

Newsletter 02-2016

Jetzt anmelden: Deutscher Stadtmarketingtag 2016

Same Same but Different – Herkunft und Zukunft des Stadtmarketings

Vom 24. bis 26. April in Berlin



Der Deutsche Stadtmarketingtag ist Treffpunkt und Netzwerktagung für alle, die sich für lebenswerte und zukunftsfähige Städte engagieren. Zum 20-jährigen Jubiläum der bcsd haben wir wieder eine Reihe herausragender Referenten gewinnen können, unter anderem Ole von Beust, ehemaliger Erster Bürgermeister

der Freien und Hansestadt Hamburg, Birgitte Bundesen Svarre vom Kopenhagener Architekturbüro Jan Gehl, den Vordenker Prof. Peter Weibel vom ZKM in Karlsruhe und Prof. Klaus Bade als einen der bekanntesten Integrationsforscher. Neben den genannten Referenten erwarten Sie zahlreiche weitere Wegbegleiter und Wegbereiter des Stadtmarketings. In Gesprächsformaten und Vorträgen widmen sich Wissenschaftler und Praktiker den Zukunftsherausforderungen des Stadtmarketings. 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 das Stadtmarketing der Zukunft.

Das Programm des Deutschen Stadtmarketingtags und Informationen zu Anmeldung und Hotelreservierung finden Sie **hier**.

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

Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag

Seite 2

Mitglieder werben Mitglieder

Seite 3

Preis für Stadtkultur

Tag der Städtebauförderung

Stadtmarketing im Social Web

Seite 4

Bilanz Mönchengladbach bei ebay

Kalix

Nationale Stadtentwicklungspolitik

Seite 5

Rekord Deutschlandtourismus

Magazin Innenstadt

Neulandgewinner

Preis REGIOkommune

Seite 6

Jobbörse

Seite 8

Fördermitglieder

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 9

Kleve verbannt Kleingeld

Integrations-App

Nachhaltiger Tourismus

Seite 10

Quartiersakademie NRW

Handel³

Visionen der Zukunftsstadt

Seite 11

Smart Cities International

Innenstadt und öffentliche Räume

Trend der Zukunft

Seite 12

Weiterbildungsangebote

Seite 13

Terminkalender

ANZEIGE

innenstadt 3.0
powered by SinkaCom

DIE INNENSTADT GEHT ONLINE

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

Wir machen Ihre Stadt fit für die Zukunft.

www.innenstadt30.de

Jetzt unverbindlich anfragen!

www.innenstadt30.de

Jetzt Mitglied werden: Jubiläumsaktion „Mitglieder werben Mitglieder“



Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland feiert das ganze Jahr 2016 ihren 20. Geburtstag. Viele besondere Aktionen und Highlights werden dafür auf allen Ebenen der Vereinigung vorbereitet. Ein Ziel für das

Jubiläumsjahr ist es, die Solidargemeinschaft weiter wachsen zu lassen und neuen Mitgliedern den Einstieg in den Berufsverband so einfach wie möglich zu machen. Dafür sind nun die vielfältigen **Vorteile einer Mitgliedschaft** in der bcsd in einer überzeugenden Präsentation neu zusammengefasst worden, sodass sich potentielle Mitglieder nun noch schneller über die vielen Vorzüge der Mitgliedschaft informieren können.

Ein starker Verband drückt sich vor allem durch seine Leistungen und Taten sowie durch die Anzahl der angeschlossenen Mitglieder aus. Aktuell sind 342 Organisationen und Dienstleistungsunternehmen Mitglied in der bcsd. Der Stellenwert des einzigen nationalen Berufsverbandes und vor allem des Stadtmarketings insgesamt ist in den letzten zwei Jahrzehnten stark gestiegen, das hat zuletzt die Mitgliederumfrage „**Stadtmarketing im Profil – Aufgabe, Bedeutung und Entwicklung**“ eindrücklich aufgezeigt. Mit der Jubiläumsaktion „Mitglieder werben Mitglieder“ möchten wir daher alle bisherigen Mitglieder auffordern sich verstärkt dafür

