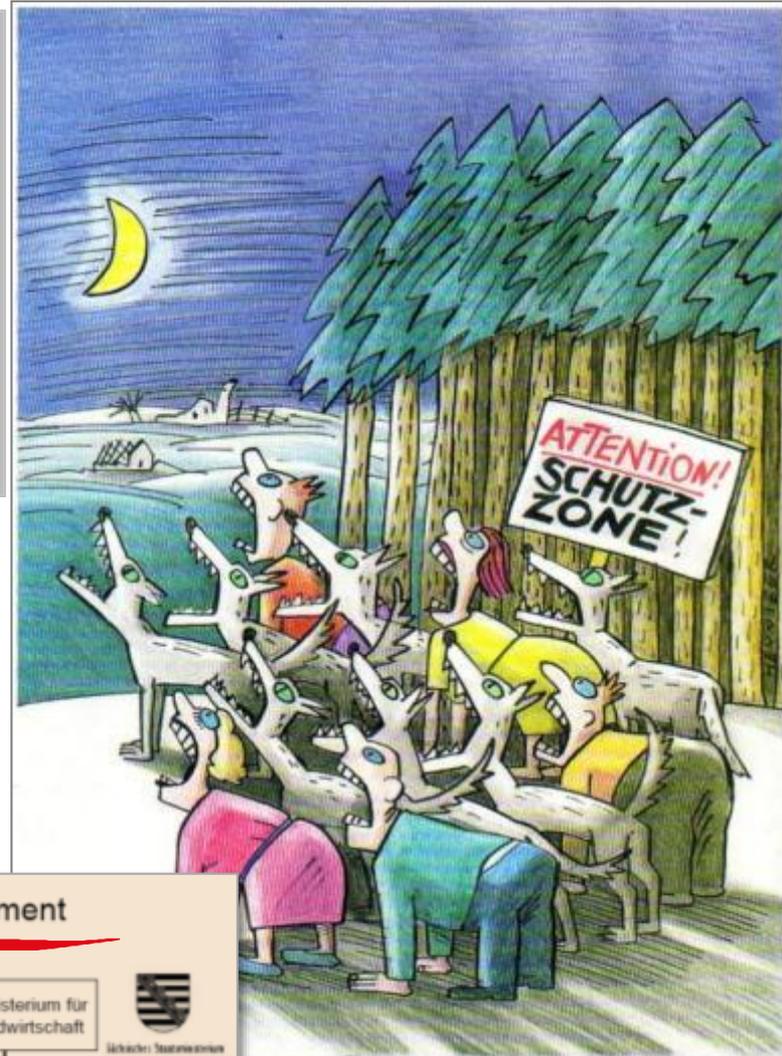




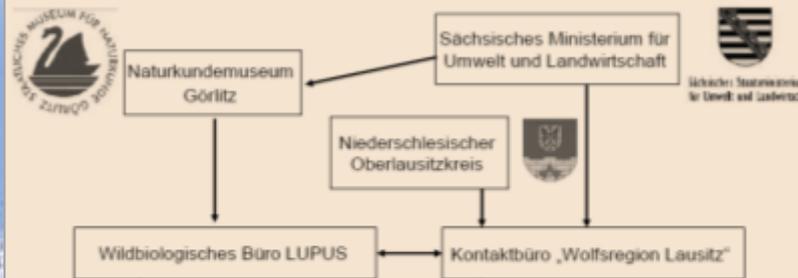
## Lasst die Wölfe

### rein!

Die Menschen gehen, die Natur erobert sich **große Teile Ostdeutschlands** zurück. Das ist nicht schlimm. Es hilft der Umwelt und spart Steuergelder

