

Newsletter 01/2013

Save the date:

Die Stadtflüsterer – Stadtmarketing und organisierter Gemeinsinn

bcsd-Frühjahrstagung vom 14. bis 16. April 2013 in Münster



© Ralf Emmerich

Im April ist es wieder soweit: Mehr als 100 Stadtmarketingverantwortliche aus ganz Deutschland treffen sich zum gemeinsamen Erfahrungsaustausch auf der bcsd-Frühjahrstagung mit dem Thema „Die Stadtflüsterer“. Die Tagung wird in Münster in einer Stadt stattfinden, die ihr Stadtentwicklungskonzept zusammen mit den Bürgerinnen und Bürgern entwickelt hat und immer wieder als eine der lebenswertesten Städte genannt wird. Wir freuen uns, genau dort gemeinsam mit Ihnen der Frage nachzugehen, wie die Bürgerinnen und Bürger wieder ins Zentrum des Stadtmarketings gerückt werden können. Die Einladung und das Tagungsprogramm werden Mitte Februar versandt. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

Themen

Seite 1

[bcsd-Frühjahrstagung](#)

Seite 2

[Kommunaler Klimaschutz 2013](#)

Seite 3

[„Housing Improvement District“ \(HID\)](#)

[Gesucht: Schönstes Stadtfest](#)

Seite 4

[Umfrage: Place Marketing Monitor](#)

[bcsd-Fördermitglieder](#)

[Städtebauliche Großprojekte](#)

Seite 5

[Novellierung des Baugesetzbuches](#)

[ZebraLog](#)

Seite 6

[Herzlich Willkommen! Unsere neuen Mitglieder!](#)

Seite 7

[Rundfunkbeitrag für Kommunen](#)

[Souvenir-Wettbewerb](#)

Seite 8

[Strategien zum Klimawandel](#)

[bcsd-Jobbörse](#)

Seite 9

[bcsd-Pinnwand](#)

[Deutschlandkarten](#)

[go2know Fototouren](#)

Seite 10

[TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft](#)

Seite 12

[Terminkalender](#)

- www.wtbrueck.de -

Ihr Partner im großformatigen Digitaldruck



**werbetechnik
W&T BRÜCK**





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



www.wtbrueck.de

Spichernstraße 26
48153 Münster

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

Wettbewerb: Kommunalen Klimaschutz 2013

Bis zum 31. März 2013 sind Kommunen und Regionen aufgerufen, sich mit vorbildlichen Klimaschutzprojekten am Wettbewerb „Kommunaler Klimaschutz 2013“ zu beteiligen. Gesucht werden erfolgreich realisierte Klimaschutzprojekte, die in besonderem Maße zur Reduzierung von Treibhausgasen beigetragen haben. Bewerbungen sind in den drei Kategorien „Klimaschutz in kommunalen Liegenschaften“, „Kommunales Energie- und Klimaschutzmanagement“ sowie „Kommunaler Klimaschutz zum Mitmachen“ möglich. Mit dem bundesweit durchgeführten Wettbewerb sollen Kommunen und Regionen die Möglichkeit erhalten, ihre erfolgreich realisierten Klimaschutzprojekte einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen und anderen als gutes Beispiel zu dienen. Dazu erhalten die Preisträger durch das Service- und Kompetenzzentrum: Kommunaler Klimaschutz Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit zu ihren prämierten Projekten. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



Erstes „Housing Improvement District“ (HID) Europas in Hamburg



Das Warten hat sich gelohnt: Ende November hat der Senat der Freien und Hansestadt Hamburg offiziell das „Innovationsquartier Steilshoop“ eingerichtet. Damit geht der erste Housing Improvement District (HID) in Europa an den Start. Erstmals wird hier das BID-Prinzip auf ein Wohnquartier übertragen und angewendet. In Anlehnung an das Modell der BIDs werden durch das Konzept der Innovationsquartiere private Initiativen der Stadtteilentwicklung auch in Gebieten mit Wohnbebauung ermöglicht. Dadurch wurde ein wichtiges Instrument geschaffen, das Eigentümer bei Ihrer Eigeninitiative unterstützt und begleitet. Ein Ziel des Gesetzes ist es, dass Eigentümer und Mieter die Attraktivität in ihrem direkten Umfeld steigern und sich mit ihrem Wohnstandort identifizieren. Weitere Informationen über den HID Steilshoop finden Sie **hier**.

