

Newsletter 11/2013

Stadtmarketing-Katalog nun auch online verfügbar



Nachdem die Print-Version des Dienstleister-Katalogs „Wer macht was?“ bereits auf der Herbsttagung in Karlsruhe präsentiert wurde, ist nun die Online-Version des Katalogs auf der Homepage der bcsd unter dem Reiter Service verfügbar. Dort finden sich alle 60 Firmen-Einträge aus der Printausgabe und sicher bald auch neue Dienstleister. Regelmäßig vorbei schauen lohnt sich also! **Hier geht's zum Katalog.**

Bundesweite Umfrage: „Vitale Innenstädte“ wird 2014 durchgeführt

Nachdem die Vorbereitung zur Durchführung der bundesweiten Umfrage „Vitale Innenstädte“ (früher BAG-Kundenverkehrsuntersuchung) einige Zeit in Anspruch genommen hat, wird nun alles ganz schnell gehen. Bereits im April wird die Untersuchung „Vitale Innenstädte“ vom Institut für Handelsforschung (IfH), Köln, neu aufgelegt. Dabei werden Innenstädte zum Beispiel im Hinblick auf Besucherstruktur, Kundenverhalten, Stärken/Schwächen, Filialisierung, Erreichbarkeit, etc. untersucht. Als neue Projektpartner werden viele IHK's die Durchführung mit unterstützen, die bcsd ist weiterhin als Multiplikator und Unterstützer dabei. Die Langzeitstudie wird, anders als in vorherigen Ausgaben, dieses Mal nicht nur in größeren Städten stattfinden. Die Teilnahme ist für alle Kommunen ab 20.000 Einwohnern aufwärts möglich und kostenlos. Die Städte müssen jedoch die Durchführung vor Ort übernehmen und Interviewer für zwei Tage stellen. Dafür erhalten sie im Anschluss die eigenen Rohdaten sowie eine Auswertung mit Vergleich zu anderen Städten der selben Größenklasse. Dabei können die Fragebögen auch begrenzt an regionale Besonderheiten angepasst werden.



Sie möchten sich zur Teilnahme anmelden oder sich weiter informieren, dann wenden Sie sich bitte an Herrn Nicolaus Sondermann vom IfH in Köln: n.sondermann@ifhkoeln.de oder 02 21 / 94 36 07 34

Themen

Seite 1

Stadtmarketing-Katalog online

Vitale Innenstädte

Seite 2

Frauen in Spitzenämtern

Social Media in Deutschland

Seite 3

Nationaler BID-Kongress

Portal Urban Improvement Districts

Seite 4

Neue Publikation: Ländlicher Raum

Internationale Zuwanderer werben

Jugend gestaltet demographischen Wandel

Seite 5

Leitfaden Tourismus auf Ortsebene

100 Ideen für deutsche Städte

Unternehmensnachfolge

Seite 6

Place Marketing Monitor

Jobbörse

Seite 7

bcsd-Fördermitglieder

Willkommen - Die neuen Mitglieder

Seite 8

Nachbarschaftsnetzwerke

Seite 9

Urban Gardening-Atlas/Handbuch

Städte bilden Netzwerke zur Energiewende

Seite 10

Jugend belebt Leerstand

Gießen in Kurzfilmen

Der Trend der Zukunft

Seite 11

Terminkalender

Weltmeistereis
auch für Ihre City-Eisbahn!

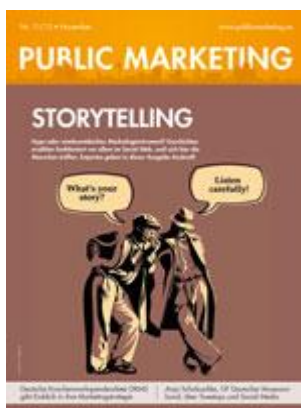
AST - MIETEISBAHNEN
in mehr als 70 deutschen Städten jährlich...
Für Angebote einfach anfragen!