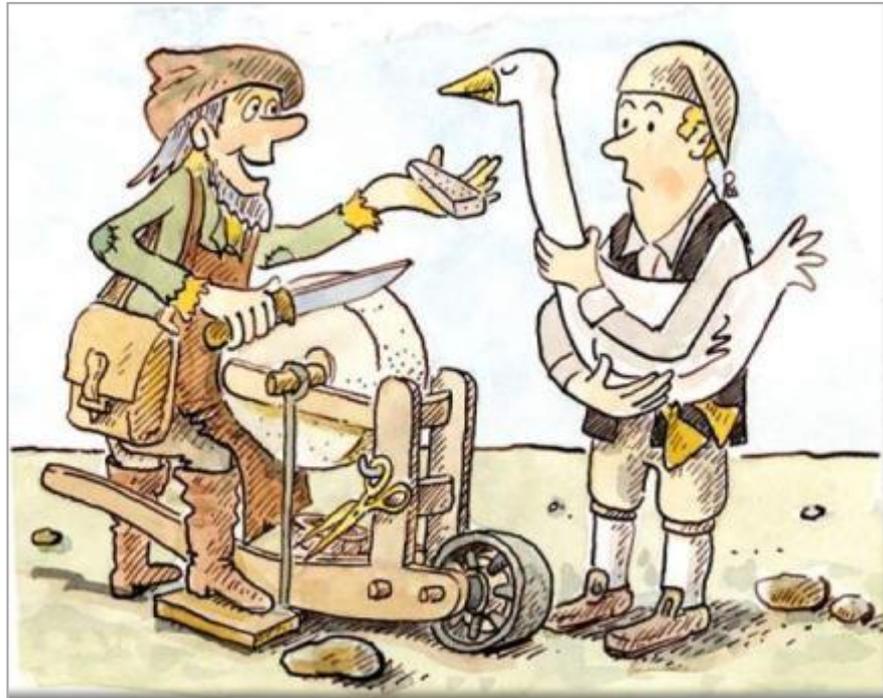


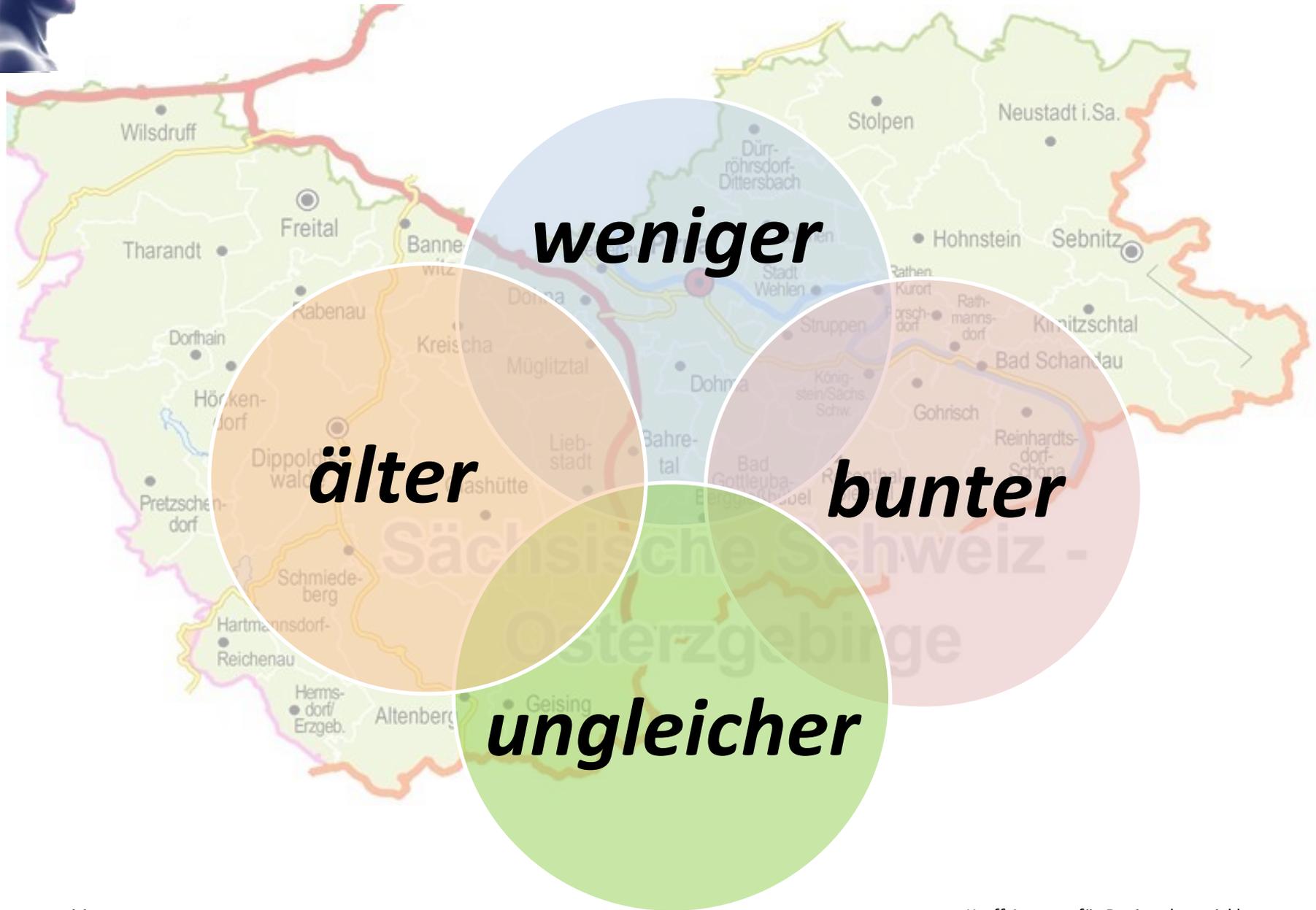
### Sächsisches Wolfsmanagement



**Aber:**

***Haben wir auch ein  
vorausschauendes Demografie-Management?***







---

HERAUSFORDERUNGEN ERKENNEN  
CHANCEN NUTZEN



**Alarmismus lähmt**

+++ Ist da noch jemand? +++



Frankfurter Allgemeine  
**FAZ.NET**

+++ nur Vatikanstadt ist schlechter +++

+++ Erst fehlen die Kinder, dann die Eltern +++

**SPIEGEL ONLINE**

+++ Tod auf Raten +++



+++ Frauen laufen weg +++

+++ ganze Landstriche menschenleer +++



## Mentalitätswandel

Für den Wandel sensibilisieren

### Fachbegriffe

Schrumpfen

Revitalisierung

Verkleinern

Dezentralisieren

Rückziehen

Schließen

Umbauen

Optimieren

Umnutzen

### Negative Emotionen

Schulbusse kosten mehr...

Abwasser auf dem Prüfstand...

Jugendtreff ist dicht...

Ängste dämpfen Konsumlust...

Jeder 5. Polizist auf Streichliste...

Eltern sollen mehr bezahlen...

Alle jungen Leute wandern ab...

An allen Ecken und Enden wird  
das Geld fehlen...

Der letzte macht das Licht aus...

## Mentalitätswandel

## Demografischer Wandel



## Demografischer Wandel



## *Für eine Kultur des Wandels – kontra statistisches Katastrophendenken*



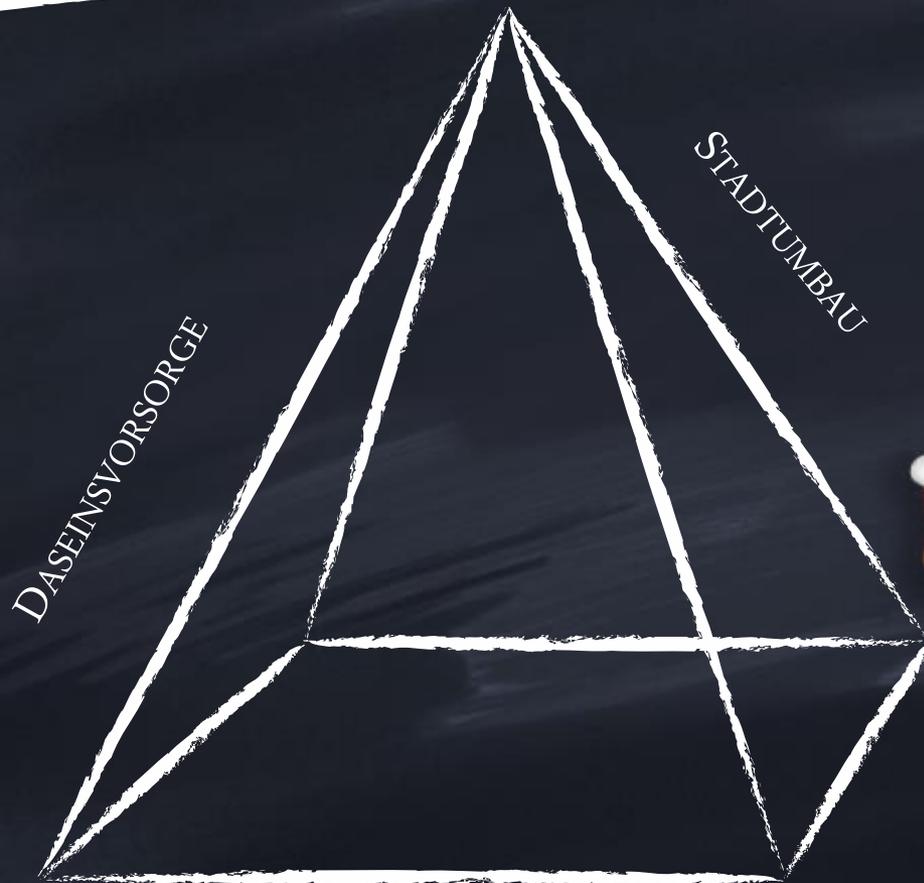
# Neue Chancen im demografischen Wandel



# GANZHEITLICHEN

# ANSATZ WÄHLEN

---



Akteure



Ignorieren des demografischen Wandels



Anpassung an den Schrumpfungsprozess

Trendumkehr durch wirtschaftliches Wachstum



Neuerfindung der Stadt





Abwanderung



Rückzug ins Private

Engagement



Protest (Wutbürger)





# Chancenorientiertes Demografie-Management : Baukasten

weniger

älter

bunter

**Kompetenz**

*für sachgerechte Lösung*

**Kommunikation**

*nach innen, außen  
und zur Veränderung*

**Kraft**

*zur Durchsetzung*



betrifft **jedes Handlungsfeld**,  
jeden Berufszweig, **jeden Einzelnen**



bietet die einmalige **innovative Chance**, die Städte und die Regionen  
neu zu beleben und zu gestalten



