

# Newsletter 01-2016

## Sieger Best Christmas City



Die Sieger des weihnachtlichen Wettbewerbs Best Christmas City stehen fest. In der Kategorie Großstadt konnte sich die Stadt Karlsruhe vor Osnabrück und Heidelberg durchsetzen. Bei den Mittelstädten siegte Neumünster vor Ahaus und Annaberg-Buchholz, das wiederum den Wettbewerb um den Publikumspreis für sich entscheiden konnte. Traben-Trarbach konnte Bad Reichenhall und Altötting in der Kategorie Kleinstadt (bis 20.000 Einwohner) auf die Plätze verweisen. Die von einer Jury gekürten Sieger erhalten nun hochwertige Beleuchtungselemente der Sponsoren Blachere Illumination, MK Illumination und Ilmex. Der Wettbewerb wird seit 2014 von der Messe Frankfurt in Kooperation mit der bcsd und der Fachzeitschrift Public Marketing erfolgreich durchgeführt. Weitere Informationen zum Wettbewerb finden Sie **hier**. Die Preisverleihung fand im Rahmen des bcsd-Neujahrsempfangs am ersten Tag der Messe Christmasworld in Frankfurt am Main statt. Mit über 150 Anmeldungen fand der Neujahrsempfang in einem deutlich größeren Rahmen als zuvor statt. Auf der Messe Christmasworld konnten die Teilnehmer zudem spannende Expertenvorträge zum Thema Handel hören und sich untereinander über die neuesten Entwicklungen im Stadtmarketing austauschen.

Bild: Best Christmas City, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Fotograf: KD Busch

## Vitale Innenstädte – Durchführung ist gesichert

Mit über 80 Anmeldungen ist die Durchführung der Studie Vitale Innenstädte 2016 gesichert. Auch die nötige Teilnehmerzahl für den bcsd-Mitgliederrabatt wurde deutlich übertroffen. So zahlen diese nun 800 € statt der ursprünglich vorgesehenen 1.500 €. Nachzügler haben voraussichtlich noch bis März die Möglichkeit, sich für die Studie über die deutschen (Einkaufs-)Innenstädte beim IFH Köln anzumelden. Informationen zur Studie finden Sie **hier**.

## Themen

### Seite 1

[Sieger Best Christmas City](#)

[Vitale Innenstädte](#)

### Seite 2

[Stadtmarketingforum Ost](#)

### Seite 3

[Ausblick 2016](#)

### Seite 4

[Events der Zukunft](#)

[So leben wir 2030](#)

[Dachmarkenforum 2016](#)

### Seite 5

[Land der Ideen: Neue Runde](#)

[Fördermitglieder](#)

### Seite 6

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

### Seite 7

[Gestaltungsleitfaden Kiel](#)

### Seite 8

[Neu in Bocholt](#)

[Reallabor Innenstadt + SmartRetail](#)

[Stadtmarketing-Preis Bayern](#)

[Digitale Initiativen für Flüchtlinge](#)

### Seite 9

[Klimaaktive Kommune](#)

[Social Media und Kommunen](#)

[Store2be](#)

### Seite 10

[Der Trend der Zukunft](#)

### Seite 11

[Weiterbildungsprogramm des ICR](#)

### Seite 12

[Terminkalender](#)

ANZEIGE



**innenstadt 3.0**  
powered by SinkaCom

# DIE INNENSTADT GEHT ONLINE

Jetzt unverbindlich anfragen!

- Digitaler Marktplatz
- Innenstadt-App
- Freies WLAN-Netz

Wir machen Ihre Stadt fit für die Zukunft.