AST Eissport- und Solaranlagenbau GmbH
Lechhalde 1 ½
D-87629 Füssen
Tel.: 08362/909-180 • Fax: 08362/909-199
www.ast.at

Frauen in kommunalen Spitzenämtern unterrepräsentiert

Wie die Zeitschrift *Unternehmerin Kommune* berichtet, besteht weiterhin ein Mangel an Frauen in kommunalen Führungspositionen. Das Blatt untersuchte die Besetzung der Bürgermeister- und Landrats-Posten in allen Landkreisen und kreisfreien Städten. Dabei kam zu Tage, dass nur 9,25 Prozent der besagten Ämter von Frauen ausgefüllt werden, wobei die Quote in kreisfreien Städten (13,8%) etwas besser ist, als in den Landkreisen (7,6%). Die Untersuchung deckt außerdem große Unterschiede zwischen Ost und West auf. In den neuen Bundesländern werden die kreisfreien Städte und die Landkreise zu immerhin einem Fünftel von Frauen geführt. Mehr – wie zum Beispiel die Verteilung nach Parteien oder Bundesländern - erfahren Sie **hier**.

Nutzung von Social Media in Deutschland



Die Nutzung sozialer Medien ist auf dem Vormarsch und ist auch für das Stadtmarketing ein relevantes Thema. Doch welches Medium eignet sich am besten zur Kommunikation mit Bürgern, Touristen und Unternehmern? Wo können die meisten Menschen erreicht werden? Wie nutzen die User Facebook und Co.? Eine Studie der Tomorrow Focus Media GmbH stellt wenig überraschend fest: Facebook ist das mit Abstand am stärksten genutzte soziale Medium in Deutschland mit 82,7% der Internetnutzer. Xing nutzen

dagegen nur 33,6%. Der wichtigste Grund Social Media zu nutzen, ist das Knüpfen neuer Kontakte. Auch die Pflege beruflicher Kontakte spielt gerade bei Männern eine große Rolle. Zur Information über Veranstaltungen werden die sozialen Medien von 1/3 der Befragten genutzt. Das Smartphone wird bereits häufiger als Zugang genutzt als der stationäre PC. Weitere Ergebnisse finden Sie **hier**. Auch unser Medienpartner Public Marketing beschäftigt sich in seiner aktuellen Ausgabe „Storytelling“ ausführlich mit dem Thema Social Media.

Nationaler BID-Kongress – Sögestraße siegt im Wettbewerb



Im Rahmen des fünften nationalen BID-Kongresses, der in diesem Jahr in Offenbach am Main stattfand, wurde der Bremer Business Improvement District (BID) Sögestraße zum Gewinner des deutschlandweit ausgeschriebenen „BID-Award“ gekürt. Gewürdigt wurde der Ansatz, unter dem Dach des BID vielfältige Maßnahmen umzusetzen. Diese reichten von einer besonderen Weihnachtsbeleuchtung über

Reinigungsmaßnahmen und eine Begrünung des Gebiets durch Baumpflanzungen bis hin zur Entwicklung eines Verkehrskonzeptes. In der Initiative, die unter dem Dach der Cityinitiative Bremen Werbung organisiert ist, sind 40 Eigentümer und 70 Gewerbetreibende vertreten. Als Sieger des Awards darf Bremen nun den nächsten BID-Kongress mit etwa 100 Gästen aus dem In- und Ausland präsentieren. Weitere Informationen zum Award finden Sie **hier**. Mehr über den BID Sögestraße erfahren Sie **hier**.

Portal zu Urban Improvement Districts

BID sind in Deutschland auf dem Vormarsch. Immer mehr Bundesländer diskutieren oder verabschieden Gesetze, die es Händler- oder Immobiliengemeinschaften erlauben, sich in dieser Form zu organisieren. Aktuell existieren bundesweit. Interessierte Händlergemeinschaften bekommen von der HafenCity Universität Hamburg (HCU) ein umfassendes Informationsangebot



geliefert. Dazu gehört Literatur zum Thema genauso wie Beispiele aus der Praxis oder die gesetzlichen Regelungen der Bundesländer. Auch zu Housing- und Neighbourhood-Improvement Districts finden sich Informationen. Abgerundet wird das Angebot durch internationale Literatur, Beispiele und Gesetzgebung. **Hier** können Sie sich informieren.

Neue Publikationen zur Entwicklung im ländlichen Raum



netzwerk
LÄNDLICHE RÄUME

„Regionale Schrumpfung gestalten –
Handlungsspielräume zur langfristigen
Sicherung gesellschaftlicher Teilhabe schaffen

und nutzen“ lautet der Titel einer im Oktober erschienenen Publikation. Sie stellt die Zusammenfassung der Ergebnisse aus drei Expertenworkshops dar und gibt Handlungsempfehlungen in den relevanten Handlungsfeldern. **Hier** finden Sie die ganze Broschüre als pdf.