erfordert einen **Mentalitätswandel**

Denkwerkzeuge

Methoden

Trends



# Chancenorientiertes Demografie-Management : Baukasten

weniger

älter

bunter

**Wir brauchen jedes Kind**

**Wir brauchen ein neues Bild vom Altern, von den Alten**

**Wir brauchen ein neues Generationen-Miteinander**

**Wir brauchen die Potenziale der (künftig) Zuwandernden**

**Wir brauchen eine neue Engagementkultur**

**Wir brauchen neue Lösungen für den Arbeitsmarkt  
und für wirtschaftliches Wachstum**

**Wir brauchen politisches Denken und Handeln über  
mehrere Legislaturperioden**

**Wir brauchen neue Ansätze für strategisches Denken**

**Wir brauchen neue Lösungen der  
interkommunalen Zusammenarbeit**

Kompetenz

für sachgerechte Lösung

Kommunikation

nach innen, außen  
und zur Veränderung

Kraft

zur Durchsetzung

Denkwerkzeuge

Methoden



# Chancenorientiertes Demografie-Management : Baukasten

weniger

älter

bunter

Erreichbarkeit  
und Mobilität

Arbeitsmarkt  
und Wirtschaft

öffentliche  
Daseinsvorsorge

Generationen  
-Miteinander

Zukunfts-  
optimismus

Kinder- und  
Jugendfreundlichkeit

Kommunikation

nach innen,  
und zur Verän

Finanzen

Bildung

Kultur

Familienfreundlichkeit

Denkwerkzeuge

Wohnen

attraktive  
Innenstädte

Seniorenfreundlichkeit

Methoden

Tourismus

Gesundheit  
und Pflege

Infrastruktur

Sport  
und Freizeit

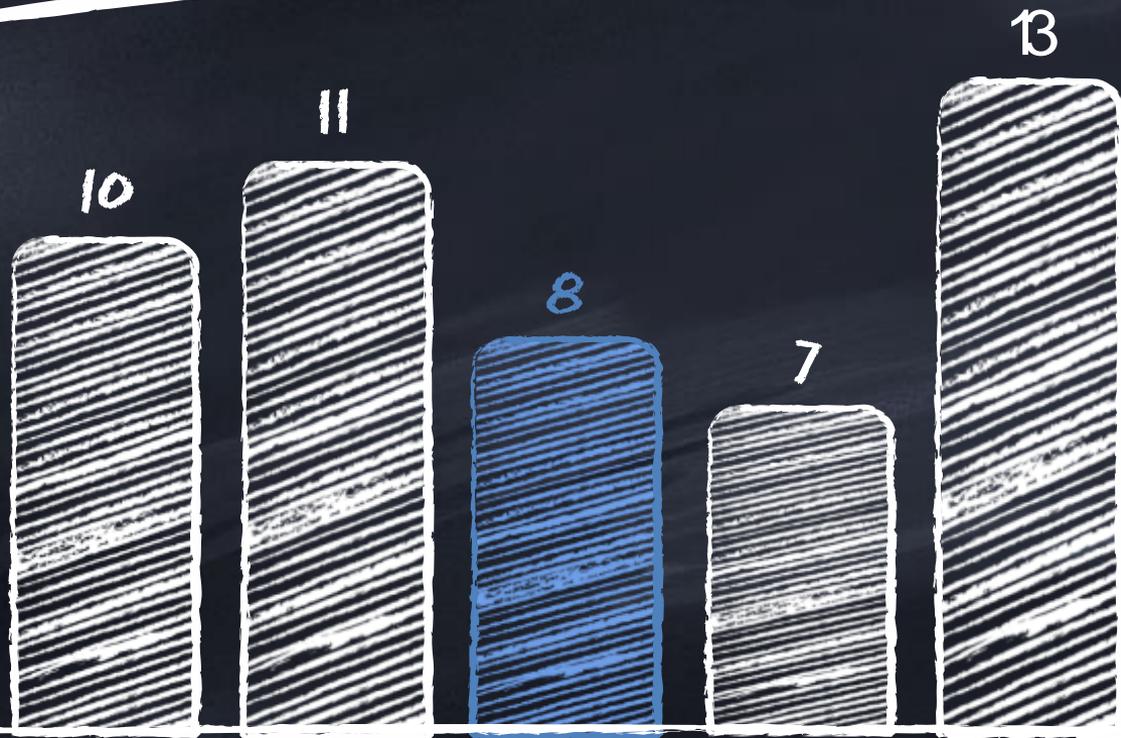
Engagement-  
kultur

Stadt-  
Umland

interkommunale  
Zusammenarbeit

Trends

# INFO LU ST STATT DATENFRUST

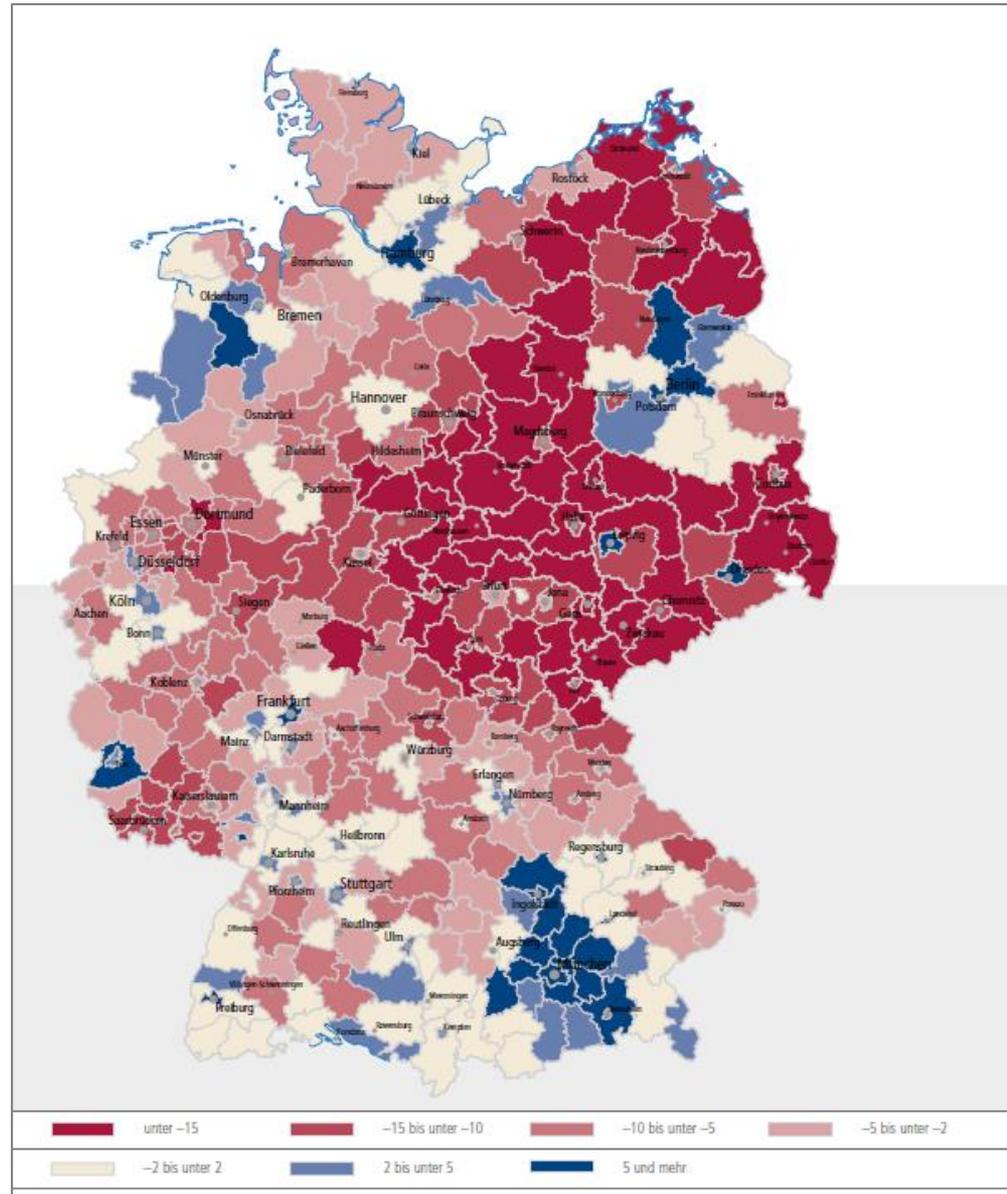


## Zurechtfinden im Datenschungel:

- Zum Umgang mit demografischen Analysen, Daten, Trends und Statistiken



## Bevölkerungsentwicklung 2009 bis 2030 (in %)



Quelle:  
Deutschland im Demographischen  
Wandel 2030 – Datenreport;  
BertelsmannStiftung

**Demografie-Strategie:  
Innovationen statt linearer Anpassung**



# Neue Chancen im demografischen Wandel

## Freistaat Thüringen Prognose der Erwerbstätigkeit (2009-2030, konstante Erwerbsbeteiligung)

Kreisfreie Stadt/Landkreis	absolut			relativ (in %)		
	2009	2020	2030	2009-2020	2020-2030	2009-2030
Erfurt, Stadt	110.006	98.640	94.637	-10	-4	-14
Gera, Stadt	51.758	38.217	29.076	-26	-24	-44
Jena, Stadt	56.932	51.299	50.372	-10	-2	-12
Suhl, Stadt	20.520	11.940	6.330	-42	-47	-69
Weimar, Stadt	34.950	32.279	33.191	-8	3	-5
Eisenach, Stadt	21.939	19.255	17.661	-12	-8	-20
Landkreis Eichsfeld	56.887	45.181	35.626	-21	-21	-37
Landkreis Nordhausen	46.842	37.009	29.924	-21	-19	-36
Wartburgkreis	70.418	53.074	38.773	-25	-27	-45
Unstrut-Hainich-Kreis	57.754	45.324	34.982	-22	-23	-39
Kyffhäuserkreis	42.953	28.605	17.794	-33	-38	-59
Landkreis Schmalkalden-Meiningen	69.593	52.919	39.617	-24	-25	-43
Landkreis Gotha	72.846	58.358	46.472	-20	-20	-36
Landkreis Sömmerda	39.922	29.669	21.957	-26	-26	-45
Landkreis Hildburghausen	36.657	27.326	19.844	-25	-27	-46
Ilm-Kreis	59.469	49.136	42.193	-17	-14	-29
Landkreis Weimarer Land	46.152	34.258	25.149	-26	-27	-46
<b>Saalfeld-Rudolstadt</b>	<b>60.902</b>	<b>43.525</b>	<b>29.221</b>	<b>-29</b>	<b>-33</b>	<b>-52</b>
Saale-Orla-Kreis	46.457	34.549	25.243	-26	-27	-46
Landkreis Greiz	56.154	38.387	24.770	-32	-35	-56
Landkreis Altenburger Land	50.653	35.926	25.227	-29	-30	-50
<b>Thüringen gesamt</b>	<b>1.187.926</b>	<b>924.663</b>	<b>734.542</b>	<b>-22</b>	<b>-21</b>	<b>-38</b>