[www.innenstadt30.de](http://www.innenstadt30.de)

[www.innenstadt30.de](http://www.innenstadt30.de)

### 3. Stadtmarketing-Forum Ost am 08. März 2016 in Magdeburg



Das Stadtmarketing-Forum Ost ist Ergebnis einer Kooperation zwischen der IHK Magdeburg, der IHK Halle-Dessau und der bcSD. Erstmals wird die Veranstaltung in Magdeburg stattfinden. Wie in den vergangenen Jahren wird auch in diesem Jahr ein hochklassiges Programm geboten. Unter dem Titel „Visionen für attraktive Stadtzentren“ referieren unter anderem Prof. Wolfgang Christ, Prof. Dr. Jürgen Schmude und Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt. Neben diesen anerkannten Wissenschaftlern werden - wie immer - etablierte Praktiker für den konkreten Alltagsbezug sorgen. Die Anmeldung ist ab sofort **hier** möglich. Informationen zu den Rednern finden Sie **hier**.

## Blick in die Zukunft 1: bcsd-Veranstaltungen, die Sie 2016 nicht verpassen sollten

### 20 JAHRE bcsd - TERMINÜBERSICHT 2016

#### Tagungen und Kongresse

24. - 26. April, Berlin: DEUTSCHER STADTMARKETINGTAG 2016

25. - 27. September, Krefeld: DEUTSCHE STADTMARKETINGBÖRSE 2016

### SEMINARÜBERSICHT 2016

#### ICR-Studiengang „City-, Stadt und Regionalmanagement“

25. Februar, Stein (Nürnberg)	Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing
26. Februar, Stein (Nürnberg)	Integrierte Stadtentwicklung
7. März, Düsseldorf	Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing
8. März, Düsseldorf	Das „richtige“ Nebeneinander von Vergaberecht, Beihilferecht und Steuerrecht in den Handlungsfeldern Wirtschaftsförderung, Stadt- und Tourismusmarketing
14. März, Braunschweig	Stadtmarketing im Social Web
15. März, Braunschweig	Vertiefung Stadtmarketing im Social Web
7. April, Stein (Nürnberg)	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
8. April, Stein (Nürnberg)	Partizipation und Moderation
9. April, Stein (Nürnberg)	Rhetorik für Frauen
9. Mai, Darmstadt	Die Stadt / Region als Marke
10. Mai, Darmstadt	Projektmanagement
15. Juni, Stein (Nürnberg)	Geschäfte führen und kalkulieren – Praxiswissen für Quereinsteiger
16. Juni, Stein (Nürnberg)	Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing
17. Juni, Stein (Nürnberg)	Die digitale Stadt

Alle Informationen wie immer unter [www.bcsd.de](http://www.bcsd.de)  
Informationen zu den Seminaren auch unter [www.icr-studium.de](http://www.icr-studium.de)

## Blick in die Zukunft 2: Events der Zukunft – Rabatte für bcsd-Mitglieder



Events sind ein zentraler Bestandteil der Arbeit vieler Stadt- und Citymarketingorganisationen. Über die Zeit sind sie einem ständigen Wandel unterworfen. Heute geht der Trend beispielsweise zu Veranstaltungen, die Geschichten erzählen und auf geschichtlichen Ereignissen basieren. Ende Januar ist die neue Publikation des Zukunftsinstituts aus Frankfurt erschienen: „Events der Zukunft“. Darin werden die Einflüsse des gesellschaftlichen / kulturellen Wandels auf Events thematisiert, die ja selbst Ausdruck der Kultur sind. Wie wirken sich neue Werte aus? Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeit? Welche vergessenen Trends kommen wieder? Wie digital ist der Event der Zukunft? Antworten auf diese und viele weitere Fragen verspricht die Publikation zu beantworten. Mitglieder, die Interesse an einer Bestellung haben, wenden sich bitte an die **Geschäftsstelle** der bcsd, um 20% Rabatt auf den regulären Verkaufspreis zu erhalten.

