

Newsletter 02-2015

Zukunft. Stadt. Marketing. – Neue Chancen für Stadt, Stadtentwicklung und Stadtmarketing

Deutscher Stadtmarketingtag 2015:
vom 26. – 28. April 2015 in Bremen



Der Deutsche Stadtmarketingtag ist Treffpunkt und Netzwerktagung für alle, die sich für lebenswerte und zukunftsfähige Städte engagieren. Erleben Sie spannende Fachbeiträge, unter anderem von Prof. Dr. Peter Sloterdijk, der in das Tagungsthema einführt, von Prof. Klaus Selle über moderne Bürgerbeteiligung und von Andreas Reiter zur Zukunft des Stadtmarketings. In Gesprächsformaten diskutieren wir über das Transformationsdesign für moderne Stadtgesellschaften und erfahren Ansätze aus der Praxis. Besuchen Sie auch unsere vielfältige Fachausstellung, auf der die neuesten Produkte und Dienstleistungen rund um das Stadtmarketing präsentiert werden. Freuen Sie sich also auf renommierte Referenten, zahlreiche Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch und spannende Diskussionen um die Stadt und Organisation der Zukunft.

Wir bedanken uns bei unseren lokalen Partnern CityInitiative Bremen Werbung e.V., der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH und dem Vegesack Marketing e.V. für die Einladung nach Bremen und sind sicher mit der Hansestadt und dem Konzerthaus „Die Glocke“ einen passenden Ort gefunden zu haben, der eine interessante Tagung und ein attraktives Rahmenprogramm möglich macht.

Programm

Anmeldeformular

Informationen für Fachaussteller

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Studieren des Programms und freuen uns darauf, Sie in Bremen begrüßen zu dürfen.

Themen

Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag](#)

Seite 2

[Wettbewerb Zukunftsstadt](#)

[Veranstaltungssicherheit](#)

[Social Media im Stadtmarketing](#)

Seite 3

[Tag des offenen Denkmals](#)

[Stadt und Identität](#)

[Crowdfunding für Städte](#)

Seite 4

[Kirche und Stadt](#)

[Crowdfunding Leerstandsmelder](#)

Seite 5

[Allianz für die Innenstadt](#)

[Onlinehandel in Zahlen](#)

Seite 6

[Jobbörse](#)

[Fördermitglieder](#)

Seite 7

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 8

[Begehrte Luther-Figuren](#)

[Am Leerstand verkaufen](#)

[Citylogistik Bottrop](#)

Seite 9

[Ich lebe noch – Kampagne für NS-Opfer](#)

[Deine Stadt – Dein Ding](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 11

[Weiterbildungsprogramm des ICR](#)

[Terminkalender](#)

Wettbewerb Zukunftsstadt

Im Rahmen des am 19. Februar mit einer Tagung im Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in Berlin offiziell eröffneten Wissenschaftsjahres 2015 „Zukunftsstadt“ hat das BMBF gemeinsam mit Partnern den Wettbewerb Zukunftsstadt ins Leben gerufen. Ziel des Wettbewerbs ist es, in bis zu 50 ausgewählten Kommunen, Stadtteilen oder Landkreisen gemeinsam von den Bürgern, der Verwaltung und weiteren Akteuren getragene Zukunftsvisionen zu entwickeln und umzusetzen. Das Projekt



ist in drei Stufen gegliedert. In der ersten Stufe des Wettbewerbs steht die Entwicklung einer nachhaltigen, ganzheitlichen Vision 2030+ für die Stadtentwicklung im Vordergrund. In der zweiten Stufe werden die Konzepte einer wissenschaftlichen Prüfung unterzogen und gemeinsam mit den Bürgern weiterentwickelt. In der letzten Stufe wird die Umsetzung der ersten Teilkomponenten angegangen. In der ersten Stufe sind Förderungen von bis zu 35.000 € möglich. Bewerbungen sind noch bis zum 27.03.2015 möglich. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Seminar Veranstaltungssicherheit