Quelle: eigene Darstellung, Datenbasis: 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung bis 2030 des Landes Thüringen, Mikrozensus, TLS 2010, eigene Berechnung

# ENGAGEMENT MOBILISIEREN - PROJEKTE ENTWICKELN

---

Senioren

Familien

Jugend



Zielgruppe Jugend

Engagementkultur | Beteiligungsformen

**Botschaften, für die Erwachsenenwelt kaum zu entschlüsseln**



# Zielgruppe Jugend

## Engagementfelder und Projektarten



**Die 10 Punkte:**

- Vernetzung der Jugendclubs
- Kino wiederbeleben
- Kinder- & Jugendparlament errichten
- Visionen für Bitterfeld-Wolfen (2025)
- die Marke „Bitterfelder Bogen“ mit Leben erfüllen
- Skaterpark und „Roxy“ besser vernetzen
- Projekt „Kommunikationsbrücke Internet“
- Anlaufpunkt für Bürgerengagement
- Initiativen gegen Vandalismus
- Bekanntmachen des Projektes „Junge Macher“



[www.facebook.com/junge.macher](http://www.facebook.com/junge.macher)





kultur  
trifft  
straße





**Altes Inko-Kaufhaus  
in Saalfeld wird zum  
Schau-Spiel-Raum**



**„My Space“ Projekt  
gewinnt  
Bundeswettbewerb  
„Kinder zum Olymp“**



## Kinder- und Jugendausschuss

Neuwahlen September 2012

### Wie kann ich mitmachen?

Eine Wahl an deiner Schule entscheidet, wer als Vertreter eurer Schule im Kinder- und Jugendausschuss teilnehmen kann.

### Wie bewerbe ich mich?

1. Frag bei deinem Schulleiter/deiner Schulleiterin nach.
2. Fülle den Steckbrief aus.
3. Stelle dich in deiner Schule vor (wie du dich



## Jugendbeirat Bautzen

Młodzieżowa porada Budyšin

Viele Ideen. Gute Mitbestimmung.



Ich bin im Jugendbeirat: Markus Wiezorek

## „Nicht meckern, sondern machen“

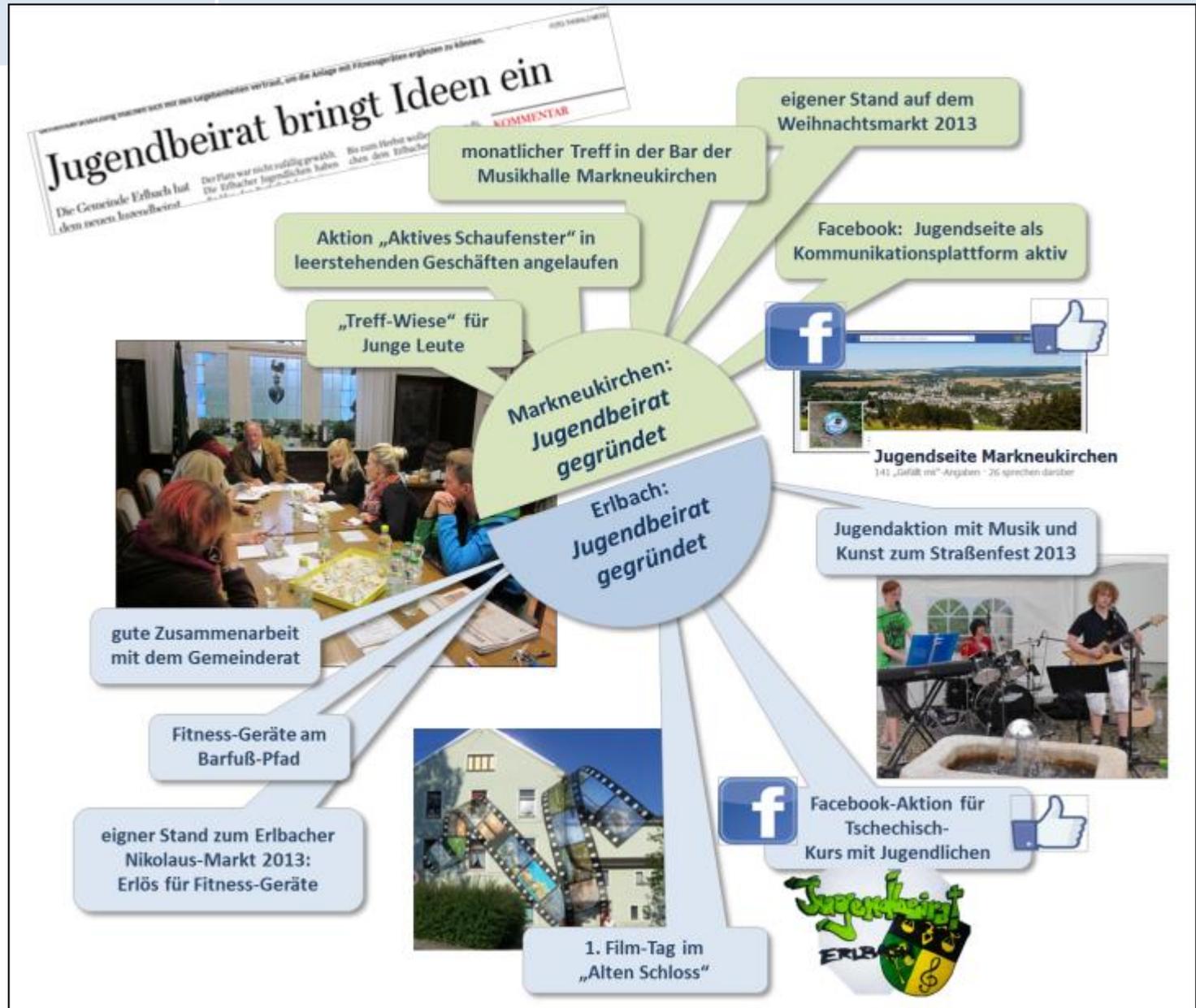
**Bautzen.** Ein weiteres Mitglied des neu gegründeten Bautzener Jugendbeirates: Markus Wiezorek vom Friedrich-Schiller-Gymnasium.

**Alter:** Mit 17 Jahren besucht er die elfte Klasse am Schiller-Gymnasium.

**Was mir an Bautzen gefällt:** Bautzen ist einfach eine Stadt, die sich nicht verstecken muss. Hier wird viel gebaut und modernisiert. Außerdem bietet die Altstadt eine schöne Kulisse für



Markus Wiezorek



**Entscheidend für die Zukunftsfähigkeit der Stadt:  
Familienfreundlichkeit**





- Freizeit: z.B. Skaten, mehr Orientierung an Trends
- **Kinder-Ecke, Spielplatz in der Innenstadt**
- Service und Erlebnisqualität in den Geschäften (nicht nur Versorgungskauf)
- öffentl. WC
- **Männer-Ecke (Wo gebe ich meinen Mann ab?)**
- Leben nach 20 Uhr
- **Kommunikationsmöglichkeiten für das "Mittelalter" und für jüngere Erwachsene**
- Barrierefreiheit (Boulevard)
- Fahrradfreundliche Stadt
- **originelle Zwischenlösungen in leerstehenden Geschäften**
- Internetauftritt : übersichtlicher, mehr für Familien, Kommunikationsbörse für "Ausgewanderte"
- öffentl. Raum gestalten (Grün, Aufenthaltsqualität)
- **Wochenmarkt mit mehr Grün- und Frischeprodukten auf dem Marktplatz**
- mehr Cafes
- Schnitterbrauerei: Freizeit, Dienstleistung,

Thema **Alltag:**

- Hauswirtschaftliche Angebote
- Hol- und Bringdienste
- Waschsalon

Thema **Handel:**

- Einkaufswagen mit Kindersitzen
- Wickeltische
- Reparaturservice
- Freihauslieferung

Thema **Wirtschaft / Arbeit:**

- Babysitteragenturen
- Betriebskindertagesstätten
- Frauenförderung
- Tagesmütter

Thema **Wohnen:**

- Mehr-Generationen-Wohnen
- Ausweitung preisgünstiges Bauland

Thema **Kultur / Freizeit / Sport:**

- Ermäßigung bei Eintritten
- Spielplätze / Spielräume für Kinder
- Familienfreundliche Kulturangebote
- Preisgünstige Ferienmöglichkeiten

Thema **Verkehr:**

- verkehrsberuhigte Zonen
- Erhöhung der Verkehrssicherheit
- Schülerfahrdienste
- Schulwegsicherung

Thema **Verwaltung:**

- familienfreundliche Öffnungszeiten
- Infosysteme
- Kinderspielecken in den Wartebereichen

## ■ Innenstädte sind weiblich

**Frauen** wandern in entspannter Geschwindigkeit durch Läden, betrachten Produkte, vergleichen Angebote, diskutieren mit dem Personal, probieren Kleider und machen schließlich eine wohlüberlegte Entscheidung....

