

Newsletter 02/2013

bcsd-Frühjahrstagung „Die Stadtflüsterer“ vom 14. bis 16. April 2013 in Münster

+++ JETZT ANMELDEN +++

Im Stadtmarketing geht es nicht darum, von oben verordnet Meinungen zu prägen – das Lebensgefühl und die Identität der Stadt müssen für ein erfolgreiches Stadtmarketing stets berücksichtigt werden. Aber was ist das Lebensgefühl einer Stadt? Und wie findet man heraus, was die Menschen außerhalb der Öffentlichkeit über ihre Stadt „flüstern“, was sie wirklich von ihr denken und wie sie sie sich wünschen? Diesen Fragen werden sich u.a. Volker Remy (Autor des Buches „Die Imagefalle: Identitätsmarketing für Städte und Regionen im Zeichen der soziodemografischen Zeitenwende“), Dr. Helmut Berking (Professor für Soziologie, TU Darmstadt) sowie Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider (Professor für Marketing und Dialogmarketing, Steinbeis-Hochschule Berlin) in ihren Vorträgen in Münster widmen und über organisierte und autonome Entwicklungsprozesse, die Eigenlogik der Städte und eine Neuausrichtung der kommunalen Bürgerkommunikation referieren. In Workshops werden darüber hinaus die Praktiker aus dem Stadtmarketing von ihren Erfahrungen berichten. Das komplette Tagungsprogramm und das Anmeldeformular finden Sie **hier** zum Download.

Stattdessen wird die Tagung an einem höchst traditionsreichen Tagungsort: dem Historischen Rathaus, in dem bereits die Verhandlungen zum Westfälischen Frieden



1648 stattfanden. Das Vorprogramm wird die Tagungsteilnehmer darüber hinaus in den Stadthafen, die Kunsthalle und den in Münster ansässigen Coppenrath-Verlag führen, der vor allem durch seine Charaktere Felix der Hase und Prinzessin Lillifee bekannt geworden ist. Wir freuen uns, Sie in Münster begrüßen zu dürfen!

+++ Gut für die Umwelt – bequem für Sie: Mit dem Veranstaltungsticket der bcsd können Sie bereits ab 99,- Euro (Hin- und Rückfahrt) entspannt und sicher zu Ihrer bcsd-Veranstaltung reisen. Weitere Informationen zu dem bcsd-Kooperationsangebot der Deutschen Bahn finden Sie **hier**. +++



Themen

Seite 1

bcsd-Frühjahrstagung

Seite 2

Wettbewerb: Papieratlas

Seite 3

Earth Hour 2013

Stadtentwicklung: Urban Gardening

Seite 4

ADFC-Fahrradklimatest

Werkzeugkoffer: Kommunale Kompetenz Baukultur

Herzlich Willkommen! Unsere neuen Mitglieder!

Seite 5

Kreativwirtschaft und nachhaltige Stadtentwicklung

Seite 6

Gesetzentwurf zur Stärkung der Innenstädte

bcsd-Fördermitglieder

Seite 7

Keine Stadt wie diese

Schaukelmusik in den Städten

Seite 8

bcsd-Jobbörse

Seite 9

Symphonieorchester aus Sand

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 10

Terminkalender

– www.wtbrueck.de –

Ihr Partner im großformatigen Digitaldruck



**werbetechnik
W&T BRÜCK**





Spichernstraße 26
48153 Münster

-  Werbeplanen
-  Bauzaunwerbung
-  Fahnen
-  Beachflags
-  Roll-Up Banner
-  mobile Messestände
-  Gerüstwerbeplanen



www.wtbrueck.de

Tel.: 0251 71022
Fax: 0251 712863
info@wtbrueck.de

www.wtbrueck.de

Papieratlas: Wettbewerb fördert nachhaltige Beschaffung

PAPIERATLAS 2013

Zum sechsten Mal in Folge findet in diesem Jahr der Papieratlas-Städtewettbewerb um höchste Recyclingpapierquoten statt. Die Initiative Pro Recyclingpapier bittet alle Großstädte und kreisfreien Städte, ihre Papierverbrauchszahlen transparent zu machen, um sich für den Titel „Recyclingpapierfreundlichste Stadt Deutschlands“ zu bewerben. Ziel des Papieratlas ist es, Städte zur Verwendung von Recyclingpapier in der öffentlichen Beschaffung zu motivieren und dadurch die Akzeptanz und den Verbreitungsgrad des Ressourcen schonenden Papiers zu erhöhen. Der positive Wettbewerb der Städte untereinander habe bereits dazu beigetragen, dass die durchschnittliche Recyclingpapierquote der Kommunen in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen sei, so Michael Söffge, Sprecher der Initiative Pro Recyclingpapier. Kooperationspartner des populären Papieratlas-Projektes sind der Deutsche Städtetag, das Bundesumweltministerium, das Umweltbundesamt sowie der Deutsche Städte- und Gemeindebund. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Earth Hour am 23. März 2013



