

Newsletter 03-2015

Jetzt noch Restplätze sichern:

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. Die hohe Nachfrage freut uns sehr. Sichern Sie sich jetzt noch einen der begehrten Plätze und 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 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

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

[Interview mit Jürgen Block](#)

[Stadt als Marke](#)

Seite 3

[Serie Stadtmarketing im Profil](#)

[Deutscher Tourismuspreis 2015](#)

Seite 4

[Hack your city](#)

[Geschäftsreisen nehmen ab](#)

[Deutscher Bürgerpreis](#)

[Evaluation zur Bürgerbeteiligung](#)

Seite 5

[Rekordjahr im
Deutschlandtourismus](#)

[Tourismusabgabe gefordert](#)

[Jobbörse](#)

Seite 6

[Fördermitglieder](#)

Seite 7

[Herzlich Willkommen – Die neuen
Mitglieder](#)

Seite 8

[Urbane Experimente](#)

[Stadt aus dem 3-D Drucker](#)

[Webinare Kulturmanagement](#)

[Hol den Oberbürgermeister](#)

Seite 9

[Diskussion Sonntagsöffnung](#)

[ADFC-Fahrradklimatest](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 11

[Weiterbildungsprogramm des ICR](#)

[Terminkalender](#)

Interview mit bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block



bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block wurde für den Newsletter der Firma kplus konzept, die sich im Bereich Markenkommunikation spezialisiert hat und insbesondere im Bereich Pop-up Stores aktiv ist, interviewt. Das Interview dreht sich um das aktuelle Wissenschaftsjahr Zukunftsstadt, attraktive und lebenswerte Innenstädte, Pop-up Stores, Shopping Center und Factory Outlet Center (FOC). Das Interview lesen Sie **hier** in voller Länge. Wer nun neugierig auf kplus konzept geworden ist, findet **hier** Informationen oder kann kplus konzept auf dem Deutschen Stadtmarketingtag in Bremen kennen lernen, wo das Unternehmen als Aussteller teilnimmt. Das im Interview thematisierte FOC in Bad Münstereifel ist unterdessen mit dem Immobilienmanager Award in der Kategorie Stadtentwicklung ausgezeichnet worden. Dazu finden Sie **hier** mehr Informationen.

Seminar "Die Stadt / Region als Marke"

8. Juni 2015 in Hamburg



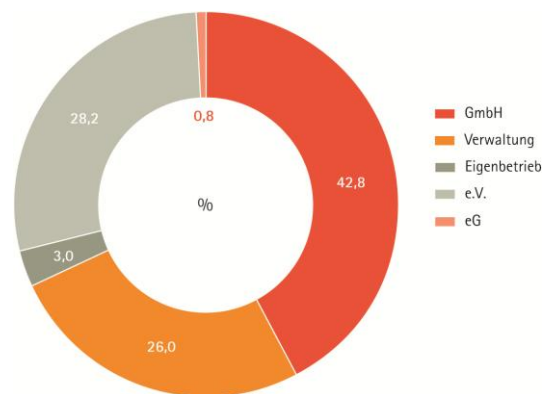
Das Thema Markenbildung und –Führung in Städten ist immer hoch aktuell und wird in der Geschäftsstelle der bcsd oft nachgefragt. Wir freuen uns deshalb hierzu erneut ein Seminar mit Dr. Sebastian Zenker anbieten zu können, nachdem wir das Seminar bereits im letzten Jahr erfolgreich durchführen konnten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des ausgebuchten Seminars im Oktober waren durchweg begeistert, so dass wir auch in diesem Jahr von hohen Teilnehmerzahlen ausgehen und Ihnen empfehlen sich rechtzeitig anzumelden. Ziel dieses Seminars ist es, einen umfassenden Überblick über die Aufgaben im Bereich der Markenbildung und –Führung sowie konkrete Lösungsansätze zu liefern. Grundsätzlich sprechen zwei Argumente für eine Standortmarke: Erstens hat eine Stadt oder eine Region eine Marke, ob sie will oder nicht. Zweitens können Standortmarken außerordentlich effektiv sein, wenn sie strategisch eine langfristige Zielsetzung verfolgen. Dabei ist es zentral, über die klassischen Ziele wie mehr Investitionen, mehr Touristen, mehr Bewohner hinaus zu denken. Um dieses Markenpotential zu nutzen, reicht es nicht, sich von einer Kommunikationsagentur ein Logo und eine Werbekampagne entwerfen zu lassen. Vielmehr braucht es ein tieferes Verständnis davon, was eine Marke eigentlich ist, wie diese gemessen, weiterentwickelt und geführt werden kann. Außerdem müssen öffentliche Ausgaben gerechtfertigt werden und es braucht klare Kriterien für eine Erfolgsmessung. Dieses Seminar kann als Modul 8 des berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengangs „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ des ICR e.V. angerechnet werden. Weitere Informationen und die Anmeldung finden Sie **hier**.