Das wissenschaftliche Gutachten „Förderung kleiner Unternehmen in ländlichen Räumen – Herausforderungen und Handlungsoptionen für eine bedarfsgerechte Förderung von Handwerk, Handel und Gewerbe“ skizziert zunächst die Bedeutung kleiner Unternehmen im ländlichen Raum und geht dann auf die besonderen Herausforderungen für diese ein. Daran anschließend werden beispielhaft Fördermöglichkeiten vorgestellt und auf Ihre Effekte hin untersucht. Zu guter Letzt werden für die regionalen Akteure und zuständigen Stellen Handlungsempfehlungen formuliert. Die komplette Publikation finden Sie **hier**.

Wie können Kommunen für internationale Zuwanderer attraktiv werden?

Neben Kunden, Reisenden und Einwohnern rücken auch immer mehr Fach- und Führungskräfte und deren Integration in die Stadtgesellschaft in den Fokus des Stadtmarketings. Der Wettbewerb um die Köpfe wird härter. Dabei wird zunehmend auch im Ausland nach Fachkräften gesucht – mit unterschiedlichem Erfolg. Mit dem Zuzug ausländischer Fachkräfte in die Kommune ist die Arbeit allerdings noch lange nicht erledigt. Das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung präsentiert acht gelungene Beispiele kommunaler Zuwanderungspolitik. Darunter befinden sich sowohl Aktionen einzelner Kommunen als auch interkommunaler Allianzen. **Hier** gelangen Sie zu der Studie und den Fallbeispielen.

Jugend gestaltet demographischen Wandel

Der Wettbewerb „Gemeinsam stark sein“ richtet sich in diesem Jahr an Jugendliche. 23 Projekte zur Entwicklung im ländlichen Raum, die von Jugendlichen angestoßen oder umgesetzt werden, sind auf der Homepage der Deutschen Vernetzungsstelle Ländliche Räume zu finden. Darunter finden sich Projekte wie das BandsLand-Musikprojekt, das Jugendlichen den Zugang zu modernem Tanz- und Rock-/Pop-Gesangsunterricht



erleichtert oder das Projekt „My Daun“ bei dem Ortsbegehungen und Fragebögen ermöglichten, die Perspektive der Jugendlichen einzunehmen und diese vor Ort zunehmend einzubinden und damit das Heimatgefühl zu stärken. Alle Projekte aus den Kategorien „Orte der Begegnung“, Demografischen Wandel angehen“, „Kunst und

Kultur“, „Mehr Wissen und Lernen“ sowie „Platz für Jugend“ können **hier** eingesehen und bewertet werden.

Leitfaden Finanzierung und Organisation des Tourismus auf Ortsebene

Die Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband hat einen Ratgeber zu Finanzierung und Organisation des Tourismus auf Ortsebene veröffentlicht. Dieser ist frei im Internet zugänglich und bietet unter anderem Praxisbeispiele zur Organisation des Tourismus, Hinweise zur Rechtslage bezüglich Fremdenverkehrsabgaben und Kurtaxe aber auch Praxisbeispiele zu freiwilligen Finanzierungsmodellen. Weiterführende Informationen finden Sie **hier**.

100 Ideen für deutsche Städte - Sieger „Orte im Land der Ideen“



Im Wettbewerb „Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen“, der im Rahmen der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ lief, stehen die Sieger 2013/14 fest. Die Ausschreibung suchte nach Ideen, die Best-Practice-Charakter haben und bereits heute die Lösungen für die Stadt der Zukunft zeigen. Insgesamt 100 Projektideen aus den Kategorien Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Umwelt, Bildung und Gesellschaft wurden prämiert und sind nun in der Publikation „Stadteinsichten. 100 Ideen für Deutschlands Städte“ zu finden. Die kostenlose pdf-Version finden Sie **hier**.