einzusetzen, dass wir weiterwachsen. Dass sich das Engagement in der bcSD lohnt, möchten wir in diesem Jahr mit einem besonderen Präsent an die Werber und die Geworbenen doppelt verdeutlichen: Denn jedes Mitglied welches ein neues Mitglied wirbt, erhält, genau wie jedes neue Mitglied, einmalig einen Rabatt von 100,- € auf das bcSD-Leistungsprogramm – einlösbar ab 2017. Die Präsentation der Mitgliedervorteile und alle weiteren Informationen zur Mitgliederaktion „Mitglieder werben Mitglieder“ erhalten Sie **hier**.

KulturInvest-Kongress / Preis für Stadtkultur 2016



Der KulturInvest-Kongress wird in diesem Jahr am 3. und 4. November in Berlin stattfinden. Die bcSD ist erneut als Kooperationspartner dabei und wird ein Panel mit hochwertigen und aktuellen Beiträgen zu Stadtmarketing und Kultur besetzen. Beim Kulturmarken-Award, der am 3. November im TIPI am Kanzleramt verliehen wird, haben die bcSD und der Veranstalter causales das Konzept der bisherigen „Stadtmarke des Jahres“ überarbeitet. Da die Ehrung einer Stadtmarke nur auf einer langfristigen Umsetzung basieren kann, wird ab diesem Jahr der „Preis für Stadtkultur“ verliehen. Dabei werden im Gegensatz zur langfristig angelegten Stadtmarke kurzfristig wirksame

Impulse mit integrierten Ansätzen für das Stadtleben und die Stadtkommunikation ausgezeichnet. Eine weitere erfreuliche Neuerung: Ab sofort wird die bcSD mit zwei Vertretern in der Jury des Preises vertreten sein. **Hier** finden Sie die Teilnahmebedingungen und die Möglichkeit zur Bewerbung. Weitere Informationen und die Anmeldung zum KulturInvest Kongress finden Sie **hier**.

Tag der Städtebauförderung 2016



Der im letzten Jahr eingeführte Tag der Städtebauförderung dient dazu, die Vorzüge und Errungenschaften der Städtebauförderung breiten Bevölkerungsschichten zu vermitteln. Ähnlich wie bei anderen Aktionstagen, z. B. dem Tag des offenen Denkmals, werden die mit dem Tag verbundenen Aktionen vorwiegend direkt am Ort der Fördermaßnahme durchgeführt. Bereits zur Premiere stieß der Tag auf großes Interesse. Über 500 Städte beteiligten sich und

lockten über 100.000 Besucher. Häufig wurden die Beiträge von den Stadtmarketing-Organisationen erbracht. In diesem Jahr wird der Tag der Städtebauförderung am 21. Mai stattfinden. Die bcSD unterstützt den Tag der Städtebauförderung offiziell und freut sich auf viele originelle Projekte aus den Städten. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

Stadtmarketing im Social Web

Wie kann ich Social Media für meine Stadtmarketingarbeit nutzen? Welche Kanäle sind für meine Organisation, meine Stadt und meine Themen die richtigen und muss ich das alles überhaupt



mitmachen? Wie binde ich diese neuen Aufgaben in meine tägliche Arbeit ein und vor allem: wie nutze ich Social Media so, dass es meiner Organisation, der Stadt und dem Stadtmarketing nützt? Fragen zum Thema Social Media gibt es viele. Dieses Seminar 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 realistischerweise 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. Weitere Informationen und die Anmeldung finden Sie **hier**.