Die Ausbildung zur Aufsichtführenden Person nach den Vorschriften der Berufsgenossenschaften und zum Veranstaltungsleiter bcsd wird **vom 23. bis 26. Juni 2015 in Peine** angeboten. Die Weiterbildung qualifiziert zur Durchführung öffentlicher Veranstaltungen als Aufsichtführende Person. Bestandteile des Seminars sind unter anderem Gefährdungsbeurteilungen, Arbeitsrecht und Haftungsfragen. Die Dozenten bringen jahrelange praktische Erfahrungen aus der Veranstaltungsorganisation mit und vermitteln die nötigen Kenntnisse anschaulich. Praxisbezug entsteht auch durch vor Ort vorhandene Bühnenelemente und Pyrotechnik. Mehr dazu erfahren Sie **hier**. Wir empfehlen eine rechtzeitige Anmeldung, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist.

Stadtmarketing im Social Web – Seminar in Karlsruhe

Fragen zum Thema Social Media gibt es viele. Das Seminar „Stadtmarketing im Social Web – ein Leitfaden-Workshop“ hat Antworten. Dass Social Media Mehrwerte für die eigene Kommunikation und folglich auch für das Stadtmarketing bietet, ist gemeinhin bekannt. Wie man eine entsprechende Strategie aufbaut, welche Ressourcen man einplanen sollte und wie das Ganze dann in der täglichen Praxis aussehen kann – darauf wird in diesem Seminar eingegangen. Denn bei allem, was tagtäglich an



Neuem auf diesem Markt der unendlich scheinenden Möglichkeiten passiert, muss man die für die eigene Organisation und Stadt passende Strategie finden um mit dem Social Web umzugehen. Das Seminar findet am 23. März 2015 im Gründerzentrum Perfekt Futur in Karlsruhe statt. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie **hier**. Das Seminar wird als Modul 12 des **ICR-Studiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement** anerkannt.

Tag des offenen Denkmals

In diesem Jahr findet der **Tag des offenen Denkmals** am 13. September zum Thema Handwerk, Technik, Industrie statt. Die Koordinierung liegt bei der Deutschen Stiftung Denkmalschutz. Anmeldungen von offenen Denkmälern sind noch bis zum 31. Mai 2015 möglich. Über die Stiftung können auch Informationsbroschüren, Plakate und andere nützliche Materialien bezogen werden. Die wichtigsten Informationen finden Sie in der **Broschüre für Veranstalter** zusammengefasst.



Stadtentwicklung und Identität



Der vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung widmet sich in der aktuellen Ausgabe der Verbandszeitschrift Wohnen und Stadtentwicklung dem Thema Stadtentwicklung und Identität. Mehrere Fachartikel beschäftigen sich mit der Bedeutung von Identität in der Stadtentwicklung im Sinne einer Bestandsaufnahme und Definition, aber auch im Sinne eines wichtigen Faktors für zukünftige Planungen. Zudem werden Teilbereiche wie Identität im Quartier oder der Bedeutungsgewinn der Altstadt beleuchtet. Die Artikel sind als PDF **hier** verfügbar.

Crowdfunding für Städte

Stadtmarketing hat zum Ziel die Identifikation der Einwohner mit dem jeweiligen Ort zu stärken. Verbundenheit führt im Idealfall auch dazu, dass Bürger sich um ihren Ort kümmern. Dies drückt sich etwa in der hohen Beteiligung an gemeinschaftlichen Aufräumaktionen im öffentlichen Raum oder in einem hohen ehrenamtlichen Engagement aus. Viele Bürger wollen ihre Stadt auch gerne mit Geld unterstützen. Das gestaltet sich jedoch rechtlich häufig schwierig. Quickborn hat mit einem Bürgerkredit Aufsehen erregt, bei dem Bürger



ihrer Stadt Geld liehen. Eine andere Möglichkeit sind Bürgerstiftungen wie etwa die **StadtStiftung Quakenbrück**, in der Bürger kleinere Beträge (oder auch ihre Zeit) spenden können, die dann der Stadt bzw. einem sozialen Zweck zu Gute kommen. Eine relativ neue Möglichkeit zur Finanzierung in der Stadt ist Crowdfunding. Bürger geben gezielt Geld für Projekte die Ihnen am Herzen liegen, so etwa für die Fußgängerbrücke **Luchtsingel** in Rotterdam oder einen **Pool** im East River in New York, die beide aus Bürgerspendsen finanziert werden. In Deutschland ist die Plattform Place2Help als Projekt der Nationalen Stadtentwicklungspolitik gestartet. Bürger sollen dadurch die Möglichkeit haben, Projekte, die ihnen am Herzen liegen, zu unterstützen. Mehr erfahren Sie **hier**.