Am 23. März 2013 um 20.30 Uhr ist wieder „Earth Hour“: Rund um den Globus werden dann bereits zum siebten Mal Menschen, Städte, Gemeinden und Unternehmen für eine Stunde das Licht ausschalten – als globales Zeichen für den Schutz unseres Planeten. Bekannte Gebäude und Sehenswürdigkeiten

werden symbolhaft ins Dunkle gehüllt – vom Big Ben in London, der chinesischen Mauer bis hin zum Brandenburger Tor in Berlin. Die WWF Earth Hour soll dabei über die eine Stunde hinaus nachwirken und Menschen weltweit dazu motivieren, umweltfreundlicher zu leben und zu handeln. Nahezu alle Großstädte in Deutschland haben im Jahr 2012 an der Earth Hour teilgenommen. Eine Übersicht über die Städte ist **hier** abrufbar. Alle interessierten Städte sind herzlich eingeladen, sich auch in diesem Jahr wieder aktiv an der globalen Aktion zu beteiligen. Weitere Informationen zur Earth Hour 2013 finden Sie **hier**.

Urban Gardening als Beitrag für die Stadtentwicklung



„Urban Gardening“ sorgt derzeit für viel Aufmerksamkeit: In urbanen Räumen wie in München, Berlin oder dem Ruhrgebiet entstehen Gemeinschaftsgärten, Selbst-ernteprojekte, interkulturelle Gärten, Frauengärten und zu mietende Acker- oder Gartenparzellen. Engagierte Bürger bringen auf ungewöhnliche Art und an ungewöhnlichen Orten Grün in die Städte.

Den aktuellen Gartenaktivitäten werden soziale, integrative, kommunikative, gesundheitliche, psychologische, ökologische und klimatische Wirkungen attestiert. Derartige Aktivitäten stellen ernstzunehmende Beiträge zur Entwicklung unserer Städte und Quartiere dar. Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung untersucht daher zurzeit, welchen Beitrag Gemeinschaftsgärten zur Stadtentwicklung leisten können und welche Unterstützung diese Projekte vor allem in benachteiligten Quartieren benötigen. Es soll herausgefunden werden, wie aktuelle Gartenprojekte gefestigt und die Entwicklung neuer Initiativen sowie die Kommunikation wertvoller Erfahrungen befördert werden kann. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Münster siegt erneut beim ADFC-Fahrradklima-Test



Rund 80.000 Radfahrer haben abgestimmt: Auch beim fünften ADFC-Fahrradklima-Test steht Münster bei den Städten über 200.000 Einwohnern bundesweit ganz oben auf dem Treppchen. Freiburg folgt auf Platz zwei, auf Platz drei folgt Karlsruhe. Bei den Städten mit 100.000 bis 200.000

Einwohnern konnte Erlangen seinen Titel verteidigen, gefolgt von Oldenburg und Hamm. Bei den Städten bis 100.000 Einwohnern stehen Bocholt und die erstmals teilnehmenden Kommunen Rees und Rhede in der Bundes- wie in der Landeswertung auf den ersten drei Plätzen. Der ADFC und das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) haben die Gewinner jetzt in Berlin ausgezeichnet. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Werkzeugkoffer: Kommunale Kompetenz Baukultur



Eine optimale Baukultur umfasst gutes Planen und Bauen sowie das Reden darüber. Die neue Veröffentlichung des BBSR zu diesem Thema ist entsprechend in die drei Bereiche weitsichtig_PLANEN, gut_BAUEN und miteinander_REDEN gegliedert. In diese drei Teile eingeordnet sind 28 Instrumente und Verfahren, die für die kommunale Praxis besonders wichtig sind: von rechtlichen Möglichkeiten über Beteiligungsformate bis hin zu Kommunikation und Marketing von Baukultur. Querverweise im Text und Hervorhebungen zeigen, welche Instrumente sich sinnvoll kombinieren lassen. Grafisch

abgesetzte „Tipps“ aus der Praxis sowie Geschichten und Denkanstöße geben Anregungen zum Weiterdenken. Die Veröffentlichung ist kostenfrei unter **modellvorhaben-baukultur@bbr.bund.de** (Stichwort: Kommunale Kompetenz) beim BBSR zu beziehen.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!