## Blick in die Zukunft 3: So leben wir 2030

Die Foresight-Berichte des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) beschäftigen sich sowohl mit den gesellschaftlichen als auch den technologischen Entwicklungen in den nächsten 15 Jahren. Aus diesen Bereichen sind die ersten beiden Bände der Studie aufgebaut. In einem dritten Band werden auf Grundlage von neun identifizierten „Innovationskeimen“ - zur besseren Verdeutlichung der Veränderungen und Herausforderungen - Geschichten aus der Zukunft erzählt. Die Berichte wurden von der VDI Technologiezentrum GmbH erstellt und finden sich **hier** zum Download.



## Dachmarkenforum 2016 – Rabatte für bcsd-Mitglieder

Unter der Überschrift „Handel(n) nur in tragfähigen zukunftsorientierten Städten“ findet am 20. April das Dachmarkenforum 2016 in Düsseldorf statt. Wie der Titel bereits andeutet, widmet sich die Tagung der Frage, wie die Stadt für den stationären Handel in Zukunft (noch) attraktiv sein kann, wer sich dafür einbringen muss und welche Herausforderungen dafür gemeistert werden müssen. Standortentwickler, Berater und Händler werden ihre Sicht der Dinge vortragen und dabei auf Beispiele wie das Bikini Berlin oder die **Future City Langenfeld** eingehen. Auch zum Erfahrungsaustausch und Kontakte knüpfen untereinander wird ausreichend Zeit sein. bcsd-Mitglieder erhalten vergünstigte Konditionen. Die Anmeldung und das Programm finden Sie **hier**.

## Deutschland - Land der Ideen: Wettbewerb geht in neue Runde



Unter dem Jahresthema „NachbarschaftInnovation“ suchen Deutschland – Land der Ideen und die Deutsche Bank bis zum 03. März 100 vorbildliche Projekte aus dem gesamten Bundesgebiet. Die Projekte sollen den Mehrwert und Potenziale gemeinschaftlichen Handelns aufzeigen und der Allgemeinheit nutzen – egal ob in Unternehmenskooperationen, Wissenschaftsnetzwerken oder Nachbarschaftsinitiativen. Die Sieger werden von einer prominent besetzten Jury gekürt und am 31. Mai bekannt gegeben. Mehr Informationen sowie die Möglichkeit zur Bewerbung finden Sie **hier**.

## Fördermitglieder der bcsd

**accessforevents.de / a member of accessforbrands** ist eine Plattform, die regionale und kommunale Anbieter von Stadtmarketing sowie Künstler und Akteure mit internationalen Sponsoren zusammenbringt. Events, Public-Viewings und künstlerische Inszenierungen im urbanen Raum bieten außergewöhnliche Möglichkeiten Marken im unmittelbaren Lebensumfeld der Zielgruppe überraschend zu positionieren. Die accessforbrands group mit ihren Specialunits accessforevents, accessforurbanart und accessforsystems ebnet Sponsoren den Weg in die Stadtzentren. Ziel ist es, Projekte auf diese Weise zu refinanzieren und die Marke sowie die jeweilige Stadt gleichermaßen zu stärken. Accessforbrands vermittelt zwischen renommierten Kunst- und Kulturschaffenden, Städten und der Werbeindustrie und bietet Kunden innovative Lösungen für den Sponsoren- und den integrierten Markenauftritt. Maßgeschneiderte Sponsorenformate laden die Marken emotional auf, wodurch Besucher und Bewohner ihre Stadt überrascht und fasziniert zugleich erleben. Die Unit accessforevents.de bietet nicht nur Lösungen für die Refinanzierung städtischer Projekte an, sondern zeigt auch, wie Stadtzentren belebt und der Einzelhandel vor Ort gestärkt werden kann. Die Units von accessforbrands verfügen über ein Netzwerk an Spezialisten und haben als bcsd-Mitglied den Zugang zum bcsd-Informationsnetzwerk: dadurch ergeben sich vielseitige Synergien, von denen nicht nur die Marke Stadt profitiert.