Gesucht: Schönstes Stadtfest

Die Stiftung Lebendige Stadt ruft alle Städte und Gemeinden auf, sich für den mit 15.000 Euro dotierten Stiftungspreis 2013 für das schönste Stadtfest zu bewerben. „Wir suchen Feste, die einen Beitrag zur Identitätsbildung der Stadt genauso wie zur Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt leisten“, sagt Alexander Otto, Kuratoriumsvorsitzender der Stiftung Lebendige Stadt. „Dazu zählt die Partizipation der Bürgerinnen und Bürger durch Einbringen von Ideen für die Gestaltung bis hin zu konkreten persönlichen Beiträgen bei der Umsetzung des Festes. Das Stadtfest soll sich durch eine besondere Kreativität in der Planung und Ausgestaltung auszeichnen und von der breiten Bevölkerung getragen werden.“



Preiswürdig sind Konzepte, die bereits realisiert worden sind. Das Anliegen der Stiftung ist es, Best-Practice-Beispiele zu fördern, die für andere Kommunen Vorbild sein können. Deshalb komme einfallsreichen und zugleich wirtschaftlichen Lösungen eine besondere Bedeutung zu, so die Stiftung. Die Bewerbungsfrist endet am 28. Februar 2013. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Umfrage: Place Marketing Monitor

+++ Ihr Experten-Wissen ist gefragt! +++ Die Universität Hamburg führt zusammen mit der Erasmus Universität in Rotterdam (Niederlande) und der Association of Town Centre Management (Großbritannien) eine nationenübergreifende Befragung von Experten durch, die in den Bereichen Stadt- und Regionen-Marketing, Management und Tourismus arbeiten. Mit Hilfe des „Place Marketing Monitors“ soll herausgefunden werden, welche Städte und Regionen aktives Marketing betreiben, welche Strategien sie verfolgen und welche Erfolge sie verbuchen können. Das Ausfüllen des Fragebogens wird **etwa 15 Minuten** dauern. Die Befragung dient **rein wissenschaftlichen und keinen wirtschaftlichen Zwecken**, ist **anonym** und Daten werden nur in **aggregierter Form** veröffentlicht. Wenn Sie Interesse an den Ergebnissen der Studie haben, können Sie am Ende der Befragung Ihre Emailadresse hinterlassen. **Hier** geht es zur Umfrage.

bcsd-Fördermitglieder

Kultur ist ein Stück Lebensqualität und Grundlage menschlichen Zusammenlebens. Mit diesem Verständnis plant, koordiniert und realisiert die Imorde Projekt- und Kulturberatung GmbH Projekte und Strategien für Kultur- und Wirtschaftsunternehmen sowie Kommunen. Zu ihrem Spektrum gehören Leistungen wie Management von Stadtmarketingprojekten, Machbarkeitsstudien und Gutachten für kulturelle Einrichtungen, aber auch Kommunikationsstrategien sowie Marketing- und Sponsoringkonzepte. Weitere Informationen zu unserem Fördermitglied erhalten Sie **hier**.



Städtebauliche Großprojekte: Mehr Kosten als Nutzen?



Hochmoderne Büro- und Wohnquartiere, die auf Industriebrachen entstehen, architektonische Wegmarken, kulturelle Highlights – Großprojekte sollen Städte attraktiver machen, Identität und Image prägen und einen Vorteil im Standortwettbewerb bieten. Es geht um ein modernes Gesicht der Stadt. Die Projekte liefern aber auch Konfliktstoff –

nicht zuletzt wegen der teilweise explodierenden Kosten und mangelnder Bürgerbeteiligung. Eine neue Ausgabe der Fachzeitschrift „Informationen zur Raumentwicklung“ des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) fragt nach Chancen und Risiken der Großvorhaben. Die Ausgabe 11/12.2012 kann

per E-Mail an service@steiner-verlag.de bestellt bzw. über den Buchhandel bezogen werden. Weitere Informationen zum Heft finden Sie **hier**.