„Mönchengladbach bei ebay“ zieht positive Zwischenbilanz

Nach Ablauf der ersten 100 Tage fällt die Bilanz des Projektes „Mönchengladbach bei ebay“ positiv aus. Die Zahl der beteiligten Händler konnte von 50 auf 70 gesteigert werden. Durchschnittlich stellen Händler 450 Artikel ein und können dem Netzwerk zufolge auf das Jahr hochgerechnet mit einem zusätzlichen Umsatz von ca. 90.000 € pro Händler rechnen. Seit dem Start im letzten Oktober wurden bereits Waren im Wert von über einer Million Euro verkauft. Dabei wurden durch die Nutzung der eingeführten Plattform ebay insbesondere auch überregionale und internationale Kunden erreicht. Weitere Informationen finden Sie **hier**. In diesem Zusammenhang ist auch der von der IHK NRW vorgestellte Leitfaden zum E-Commerce interessant, den Sie **hier** finden.

Kalix – Lieferdienst der Karlsruher Innenstadt



In Zusammenarbeit mit dem Lieferdienst tiramizoo hat die City Initiative Karlsruhe ein System zur taggleichen Lieferung entwickelt. Kunden können ihre in bis zu fünf Geschäften gekaufte Ware noch am selben Tag abends zwischen 19 und 22 Uhr nach Hause liefern lassen. Die Lieferung innerhalb des Karlsruher Stadtgebietes schlägt mit 5,99 € zu Buche. Lieferungen im Umland kosten zusätzlich einen Euro pro Kilometer. Bisher beteiligen sich 57 Fachgeschäfte. Mehr Information finden Sie **hier**.

Nationale Projekte des Städtebaus - Förderaufruf

Der Bundestag hat Mittel zur Förderung nationaler Projekte des Städtebaus verabschiedet. Betroffen sind sowohl investive als auch konzeptionelle Projekte mit nationaler Wahrnehmbarkeit, hoher Qualität, hohem Investitionsvolumen und hohem Innovationspotenzial. 2016 sollen vorrangig interkommunale städtebauliche Kooperationen, Konversionen von Militärfeldern sowie der barrierefreie Umbau von Kommunen gefördert werden. Informationen zum Antragsverfahren finden Sie **hier**.

Erneuter Rekord bei Übernachtungen in Deutschland

Wie das Statistische Bundesamt verkündet, wurde im vergangenen Jahr bereits zum sechsten Mal in Folge ein Übernachtungsrekord aufgestellt. Mit 436,4 Millionen Übernachtungen in deutschen Herbergsbetrieben konnte das bereits hervorragende Vorjahresergebnis noch um 3% übertroffen werden. Insbesondere bei den Übernachtungen ausländischer Gäste konnte die deutsche Gastgewerbebranche deutlich zulegen. Mit einer Steigerung von 5% auf 79,7 Millionen Übernachtungen trugen Gäste aus dem Ausland einen nicht unwesentlichen Teil zur deutlichen Steigerung der Übernachtungszahlen bei. Mehr erfahren Sie **hier**.



Netzwerk Innenstadt NRW: Magazin widmet sich Digitalisierung

Das neu erschienene Magazin des Netzwerks Innenstadt NRW widmet sich dem Thema Digitalisierung und dabei insbesondere den Herausforderungen in den Bereichen Mobilität und Einzelhandel. Zusätzlich wird die digitale Stadt Minden vorgestellt und ein Überblick über digitale Initiativen von Städten in Nordrhein-Westfalen gegeben. Das Magazin finden Sie **hier**.

Neulandgewinner geht in neue Runde



Die Robert Bosch Stiftung sucht erneut Initiativen, Vereine und Persönlichkeiten aus den neuen Bundesländern (ohne Berlin), die sich mit ihrem Engagement und ihren Ideen für die Steigerung und den Erhalt der Lebensqualität in ihrer Nachbarschaft / ihrem Umfeld einsetzen. Die Stiftung stellt über zwei Jahre 900.000 Euro für 15 bis 20 Projekte zur Verfügung. Bewerbungen (mit einer Kostenkalkulation) sind bis zum **04. März** möglich. **Hier** finden Sie Informationen zum

Wettbewerb und zur Bewerbung sowie Informationen zu vorherigen Projekten.