Die **LASE PeCo Systemtechnik GmbH** ist Hersteller und Systemlöser im Bereich der Personenzählung und hat sich auf die dauerhafte Passantenfrequenzmessung in Fußgängerzonen

und Einkaufsstraßen spezialisiert. LASE PeCo liefert den City-Managern und Wirtschaftsförderern, dem Einzelhandel sowie der Immobilienbranche Daten zur Beurteilung z.B. der Attraktivität im Allgemeinen, sowie von Festen und Veranstaltungen. Im Focus stehen nun permanente Zählungen mit dem Einsatz modernster Technologien. Die erhobenen Daten können jederzeit vom Kunden exklusiv über ein Online-Portal abgerufen werden. Weitere Informationen zu unserem neuen Fördermitglied finden Sie **hier**.



Die **1 eEurope Deutschland GmbH** ist ein auf Kommunikations-IT spezialisiertes Unternehmen aus Holzgerlingen. Mit dem neu entwickelten „I-

CITY-SHOPPER“ zeigt das Unternehmen, welchen Nutzen und Komfortgewinn Apps in Verbindung mit aktuellen, ortsbezogenen Informationen bringen können, sowohl für die Verbraucherseite als auch für Läden, Serviceanbieter, Gastronomen oder ganze Stadtmarketinginitiativen. Die App „I-CITYSHOPPER“ wird im Mai 2013 mit der City Initiative Esslingen als Pilotkunden an den Start gehen und Informationen zu aktuellen



Angeboten, Aktionen und Events ohne Zeitverlust zu den potenziellen Interessenten und Kunden bringen (z. B. per Abfrage als Pull-Info oder als Push-Info, also als aktiver Hinweis an Passanten, die sich gerade in Laufweite aufhalten). Der I-CITYSHOPPER bietet somit ein effektives Tool für Stadtmarketeers und einen direkten Draht zu Kunden bzw. Bürgern. Weitere Informationen zu unserem neuen Fördermitglied finden Sie **hier**.

Flower and Shower ist seit 2001 Spezialist für städtische Bepflanzung und bietet einen Full-Service rund um das Thema Blumen. Zum Dienstleistungsspektrum gehören die Bepflanzung, Vermietung und Anbringung von Flower Baskets und Flower Towers, die Versorgung und Bewässerung, der Austausch beschädigter Pflanzen sowie der Abbau und die Abholung bzw. Entfernung der Pflanzenreste zur Kompostierung. Prächtige Blumengebinde lassen die Städte vom Frühjahr bis in den Herbst hinein in bunten Farben erstrahlen. Weitere Informationen zu unserem neuen Fördermitglied finden Sie **hier**.



Kreativwirtschaft und nachhaltige Stadtentwicklung

Mit dem Schlagwort „kreative Stadt“ beschreibt man allgemein das Konzept einer atmosphärischen und wirtschaftlichen Belebung. Kultur und Kreativität werden dabei zum weichen Standortfaktor. Parallel dazu steht die „kreative Stadt“ für partizipative, flexible und experimentelle Herangehensweisen in der Stadtplanung selbst. So wird



eine von Kultur und Kulturwirtschaft maßgeblich beeinflusste Urbanität zum Leitbild einer nachhaltigen Stadtentwicklung. Wie aber kann bewerkstelligt werden, dass Städte und Kreative gleichermaßen davon profitieren? Praktische Lösungsansätze zeigt das EU-Projekt „Creative Cities“. Um das Zusammenwirken von Kreativwirtschaft und Stadtentwicklung voranzutreiben, wurde für fünf Städte mit hohem Potenzial ein transnationaler Aktionsplan mit sechs Handlungsfeldern (Netzwerke / Arbeit und Bildung / Wissenstransfer / Marketing / Infrastruktur) zum Aufbau eines Kreativclusters erarbeitet und umgesetzt. Beim EU-Projekt „Second Chance“ stand nicht die Clusterbildung der Kreativen, sondern die Entwicklung der Fläche im Vordergrund. Weitere Informationen zu den Projekten finden Sie **hier**.