Novellierung des Baugesetzbuches zum Kampf gegen verwahrloste Immobilien im Stadtbild

Der Deutsche Städtetag und der Deutsche Städte- und Gemeindebund fordern angesichts der laufenden Beratungen des Bundestages zur Novellierung des Baugesetzbuches, heruntergekommenen und verwahrlosten Immobilien in den Städten und Gemeinden entschieden entgegenzutreten. Die bereits heute nach dem Baugesetzbuch bestehende Möglichkeit, erheblich verwahrloste Immobilien zu beseitigen, müsse verbessert werden – bisher hat der Eigentümer den Rückbau ohne eigenes Zutun lediglich zu dulden. Städtetag und Gemeindebund fordern nun eine (wirtschaftlich zumutbare) Kostenbeteiligung des Eigentümers an den Rückbaumaßnahmen, da Städte und Gemeinde nicht in der Lage seien, von den Eigentümern bis zur Verwahrlosung vernachlässigte Immobilien auf eigene Kosten oder auf Kosten der Allgemeinheit zu beseitigen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



Zebralog: Leitlinien für eine gute Partizipation



Als Pionier auf dem Gebiet der Online-Dialoge optimiert das Unternehmen Zebralog inzwischen seit über zehn Jahren das Gespräch zwischen Bürgern und Staat. Mit mehr als 100 Projekten (z.B. StadtDialoge, Bürgerhaushalte, eKonsultation) konnte Zebralog inzwischen einen großen Erfahrungsschatz im Bereich der ePartizipation und der medienüberreifenden Bürgerbeteiligung ansammeln. Darauf basierend wurden einige Leitlinien für die erfolgreiche Umsetzung von Online-Dialogen formuliert. Die **Leitlinien** und weitere Informationen zu den bisher umgesetzten Projekten finden Sie **hier**.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!



Die Stadt Alfeld (Leine) ist ein Mittelzentrum, das auf halber Strecke zwischen Hannover und Göttingen liegt. Bei 20.000 Einwohnern gibt es in der Stadt über 7.500 Arbeitsplätze im Dienstleistungsbereich, Handel, Handwerk und einer breit aufgestellten mittelständischen Industrie. Das in Alfeld im Jahr 1911 von Walter Gropius errichtete Fagus-Werk ist in 2011 zum UNESCO Welterbe erklärt worden. Der **Forum Alfeld Aktiv e.V.** hat sich die Aufgabe gesetzt, durch seine Tätigkeit zur Förderung der Wirtschaft, des Verkehrs und der allgemeinen Attraktivitätssteigerung der Stadt beizutragen. Zu den Aufgabenfeldern gehören u.a. die Förderung von vorhandenen Einrichtungen, die Mitwirkung und Beratung bei öffentlichen und privaten Infrastrukturvorhaben, Stärkung Alfelds als Einkaufsstadt und Mittelzentrum sowie Öffentlichkeitsarbeit. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



Gesellschaft für Stadtmarketing Bottrop mbH

Auf der Grundlage der Einrichtung des Rates wurde Anfang des Jahres 2002 die **Gesellschaft für Stadtmarketing Bottrop (GSB) mbH** als Gemeinschaftseinrichtung von Stadt und Wirtschaft gegründet, um den Strukturwandel und das Stadtbewusstsein zu fördern. Heute ist die GSB schwerpunktmäßig in den Geschäftsbereichen „Eventmarketing“, „Tourismus“ und „Imagewerbung“ tätig. Die strategische Ausrichtung verfolgt das Ziel, mit aufeinander abgestimmten Inhalten und Aktionen das Image der Stadt Bottrop aufzubauen, eine bessere Wettbewerbssituation gegenüber den Nachbarstädten herzustellen und den Bekanntheitsgrad über die Stadtgrenzen hinaus zu erhöhen. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied finden Sie **hier**.



Die 2009 gegründete **Moosburg Marketing eG** möchte mit ihren Aktivitäten die Außen- und Innenwahrnehmung der Stadt verbessern, das Profil der Stadt schärfen und so ein positives Image für Moosburg erzeugen. Mit Aktionen wie der Regionalmesse MeMo, der größten Partymeile der Region zu Silvester und der Sommernacht sind hier bereits starke Akzente gesetzt. Die Genossenschaft kooperiert mit lokalen Akteuren und ist zugleich starker Partner im Rahmen der Städtebauförderung „ISEK“. Das Mittelzentrum Moosburg an der Isar ist mit ihren momentan knapp 18.000 Einwohnern älteste Stadt im Landkreis Freising (seit 1331) und liegt in einer der wirtschaftlich attraktivsten Regionen Deutschlands im Norden von München nahe am Flughafen und bietet einen einmaligen Mix aus Wirtschaftskraft und Lebensqualität. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied finden Sie **hier**.