Serie: „Stadtmarketing im Profil“

An dieser Stelle wollen wir Ihnen in den künftigen Ausgaben Ergebnisse unserer Studie „Stadtmarketing im Profil – Aufgabe, Bedeutung und Entwicklung“ vorstellen. Stadtmarketing im Profil beruht auf einer Mitgliederumfrage im Jahr 2014, an der sich 138 Mitglieder beteiligt haben.

Rechtsform:

Überwiegend (42,8%) sind die teilnehmenden Stadtmarketingorganisationen in Gesellschaften mit begrenzter Haftung (GmbH) organisiert. Dies bedeutet jedoch keineswegs immer, dass diese privatwirtschaftlich getragen sind, denn in zahlreichen Fällen sind die Städte alleinige Träger der GmbH. Eine GmbH ohne die Stadt oder eine städtische Einrichtung als Gesellschafter ist sehr selten. Mit zunehmender Stadtgröße ist das Marketing immer häufiger in einer GmbH organisiert. Fest steht, dass in allen Rechtsformen gutes Marketing betrieben werden kann. Für Informationen zu den Vor- und Nachteilen der Rechtsformen wenden Sie sich gerne an die **bcsd-Geschäftsstelle**. Die volle Auswertung Stadtmarketing im Profil finden Sie **hier**.



Deutscher Tourismuspreis 2015



Der Deutsche Tourismusverband (DTV) sucht innovative Ideen für den Deutschlandtourismus und schreibt dafür bereits zum elften Mal den Deutschen Tourismuspreis aus. Gesucht werden unter anderem Servicemodelle, Kooperationen, Finanzierungskonzepte, Marketingkampagnen, Mobilitätsangebote oder Veranstaltungen, die zwischen dem 01. Oktober 2013 und dem 01. Mai 2015 eingeführt wurden. Eine Expertenjury und ein wissenschaftlicher Beirat bewerten die Einreichungen nach den Kriterien Innovation, Qualität, Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit. Mehr erfahren Sie **hier**.

Digitale Lösungen für die Stadt der Zukunft

Eine Initiative des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung

Wissenschaftsjahr 2015

Zukunftsstadt

Mit verbesserten technischen Möglichkeiten bieten sich neue Lösungsansätze für altbekannte Probleme. In immer größerer Menge vorhandene Daten erlauben beispielsweise, Herausforderungen genauer zu identifizieren. Wissenschaft im Dialog bietet mit „Hack your City“ Werkstätten an, in denen Bürger und junge Wissenschaftler gemeinsam mit Hilfe moderner Technik an Lösungen für die Stadtentwicklung, Mobilität, Umwelt, Energienutzung und politische Mitgestaltung arbeiten. Die Auftaktveranstaltungen finden im Mai statt. Die Prozesse sollen über das anlassgebende Wissenschaftsjahr Zukunftsstadt hinaus fortgesetzt werden. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Geschäftsreisen aus Europa nehmen leicht ab – Kongressbereich gewinnt

Im letzten Jahr haben die Geschäftsreisen aus dem europäischen Ausland nach Deutschland leicht abgenommen. Entgegen diesem Trend hat allerdings die Geschäftsreisen-Tätigkeit im Bereich Tagungen und Kongresse deutlich zugenommen. In diesem Bereich konnte deutschlandweit ein deutlicher Zuwachs um fünf Prozent auf 3,7 Millionen Geschäftsreisen verzeichnet werden. Damit setzt sich ein lang anhaltender Trend fort. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Deutscher Bürgerpreis 2015 – Bewerbungsphase läuft