„Be part of urban life“ mit **www.accessforevents.de**

## Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

### Lüdenscheider Stadtmarketing GmbH



*Ein Aushängeschild von Lüdenscheid:  
der neue Turm der Phänomenta.*

Lüdenscheid „Stadt des Lichts“ – diese Marke zu transportieren und weiter auszubauen, ist eine der Aufgaben der Lüdenscheider Stadtmarketing GmbH (LSM). Ein Highlight in diesem Bereich ist das Lichtkunstfestival LichtRouten, das sich seit seiner Premiere im Jahr 2002 überregional einen Namen gemacht hat. 2018 – zum 750-jährigen Jubiläum der Stadt im märkischen Sauerland – finden die nächsten LichtRouten statt. Darüber hinaus arbeitet die LSM eng mit Einzelhändlern, Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung sowie mit lokalen Gruppen und Veranstaltern zusammen. Ziel ist es, die Stadt nahe der östlichen Grenze des Ruhrgebiets als Einzelhandelsstandort weiter auszubauen sowie ihre Attraktivität als Veranstaltungsort und für die Bereiche Erholung, Freizeit und Tourismus zu erhöhen. Mehr Informationen finden Sie unter [www.luedenscheid.de](http://www.luedenscheid.de).

### Tübingen – Junges Leben seit 1477



**Wirtschaftsförderung**  
Tübingen • WIT

Tübingen hat mit seinen steilen Staffeln, engen Gassen und hübschen Fachwerkhäusern ein einzigartiges Flair zu bieten. Die junge und weltoffene Universitätsstadt lockt mit ihrem Charme Besucher, Studenten wie auch Unternehmen an den Neckar. Dabei bietet gerade auch die Innenstadt mit ihren außergewöhnlichen und oft inhabergeführten Geschäften, Restaurants, Cafés und Kneipen eine hohe Aufenthaltsqualität.

Die WIT Wirtschaftsförderungsgesellschaft Tübingen mbH hat zwei Gesellschafter: die Universitätsstadt Tübingen sowie einen Zusammenschluss Tübinger Unternehmen, den Verein Tübinger Wirtschaft e.V.. Ihre Aufgabe ist, die Attraktivität des Standorts Tübingen weiter zu steigern. Sie vermarktet Gewerbeflächen, entwickelt Branchen zu innerstädtischen Mischgebieten und bringt gemeinsam mit ihren Partnern strategische Marketingleitlinien auf den Weg. Sie betreut und vernetzt Akteure aus Einzelhandel, Wirtschaft, Forschung, Verwaltung und Tourismus und setzt gemeinsame Projekte zur Attraktivitätssteigerung und zum Imagegewinn um. So unterstützt die WIT Veranstaltungen wie z.B. ChocoIART, Deutschlands größtes Schokoladenfestival, und bewirbt den Standort durch Anzeigen, redaktionelle Beiträge und Messepräsenzen im In- und Ausland. Mit diesem vielfältigen Engagement trägt die WIT zur Wahrnehmung Tübingens als besonders lebenswerte Stadt bei. Mehr Informationen finden Sie unter: [www.tuebingen.de/wit](http://www.tuebingen.de/wit)

### **Bundesverband Deutscher Internet-Portale e.V.**



Der Bundesverband Deutscher Internet-Portale e.V. (BDIP) wurde im Jahr 2001 gegründet und ist die Interessenvertretung und Plattform für den Erfahrungsaustausch öffentlicher deutscher Internetportale.