Neuer Rundfunkbeitrag verursacht deutliche Mehrbelastung für bürgernahe Verwaltungen

Die mit Beginn des Jahres 2013 in Kraft getretene neue Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sorgt bei Städten und Gemeinden für deutlich höhere Kosten. Der Deutsche Städtetag und der Deutsche Städte- und Gemeindebund fordern vor diesem Hintergrund, das Thema erneut in der Rundfunkkommission und der Ministerpräsidentenkonferenz zu behandeln und eine gerechte Lösung zu suchen. Die beiden kommunalen Spitzenverbände stimmen der geräteunabhängigen Beitragsbemessung zwar grundsätzlich zu. Nach ihrer Einschätzung profitieren aber allenfalls die Rundfunkanstalten von dem erhofften Bürokratieabbau, während die Umstellung bei den Kommunen einen enormen Beratungs- und Organisationsbedarf auslöst und personelle Kapazitäten bindet. Die kommunalen Beiträge müssten gesenkt werden, da die Städte und Gemeinden ihre Betriebsstätten und Kraftfahrzeuge nicht primär zum Medienkonsum, sondern zur Erfüllung ihrer Aufgaben im Interesse des Gemeinwohls nutzen würden. Weitere Informationen zu dem Thema finden Sie **hier**.

European Home Run – Ein Souvenir für Wien

Millionen Menschen besuchen jedes Jahr Wien. Viele von ihnen wollen ein Stück der Donaumetropole mit nach Hause nehmen. Ein Stück, welches das imperiale, aber auch das neue, junge und kreative Flair der Stadt repräsentiert. Wie aber kann ein Wien-Souvenir des 21. Jahrhunderts aussehen? Designerteams aus ganz Europa haben sich auf Initiative des WienTourismus darüber Gedanken gemacht und ihre Entwürfe beim Wettbewerb „European Home Run“ eingereicht.



Foto: Rainer Fehring

Gewonnen hat der Entwurf von Wiener Spielkarten, deren Symbolik ein reiches und nuanciertes Porträt der Stadt und ihrer Geschichte darstellt. Publikumssieger wurde die Serie „Pop-up Vienna“. Verbunden mit dem interessanten Konzept, das eigene Wien zu errichten, verkörpert die alte Technik der Herstellung zwei Aspekte von Wien: eine aufregende moderne Stadt und ihr reiches historisches

Erbe. Ein unverkennbares und authentisches Wiener Souvenir mit Pfiff. Weitere Informationen zu dem Wettbewerb finden Sie **hier**.

Immobilien- und wohnungswirtschaftliche Strategien zum Klimawandel



Acht Pilotprojekte im ExWoSt-Forschungsfeld „ImmoKlima“ haben immobilien- und wohnungswirtschaftliche Strategien zum Klimawandel erprobt. Heft 79 der Reihe „Werkstatt: Praxis“ stellt die Ergebnisse aus dem Forschungsvorhaben vor. Ein Schwerpunkt der Projekte war die Zusammenarbeit von privaten und kommunalen Akteuren. Welche

Kooperationsformen versprechen Erfolg? Wie lassen sich die Strategien in kommunale Konzepte zur nachhaltigen Stadtentwicklung integrieren? Welche rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind zu beachten? Diese und weitere Fragen wurden mithilfe der Projekte beantwortet. Das Heft benennt zudem Handlungsmöglichkeiten für Gesetzgebung, Förderpolitik sowie die beteiligten Akteure. Porträts der Modellvorhaben ergänzen die Dokumentation. Das Heft können Sie **hier** kostenfrei bestellen bzw. herunterladen.

bcsd-Jobbörse

Die **Stadt Bergkamen** sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n **Mitarbeiter/in im Sachgebiet Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing** mit den Aufgabenschwerpunkten Tourismusförderung und strategisches Stadtmarketing. Die Vollzeitstelle umfasst u.a. die



Weiterentwicklung von Maßnahmen zur Tourismusförderung einschließlich einer Leitbild- und Konzeptentwicklung, die Vertretung der städtischen Interessen in regionalen Arbeitskreisen sowie die Weiterentwicklung von Stadtmarketingmaßnahmen einschließlich einer Leitbild- und Konzeptentwicklung (Strategisches Stadtmarketing) und dem Aufbau eines Stadtmarketingvereins in Bergkamen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



Die Firma **SSA Safetec GmbH** in Linz (Österreich) entwickelt, produziert und vertreibt fälschungssichere Gutschein-, Ticket- und Zutrittssysteme für Veranstaltungen aller Art. Nach einer erfolgreichen Markteinführung in Österreich sollen die Voucher Safety Systems auch in Deutschland etabliert werden. Deshalb werden etablierte **Vertriebspartner** (regional sowie überregional) gesucht, die an einer erfolgreichen Marktumsetzung der Projekte und deren Erfolgen teilhaben möchten. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