Sachverständige begrüßen Vorschläge zur Stärkung der Innenstädte

Die Vorschläge der Bundesregierung zur Stärkung der Innenstädte fanden bei einer öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung Ende Januar weitgehend die Zustimmung der Experten. Im Einzelnen ging es um den



Deutscher Bundestag

Gesetzentwurf der Bundesregierung „zur Stärkung der Innentwicklung in den Städten und Gemeinden und zur weiteren Fortentwicklung des Städtebaurechts“ (17/11468) sowie um einen Antrag der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen „Baugesetzbuch wirklich novellieren“ (17/10846). Die Bundesregierung präzisiert in ihrem Gesetzentwurf unter anderem die Steuerungsmöglichkeiten für die Ansiedlung von Vergnügungsstätten und benennt die Möglichkeit zur Darstellung zentraler Versorgungsbereiche im Flächennutzungsplan. Eine maßvolle Verdichtung und Nutzungsmischung im Innenbereich der Städte wollen Bündnis 90/Die Grünen mit ihrem Antrag ermöglichen. Sie fordern eine Novellierung des Baugesetzbuches und der Baunutzungsordnung. Weitere Informationen zu den Expertenmeinungen und den geplanten Gesetzesänderungen finden Sie **hier**.

bcsd-Fördermitglieder

Die **GEDO Grundstücksentwicklungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG** gehört insbesondere im Bereich der Einkaufs- und Fachmarktzentren zu den bedeutenden deutschen Entwicklungs- und Investitionsunternehmen. Schwerpunktmäßig entwickelt und realisiert die GEDO-Gruppe Einzelhandelsprojekte mit einem Investitionsvolumen von



etwa 20 bis 250 Millionen Euro. Banken, Mieter, Grundstücksverkäufer und Städte können sich auf GEDO als potenten und langjährig erfahrenen Partner verlassen. Weitere Informationen zu unserem Fördermitglied erhalten Sie **hier**.

Keine Stadt wie diese...



„Keine Stadt wie diese“ ist der Titel einer Kurzfilmreihe, die das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) im Rahmen der Nationalen Stadtentwicklungspolitik in Auftrag gegeben hat. In 30 amüsanten und plakativen Filmen von je 30 Sekunden und 30 verschiedenen

Regisseuren werden ironisch eigenwillige Porträts von Städten aus aller Welt gezeigt. Sie illustrieren und bestätigen auf eine sympathische Art die Theorie von der Eigenlogik, die Städte und Regionen jeweils ausmacht. Mit ganz subjektiven Filmeindrücken entsteht vom Maultaschen-Döner über die Fernsehnutzung in Belgrad bis hin zur Basketball-Euphorie in Quakenbrück ein Panorama von dem, was eine Stadt für ihre Bewohnerinnen und Bewohner lebens- und liebenswert macht. Die Filme sind **hier** auf der Website des BMVBS abrufbar.

21 Swings: Schaukelmusik in den Städten

Ob es Tag ist oder Nacht – wenn die 21 Schaukeln von Mouna Andraos und Melissa Mongiat aufgestellt werden, sind sie immer besetzt. Dabei reichen die „Schaukler“ vom Kindes- bis zum Greisenalter. Der Grund für die Begeisterung von einem Objekt, das sonst nur Kinder anzieht? Die Schaukeln machen Musik. Jede der Schaukeln gibt beim Schwingen andere Noten wieder, in Kombination



spielen die Schaukeln dann ein ganzes Musikstück. Aber auch wenn sich nur ein paar Schaukeln bewegen, klingt es harmonisch. Das Projekt der beiden kanadischen Künstlerinnen ist Teil einer großen Installationsreihe, die jedes Jahr im Frühling in der kanadischen Stadt Montréal aufgebaut wird. Nicht umsonst gilt die Stadt im Südwesten der Provinz Québec als „Kulturhauptstadt Kanadas“, deren kulturelles Zentrum als „Quartier des Spectacles“ bezeichnet wird. Einen Eindruck der innovativen „Klanginstallation“ bekommen Sie **hier**.

bcsd-Jobbörse

Die **Vreden Stadtmarketing GmbH** sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n **Geschäftsführer/in**. Die Vreden Stadtmarketing GmbH wird von der Stadt Vreden und der Vredener Wirtschaftsvereinigung e.V. gehalten. Sie ist verantwortlich für Förderung der Attraktivität der Stadt Vreden unter Berücksichtigung aller wirtschaftlichen, kulturellen und touristischen Dimensionen. Bewerbungsschluss ist der 18. März 2013. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



Die **Stadt Eutin** sucht zum 01. Juni 2013 für die Stabsstelle Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing eine/n **Stadtmanager/in**. Inhaltliche Schwerpunkte der Tätigkeit sind die Förderung des Stadtimages sowie der Ausbau Eutins als Wirtschafts- und Freizeitstandort. Bewerbungsschluss ist der 20. März 2013. Weitere Informationen zur ausgeschriebenen Stelle finden Sie **hier**.