Mitglieder sind die Betreiber öffentlicher Portale (Behörden und Kommunen) sowie die privatwirtschaftlichen Dienstleister in diesem Sektor. Die Verknüpfung dieser beiden Gruppen ist ein Herausstellungsmerkmal des BDIP. Hauptsächlich befasst sich der Bundesverband mit Themen rund um öffentliche kommunale Portale, Social Media, Barrierefreiheit und den mobilen Zugriff. Zu den Zielen des BDIP zählen die Interessenvertretung der kommunalen Portalbetreiber auf nationaler Ebene, die Durchführung von Expertenforen und Kaminabenden zum Erfahrungsaustausch und Informationsaustausch sowie die Vermittlung von Fachkontakten. In diesem Jahr steht das Expertenforum unter dem Motto „Integration von Flüchtlingen - Welche Rolle spielen kommunale Portale?“. Es findet am 20.06.2016 im Roten Rathaus zu Berlin statt, es sprechen u.a. die Beauftragte für Migration, Flüchtlinge und Integration, Frau Staatsministerin Aydan Özoğuz, und Dr. Gregor Gysi. Mehr erfahren Sie unter: [www.bdip.de](http://www.bdip.de)

### **COWI**



COWI ist ein großes dänisches Beratungsunternehmen mit mehr als 6.000 Mitarbeitern. Städtebau und Stadtentwicklung gehören zu den Schwerpunkten. Im Bereich Innenstadtentwicklung/Einzelhandel ist COWI Marktführer und arbeitet für die meisten dänischen

Kommunen. Zu den Leistungen gehören Einzelhandelsanalysen, Handlungspläne, elektronische Erfassung von Passantenströmen u.a.m. Bis Juni 2016 erarbeitet COWI ein umfassendes Handbuch zur Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten. Anhand von Praxisbeispielen aus allen Handlungsfeldern wird aufgezeigt, wie Städte einen lebhaften Einzelhandel bewahren und ausbauen können. Mehr erfahren Sie auf: [www.cowi.dk](http://www.cowi.dk).

### **Neuer Gestaltungsleitfaden in Kiel**

Die Stadt Kiel hat unter starker inhaltlicher und moderierender Beteiligung des Stadtmarketings die bestehenden Gestaltungsrichtlinien überarbeitet. Dabei wurden zahlreiche Stakeholder wie das Forum Innenstadt, der Arbeitskreis Einzelhandel und der Förderkreis Altstadt einbezogen. Der gemeinsamen Ausarbeitung neuer Regeln ging eine Bestandsanalyse des Erscheinungsbildes der Innenstadt voraus. Dabei wurden nicht nur neue Standards gesetzt, sondern auch die Zahl der Vorschriften reduziert. Aus sechs Grundanforderungen an die Gestaltung wurden die jeweiligen Maßnahmen abgeleitet. Begleitend zu den Sondernutzungsrichtlinien gibt ein gedruckter Gestaltungsleitfaden als Handbuch hilfreiche Empfehlungen und Beispiele für die Geschäfte. Den Gestaltungsleitfaden finden Sie [hier](#).

## Bocholt heißt neue Bürger willkommen

Die Stadt Bocholt und die Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing Gesellschaft haben sich etwas einfallen lassen, um neue Bürger willkommen zu heißen. Wer sich in der Stadt im Münsterland in Zukunft registriert, erhält dort eine Willkommensbroschüre und ein Gutscheinheft mit sehr wertigen Vorteilen, zu denen unter anderen je zwei Freikarten für das Theater und das Schwimmbad zählen. Zudem wurde ein eigener Internetauftritt geschaffen, auf dem sich (potenzielle) neue, aber natürlich auch alteingesessene, Bürger über die Vorzüge der Stadt informieren können. Die Informationen reichen von Daten und Fakten (Spielplätze, Fahrradwege, Kita-Plätze, etc.) über Vorschläge, nützliche Links und Videos zu Wohnen, Freizeit, Einkaufen und Mobilität bis hin zu zehn Gründen, die für den Wohnort Bocholt sprechen. Auch eine englische Version ist verfügbar. Mehr erfahren Sie **hier**.