Bundespreis REGIOkommune

Im Rahmen des Bundespreises REGIOkommune werden Städte und Gemeinden dazu aufgerufen, innovative Ansätze zur Steigerung der Erzeugung, der Verarbeitung und des Absatzes von regionalen Produkten und Dienstleistungen vorzustellen, die sie in Zusammenarbeit mit der örtlichen Wirtschaft, Institutionen, Regionalinitiativen und Verbänden umsetzen. Auch Ideen für



Beiträge zur Stärkung der Identität in der Region und zur Verbesserung des Zusammenhalts sind gesucht. Der Bundesverband der Regionalbewegung möchte mit seinen Kooperationspartnern Projekte und Initiativen aufspüren, bekannt machen und zur Nachahmung anregen. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Jobbörse

Abteilungsleiter/-in Veranstaltungen und Märkte, Tourismus & Events Ludwigsburg

Auf dieser Vollzeitstelle leiten Sie verantwortlich Konzeption, Organisation und Durchführung der großen Ludwigsburger Veranstaltungen wie z.B. Pferdemarkt, Antikmeile, Weihnachtsmarkt, Venezianische Messe sowie



Wochenmarkt. Dies beinhaltet auch die strategische und konzeptionelle Weiterentwicklung der Veranstaltungen sowie die Abrechnung mit eigener Planungs- und Budgetverantwortlichkeit. Dabei haben Sie insbesondere das Ziel der Belebung der Ludwigsburger Innenstadt im Blick. **Hier** finden Sie die vollständige Stellenausschreibung.

Unbefristete Stelle in der Marketingabteilung, Trier Tourismus und Marketing GmbH



Das Aufgabengebiet umfasst im Wesentlichen zwei Bereiche: Ganzheitliches Stadtmarketing: Hierzu zählen die Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtvermarktungskonzeptes sowie die Betreuung und Überwachung der daraus resultierenden Projekte. Dabei gehen Sie in enger Kooperation mit verschiedenen Institutionen und Privatinitiativen der Stadt vor. Vermarktung Triers als Tagungs- und Kongressstadt: Hier

liegt Ihre Aufgabe unter anderem darin, Netzwerke mit Hoteliers, Hallenbetreibern und anderen in Frage kommenden Institutionen der Stadt zu unterhalten. Insbesondere umfasst die Tätigkeit die Betreuung des Internetauftritts sowie die Einbindung entsprechender Angebote der Partner in die Bewerbung. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Stadtmanager/-in, Wirtschaft und Touristik Kappeln GmbH

Auf dieser 30-Stunden/Woche Stelle sind Sie verantwortlich für die Standortvermarktung. Die Aufgabe ist die Stärkung und Entwicklung des örtlichen Wirtschaftspotentials, die nachhaltige Belebung und Steigerung der Attraktivität des Standorts. Sie leiten verantwortlich die Konzeption, Organisation und Durchführung aller erforderlichen Maßnahmen in den Bereichen, Citymanagement, Events, Veranstaltungen und Wirtschaftsförderung sowie in Abstimmung mit der zuständigen LTO (lokale Tourismus-Organisation der Region) im Tourismusmarketing. Zudem nehmen Sie die Vergabe der Sondernutzungsflächen der Stadt Kappeln im Abstimmungsprozess mit dem Ordnungsamt vor. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** zu finden.

Citymanager/-in, City-Verein Nagold e.V.



Für die Geschäftsführung des City-Vereins sucht der City-Verein Nagold e.V. zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n Citymanager/-in. Sie leiten das City-Verein-Büro mit Personalverantwortung und entwickeln, gestalten und organisieren Maßnahmen zur Steigerung der Besucher- und Kundenfrequenz in Nagolds Innenstadt. Dabei übernehmen Sie das

Projekt- und Veranstaltungsmanagement und tragen Budgetverantwortung. Sie betreiben Öffentlichkeitsarbeit und übernehmen den Aufbau und die Pflege von Onlineplattformen des City-Vereins. Mit den Akteuren der Innenstadt kooperieren Sie und gewinnen Mitglieder und Sponsoren. Die Strategie zum Service- und Erlebniskaufhaus Innenstadt, das City-Commitment, wird von Ihnen umgesetzt und weiterentwickelt. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** zu finden.