Wenn **Männer** einkaufen, wirken sie wie eine losgelassene Gewehrkegel. Meistens kann man sie nicht dazu bewegen, etwas anzuschauen, was sich ihnen in den Weg stellt. Sie schauen nicht hin, sind ungeduldig und stellen dem Personal keine Fragen... Sie kaufen ein, wie sie Auto fahren.

**Einkaufen ist weiblich!** Wenn Männer einkaufen, versuchen sie im Grunde, eine weibliche Tätigkeit zu imitieren.

**Vom Seniorenkonzept zum Un-Ruhestand**



„Senioren-Scouts“



## Was Senioren von der Innenstadt erwarten



- kurze Einkaufswege
- gute Erreichbarkeit der Geschäfte und Einrichtungen
- Sitzmöglichkeiten zum Ausruhen
- Kommunikations- und Sozialkontakte
- persönliche Ansprache und hohe Qualität
- Service (z. B. Toiletten, Garderobe-/Gepäckabgabe, Hauslieferung)
- hohe Qualität
- ansprechende Printmedien
- Sicherheit
- gesundheitsbezogene Produkte und Dienstleistungen
- kleine, übersichtliche Geschäfte ("Tante Emma")
- barrierefreie Eingänge und klare, übersichtliche Wegführung

## Bürgergutachten Rochlitz – 50+ aktiv

### Fotografische Stadterkundung

Einzelhandel stärker auf Bedürfnisse der Generation „50plus aktiv“ ausrichten

- mehr Angebote im Textilbereich für Senioren
- mehr Qualität im Einzelhandel
- Schaufenster ansprechender gestalten
- mehr Angebote im Gesundheitsbereich



## Netzwerk von Senioren für Senioren in Hoyerswerda

- Einzelinteressen



- Seniorenbeirat
- Nachbarschaftshilfeverein
- Stadt
- Stadtverwaltung
- AWO
- Caritas
- Volkssolidarität
- VDK
- Sportvereine
- DOMOWINA
- Diakonie
- Seniorenakademie
- Wohnungsunternehmen
- Kirche
- ...



Internetklub der Seniorenakademie Hoyerswerda e.V.

## Neue Chancen: Sport – Gesundheit - Wellness

- Fußball
- Handball
- Volleyball



- Rückenschule
- Wirbelsäulengymnastik
- Nordic - Walking
- Gymnastik 50+
- Aerobic 50+
- lieber straff als schlaff
- Line Dance
- Gefäßtraining
- Seniorentanz
- Gedächtnistraining
- Radlergemeinschaft



## Generationen miteinander organisieren



## Die Bürgergutachter...



## Die Projektideen...

- Wochenmarkt reaktivieren
- Wohnkonzepte für junge Familien
- Tauschbörse
- Grenzüberschreitende Demografie-Partnerschaft
- Netzwerk der Generationen
- **Bürgerbus**
- Zweisprachiger Kindergarten
- Förderung der Selbstorganisation
- **Haus der Vereine „Alles unter einem Dach“**



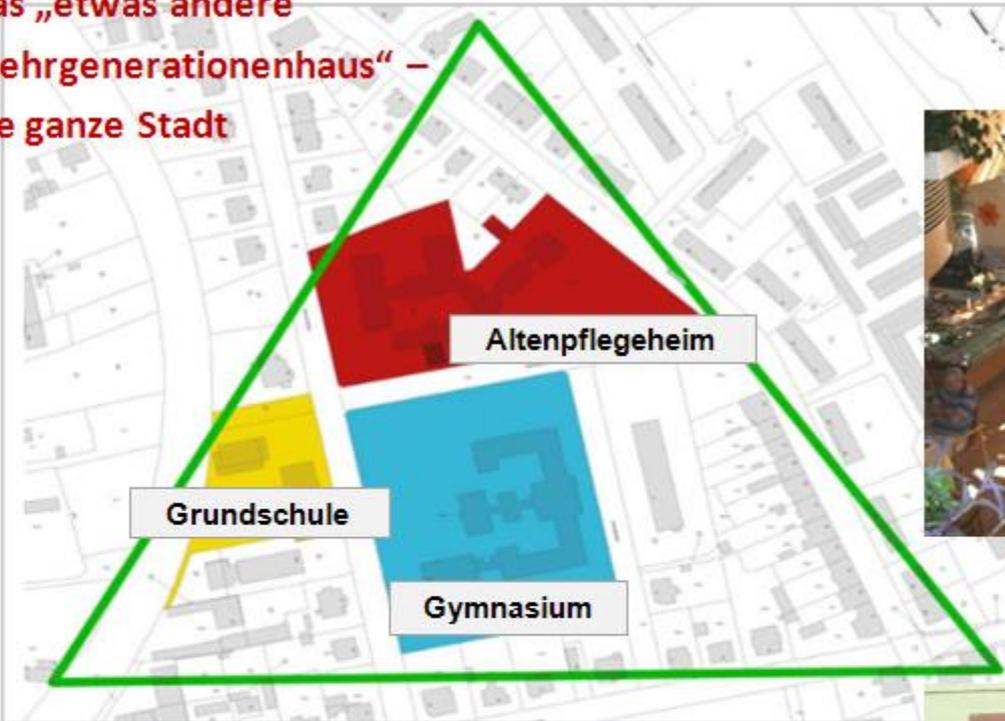


## Der Bürgerbus macht Senioren und Kinder mobil

- Senioren: zum Einkaufen; zum Arzt nach Markneukirchen
- Schüler: zu Sportwettkämpfen
- Hortkinder: ins Kino oder zu Freizeiteinrichtungen
- Kindergarten: zu Ausflügen



Das „etwas andere  
Mehrgenerationenhaus“ –  
die ganze Stadt



FALLBEISPIEL: INNENSTADT



**Vorwärtsstrategien** für Innenstädte  
im demografischen Wandel

■ **Lebensmittelpunkt**

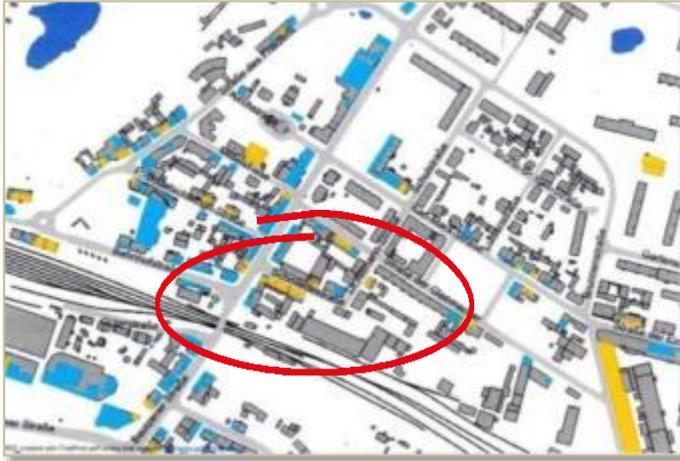
■ **Wirtschaftsraum**

■ **Kommunikationsort**



Haltefaktor attraktive Innenstadt





### Leerstands- Landkarte

Große Kreisstadt Weißwasser/O.L.  
Leerstandsmanagement  
Datenblatt Innenstadt

Stand 05.03.2009

Strasse / Hausnummer	Muskauer Straße 71
Eigentümer	privat
Verwalter	Immobilien Funke
Gewerbenieter	keine
Gewerbeflächen	71 m²
Leerstand?	ja
Branche	Bäcker / Fleischer
Probleme	direkt an der Bundesstraße, keine Parkmöglichkeiten, keine Stellmöglichkeiten auf dem Gehweg