## Studienprojekt Reallabor: Innenstadt + Smart Retail



Das interdisziplinäre Wissensnetzwerk Stadt und Handel vernetzt Hochschulen und Studierende um Wissen in den Bereichen Stadtentwicklung und Handel zu generieren, zu diskutieren und zu verbreiten. Zudem werden Akteure aus der Praxis einbezogen. Um die Ziele zu erreichen, werden unterschiedliche Formate wie Workshops, Seminare, Projekte, etc. eingesetzt. In diesem Jahr steht das Studienprojekt unter dem Motto Reallabor: Innenstadt + Smart Retail. Dabei soll erforscht werden, wie e-commerce / smart retail / die Digitalisierung im Allgemeinen unsere Städte bzw. den öffentlichen Raum, die Stadtentwicklung und den Einzelhandel verändern. Einen Aufruf zur Beteiligung sowie das Programm zur Auftaktveranstaltung finden Sie **hier**. Am letzten Studienprojekt haben sich 120 Studierende beteiligt.

## Stadtmarketingpreis Bayern zu vergeben

Der Stadtmarketingpreis Bayern wird 2016 bereits zum achten Mal verliehen. Die Anmeldung ist bis zum 29. Februar möglich, die Bewerbungsunterlagen müssen bis zum 31. März vorliegen. Wie bereits in den letzten Jahren wird die bcsd auch in diesem Jahr durch den Bundesvorsitzenden und Sprecher Michael Gerber in der Jury vertreten sein. Alle nominierten Projekte der Geschichte des Preises, inklusive der Sieger, finden Sie in Form eines Best-Practice-Pools **hier** nach Themen, Gemeindegrößen, Erfolg und Jahrgängen sortiert. Die Bewerbung ist **hier** möglich.

## App und Homepage zur Integration von Flüchtlingen

Das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, die Bundesagentur für Arbeit und das Goethe-Institut haben gemeinsam mit dem Bayerischen Rundfunk eine App für Flüchtlinge entwickelt, die bei der Orientierung in Deutschland helfen soll. Sie versammelt Informationen zu Kultur und



Lebensweise, zum Asylverfahren sowie zu Arbeit und Beschäftigung. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Auch die Stadt Wolfsburg verfolgt einen digitalen Ansatz, um Flüchtlingen zu helfen. Auf der neuen Plattform **www.wolfsburg.bringt-zusammen.de** werden Bürger und Hilfsorganisationen zusammen gebracht. Mehr über die Wolfsburger Plattform für Flüchtlingshilfe finden Sie **hier**.

### Wettbewerb Klimaaktive Kommune



Der frühere Wettbewerb Kommunalen Klimaschutz läuft ab diesem Jahr unter dem Namen Klimaaktive Kommune. Ab sofort bis zum 31. März können Bewerbungen in den Kategorien „Kommunale Klimaprojekte durch Kooperation“, „Klimaanpassung in der Kommune“ und „Kommunale Klimaaktivitäten zum Mitmachen“ eingereicht werden. **Hier** können Sie sich näher über den Wettbewerb informieren. Gelungene Projekte aus den letzten Jahren finden Sie **hier** zusammengestellt.

### Social Media und Kommunen

Der Branchenverband BITKOM hat seinen Leitfaden zur Nutzung von Social Media in einer überarbeiteten dritten Auflage herausgegeben. Dieser richtet sich vor allem an Unternehmen, enthält aber auch für Stadtmarketingorganisationen sinnvolle Hinweise. So werden etwa die Themen Monitoring oder Recht behandelt. Den Leitfaden finden Sie **hier** zum Download. Gezielt an Kommunen richtet sich ein Leitfaden der Metropolregion Rhein-Neckar, den Sie **hier** finden. **Hier** finden Sie eine Studie dazu, wie weit die Kommunen mittlerweile mit der Einführung von Social Media sind und wie sie diese nutzen. Einen Artikel zum Thema „neuer Kommunikationslandschaften“ und deren Auswirkungen auf die Beziehung zwischen Stadt und Bürger finden Sie **hier**. In diesem Zusammenhang sei allen Stadtmarketingorganisationen, die sich mit dem Thema Social Media beschäftigen, das **ICR-Seminar** mit Frank Tentler am 14./15. März in Braunschweig empfohlen.