Deutschlandweite Börse zur Unternehmensnachfolge

Der Trend zur Filialisierung und zum e-Commerce sind große Herausforderungen für das Stadt- und Citymarketing in Deutschland. Eine attraktive Innenstadt mit Lokalkolorit, das auch durch etablierte inhabergeführte Fachgeschäfte entsteht, ist schwer zu erreichen. Auch die Vermarktung von Leerständen ist oft langwierig und fordert zum Teil viel Kreativität. Dass diese Trends mit einer Alterung der Gesellschaft zusammenfallen, erleichtert die Aufgabe des Citymanagements nicht gerade. Gerade in weniger prosperierenden Kommunen werden viele Läden von Personen geführt, die kurz vor dem Ruhestand stehen. Immer wichtiger wird deshalb eine vorausschauende Planung im Bezug auf Unternehmensnachfolge. Das Bundesministerium für Wirtschaft bietet mit einer Nachfolgebörse eine Hilfe an, die dazu beitragen kann, Leerstände zu vermeiden. Neben der Börse besteht auch ein Informationsangebot zu Förderung, Finanzierung und Planung von Unternehmensnachfolgen. **Hier** finden Sie mehr Informationen.



Place Marketing Monitor 2013

Welche Medien und Methode werden eingesetzt, um mit der Zielgruppe zu kommunizieren? Diesen und anderen Fragen widmet sich die Place Marketing Monitor 2013, eine Untersuchung einer internationalen Expertengruppe um Dr. Sebastian Zenker, die das Marketing in Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden vergleicht. Die bcsd und ihre Mitglieder haben diese Studie unterstützt. Umso mehr freut es uns, nun erste Ergebnisse aus dem deutschen Teil der Studie präsentieren zu können. In diesem Auszug aus der Studie wird der Bereich Zielgruppen des Marketings sowie der Marketing-Mix betrachtet. Näheres erfahren Sie [hier](#).

bcsd-Jobbörse



In der Stadtverwaltung Bischofswerda ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt die Position „Leiter/in Marketing / Kultur“ zu besetzen. Als Verantwortliche/r für

Wirtschaftsförderung und Tourismusförderung agieren Sie in der Schnittstelle von Kultur-, Wirtschafts- und Ansiedlungspolitik und sind auch für die Vermarktung kulturelle Einrichtungen (Tierpark, Museum, uvm.) verantwortlich. Außerdem koordinieren und moderieren Sie Anspruchsgruppen der Stadt um das Standortprofil zu schärfen und die Attraktivität weiter zu steigern. Diesen Zielen dient auch die Gewinnung von Sponsoren und Unterstützern sowie das Vorbereiten und Durchführen von Veranstaltungen. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Der VVV Stadt- und Citymarketing Nordhorn e.V. sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n stellvertretende/n Geschäftsführer/in. Die Aufgaben sind



VVV Nordhorn

Erlebe die Wasserstadt

vielfältig und umfassen die das Erstellen eines Marketingplans, die Weiterentwicklung des Stadt- und Citymarketingkonzeptes sowie die Optimierung interner Abläufe. Planung, Durchführung und Kontrolle touristischer und das Stadtimage fördernder Projekte sowie Pressearbeit, Gremienarbeit und das Beschaffen von Drittmitteln fallen ebenfalls in den Aufgabenbereich.



In der Stadtverwaltung Paderborn ist die Position des Leiters/der Leiterin des Aufgabenbereiches Öffentlichkeitsarbeit und Stadtmarketing zu besetzen. Andere von Paderborn überzeugen – so kann Ihre Aufgabe zusammengefasst werden. Dabei werden Sie von einem hochmotivierten Team unterstützt, dass Sie führen. Zu Ihren Aufgaben gehören vornehmlich strategische und koordinierende Funktionen. Sie kümmern sich um den Markenauftritt, die Öffentlichkeitsarbeit,

Veranstaltungen und die Tourismusförderung. Kooperationen mit den relevanten Akteuren pflegen und entwickeln Sie oder bauen diese auf. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

bcsd-Fördermitglieder



Feststimmung zu erzeugen ist immer eine große Chance zur Profilierung und Imagesteigerung, besonders zur Advents- und Weihnachtszeit. Die Firma **ESSERT-Illuminationen** ist einer der führenden deutschen Hersteller von Weihnachts- und Festbeleuchtungen. Zum Leistungsumfang gehören: Eigene Produktion und Handel mit Weihnachtsbeleuchtungen, energieeffiziente Leuchtmittel in LED-Technik, individuelle Sonderkonstruktionen, Beratung vor Ort, visuelle Präsentationen mit digitaler Bildbearbeitung, Erstellen von Beleuchtungskonzepten für innerstädtische Großprojekte, Produkte von erstklassiger Qualität mit langer Nutzungsdauer und geringen Folgekosten. Erfahren Sie **hier** mehr über das bcsd-Fördermitglied.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!