Eingetretene Maßnahmen				
tds. Nr.	Maßnahme	Wer realisiert?	Termin	ok
1	Kontakt mit Eigentümer			
2	Kontakt mit Interessierten			
3				

### Bestands- aufnahme

### Zwischen- nutzung

Interims-Management  
Merseburg



Die Ideen



**Schandfleck im Herzen der Stadt**

ehem. Central-Halle gegenüber  
Robert -Schumann-Haus

Das Ergebnis



Nutzungen Cluster	Einzelhandel	Dienstleistung	Gastronomie	Gesundheit	Kultur
„Best-Ager-Quartier“	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bio-Laden</li> <li>Senioren-Kaufhaus</li> <li>Kaffee + Reisebüro</li> <li>Orthopädische Schuhe</li> <li>Themen-Märkte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Friseur + Reisebüro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internetcafe für Senioren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arztpraxis und Gesundheitsprodukte</li> <li>Apotheke und SB-Bankbereich</li> </ul>	
	Feinkostladen und Cafe / Friseur + Reisebüro / Reinigung und Postagentur				
Multi-Media-Quartier	<ul style="list-style-type: none"> <li>Computer, Software</li> <li>Online-Shop für Uhren, Schmuck, Geschenke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DVD-Verleih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internetcafe</li> </ul>		
<b>Kreativ-Quartier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtteil-Laden</li> <li>Selbst-Back-Laden</li> <li>Reise-Buchhandlung</li> <li>Hobby + Künstlerbedarf</li> <li>Haushaltwaren + Kochkurse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Waschsalon + Internet</li> <li>Kunst + Handwerk</li> <li>Erlebniswelt Oldtimer</li> <li>Reise-Bar</li> <li>Instrumentenverleih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pub + Tonträger</li> <li>Trödel-Café</li> <li>Puppentheater + Café Hofgaststätte</li> <li>Lese-Café</li> </ul>		
Fitness-/ Wohlfühl-Quartier	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trendsportladen</li> <li>frische Lebensmittel + Blumen</li> <li>Bio-Laden + Café</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familien-Beratungs-Service</li> <li>Fahrrad-Schnellservice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>vegetarisches Restaurant</li> <li>Eisdiele für Skater</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yoga-Zentrum</li> <li>Gesundheitskurse</li> </ul>	
	Café mit Bootsverleih + Fahrradverleih / Weinverkauf + Lebensberatung / Blumenladen + Kaffeestübchen + Malkurse				
Inter-nationales Quartier	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asia-Laden</li> <li>internationale Feinkost und Delikatessen</li> <li>polnische Wurstwaren</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>ethnische Gastronomie</li> </ul>		



Ahlbeck



Rochlitz



Ebersbach / Sa.

**Mr. Espresso:  
„Cafe allein geht nicht...“**



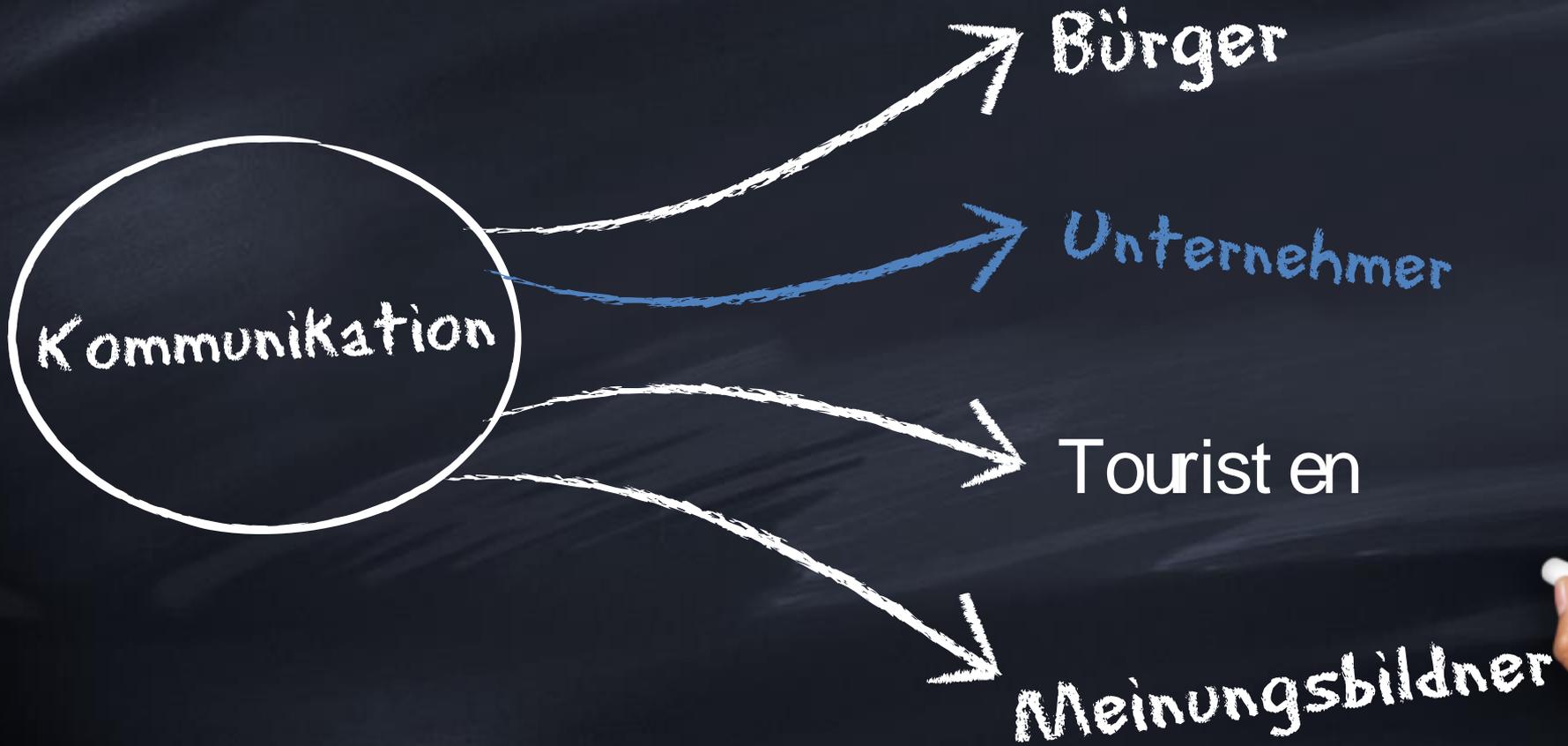
**Bürgerfreundliche Verwaltung  
mit Qualität und Service**



# IDENTITÄT STÄRKEN -

# IMAGE ENTWICKELN

---



**Wer Weißwasser kennt,  
der weiß, was er kennt**

**Niesky zu jeder  
Jahreszeit**

**Zittau - Stadt am  
Dreiländereck**

**Löbau –  
ein Besuch lohnt sich**

**Hoyerswerda will's wissen.**



**Konstruierte Image-Bilder werden zum Bumerang:  
Städte sind keine Joghurt-Marken**

## Bitterfeld-Wolfen im Wandel

Erhöhte Anpassungsleistungen :  
vom Industriestandort



Zukunftsorientierte Kompetenzfelder:  
zum modernen innovativen Standort und  
zum Laboratorium im demografischen Wandel