Ehrenamtliches Engagement ist für eine funktionierende Gesellschaft unverzichtbar. Mit dem Deutschen Bürgerpreis zeichnen der Deutsche Sparkassen- und Giroverband, Bundestagsabgeordnete und die kommunalen Spitzenverbände engagierte Personen, Unternehmen und Vereine aus. Insgesamt werden Preisgelder und Sachpreise in Höhe von 400.000 Euro vergeben. Jedes Jahr wird der Preis zu einem anderen Schwerpunkt ausgeschrieben. In diesem Jahr steht der Bereich Kultur im Fokus. Der Preis wird in fünf Kategorien verliehen: U21, Alltagshelden, Engagierte Unternehmer, Lebenswerk und Publikumspreis. Bewerbungen sind noch bis zum 30. Juni möglich. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Evaluation zur Bürgerbeteiligung



Bürgerbeteiligung wird immer wichtiger und auch häufiger von den Bürgern selbst offensiv eingefordert. Bürger einzubeziehen ist ein elementarer Bestandteil einer nachhaltigen Stadtentwicklung. Im Rahmen der Fördermaßnahme **ZukunftsWerkStadt** wurden 15 Modellprojekte gefördert, in deren Verlauf die Bürgerbeteiligung eine wichtige Rolle spielte. Wissenschaft im Dialog hat die unterschiedlich

konzipierten Beteiligungsprozesse der Bürger und auch der Wissenschaft begleitet und evaluiert. Die Auswertung finden Sie **hier**.

Deutschland-Tourismus mit Rekordjahr

Der Deutschlandtourismus hat im letzten Jahr zum fünften Mal in Folge einen neuen Übernachtungsrekord aufgestellt. Insgesamt zählte Deutschland 2014 424,1 Millionen Übernachtungen und damit 3% mehr als im Vorjahr. Besonders rasant wuchs der Incomingtourismus: Über 75 Millionen Übernachtungen bedeuten eine Steigerung um 3,7 Millionen Übernachtungen oder 5,1%. Dieses Wachstum liegt über dem europäischen (3,9%) und sogar über dem weltweiten Zuwachs (4,7%). Für das Jahr 2030 hält die Deutsche Zentrale für Tourismus eine Zahl von 121,5 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland für realistisch. Mehr erfahren Sie **hier**. Aber auch bei den Deutschen selbst ist eine erhöhte Nachfrage nach Urlaub im eigenen Land vorhanden. Der Deutsche Reiseverband (DRV) stellt fest, dass die Buchungen für deutsche Destinationen in den Reisebüros zunehmen und auch Reiseveranstalter immer mehr Reisen innerhalb des Landes anbieten. Mehr erfahren Sie **hier**.



Deutscher Tourismusverband fordert Tourismusabgabe



Trotz der guten Ergebnisse im Incomingtourismus ist nicht alles Gold was glänzt. „Wir freuen uns sehr, dass der Tourismus brummt. Aber was bringt das schönste Wellnesshotel am Ort, wenn die historische Innenstadt bröckelt, das Museum nicht geöffnet hat und die Grünanlage in armseligem Zustand ist?“ merkt der Präsident des Deutschen Tourismusverbandes, Reinhard Meyer an. Er fordert angesichts klammer öffentlicher

Kassen und dem daraus entstandenen Investitionsstau bei der touristischen Infrastruktur eine Tourismusabgabe bei der alle Profiteure mit einzahlen. Neben Hotels und der Gastronomie sollen demzufolge auch der Handel, Tankstellen oder Friseure einen zweckgebundenen Beitrag für eine gute touristische Infrastruktur und eine professionelle Vermarktung leisten. Mehr erfahren 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.