### Store2be – Alle gewinnen, wenn Händler Ladenflächen teilen



Auf dem Weg zu mehr Erlebnissen und der Ansprache neuer Kundengruppen entwickelt sich der stationäre Handel vom „Produktverteiler“ hin zu einem Ort voller Erlebnisse und einem eigenen Marketingkanal. Innovative Einzelhändler verdienen künftig nicht mehr nur am Produktverkauf; sie werden in Form von mietbaren store-in-store Flächen auch selbst zum Anbieter eines attraktiven Marketingkanals für andere Unternehmen

und schaffen so neue Erlebnisse in ihrem Geschäft. Diese Vision des Einzelhandels verfolgt das junge Karlsruher Startup store2be. Ende 2015 von vier Gründern ins Leben gerufen, ermöglicht

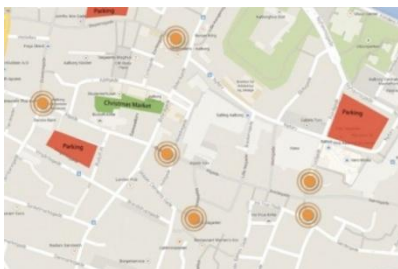
store2be stationären Einzelhändlern das Teilen von stationärer Ladenfläche mit anderen Marken und Unternehmen. Konkret bietet store2be eine Online-Plattform, auf der stationäre Einzelhändler einen Teil ihres Geschäfts kurzfristig an andere passende Marken und Unternehmen vermieten können. Für Einzelhändler ist store2be vollkommen kostenlos; store2be finanziert sich über eine Servicegebühr auf Mieterseite. Zu den Kunden von store2be zählen viele Unternehmen, deren Produkte geschmacklich oder haptisch ausprobiert werden müssen (z.B. Craft Beer Brauereien oder Kaffeeröstereien) sowie Online-Unternehmen, die ihre Kunden in der realen Welt erreichen und ihr Markenbild schärfen möchten. Hier finden Citymanager und Einzelhändler den direkten Kontakt: [www.store2be.com](http://www.store2be.com)

## 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- 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 bitte an Frau Schomburg: [schomburg@trendone.com](mailto:schomburg@trendone.com)

## System trackt Passanten



Die dänische Stadt Aalborg setzt das Trackingsystem des Unternehmens BlipTrack ein, um die Wege von Passanten in der Stadt anonymisiert nachzuverfolgen. Dafür sind im gesamten Stadtbereich Sensoren verteilt, die WLAN-Signale von Smartphones und Tablets empfangen. Über die individuellen MAC-Adressen der mobilen Geräte ist nachvollziehbar, welchen Weg jeder Nutzer geht. Die

Einführung fand rund um die Weihnachtsmarkt- und Weihnachtsshoppingsaison statt, weil die Stadt Erkenntnisse darüber erhalten möchte, wie Großereignisse und Events den Verkehrsfluss beeinträchtigen.

## Schnitzeljagd mit Produktplatzierungen



Hypeist veranstaltet in New York Schnitzeljagden, mit denen Aufmerksamkeit für Produkte erregt wird. Auf einem dazugehörigen Instagram-Konto werden Bilder der zu findenden Schätze samt Hinweisen zum Fundort gepostet. Die entsprechenden Bilder muss der Finder in jeweiligen Geschäft vorlegen, um die Belohnung zu erhalten. Einfacher Einstieg und hohe Zielgruppendichte

bescheren Hypeist eine große Zahl an Followern, die auf ein als Schatz ausgegebenes Produkt oder auf einen als Versteck gewählten Ort aufmerksam gemacht werden. In Kürze soll auch eine Hypeist-App erscheinen, die weitere Features bieten wird.