Mitarbeiter/-in, Stadtmarketing Bruchköbel GmbH

Sie sind eine dynamische, engagierte Persönlichkeit und verantworten in Bruchköbel unter anderem die Betreuung und Weiterentwicklung von verkaufsfördernden Veranstaltungen und Projekten zur Belebung der Stadt und der Stadtteile zur Bindung von Kunden und Kaufkraft. Dabei agieren Sie gemeinsam mit den Gewerbetreibenden vor Ort.



Ebenfalls zählt die Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt und der Stadtteile zu Ihren Aufgaben. Mit Haus- und Grundeigentümern kooperieren Sie für ein aktives Leerstandsmanagement. Auch touristische Projekte und Maßnahmen werden von Ihnen bearbeitet. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Leiter/-in Tourismusmarketing, Stadtmarketing Mannheim GmbH

STADTMARKETING MANNHEIM ² Sie entwickeln strategische touristische Marketing- und Vertriebskonzepte zur Stärkung der Destination Mannheim und setzen sie national und international um. Zusätzlich entwickeln Sie zielgruppenspezifische Projekte zur Attraktivitäts- und Imagesteigerung der Stadt. Mit touristischen Partnern, Organisationen und Verbänden kooperieren Sie. Geschäftsbeziehungen zu Reiseveranstaltern und Unternehmen der Reisebranche werden von Ihnen gepflegt und ausgebaut. Zu Ihren Aufgaben zählen zudem die Entwicklung neuer und die Optimierung bestehender touristischer Packages und Produkte sowie die Erschließung neuer Vertriebswege. Sie übernehmen ebenfalls die fachliche Steuerung der Tourist Information Mannheim. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** hinterlegt.

Kommunikationsmanager/-in, Stadtmarketing Mannheim GmbH

STADTMARKETINGMANNHEIM² Als Kommunikationsmanager/-in der Stadtmarketing Mannheim GmbH entwickeln Sie zielgruppenspezifische PR-Konzepte zur Attraktivitäts- und Imagesteigerung der Stadt Mannheim. Sie übernehmen die redaktionelle Betreuung sämtlicher Publikationen und der Social Media Kanäle des Stadtmarketings. Pressekonferenzen, Pressereisen und sonstige Presseveranstaltungen werden von Ihnen geplant und umgesetzt. Darüber hinaus verfassen Sie Briefings und Reden für verschiedene Veranstaltungen des Stadtmarketings. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** zu finden.

Fördermitglieder der bcsd

Convercus GmbH



Point4More steht für Kundenbindung und Multichannel-Marketing im stationären Einzelhandel. Das System bietet eine individuelle Lösung für Händler unterschiedlichster Branchen und kann gleichzeitig ideal im Stadtmarketingverbund genutzt werden, um Kaufkraft im stationären Handel der Stadt zu halten, Frequenzen zu erhöhen und Umsätze zu steigern. Als sofort einsetzbare Komplettlösung liefert Point4More eine Kundenkarte mit Vorteilsprogramm, Smartphone App, Online Portal sowie sichere und messbare Werbe- und Gutscheinfunktion in einem.

Kunden können so direkt angesprochen, gewonnen und gebunden werden. Modernste Technik, einfache Handhabung und Installation ermöglichen nicht nur kleineren und größeren Händlern mit nur einem oder mehreren POS, sondern auch städtische Einrichtungen und großen Arbeitgebern die Einbindung in das System und seine vielfältigen Funktionen. So liefert Point4More beispielsweise jedem Händler oder städtischen Einrichtungen eine eigene mobile Homepage und bildet gleichzeitig das Angebot des gesamten Netzwerkes der Stadt ab. Gemeinsame Marketing-Aktionen können einfacher gesteuert und umgesetzt werden. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