ESSLINGEN AM NECKAR
STADTMARKETING &
TOURISMUS GMBH

Esslingen am Neckar liegt zentral in einer der wirtschaftlich attraktivsten Regionen Deutschlands und bietet einen einmaligen Mix aus Wirtschaftskraft und Lebensqualität. Wichtiges Alleinstellungsmerkmal ist der Erlebniswert der historischen Altstadt mit über 800 Baudenkmälern und Sehenswürdigkeiten und einem überaus reichen Angebot an Handel, Gastronomie und Kultur. Zur Weiterentwicklung dieser Potenziale sucht die **Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH (EST)** zum 01. August 2013 eine/n **Leiter/in City-Management**. Weitere Informationen zu dem Stellenangebot finden Sie **hier**.

bcsd-Pinnwand



Die Werbegemeinschaft City Center e.V. „Die Freundlichen Hildesheimer“ trennt sich von ihrer ca. 35 Jahre alten **Weihnachtsbeleuchtung**. Die 52 nostalgischen Lichtgirlanden, die jahrzehntelang zur Weihnachtszeit an einem Überspannungssystem über den Straßen der Hildesheimer Innenstadt hingen und von denen ein Großteil im Jahre 2011 noch mit 3.000

modernen, energiesparenden LED-Lämpchen ausgestattet wurde, werden einer neuen weihnachtlichen Lichtkonzeption weichen. Die voll funktionsfähige Weihnachtsbeleuchtung stammte seinerzeit aus dem Hause der Jelitto Star GmbH. Sie besteht aus 13 breiteren Doppelschwung-Girlanden und 39 Einzelschwung-Girlanden, die ggf. auch neu verarbeitet werden könnten. Kaufinteressenten erhalten nähere Informationen bei der Hildesheim Marketing GmbH unter der Tel.-Nr. 05121/1798120 oder per Mail an **citymanagement@hildesheim-marketing.de**.

Raumentwicklung: Deutschlandkarten veranschaulichen Lebenslagen

Hätten Sie gewusst, dass die Bevölkerung im niedersächsischen Landkreis Cloppenburg das niedrigste Durchschnittsalter hat, in Brandenburg an der Havel die meisten Geburten junger Mütter gezählt werden und es im Landkreis Eichstätt die wenigsten privaten Schuldner gibt? Daten, Karten und Grafiken zu Lebenslagen in Deutschland und Europa veröffentlicht das BBSR auf der CD-ROM „INKAR“. Die aktuelle Ausgabe umfasst fast 600 Indikatoren, welche die



gesellschaftlich bedeutsamen Themen abbilden. Weitere Informationen zu den Deutschlandkarten finden Sie **hier**.

go2know: Fototouren an geheimen Orten

Verlassene Sanatorien, stillgelegte Industriehallen oder überwachte Militärkomplexe – nicht nur in und um Berlin gibt es viele verlassene und geheimnisvolle Orte. Die Berliner Agentur „go2know“ hat diese Orte für Interessierte und Hobby-Fotografen erschlossen. Ohne Stress, völlig legal und mit größtmöglicher Freiheit kann man sich nun an diese Orte begeben, versteckte Motive entdecken und die faszinierenden Atmosphären der „Lost Places“ erleben. Durch ein großes Netzwerk mit Heimatvereinen, Betreibern und Eigentümern kann go2know ganz offiziell Touren an Orten anbieten, die anderen unzugänglich sind. Weitere Informationen zu den Fototouren der Berliner Agentur finden Sie **hier**.



go2know ermöglicht Fototouren zu „Lost Places“



Verlassene Orte: Der Spreepark in Berlin

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**

MIT QR-CODES DIE WIKIPEDIA-STADT ENTDECKEN



Die walisische Stadt Monmouth hat sich über QR-Codes mit dem Onlinelexikon Wikipedia verknüpft. So wurden an Gebäuden, in Museen, Kneipen und Bäckereien in der gesamten Stadt QR-Codes in Form von Stickern oder Schildern angebracht, die Smartphone-Nutzer zu dem entsprechenden

Wikipedia-Eintrag leiten. Zuvor wurden von Freiwilligen Hunderte Einträge in über 25 Sprachen verfasst. Die Stadt unterstützt das Projekt „Monmouthpedia“ mit der Bereitstellung eines kostenlosen WLAN-Netzes und einer mobilen Anwendung für Android-Smartphones, mit der die QR-Codes ausgelesen werden können. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