1990

2000

2010

2020

2030

## *Steigern des Brutto-Mental-Produkts:*

Kampf um die (besten) Köpfe

Kunden

Masterplan  
Jugend

Bildung

Wettbewerb  
um Touristen

Silver Work



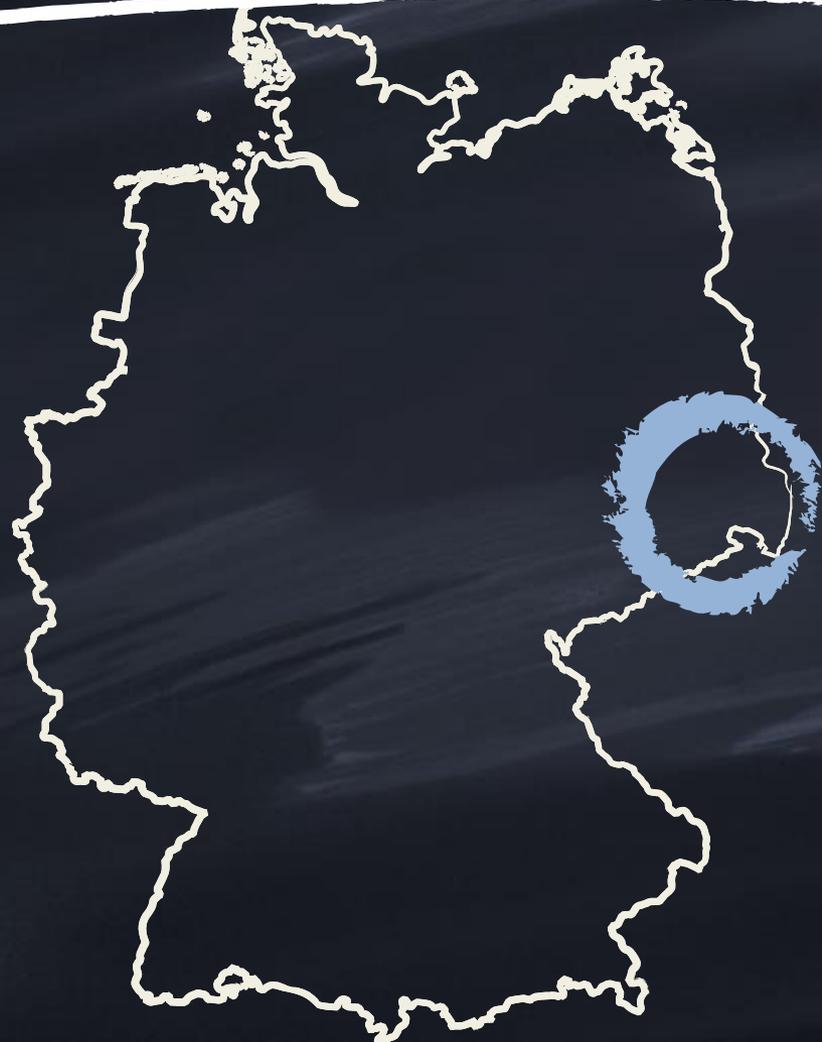
***Aus Bekanntheit muss  
Begehrlichkeit werden:***

**Die Stadt als Marke – Sinn oder Unsinn?**



# VERANTWORTUNGS- GEMEINSCHAFTEN BILDEN:

---



**Partner:**

Städtenetz Demografie  
Hettstedt – Lutherstadt Eisleben –  
Sangerhausen

**Innovationsthema:**

Jugendfreundliche Städte und  
Engagementkultur im  
demografischen Wandel

**Partner:**

Städtedreieck „Am Saalebogen“  
Bad Blankenburg – Rudolstadt – Saalfeld

**Innovationsthema:**

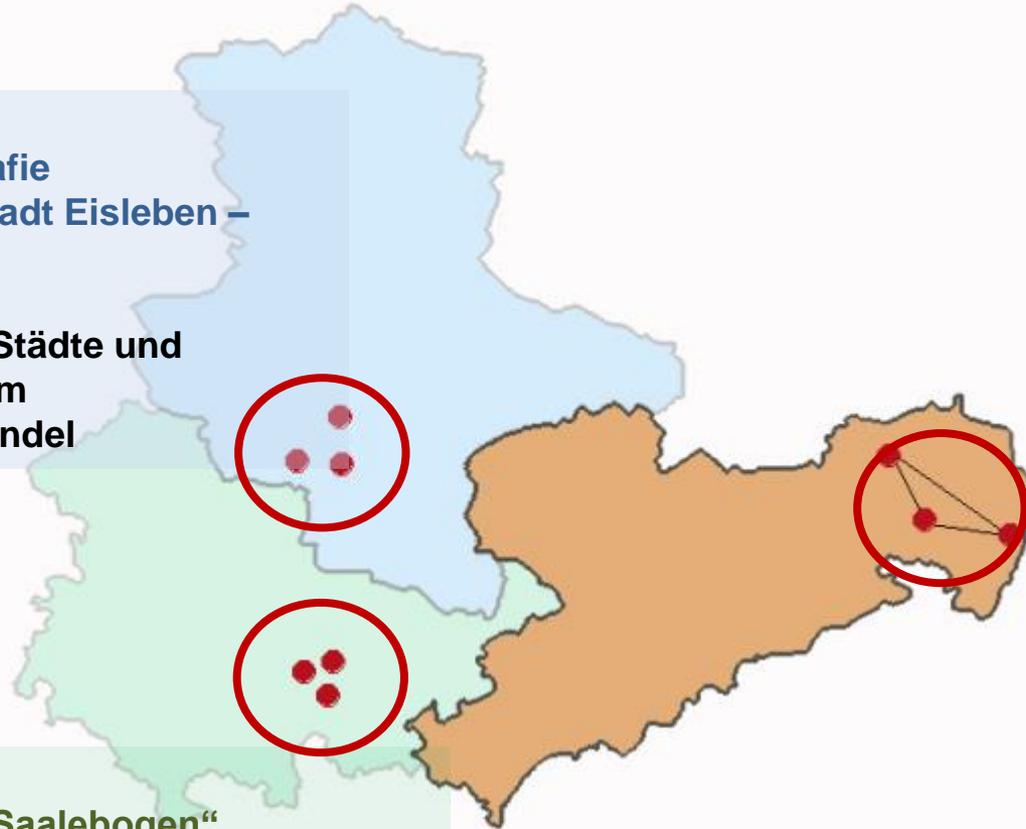
Chancenorientiertes Demografie-  
Management bei der kommunalen  
Daseinsvorsorge