Sator Events GmbH



„Veranstaltungen die begeistern“ – unter diesem Motto setzt die Sator Events GmbH schon seit über 20 Jahren als Alleinausstatter in der Eventbranche Akzente. Als einer der flexibelsten Dienstleister aus dem badischen Bühl betreuen sie heute eine große Zahl zufriedener Stammkunden in ganz Europa – und es werden immer mehr. Kundennähe wird hier großgeschrieben. Angefangen von der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, der Vermietung von Zelten

samt Heizungen, Böden und Beleuchtung, Bühnen- und Veranstaltungstechnik über Eventequipment inklusive Geschirr, Mobiliar, Deko, Toilettenwagen, Spülstraßen, Absperrzäunen

und Wabenboden, bis hin zum kompletten Catering-Service ist alles vorhanden, was für die verschiedensten Events benötigt wird. Auch ausgefallene Wünsche sind kein Problem. Geliefert wird schnell, zuverlässig und pünktlich mit den Fahrzeugen des eigenen Fuhrparks. Unternehmen, die ein Firmenjubiläum, eine Messe, ein Open-Air-Konzert, ein Sommerfest, ein Stadtfest, eine Präsentation uvm. planen, werden qualifiziert und ausführlich beraten und die Vor-Ort-Besichtigung ist vor einem Abschluss immer ein absolutes Muss. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.sator-events.de/>.

Kleve verbannt Kleingeld



Ein- und Zwei-Cent-Münzen sind in der Herstellung teurer als ihr nominaler Wert. Volkswirtschaftlich gesehen sind sie ein Verlustgeschäft. Hinzu kommt, dass Banken für die Beschaffung und Einzahlung von Münzen nicht unerhebliche Beträge erheben. Um diese Nachteile auszugleichen, verzichten zahlreiche Länder wie etwa Finnland, Belgien oder auch die Niederlande (weitgehend) auf solche kleinen Münzen. Das an der Grenze zu den Niederlanden gelegene Kleve hat mit einem Aufruf des City Netzwerks, der die Händler dazu anhält Beträge an der Kasse auf die nächsten fünf Cent ab- oder aufzurunden, bundesweite Aufmerksamkeit erlangt. Dem Apell sind zahlreiche Händler gefolgt. Sollten Kunden darauf bestehen, können sie jedoch weiterhin den genauen Betrag zahlen. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Integrations-App für Flüchtlinge

Mitarbeiter und Studenten der TU München haben eine App als Integrationshilfe für Flüchtlinge entwickelt, die sie als Open Source Software gratis Kommunen zur Verfügung stellen. Die App ist in vielen verschiedenen Sprachen erhältlich und kann auch offline genutzt werden. Anpassungen an lokale Gegebenheiten sind allerdings nötig. Die erste Stadt, die das vom Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend unterstützte Projekt nutzt, ist die Stadt Augsburg. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Tourismus mit Zukunft - Preis für Nachhaltigkeit im Reiseland Niedersachsen

Bei diesem Wettbewerb, an dem Tourismusregionen, Tourismusbetriebe und Netzwerke teilnehmen können, werden drei Sieger sowie ein Sonderpreisträger „Klimafreundlicher Tourismus“ ausgewählt. Die Sieger erhalten insgesamt 90.000 Euro Preisgeld zur Umsetzung ihrer Projekte. Informationen zur Bewerbung finden Sie [hier](#). Der Preis wird bereits zum zweiten Mal verliehen. Die Vorjahressieger finden Sie [hier](#). Unter anderem wurde 2015 der Weg Bad Essens zur „Citta Slow“ gewürdigt.

Wer sich weitere Inspiration auf dem Feld der Nachhaltigkeit holen möchte, findet [hier](#) die vom Rat für nachhaltige Entwicklung mit dem Qualitätssiegel Werkstatt N ausgezeichneten Projekte.

Quartiersakademie NRW



In Nordrhein-Westfalen ist mit der Quartiersakademie NRW eine neue Einrichtung geschaffen worden, die engagierten Bürgern, Unternehmen und Initiativen, aber auch Vertretern der Kommunen, Qualifizierung im Bereich der Entwicklung und Gestaltung ihrer Quartiere bietet. Die ersten Veranstaltungen werden sich der Willkommenskultur und der Mitwirkung der Bürger auf Quartiersebene widmen. Weiterhin vorgesehene Themen sind Mobilität, Digitalisierung, Kommunikation zwischen Bürgern und Verwaltung, Klimaschutz, die Rolle der Wohnungswirtschaft, Quartiersmanagement sowie die lokale Versorgung. **Hier** können Sie sich umfassender informieren.