Kirche und Stadt

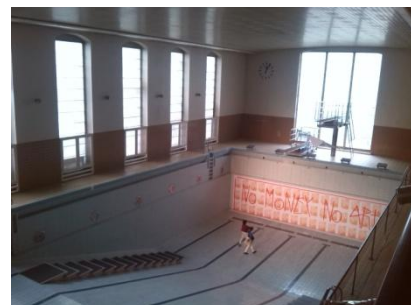


Kirchen als Gebäude stellen einen Fixpunkt im Gefüge der Stadtentwicklung dar, dominieren häufig die „Skyline“ und stiften Identität. Immer häufiger verlieren Kirchen aber ihre eigentliche Funktion als Gotteshäuser und werden nicht mehr benötigt. Dann sind kreative Konzepte zur Nachnutzung gesucht, denn Kirchen stehen meist in prominenter, zentraler Lage und das jeweilige Areal bietet somit oft hervorragende Entwicklungsmöglichkeiten. Das Netzwerk für urbane Kultur urbanophil gibt auf seiner Homepage einen Überblick zu

Publikationen zum Thema Kirche und Stadt. Darunter befinden sich auch Empfehlungen der Landesinitiative StadtBauKultur NRW zum Thema Neunutzung von Kirchengebäuden. Diese finden Sie **hier** zum Download. Mit dem Thema Kirche und Stadt beschäftigt sich auch die aktuelle Ausgabe des Magazins Innenstadt des Netzwerks Innenstadt NRW. Das Magazin finden Sie **hier**.

Leerstandsmelder sammelt Geld per Crowdfunding

Die Online-Plattform **Leerstandsmelder.de** verzeichnet laut eigenen Angaben mittlerweile 4.000 Leerstände in 29 Städten. Allerdings kommt die Ende 2010 ins Leben gerufene Initiative an ihre Grenzen und benötigt finanzielle Unterstützung um technische Erweiterungen zu realisieren und Verbesserungsvorschläge einzuarbeiten. Deshalb wird nun auf Startnext Geld gesammelt. Unterstützer erhalten eine Spendenquittung und abhängig von der Größe des Beitrags ein Dankeschön zwischen gutem Karma (für 5€) und einem A3-Foto hinter Acrylglas (für 150€). **Hier** finden Sie weitere Informationen sowie die Möglichkeit zur Unterstützung der Initiative.



Allianz für die Innenstadt gefordert



Angesichts der Ergebnisse der Studie **Vitale Innenstädte**, wonach jeder fünfte Verbraucher häufiger online einkauft und deshalb seltener die Innenstadt besucht, forderte der Handelsverband Deutschland (HDE) auf seiner Jahrespressekonferenz eine Allianz für die Innenstadt. Neben guter Erreichbarkeit und einem attraktiven Umfeld benötige der Einzelhandel insbesondere im Bereich der Digitalisierung Unterstützung, etwa durch die Aufhebung der Störerhaftung bei WLAN-Angeboten oder die Angleichung der unterschiedlichen Wettbewerbsbedingungen von Onlinehandel und stationärem Handel. Dabei spielen auch die Ladenöffnungszeiten eine Rolle: Geschäfte sollten mehr Spielräume zugestanden bekommen. Auch die Gewerbesteuer sieht HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth als reformbedürftig, da sie viele Händler in ihrer Existenz bedrohe. Er fordert die Finanzierung von Kommunen neu aufzustellen. Generell erwartet der HDE für das kommende Jahr ein Umsatzwachstum im Einzelhandel von 1,5% – der Onlinehandel wird mit prognostizierten 12% Wachstum besonders profitieren. Mehr erfahren Sie **hier**. Ergebnisse einer Umfrage des HDE unter 500 Händlern zum Thema WLAN finden Sie **hier**. Der Umfrage zufolge möchte die Hälfte der Einzelhändler WLAN in ihren Geschäften anbieten. 55% der Befragten geben an, dass rechtliche Gründe der Hauptgrund sind, weshalb sie bisher keinen WLAN-Zugang anbieten.