**Partner:**

Oberzentraler Städteverbund  
Bautzen-Görlitz-Hoyerswerda

**Innovationsthema:**

Erreichbarkeit von Leistungen und  
Angeboten



# Demografie- und Innovationspartnerschaft der Städte

Geithain – Kohren-Sahlis – Rochlitz – Wechselburg

**Jede Stadt bearbeitet Themen:**

## Themenlandkarte

**Geithain**

Jugendfreundliche Stadt:  
Jugendladen XXL

Aktives Stadtzentrum und  
Unternehmerbeteiligung

Bildung als  
Standortchance

**Kohren-  
Sahlis**

Familienfreundliche  
Angebotsstrukturen

Vereinsmanagement im  
demografischen Wandel

Bürgerbeteiligung

Tradition und Handwerk

**Rochlitz**

55plus aktiv mit  
„Seniorenwirtschaft“

Das „etwas andere  
Mehrgenerationenhaus“ –  
die ganze Stadt

Identität und Image im  
demografischen Wandel

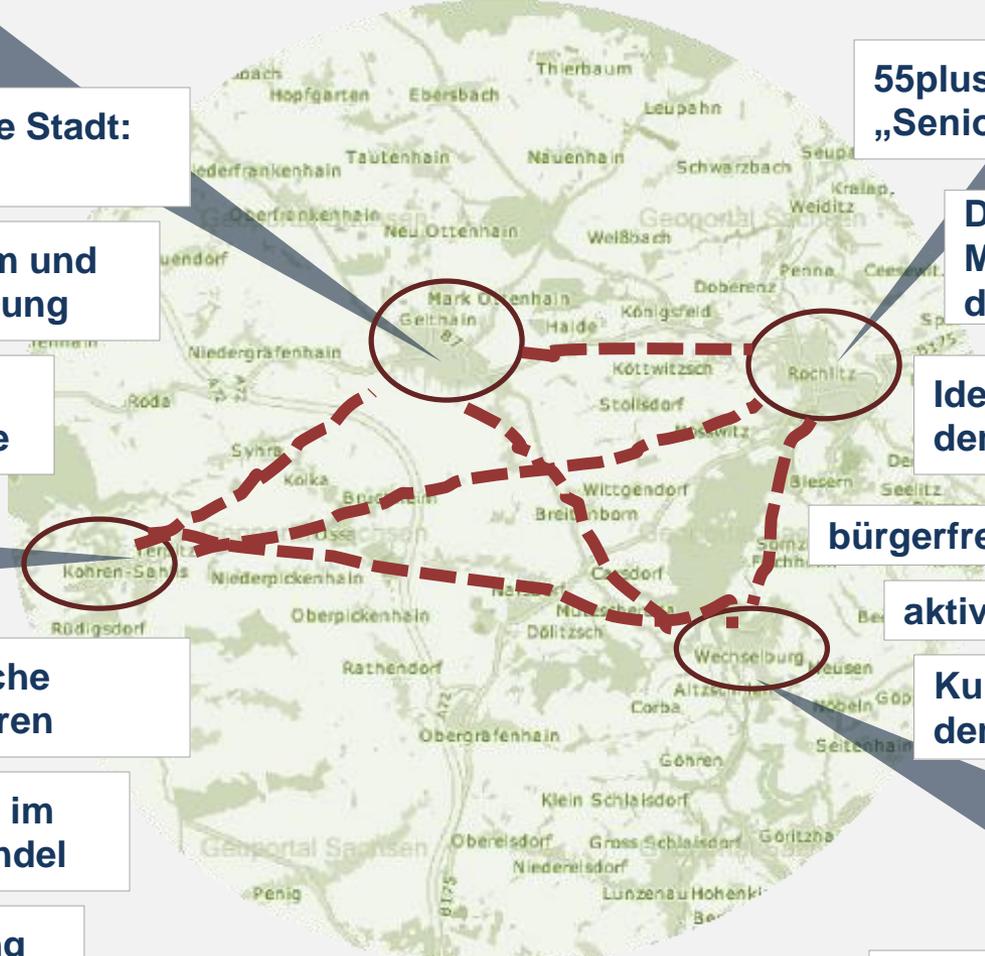
bürgerfreundliche Verwaltung

aktives Stadtzentrum

Kulturangebote im  
demografischen Wandel

**Wechselburg**

Tourismuschancen im  
demografischen Wandel



Stärke trifft Trend

## +++ Kreativwirtschaft +++

- 3.200 Unternehmen
- 35.000 Mitarbeiter
- 5 Mrd. Umsatz
- Cluster

### Branchen



Tapetenwerk Leipzig



### Konzepte



### Pioniere

diefabrik



+++ Stadt Leipzig +++ Verein „Kreatives Leipzig“ e.V. +++ Haushalten e.V. +++ Tapetenwerk +++

+++ Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft +++ Design-Agentur „Artkolchose“ +++

■ **Fliegende Werkstatt:**

**Lutherstadt Eisleben im Radar**



- Entwicklungsschwerpunkt:  
**Altstadt im Wandel**
- **Von Innen nach Außen**
- **Identitätsstiftende Aspekte**  
herausfinden und stärken
- Perspektivenwechsel:  
von den Nutzern her denken



KONZEPTE KÖNNEN  
KEINE CHANCEN ERKENNEN—  
AUF DIE KÖPFE KOMMT ES AN

---





Deutsch-tschechische Einkaufsmeile auf der Bahnhofstraße?

Ebersbach bringt zweisprachige Schilder an



Ab 2010 gibt es einen Begrüßungskoffer

**DREH punkt**

Neues aus dem »DrehPunkt«  
Mitreiter für wöchentliches Treffen  
zum Boulespielen auf dem SpreeEck  
gesucht! Geplant, eine »Ebersbacher  
Es ist auch geplant, eine »Ebersbacher  
Stadtmeisterschaft« auszurichten.  
Anmeldungen unter: Daniela Schröder,  
Telefon: 0354 27 89 oder E-Mail: obers-  
bach@stb-stadtverwaltung.de



## Erfolgsfaktoren

**Dach für alle Interessen**

**Partner für die Stadt**

**Effektive und flexible Organisations-  
und Arbeitsstruktur**

**Identitätsstifter und Imageträger**

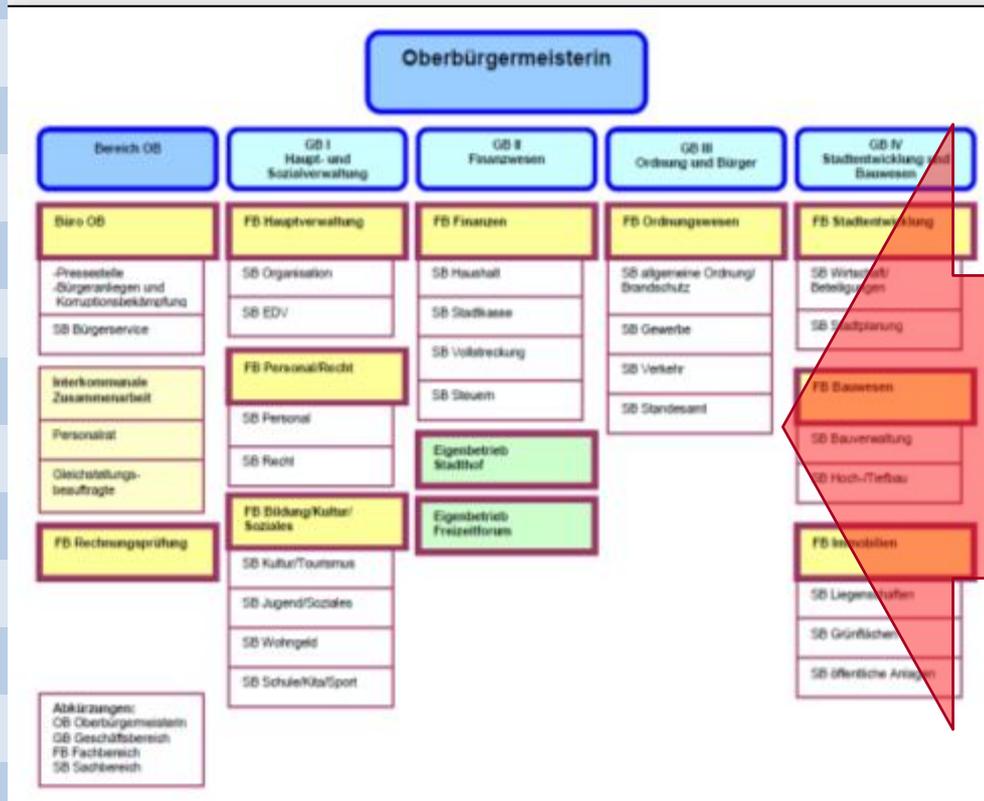
**Seismograph für neue Themen**

**Brücke zwischen den Generationen**



„versäulte“ sektorale Verwaltung

Querschnittsthema Demografie



- **ressortübergreifende Arbeitsformen**
- **Sensibilisierung aller Verwaltungsmitarbeiter**
- **verwaltungsinterne Öffentlichkeitsarbeit**
- **interkommunale Kooperationen**
- **Chefsache; Stabsstelle**
- **Coaching**

**Mut**, aus bisherigen  
Denkssystemen  
auszubrechen



**Quer**-Denken  
**Vor**- Denken  
**Hinein**-Denken



Man kann nicht  
defensiv denken und  
**offensiv** spielen



**empirica**

Berlin | Bonn | Leipzig

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**empirica ag**

**Forschung und Beratung AG**

Kurfürstendamm 234, D-10719 Berlin

Fon: 030 / 884 795-0

Fax: 030 / 884 795 17

Mail: [berlin@empirica-institut.de](mailto:berlin@empirica-institut.de)

USt.-ID: DE 177 317 244

St.Nr.: 27/473/3029

**Büro Bonn**

**Zweigniederlassung der empirica ag**

Kaiserstr. 29, D-53113 Bonn

Fon: 0228 / 914 89-0

Fax: 0228 / 217 410

Mail: [bonn@empirica-institut.de](mailto:bonn@empirica-institut.de)

USt.-ID: s. Büro Berlin

St.Nr.: s. Büro Berlin

**komet-empirica gmbh**

**Regionalentwicklung,**

**Stadtentwicklung,**

**Immobilienforschung GmbH**

Schreberstr. 1, D-04109 Leipzig

Fon: 0341 / 96008-20

Fax: 0341 / 96008-30

Mail: [leipzig@empirica-institut.de](mailto:leipzig@empirica-institut.de)

USt.-ID: DE 122 656 478

St.Nr.: 231/1120/7720

[www.empirica-institut.de](http://www.empirica-institut.de)