Handel³ - Studie der IHK NRW



Einzelhändler tragen neben der Versorgungsfunktion und dem wirtschaftlichen Effekt oft auch etwas zur Stadtgesellschaft bei. Dass dieses Engagement nicht immer ausreichend gewürdigt wird, war Anlass zu einer Studie der IHK NRW, die diese dritte Dimension des Handels untersuchen ließ. Das Ergebnis: Einzelhändler investieren jeden Monat durchschnittlich zwischen einem und zwei Arbeitstagen in ehrenamtliche Arbeit und geben der Gesellschaft über Sponsoring von örtlichen Festen und Einrichtungen zwischen 1.400 und 1.900 Euro im Jahr zurück. **Hier** können Sie sich einen genaueren Überblick verschaffen.

Visionen der Zukunftsstadt aus Film, Literatur, Comic und Computerspiel



Zahlreiche Menschen beschäftigt und fasziniert die Frage, in welchen Städten wir in Zukunft leben werden. Insbesondere in der literarischen und filmischen Kunst werden aufregende und gewagte Szenarien dargestellt. Science Fiction und die darin dargestellten Visionen sind auch ein Treiber der Innovation und vieles was einst als Zukunftsutopie entworfen wurde, ist heute Realität. Das betrifft nicht nur technische sondern auch gesellschaftliche Entwicklungen. Das Projekt des Bundesinstitutes für Bau-, Stadt- und Raumforschung „Sci-Fi Cities – Stadtzukünfte in Kunst, Literatur und Video“ untersucht Werke der genannten Medien nach Hinweisen auf die Herausforderungen und Entwicklungen der Stadt von Morgen und ergänzt so fortschreibende Prognosen zur Stadtentwicklung um künstlerische Zukunftsszenarien. **Hier** finden Sie die Publikation.

Smart Cities international

Ebenfalls vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung herausgegeben wurde eine Zusammenstellung internationaler Smart-City-Ansätze. Nach einer einleitenden Betrachtung der deutschen und europäischen Forschungsansätze werden internationale Praxis-Beispiele aus Asien (das neu gegründete Songdo in Südkorea sowie die neu gegründete Eco-City Masdar in Abu Dhabi / Vereinigten Arabischen Emiraten), den USA (Chicago, Boston) und Europa (Amsterdam, Wien, Kopenhagen) in einem jeweils eigenen Kapitel vorgestellt. **Hier** finden Sie die Publikation.

Die Innenstadt und ihre öffentlichen Räume



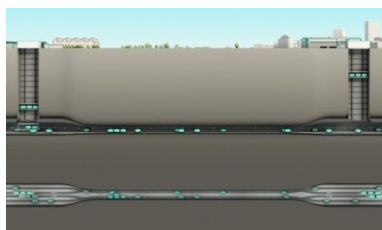
Die Ergebnisse des Forschungsprojektes „Die Innenstadt und ihre öffentlichen Räume – Erkenntnisse aus Klein- und Mittelstädten“ sind in eine Publikation des Bundesinstitutes für Bau-, Stadt- und Raumforschung eingeflossen, die vor kurzem veröffentlicht wurde. Neben dem Einzelhandelsangebot, das Innenstädte immer noch entscheidend prägt, wird der öffentliche Raum als wichtiger Attraktivitätsfaktor erkannt und beschrieben. Dabei wird an die Kommunen appelliert, integrierte und ressortübergreifende Konzepte unter Einbezug von Bürgern, Initiativen und weiteren Wirtschafts- und Sozialpartnern umzusetzen. **Hier** finden Sie die Publikation, die zahlreiche Beispiele der Aufwertung und Belebung des öffentlichen Raums enthält.