HDE Onlinemonitor – Zahlen zum digitalen Handel

Die im Onlinehandel generierten Umsätze nehmen stetig zu, darunter befindet sich bereits ein nicht zu vernachlässigender Teil, der von Multichannel-Händlern mit stationären Geschäften und Online-Shops umgesetzt wird. Dennoch fehlt einzelnen Händlern das Bewusstsein für die Chancen und neuen Vertriebswege, die das Internet ihnen bieten kann, aber auch für das konkrete Bedrohungsszenario für den einzelnen Laden im Fall von Untätigkeit. Zahlen helfen dabei, sich die Lage und Entwicklung vor Augen zu führen und notwendige Maßnahmen wie etwa verbesserten Service oder eigene Online-Shops anzuregen. In diesem Sinne gibt der in Kooperation mit der GfK erstellte Online-Monitor 2014 des Handelsverbands Deutschland (HDE) einen guten Überblick über die aktuellen Entwicklungen in diesem Bereich. Den Online-Monitor 2014 finden Sie **hier**.



Jobbörse

An dieser Stelle präsentiert die bcsd Stellenangebote aus dem Stadtmarketing, City- und Regionalmanagement sowie der Wirtschaftsförderung. Die Stellenangebote sind auch auf der Homepage der bcsd zu finden. Haben Sie Stellen zu besetzen? Herr Simon hilft Ihnen unter 030 – 28 04 26 71 oder office@bcsd.de gerne weiter.

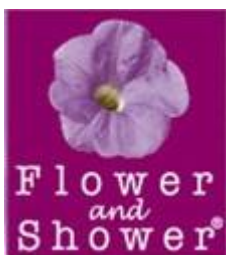
Die Stadt Monheim sucht eine/n Citymanager/in

Für die Abteilung Wirtschaftsförderung und Tourismus wird eine dynamische und lösungsorientierte Persönlichkeit mit hoher Überzeugungskraft und Organisationstalent gesucht, die eigenständig agiert und für neue Ideen und Lösungsansätze aufgeschlossen ist. Zu den Aufgaben gehören die Erarbeitung und Durchführung



von Maßnahmen zur Erhöhung der Innenstadtattraktivität, die Akquise zusätzlicher Handelsangebote für die Innenstadt und die zentralen Versorgungsbereiche zur Verbesserung des Branchenmixes, die Planung, Organisation und Durchführung des jährlichen Stadtfestes als Projektleitung sowie die Konzeption, Koordination und Realisierung von Marketingaktivitäten für die Innenstadt. Neben den üblichen Qualifikationen werden ein abgeschlossenes Universitäts- oder Fachhochschulstudium mit berufsrelevanter Ausrichtung sowie eine mehrjährige Berufserfahrung mit nachweisbaren Erfolgen im Bereich Stadtmarketing / Citymarketing erwartet. Die Stelle ist unbefristet und nach Entgeltgruppe 11 TVöD ausgewiesen. Zur Stellenausschreibung gelangen Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd



Flower and Shower ist seit 2001 Spezialist für städtische Bepflanzung und bietet einen Full-Service rund um das Thema Blumen. Zum Dienstleistungsspektrum gehören Bepflanzung, Vermietung und Anbringung der Flower Baskets und der Flower Tower, die Versorgung und Bewässerung, der Austausch beschädigter Pflanzen sowie der Abbau und die Abholung bzw. Entfernung der Pflanzenreste zur Kompostierung. Mehr erfahren Sie **hier**.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder 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**



Weil der Stadt. Mitten im Grünen, am Rand des Schwarzwalds und doch nur wenige Kilometer von Stuttgart entfernt, liegt unsere ehemalige freie Reichsstadt Weil der Stadt mit ca. 19.000 Einwohnern. Das mittelalterliche Stadtbild beeindruckt mit Stadtmauer, Wehrtürmen und malerischen Altstadtgassen. Besondere Bekanntheit hat Weil der Stadt als Geburtsstadt des berühmten Astronomen und Mathematikers Johannes Kepler (1571-1630), sowie des württembergischen Reformators Johannes Brenz (1499-1570). Weil der Stadt verfügt über eine hervorragende Infrastruktur und mit der S-Bahn von/nach Stuttgart sowie Autobahnanschlüssen über ausgezeichnete Verkehrsanbindungen. Die 2014 eingerichtete Stadtmarketing-Stelle hat die Aufgabe Weil der Stadt als „historische Keplerstadt“ zu positionieren, an innerstädtischen Verbesserungs- und Entwicklungszielen zu arbeiten und die Stadt als Marke nach außen einzigartig und unverwechselbar darzustellen.