„**schwarz & gehilfen**“ ist eine junge und dynamische Fullservice-Stadtmarketing-Agentur. Wir beraten nicht nur und erstellen Konzepte, sondern wir setzen diese auch in die Praxis um. Ziel unseres Ansatzes ist es, Kaufkraft in der Stadt zu binden und die Stadt und die Region als Marken mit hohem Erlebniswert nachhaltig zu stärken. Deshalb konzentrieren wir uns auf die stadt-eigenen Werte und Potentiale. In den letzten Jahren konnten wir mit zielgerichteten und zum Teil bundesweit einzigartigen Stadtmarketing-Projekten große Erfolge feiern. Weitere Infos unter **www.schwarz-und-gehilfen.de**.

Der **Förderverein Stadtmarketing Walsrode e. V. (SMW)** besteht bereits seit über 20 Jahren.

Anfangs wurde das Stadtmarketing in Walsrode (24.000 EW) als öffentliche Aufgabe von der Stadt wahrgenommen. Seit über 15 Jahren ist es ein eingetragener Verein, der mit Eigenmitteln und mit

Hilfe eines Zuschuss von Seiten der Stadt eigenständig Marketingarbeiten durchführt. Derzeit sind ca. 100 Händler und Dienstleister in dem Verein organisiert.

Das SMW organisiert und investiert im Wesentlichen in die Infrastruktur der Stadt. Dazu gehören u. a. spezielle Plakataufsteller, die Begrünung der Innenstadt, die



Weihnachtsbeleuchtung, die Gestaltung der Verkehrskreisel oder die Installation von Sitzgelegenheiten.

Der Verein setzt sich aus einem dreiköpfigen Vorstand sowie einem Beirat (acht Händler und Dienstleister) zusammen. Alle Mitglieder arbeiten ehrenamtlich. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Die **STG** ist für die Vermarktung der ältesten Stadt der Mark Brandenburg – Brandenburg an der Havel verantwortlich. Ziel ist die Positionierung und Vermarktung der Stadt als Produkt und Marke im nationalen und internationalen Wettbewerb.



Unsere Vision: Spricht man in Deutschland von Brandenburg denkt man zuerst an die Stadt und im zweiten Schritt an das Bundesland.

Die drei seit 2007 zusammen geführten Bereiche Tourismus, Stadtmarketing und Citymanagement treiben die touristische Entwicklung der Havelstadt voran, um Brandenburg an der Havel als Marke bei den relevanten Zielgruppen weiter zu etablieren und als Wohn-, Lebens-, Urlaubs- und Ausflugsziel noch interessanter zu gestalten. Unter dem Siegel „ServiceQualität Deutschland“ wollen wir für die Marke Brandenburg an der Havel, gemeinsam mit den Unternehmen der Stadt, einen Qualitätsstandort schaffen und mit allen regionalen Partnern intensiv vermarkten. Mehr zur STG Brandenburg erfahren Sie **hier**.

Nachbarschaftsnetzwerk, Nacht der singenden Balkone, Share-Economy

In Berlin-Friedrichshain ist ein Netzwerk entstanden, das nachbarschaftliches Engagement und den Zusammenhalt in der Nachbarschaft propagiert. Dazu gehören neben Leihmöglichkeiten oder der Vermittlung von Babysittern auch Veranstaltungen wie die kürzlich veranstaltete „Nacht der singenden Balkone“ zu der Friedrichshainer Anwohner künstlerische Beiträge anmelden konnten, die sie dann auf Ihrem Balkon aufführten. Die Bandbreite reichte von professionellen Sängern über Theater bis zu Kuchenverkauf.



Die Beiträge wurden durch 3 geführte Touren miteinander verbunden. Zu den weiteren Aktionen zur Stärkung der Nachbarschaft zählen auch ein Running Dinner, bei dem drei Gänge in verschiedenen privaten Wohnungen serviert werden, oder ein „Flash Meal“, bei dem Tische für ein Frühstück auf einer Spree-Brücke gestellt werden und Besucher und Passanten selbst mitgebrachte Lebensmittel teilen. Mehr dazu **hier**.