Die **Gesellschaft für Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung Schwelm GmbH & Co. KG (GSWS)** sucht ab Mai 2013, ggf. früher, eine/n **Geschäftsführer/in**. Der Aufgabenbereich umfasst insbesondere die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing in der Kreisstadt Schwelm, die Entwicklung von gemeinsamen Wirtschaftsförderungsaktivitäten mit dem Ennepe-Ruhr-Kreis sowie die Organisation Großveranstaltungen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



Die seit 2005 bestehende Eigengesellschaft der Gemeinde Rastede, die **Residenzort Rastede GmbH**, sucht eine/n neue/n **Geschäftsführer/in**. Der Aufgabenbereich umfasst die Koordination des Kommunalmarketings, die Vorbereitung, Durchführung und Initiierung von Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung, die Koordination des Tourismus und die Organisation von eigenen Veranstaltungen sowie die Mitwirkung bei Veranstaltungen Dritter. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Ein Symphonieorchester aus Sand



Manchmal reicht schon eine simple „Sandburg“, um am Strand die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken: WienTourismus ließ im Sommer ein ganzes Symphonieorchester am Stadtstrand von Barcelona auftreten: vor einer „Sandburg“, dem Schloss Schönbrunn. Auch das Orchester selbst war von Künstlern gefertigt und bestand komplett aus Sand. Wer vor dieser Kulisse Wiener Musik hören wollte, bekam Kopfhörer und konnte auf einem der 50 roten Liegestühle Platz nehmen. Vor der riesigen Sandskulptur wurden Flyer verteilt, die die Musikstadt Wien und das Wien-Package eines großen spanischen Reiseveranstalters bewarben. Und sozusagen als Schlussakkord gab es am Ende der Kampagne eine Strandparty: mit DJ-Sounds statt Klassik-Klängen. Die Resonanz auf die Sandinstallation in den spanischen Medien war beträchtlich. Das Sandorchester erzielte bei den Einwohnern Barcelonas eine Reichweite von 20 Prozent, das entspricht rund 640.000 Personen, die davon erfahren, es selbst gesehen bzw. aktiv daran teilgenommen haben. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

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 veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und 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. Nähere Informationen zu dem Trendreport finden Sie **hier**. Zum bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie an: **kossak@trendone.com**

LEBENS SICHERNDE BRÜCKE

In Seoul ist in Zusammenarbeit mit Samsung Life Insurance die Mapo-Brücke umgestaltet worden, um die hohe Suizidrate an ihr zu verringern. So erkennen Bewegungssensoren vorbeigehende Passanten und lassen über das gesamte Gelände eine Installation stellenweise aufleuchten. Die Passanten können dann auf dem Gelände beruhigende Phrasen, nette Worte oder gar Witze lesen, die speziell



von Psychologen ausgewählt wurden, um verzweifelte Menschen aufzuheitern und sie zu trösten. Stellenweise sind auch Bilder, etwa von lachenden Kindern oder leckeren Speisen, zu sehen. Zudem ist eine Messingstatue angebracht worden, die zwei Freunde zeigt. Weitere Informationen zur Mapo-Brücke finden Sie **hier**.

APP FÜHRT ZUR NÄCHSTEN GUERILLA-PFLANZAKTION

Die Guerilla-Gärtner von Greenaid haben eine eigene iPhone-Applikation entwickelt. Mit dieser können Freunde der von Greenaid produzierten und vertriebenen Samenbomben das nächste Geschäft oder den nächsten Automaten lokalisieren, bei denen die Saatbomben zu finden sind. Zudem zeigt die Anwendung vernachlässigte industrielle Areale an, die einer Guerilla-Bepflanzung bedürfen. Besonders spannend wird die Applikation dadurch, dass der Nutzer gelegte Samenbomben mit einem Geo-Tag versehen und somit das Wachstum der Pflanzen verfolgen kann. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