Begehrtes Souvenir: Playmobil Luther innerhalb kürzester Zeit vergriffen

Im Jahr 2017 werden sich der Thesenanschlag Martin Luthers und damit der Beginn der Reformation zum 500. Mal jähren. Um auf die Rolle der Stadt Nürnberg im Rahmen der Reformation sowie auf das Reformationsjubiläum insgesamt aufmerksam zu machen, hat die Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg in enger Abstimmung mit der Deutschen Zentrale für Tourismus und den Kirchen beim benachbarten Spielwarenhersteller Playmobil eine Figur Martin Luthers in Auftrag gegeben. In der Verpackung sind Informationen zu Orten, die mit dem Leben und Wirken Luthers in Verbindung stehen, enthalten. Der reguläre Preis betrug 2,39 €. Innerhalb kürzester Zeit war das Angebot ausverkauft und trieb so den Preis, etwa auf ebay, deutlich nach oben. Ab April werden neue Exemplare verfügbar sein. Zuvor hatte Nürnberg bereits eine Playmobilfigur Albrecht Dürers in Auftrag gegeben und erfolgreich vertrieben. Mehr erfahren Sie **hier**.

Kreative wirtschaftliche Zwischennutzung von Leerständen

Leerstände in der Stadt sind selten ein schöner Anblick. Abgesehen vom ästhetischen Aspekt bedeuten Leerstände aber auch meist geringere Frequenzen und weniger Umsatz in der Innenstadt. Dem ästhetischen Aspekt wird häufig mit bunten Klebefolien begegnet. Babak Zand stellt auf seinem Blog zwei interessante Ansätze vor, wie die Schaufenster nicht nur schöner aussehen sondern auch wirtschaftlich genutzt werden können. Der eine Ansatz ist eine Klebefolie auf der Produkte zu sehen sind, über die interessierte Passanten mittels QR-Code weitere Informationen erhalten und diese sogar erwerben können. So können etwa benachbarte Geschäfte oder auch ganze Werbegemeinschaften ihr Produktportfolio anbieten. Bei einem weiteren Ansatz können Kunden interaktiv die Anzeige auf dem Schaufenster steuern und beispielsweise Produkte drehen oder weitere Informationen direkt am Schaufenster anzeigen lassen. Mehr erfahren Sie **hier**.



Citylogistik Bottrop geplant

In Bottrop ist der Aufbau einer Citylogistik geplant, die durch optimierte, gebündelte Warenauslieferung, den Einsatz von Elektrofahrzeugen und kooperative Logistik den Verkehr in der Stadt reduzieren soll. Ziel des Projektes ist eine deutlich verminderte Emission von Lärm und Schadstoffen. Zudem soll die lokale Wirtschaft durch die Optimierung der Logistik Kosten sparen. Das Projekt könnte Modellcharakter für das gesamte Ruhrgebiet haben. Mehr erfahren Sie **hier**.

Ich lebe noch – Deutschlandweite Spendenaktion der Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft für NS-Opfer