Urban Gardening, Offene Werkstätten und andere zivilgesellschaftliche Projekte



Die Stiftungsgemeinschaft anstiftung & ertomis forscht und fördert zu innovativen zivilgesellschaftlichen Aktivitäten in Stadt und Region. Zu den Projekten gehören unter anderem Gemeinschaftsgärten, künstlerische Interventionen im öffentlichen Raum oder offene Werkstätten. Zu Gemeinschaftsgärten sind auch Arbeitshilfen sowie eine Übersichtskarte vorhanden. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Städte und Regionen bilden Netzwerke um Energiewende zu erreichen

In Deutschland und der Schweiz haben sich Netzwerke zum Erreichen einer Energiewende gebildet. In der Schweiz läuft die Initiative unter dem Namen **2.000-Watt-Gesellschaft**. Die 2.000 Watt stehen dabei für die Menge Energie die pro Jahr und Person weltweit maximal genutzt werden kann ohne eine kritische Menge klimaschädlicher Gase zu produzieren. Um die Ziele zu erreichen werden teilnehmenden Kommunen, Unternehmen und Privatpersonen Hilfestellungen gegeben sowie ein Label an Städte verliehen. Zahlreiche Gemeinden, darunter auch große Städte wie Zürich, haben bereits Programme beschlossen. **Hier** finden Sie die Homepage mit Anleitungen und Arbeitshilfen etwa zu Smart Cities, nachhaltigen Quartieren oder zur Erreichung und Kontrolle der Ziele. **Hier** finden Sie einen Erfahrungsbericht aus Zürich.



In Deutschland hat sich die Initiative **100% Erneuerbare-Energie-Regionen** gebildet. Schwerpunkte sind der Wissenstransfer der beteiligten Gemeinden und Landkreise untereinander, die Vernetzung in der Region sowie die Beratung der Akteure. Die bereits über 130 teilnehmenden Regionen haben sich langfristig das Ziel gesetzt, zu 100% erneuerbare Energien zu nutzen. Mittlerweile findet das Modell europaweit Verbreitung und wurde in diesem Jahr mit Titel „Ausgezeichneter Ort im Land der Ideen“ gewürdigt. **Hier** erfahren Sie mehr.

Jugend belebt Leerstand – Kompott



In Chemnitz ist im Rahmen des ExWoSt-Programmes des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) ein Kulturzentrum von Jugendlichen aufgebaut worden. In der vormals leer stehenden und zum Abriss frei gegebenen Häuserzeile sind nun ein Multifunktionsraum (Konzerte, Essen, Musik), Büros für Kreativschaffende, ein Umsonstladen, ein Kunstladen und ein Lesecafé entstanden. Im Außenbereich schließt sich noch ein Stadtteilgarten an.

Mehr Informationen zum Projekt finden Sie **hier** auf der Seite des Projekts und **hier** beim BMVBS.

Gießen in Kurzfilmen

Einen Imagefilm haben viele Städte – Gießen hat nun gleich 16. Anstatt einen großen Imagefilm zu produzieren hat sich das Gießener Stadtmarketing entschieden, die Besonderheiten der Stadt in 16 Kurzfilmen zu porträtieren, die zwischen 30 Sekunden und 5 Minuten lang sind. Das hat den Vorteil, die Stadt und ihre Bewohner aus unterschiedlichen Blickwinkeln und mit einem Augenzwinkern präsentieren zu können. **Hier** erfahren Sie mehr über die Hintergründe. **Hier** können Sie die ungewöhnlichen Filme betrachten.

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**

TÜR BRINGT ANDERE STÄDTE NACH NEBENAN

Die französische Bahngesellschaft SNCF hat Passanten in Paris live mit Personen in anderen europäischen Städten verbunden und sie so auf die Schnellzüge aufmerksam gemacht. Farbige Türen, die jeweils mit dem Namen einer Stadt beschriftet waren, wurden auf öffentlichen Plätzen aufgestellt. Den neugierigen Passanten, die diese Türen öffneten, bot sich der Blick auf einen rahmenfüllenden



Bildschirm, der einen Livestream aus der jeweiligen Stadt zeigte. So konnten Nutzer beispielsweise mit einem Pantomimen in Mailand interagieren oder ein Porträt von einem Zeichner in Brüssel erstellen lassen.