OUTDOORAKTION BRINGT DAS EIS ZUM SCHMELZEN

Mit der Aktion „Reach Out and Touch It“ bringt Switzerland Tourism ein Stück Schweiz nach London. In der englischen Hauptstadt werden nach und nach fünf riesige Eisklötze aufgestellt. Jeder davon steht für eines der fünf wichtigsten Schweizer Wintergebiete. In jedem Eisblock befinden sich 75 Karten mit Gewinncodes. Wer eine Karte aus dem Eis befreit, dem ist ein Gewinn sicher. Als Hauptgewinn winkt ein Urlaub in der Schweiz. Während der Promotionaktion verteilen Skilehrer zudem Gewinnspielkarten, und eine mobile Anwendung ermöglicht weitere Gewinnmöglichkeiten über das Smartphone. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



INTERAKTIVER REISEFÜHRER FÜR KINDER



Das australische Start-up Bound Round entwickelt mobile Anwendungen, mit denen Kinder ihre Wunschreise planen, neue Orte entdecken und Reiseerlebnisse aufzeichnen können. Mit Hilfe der Anwendung können Eltern erfahren, für welche Stadt und Aktivitäten sich ihre Kinder begeistern können, und ihre

Wünsche bei der Reiseplanung berücksichtigen. Ein virtueller Reiseführer soll den kleinen Nutzern am Urlaubsziel bei der Navigation durch die Anwendung helfen. Zudem können die Kinder während der Reise ein Tagebuch mit Bildern und Videos erstellen und ihre Erlebnisse mit Freunden daheim teilen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Terminkalender

12. Februar 2013, Bildungscluster zur Nachwuchssicherung: Regionale Allianzen für demographische Herausforderungen, Berlin

Die demographische Entwicklung stellt regionale Bildungs- und Arbeitsmärkte vor besondere Herausforderungen. Wie können regionale Allianzen erfolgreich zur Nachwuchssicherung der Region beitragen? Welche Partner brauchen sie und welche Maßnahmen führen zum Erfolg? Auf der Veranstaltung werden Strategien zur Nachwuchssicherung unterschiedlicher Regionen vorgestellt und Chancen, Herausforderungen und Lösungsmodelle regionaler Bildungscluster diskutiert. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

13. bis 15. Februar 2013, 3rd International Place Management and Branding Conference, Manchester (UK)

Place branding, place management, place marketing, strategic spatial development, public-private place partnerships, all synonyms describing one thing – the application of business principles to place. The aim of this conference is to accept these alternative realities and provide a 'green zone' for contributors to bring their perspective on the business of place for the explicit purposes of theoretical and practical development. **Here** you will find more information.

14. bis 15. Februar 2013, Tagung Innenstadt NRW, Dorsten

Im Februar präsentiert sich das Netzwerk Innenstadt NRW mit der vierten Tagung Innenstadt in Dorsten zum Thema „Wie leben wir? Wo wohnen wir?“. Ziel der Tagung Innenstadt 2013 ist es, die unterschiedlichen Ansprüche und Anforderungen an das Wohnen in der Innenstadt im Kontext einer integrierten Innenstadtentwicklung darzustellen und eine fachliche Diskussion über qualitätsvolle Wohnraumentwicklung zu führen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

27. bis 28. Februar 2013, 22. Internationaler Stadtmarketing – Citymanagement Kongress 2013, Salzburg

Auf dem 22. Internationalen Kongress für Stadtmarketing und Citymanagement reicht das Themenspektrum von Strategiepositionierungen und Marketinginnovationen für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung über die Möglichkeiten zur Kaufkraftbindung

bis hin zur Fusionierung von Tourismus und Stadtmarketing. Weitere Informationen zum Kongressprogramm finden Sie **hier**.

01. März 2013, 5. Nahversorgungstag Bayern, Nürnberg

Das Thema Nahversorgung ist nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Pleite der Drogeriemarktkette Schlecker aktueller denn je. Tragfähige Konzepte zur Sicherung der Nahversorgung sind sowohl in der Stadt als auch auf dem Land sehr gefragt. Die Fachtagung 5. Bayerischer Nahversorgungstag nimmt sich dieser Thematik an, gibt einen Überblick über die aktuellen Trends und Herausforderungen und stellt zudem neue innovative Konzepte zur Sicherung der Nahversorgung praxisnah vor. Die fachliche Organisation liegt in den Händen der CIMA GmbH. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

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**.

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.