Solange NS-Opfer keinen würdevollen Lebensabend haben, ist unsere Verantwortung für sie nicht zu Ende. Daher wirbt die Stiftung „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“ mit der Kampagne „Ich lebe noch!“ um Spenden für NS-Opfer. Mehr zur Kampagne und ihren sechs Zeitzeugen erfahren Sie unter www.ich-lebe-noch.info. Die Opfer des Nationalsozialismus sind hochbetagt. Ihre Lebenssituation ist oft prekär und gekennzeichnet durch einen Mangel an gesellschaftlicher Teilhabe. Die Stiftung EVZ unterstützt in Mittel- und Osteuropa sowie in Israel Initiativen, die die Hilfsbereitschaft für Opfer von Zwangsarbeit und anderem NS-Unrecht lokal und international stärken. Unterstützen Sie die Stiftung EVZ bei Ihrem Anliegen und machen Sie die Kampagne auch bei Ihnen sichtbar. Zum 70. Jahrestag der Befreiung vom Nationalsozialismus und Endes des Zweiten Weltkriegs am 8. Mai 2015 bietet die Stiftung Ihnen die Motive der Kampagne „Ich lebe noch!“ an. Solange der Vorrat reicht sendet Ihnen Herr Esau von der Stiftung EVZ gerne kostenlos ein Set mit sechs Plakatmotiven zu. Bitte senden Sie Ihre Anfrage bis 30. März 2015 an esau@stiftung-evz.de Bitte nennen Sie eine/n Ansprechpartner/in und die Lieferadresse. Bitte leiten Sie das Angebot auch an andere Interessenten weiter. Bei weiteren Fragen zur Kampagne können Sie sich gern an Eugen Esau wenden: Tel: 030 25 92 97 26.

Deine Stadt – Dein Ding: Video- und Fotoaktion des WDR

Der WDR hat für die Sendung markt eine Mitmachaktion für Bürger ins Leben gerufen, bei der Fotos und Videobeiträge von bis zu vier Minuten gesucht werden. Thematisch liegt der Schwerpunkt auf Lösungen und Ideen zur Belebung der Innenstädte, zur Bekämpfung von Leerständen und zur Sicherung der Nahversorgung. Insbesondere bürgerschaftlich getragene Initiativen und Lösungsansätze mit geringem finanziellen Aufwand werden gesucht. Mehr erfahren Sie [hier](#).



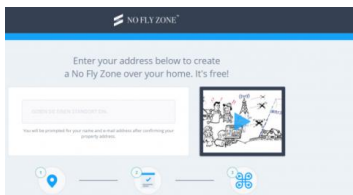
Der Trend der Zukunft

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- 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**

Wohnadresse zu einer Verbotszone für Drohnen machen



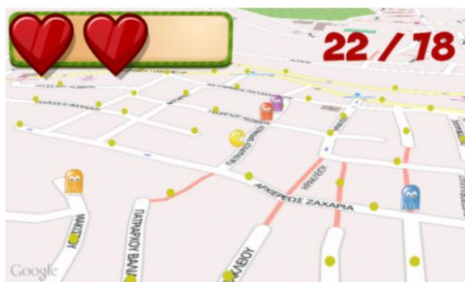
Auf dem Onlineportal „NoFlyZone“ kann jeder US-Amerikaner kostenlos seine Adresse in ein Zentralregister eingeben, woraufhin über seinem Grundstück eine automatische Flugverbotszone für Drohnen eingerichtet wird. Dafür wendet sich „NoFlyZone“ direkt an einige Drohnenhersteller. Grundlage für diesen Service ist ein neuer Standard, den bereits eine Reihe von Herstellern freiwillig in ihre Steuerungssysteme implementiert haben und mit dem sie einer erwarteten gesetzlichen Regelung zuvorkommen: Über Teilen von Washington, D. C. ist der Überflug von Drohnen bereits untersagt worden.

Per Webplattform den echten Laden besuchen

Das Unternehmen Whisbi aus Barcelona bietet einen Service an, über den sich Onlineshop-Nutzer mit einem Verkaufsassistenten aus dem entsprechenden stationären Geschäft verbinden lassen können. Hierfür drücken sie einen einzelnen Knopf auf der Seite und geben ihre Telefonnummer ein, woraufhin sie direkt von einem Verkäufer aus dem jeweiligen Geschäft kontaktiert werden. Der Verkäufer trägt hierbei eine Google Glass oder eine Epson Moverio oder nutzt die Kamera seines Android-Smartphones, um den Kunden in einem unidirektionalen Video durch den Laden zu führen. Hier präsentiert er Produkte und erklärt, welche auch online bestellt werden können.