ROBOTER FOLGT SEINEM NUTZER MIT DEM EINKAUF



Five Elements Robotics hat mit dem „Budgee“ einen Roboter entwickelt, der seinem Besitzer automatisch folgt und für den Transport von Einkäufen oder persönlichen Gegenständen gedacht ist. Der faltbare persönliche Assistent ist in der Lage, bis zu 22 Kilogramm an Gewicht zu tragen, und verfügt über einen Schlossmechanismus, der die Sicherheit der transportierten Objekte gewährleistet. Mit Hilfe der integrierten „Follow Me“-

Technologie folgt er dem Signal eines vom Nutzer bei sich getragenen Geräts, sodass er dessen Aufenthaltsort erkennt, ihn begrüßt und sich ihm anschließt.

LEUCHTENDER GEHWEG STATT STRAßENBELEUCHTUNG

Die Stadtverwaltung von Cambridge hat einen Parkweg mit einer Beschichtung versehen lassen, die tagsüber Licht absorbiert und im Dunkeln blau leuchtet. Von der Erprobung versprechen sich die Entwickler den Nachweis dafür, dass diese Methode zukünftig eine günstige Alternative zur verkehrssicheren Ausleuchtung von Gehwegen darstellen könnte. Der Gehweg wurde zunächst mit einem Polyurethan besprüht, das die Haftung der Leuchtpartikel sicherstellt. Diese wurden im Anschluss aufgebracht und zum Festrocknen ruhen gelassen.



Terminkalender

22./23 Januar, Zukunftsforum ländliche Entwicklung, Berlin

Gemeinsam für den ländlichen Raum lautet der Untertitel der Veranstaltung, die mit 21 Begleitprogrammen ein breites Themenspektrum abdeckt. Behandelt werden etwa Mobilität, Naturschutz, Innenentwicklung, Wertschöpfung, Existenzgründung, Infrastruktur, Förderprogramme, demographischer Wandel, Nahversorgung, Bürgerbeteiligung. Im Rahmen der Abschlussveranstaltung wird der Preis „Kerniges Dorf“ verliehen. Mehr erfahren Sie [hier](#).

23./24. Januar, bcsd-Neujahrsempfang und Christmasworld Premium, Frankfurt am Main

Die bcsd lädt Ihre Mitglieder erstmals zum Neujahrsempfang auf der Frankfurter Messe ein. Dort können Vorträge gehört und Networking betrieben werden. Eine Führung durch die Sonderausstellung „Newstalgia“ kann ebenfalls besucht werden. Der Eintritt auf die Messe ist an allen Tagen frei. Mehr dazu [hier](#).

28./29. Januar, Deutscher Handelsimmobilien-Kongress, Berlin

Beim diesjährigen Deutschen Handelsimmobilien-Kongress in Berlin werden unter anderem Konsumtrends, Multi-Channel-Strategien, Expansionsstrategien und die Zukunft des innerstädtischen Einzelhandels thematisiert werden. Zudem werden auch Nachhaltigkeit und politische Rahmenbedingungen behandelt. Mehr erfahren Sie [hier](#).

5. März, Green Cities – Nachhaltige Stadtentwicklung, Wolfsburg

Nachhaltige Stadt- bzw. Ortsentwicklung ist eine Zukunftsaufgabe für Metropolen gleichermaßen wie für ländliche Gemeinden. Wie kann die Vision der „Grünen Stadt“ der Zukunft aussehen? Welche Herausforderungen bestehen für Kommunen und Gewerbebetriebe? Welche Lösungsansätze gibt es schon heute?

5. – 9. März, ITB, Berlin

Die weltweit größte Touristikmesse findet wie jedes Jahr in Berlin statt. Neben Destinationen präsentieren sich auch zahlreiche Unternehmen den Besuchern. Traditionell wird die Messe von einer Vielzahl an Vorträgen, Workshops und Diskussionen begleitet. Mehr erfahren Sie [hier](#).

25. – 27. Mai, bcsd Stadtmarketing-Tagung, Mannheim

„Ziemlich beste Freunde“ - Standortmarketing an der Schnittstelle von Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing.

Mehr dazu finden Sie in Kürze [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.