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**

Eine U-Bahn für den Gütertransport



Der Schweizer Förderverein Cargo sous terrain plant ein neues Verkehrskonzept in der Schweiz, bei dem Waren unterirdisch zwischen den Städten transportiert werden sollen. Die Strecke soll vom Bodensee nach Genf führen, fünfzig Meter unter der Erde verlaufen und von unbemannten Elektrofahrzeugen befahren werden, die die Güter transportieren. Supermarktketten, der Telekommunikationsanbieter Swisscom, die Post und die Schweizerischen Bundesbahnen haben großes Interesse am Konzept gezeigt,

weil damit Lieferungen schneller erfolgen und zudem der Ausstoß von Kohlendioxid bis zu 80 Prozent reduziert werden kann.

Pop-up-Restaurant mit wechselndem Konzept



„LADEN EIN“ ist ein stationäres Pop-up-Restaurant in Köln, in dem alle zwei Wochen das Menü, das Personal und das Konzept ausgewechselt werden. Personen, die davon träumen, sich mit einem Restaurant selbstständig zu machen, können hier

einen Markttest durchführen. Gelernte Gastronomen, Hobbyköche, Food-Blogger oder Street-Food-Händler – jeder kann dem Ladenlokal eine persönliche Note geben und sich kulinarisch und kreativ entfalten. Durch sein Sharingkonzept bietet das Restaurant ein buntes Angebot an regionalen und internationalen Speisen, das alle zwei Wochen ausgetauscht wird.

Abholbox für online getätigte Lebensmitteleinkäufe



Die Supermarktkette REWE testet im Rahmen eines Pilotprojekts eine Abholstation in einem REWE-Markt in Fürstenfeldbruck, bei der Einkäufe auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten abgeholt werden können. Der Kunde wählt dafür über ein Onlineformular während der Öffnungszeiten des Supermarkts zum einen die Produkte aus, die er kaufen möchte, und zum anderen einen Abholzeitraum. Nach der Bestellung erhält er per E-Mail

eine Bestätigung und eine Abholnummer, mit der er sich über einen Touchscreen an der Abholstation identifiziert. Nach der bargeldlosen Bezahlung per EC- oder Kreditkarte kann er seinen Einkauf aus der Abholbox nehmen.

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

07. März, **Recht kompakt – Grundlagen im 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 (Nürnberg)

08. April, **Partizipation und Moderation**, Stein (Nürnberg)

09. April, **Rhetorik für Frauen**, Stein (Nürnberg)

24. – 26. April, **Deutscher Stadtmarketingtag 2016**, Berlin (Netzwerkveranstaltung)

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

10. Mai, **Projektmanagement**, Darmstadt

12. Mai, **10. Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH, Hanau (Netzwerkveranstaltung)

15. Juni, **Geschäfte führen und kalkulieren - Praxiswissen für Quereinsteiger**, Stein (Nürnberg)

16. Juni, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Stein (Nürnberg)

17. Juni, **Die Digitale Stadt**, Stein (Nürnberg)

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

Terminkalender

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

08. März, **Symposium Internethandel und Innenstadtverödung**, IKV Institut für Kommunal- und Verwaltungswissenschaften und Hochschule Rhein-Waal, Kleve

15. März, **Treffen des bcsd-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: bcsd-Mitglieder erhalten Rabatt! Bei Interesse wenden Sie sich bitte an die bcsd-Geschäftsstelle.

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

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

02. Juni, **Fachmesse für öffentliche Raumgestaltung**, ExpoProof, Maastricht, Niederlande

06./07. Juni, **39. urbanicom-Studentagung**, urbanicom - Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V., Ludwigsburg

06./07. Juni, **Städtebau und Handel - Stationärer Handel und digital vernetzte Erlebniswelt**, Institut für Städtebau Berlin, Berlin

08./09. Juni, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband (DTV), Saarbrücken

22. Juni, **Dialogplattform Einzelhandel – Perspektiven für eine lebendige Stadt**, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Berlin

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, 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.