Pacman auf realen Straßen spielen



Informatiker der griechischen Universität der Ägäis haben das berühmte Spielprinzip des Arcade-Klassikers Pacman ins reale Leben übertragen und eine App entwickelt, mit der Smartphone-Nutzer reale Straßen in ein Spielfeld verwandeln können. Dafür wird von Kartendiensten das entsprechende Kartenmaterial bezogen, auf dem Münzen und Gegner verteilt werden. Mit Unterstützung von GPS gilt es, durch geschickte Routenwahl Gegner abzuhängen und einen möglichst hohen Highscore zu erzielen. Das Spielprinzip könnte von Unternehmen für eigene Produkte und Kampagnen adaptiert werden.

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

23. März, Modul 12, **Social Media – Stadtmarketing und Social Web**, Karlsruhe
16. April, Modul 14, **Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung**, Stein (Mittelfranken)
17. April, Modul 13, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Stein (Mittelfranken)
18. April, Modul 16, **Tourismus**, Stein (Mittelfranken)
08. Juni, Modul 8, **Die Stadt / Region als Marke**, Hamburg
09. Juni, Modul 9a, **Eventmanagement**, Hamburg
17. Juni, Modul 6, **Geschäfte führen und kalkulieren - Praxiswissen für Quereinsteiger**, Stein (Mittelfranken)
18. Juni, Modul 4, **Finanzierung im Stadtmarketing**, Stein (Mittelfranken)
19. Juni, Modul 10, **Partizipation und Moderation**, Stein (Mittelfranken)
20. Juni, Modul 11, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Stein (Mittelfranken)
23. – 26. Juni, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und Qualifikation zum Veranstaltungsleiter bcsd**, Peine

Weitere Termine und Informationen: www.icr-studium.de

Terminkalender

04. – 08. März, **ITB Berlin**, Messe Berlin GmbH, Berlin
09. März, **Warenhausschließung und dann? Entwicklungsprozesse und Nachnutzungsstrategien an ehemaligen Warenhausstandorten**, Deutscher Verband für Angewandte Geographie, Hamburg
10. März, **Stadtqualität und Gestaltungssatzungen in der Praxis**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen (ISW), Berlin
- 16./17. März, **Gender und Diversity in der Stadt der Zukunft: Konzepte, Prozesse, Beteiligung**, difu und Deutscher Städtetag, Berlin

18./19. März, **Innenstadt und Factory Outlet Center – gemeinsam einsam?**, DSSW, GMA, Stadt + Handel, Wolfsburg Marketing, Wolfsburg

26. – 27. März, **4th informed cities forum**, Rotterdam

30. März, **Stadtmarketing-Forum Ost**, bcsd und IHK Halle-Dessau, Halle (Saale)

10. April, **Heimat machen? Geplante und gelebte Heimat**, Stadt Bruchsal und Regionalverband Mittlerer Oberrhein, Bruchsal

15. April, **Einzelhandel und Raumordnung - Auswirkungen auf die Kommunen**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen (ISW), Hannover

26. – 28. April, **Deutscher Stadtmarketingtag 2015: Zukunft . Stadt . Marketing – Szenarien für die Zukunft des Stadtmarketings**, bcsd, Bremen

07./08. Mai, **Städtebau und Handel**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen (ISW), Berlin

09. Mai, **Tag der Städtebauförderung**, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Deutschlandweit

12. Mai, **Mitmachen und mehr? Bürgerbeteiligung als Teil dialogorientierter Stadtkultur**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen (ISW), Frankfurt am Main

28. Mai, **9. Hessischer Stadtmarketingtag: Handel 2020 – Wohlfühlstadt mit digitaler Aussicht**, Hanau Marketing GmbH, Hanau

02./03. Juni, BID-Kongress der IHK-Organisationen, Hamburg

08./09. Juni, **38. urbanicom Studientagung**, urbanicom, Dortmund

16./17. Juni, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband (DTV), Freudenstadt im Schwarzwald

18./19. Juni, **Umweltverträglicher Wirtschaftsverkehr in Städten. Wer und was bringt's wirklich?**, Umweltbundesamt und Deutsches Institut für Urbanistik, Dessau-Roßlau

27. – 29. September, Deutsche Stadtmarketingbörse 2015, bcsd, Hildesheim

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, 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 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**.

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.