### **Straßenlaternen als Moskitofallen**



Forscher von der University of Malaya haben Straßenlaternen entwickelt, die als Moskitofallen fungieren. Die Leuchtquellen bestehen aus LEDs, die mit Solar- und Windenergie betrieben werden. Sie genügen, um auch in dunklen Umgebungen ausreichend Licht bereitzustellen. Des Weiteren setzt das Licht in der Lampe eine chemische Reaktion in Gang, bei der aus Titandioxid CO<sub>2</sub> freigesetzt wird. Das lockt die Moskitos an, die durch Windturbinen in ein Netz gesogen werden. Die Lampen sollen helfen, die Verbreitung von Krankheiten wie dem Denguefieber einzudämmen.

### **Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement**

25. Februar, **Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**, Stein bei Nürnberg

26. Februar, **Integrierte Stadtentwicklung**, Stein bei Nürnberg

07. März, **Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

08. März, **Sicherheitsfallschirm – oder: das „richtige“ Nebeneinander von Vergaberecht, Beihilferecht und Steuerrecht in den Handlungsfeldern Wirtschaftsförderung, Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

14. März, **Stadtmarketing im Social Web**, Braunschweig

15. März, **Vertiefungsseminar Stadtmarketing im Social Web**, Braunschweig

07. April, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Stein bei Nürnberg

08. April, **Partizipation und Moderation**, Stein bei Nürnberg

09. April, **Rhetorik für Frauen**, Stein bei Nürnberg

24. – 26. April, **Deutscher Stadtmarketingtag 2016**, Berlin

9. Mai, **Die Stadt / Region als Marke**, Darmstadt

10. Mai, **Projektmanagement**, Darmstadt

12. Mai, **10. Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH, Hanau

Weitere Termine und Informationen: [www.icr-studium.de](http://www.icr-studium.de).

### Terminkalender

18. Februar, **Tagung Innenstadt 2016 – Bildung öffnet Welten, Stadt bietet Räume**, Netzwerk Innenstadt NRW, Münster

01. März, **Kümmern 2.0 – Lokale Online-Marktplätze managen und moderieren**, Andreas Haderlein, Frankfurt am Main

02./03. März, **Urban Future**, URBAN FUTURE Global Conference, Graz

04./05. März, **HCU/DVAG-Fachtagung mit Exkursionsangeboten: "Das südliche Überseequartier in der Hamburger Hafencity: Shopping und Städtetourismus in neuen Dimensionen"**, HafenCity Universität Hamburg, Deutscher Verband für Angewandte Geographie, Hamburg

08. März, **3. Stadtmarketing-Forum Ost – „Visionen für attraktive Stadtzentren“**, IHK Magdeburg, IHK Halle-Dessau, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Magdeburg

15. März, **Treffen des bcscd-Landesverbandes Niedersachsen-Bremen**, Hannover

13. April, **Kulturtourismus neu denken**, Bayern Tourismus Marketing GmbH, Kulturgipfel GmbH München

20. April, **Dachmarkenforum 2016 – Handel(n) nur in tragfähigen zukunftsorientierten Städten**, Düsseldorf; Anmerkung: bcscd-Mitglieder erhalten Rabatt! Bei Interesse wenden Sie sich bitte an die bcscd-Geschäftsstelle.

22. – 24. April, **DestinationCamp**, netzvitamine GmbH, Hamburg

24. – 26. April, **Deutscher Stadtmarketingtag 2016**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Berlin

12. Mai, **10. Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH, Hanau

25. – 27. September, Deutsche Stadtmarketingbörse 2016, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Krefeld

Weitere Termine finden Sie im **Terminkalender** auf unserer Homepage.

**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](mailto:office@bcsd.de), [www.bcsd.de](http://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.

Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf [www.bcsd.de](http://www.bcsd.de) dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an **[office@bcsd.de](mailto:office@bcsd.de)**.

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.