SÜßE PAUSE VON DER VIRTUELLEN WELT



Im Rahmen von Kit Kats „Have a Break“-Kampagne hat die Werbeagentur JWT mitten in Amsterdam Wi-Fi-freie Zonen eingerichtet, um Passanten eine richtige Pause mit einem Kit Kat zu gönnen. Sie stellten überall in der Stadt Bänke auf und blockierten in einem Radius von 5 Metern alle Signale, die für die Telekommunikation nötig sind. Passanten erhielten so die Möglichkeit, sich anstatt mit E-Mails und Updates in ihren sozialen Netzwerken mit einer Zeitung zu beschäftigen, richtige Gespräche zu führen und dabei in einen echten Kit-Kat-Riegel zu beißen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Terminkalender

06. bis 10. März 2013, Internationale Tourismusbörse (ITB), Berlin

Die ITB ist eine der führenden Fachmessen der internationalen Tourismus-Wirtschaft. Für Fachbesucher ist die Internationale Tourismus-Börse eine ausgezeichnete Gelegenheit, Branchenpartner zu treffen und sich auszutauschen. Rund 11.000 Aussteller aus über 180 Ländern und etwa 180.000 Besucher treffen sich für 5 Tage in Berlin. Weiterführende Informationen finden Sie **hier**.

11. bis 12. März 2013, Seminar „Herausforderung für Politik und Verwaltung: Bürgerbeteiligung an Großprojekten der Stadtentwicklung“, Berlin

Großprojekte der Stadtentwicklung und Infrastrukturprojekte stehen in Deutschland gegenwärtig im Fokus der Aufmerksamkeit. Das Seminar baut auf aktuellen Ergebnissen eines Difu-Forschungsprojektes auf. Anhand von kommunalen Verfahren und Ansätzen werden unterschiedliche Verständnisse und Haltungen zu Beteiligung, Missverständnisse und Missstände, gute Beispiele und Lösungen sowie Lehren und Perspektiven dargestellt und diskutiert. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

10. April 2013, Kongress „Weißbuch Innenstadt – Eine Zwischenbilanz“, Berlin

Mit dem 2011 veröffentlichten Weißbuch Innenstadt hat das BMVBS eine Plattform zur Entwicklung und Diskussion zentraler Themen der Innenstadtentwicklung geschaffen. Wie lässt sich die Zukunftsfähigkeit unserer Innenstädte weiter erhöhen? Welche Strategien der integrierten Stadtentwicklung können hierbei unterstützend wirken? Erfolgreich angelaufene Modellvorhaben des ExWoSt-Forschungsfeldes „Innovationen für Innenstädte“ geben erste Antworten. Der Kongress soll zur Präsentation und Diskussion der weiteren Aufgaben im Rahmen des Weißbuch-Prozesses beitragen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

14. bis 16. April 2013, bcsd-Frühjahrstagung „Die Stadtflüsterer - Stadtmarketing und organisierter Gemeinsinn“, Münster

Marketing wirkt über Emotionen. Stadtmarketing auch. Dabei geht es im Stadtmarketing nicht nur darum Gefühle zu erzeugen, sondern auch wahrzunehmen. Das Stadtgefühl berührt den Kern eines bürgerorientierten Stadtmarketings und ist zentraler Ansatzpunkt für viele Fragestellungen: Wie nehmen die Medien unsere Städte wahr und wie vermitteln insbesondere junge Bürger sie in den Neuen Medien? Welche Ansatzpunkte gibt es für einen zeitgemäßen Bürgerdialog? Wie werden Bürger selbst zu Stadtflüsterern? Weitere Informationen finden Sie **hier**.

16. April 2013, Seminar „WorkDay Future Shopping“, Kelkheim

Gestalten Sie die Zukunft der City! Zusammen mit dem Handelsexperten Andreas Haderlein und dem Moderatorenteam des Zukunftsinstituts sollen kooperative Modelle

zur Stärkung der Innenstadt als Standort für Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie erarbeitet werden. Die strategische Bedeutung des Multichannel-Handels ist dabei genauso Thema wie die Renaissance der Marketing-Gemeinschaft. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

14. bis 16. Mai 2013, Konferenz „Future Megacities in Action“, Hamburg

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) veranstaltet im Mai die Konferenz „Future Megacities in Action“. Sie beschäftigt sich mit der Erforschung nachhaltiger Stadtentwicklung der Megastädte von morgen auf allen Kontinenten der Erde, insbesondere aber in den Schwellen- und Entwicklungsländern. Mit dem Forschungsprogramm fördert das BMBF die Entwicklung von innovativen Lösungen und Konzepten in künftigen Megastädten. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

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 26 73, office@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.