Ebersbach an der Fils

Die Stadtverwaltung Ebersbach an der Fils sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine Wirtschaftsförderin / einen Wirtschaftsförderer. Zu Ihren Aufgaben gehören sowohl Aufgaben der Wirtschaftsförderung als auch (Innen-)Stadtmarketingaufgaben. Im Bereich Wirtschaftsförderung sind Sie die zentrale Anlauf- und Koordinationsstelle, betreiben die Akquise neuer Betriebe und pflegen den vorhandenen Unternehmensbestand. Außerdem planen Sie Veranstaltungen und Projekte, führen diese auch durch und evaluieren im Anschluss. Die Kommunikation und Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Ebersbach gehört ebenfalls zu Ihren Aufgaben. Im Bereich Stadtmarketing koordinieren Sie die (inner-)städtischen Marketingaktivitäten, betreiben Leerstandsmanagement zur Optimierung des Branchenmixes und kooperieren eng mit den relevanten Akteuren in der Stadt. Die volle Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Sindelfingen

Die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH sucht eine/n zentrale/n Ansprechpartner/in für den Bereich Stadtmarketing und Tourismus sowie für alle Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie. Das



Aufgabengebiet umfasst die Vermarktung der Stadt Sindelfingen nach innen und außen, die Entwicklung und Umsetzung von zielgruppenspezifischen Angeboten sowie die Verstärkung der guten Beziehungen zu relevanten Akteuren. Wesentlicher Schwerpunkt ist die Umsetzung von Strategiprojekten zur Positionierung Sindelfingens aus dem Bürgerbeteiligungsprozess „Sindelfingen 2025 – Stadtentwicklung im Dialog“. Dazu zählen u.a. die Koordination und Durchführung einer Markenkernanalyse, die Erstellung eines Tourismuskonzepts sowie eines Veranstaltungskonzepts. Die volle Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd



airLIGHT e.K. entstammt der Lichtbranche und ist aus dieser als Marketingspezialist, auch für dekorative Raumlichtgestaltung und Architekturbeleuchtung in der Eventbranche, mit seinen airLIGHT-Raumlichtobjekten innerhalb weniger Jahre maßgeblicher Entwickler und Hersteller für luftgefüllte Raumlichtobjekte geworden. Neben vielen anderen Modellen ist vor allem der airLIGHT-Lichtkegel inzwischen zu einem Markensymbol mit hohem Wiedererkennungswert für nahezu jede Veranstaltung geworden. Richtungsweisend aus dem Hause airLIGHT entwickelt, sind hier auch die „airLIGHT-Nights“, die von der Küste bis zu den Alpen zu den unterschiedlichsten Anlässen die Besucher immer wieder neu begeistern und die Städte airLEBEN lassen. Mehr erfahren Sie **hier**.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcSD!

Stadt Calw



Die Stadt Calw liegt im Nordschwarzwald, süd-westlich von Stuttgart und ist in nur 10km von der A 81 erreichbar. Calw ist als Hermann-Hesse-Stadt bekannt und zieht außerdem als Fachwerkstadt mit dem historischen Marktplatz zahlreiche Touristen an. Damit Calw auch als Einkaufsort in der Region wahrgenommen wird und sich gegenüber den Angeboten in den konkurrierenden Nachbarkommunen behaupten kann, wird seit einigen Jahren der Schwerpunkt auf das Citymarketing gelegt. Inzwischen haben sich mehrere Innenstadtaktionen etabliert, wie beispielsweise Calwer Schlemmerwoche, Calwer Fotowettbewerb, Calwer Schaufensterwettbewerb, Calwer-Maus-Tag für Kinder und Calwer Weihnachtsrätsel. Seit Anfang des Jahres kann zudem der Online-Einkaufsführer (www.mobil.calw.de) von den

Kunden online abgerufen werden. Hier präsentieren sich mehr als 50 Einzelhändler aus der Calwer Innenstadt mit ihren Angeboten und Dienstleistungen. Kommen auch Sie nach Calw - ein Besuch lohnt sich sicherlich. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Stadtmarketing Bad Vilbel e.V.

Die 32.000-Einwohner-Stadt Bad Vilbel gehört mit dem Stadtwald, der schönen Niddaue, einem guten Klima, ausgedehnten Parkanlagen und natürlich dem bekannten Bad Vilbeler Wasser zu den begehrtesten Wohngebieten in der Region Frankfurt am Main. Erfolge in der Stadtsanierung haben die Innenstadt stark aufgewertet. Das Stadtbild lebt von renovierten Fachwerkhäusern, die vielen Ecken von Bad Vilbel einen besonderen Charme verleihen. Leuchtturmprojekt ist u.a. die Neue Mitte mit der Stadtbibliothek als Brücke über die Nidda. Bad Vilbel wartet mit einem umfangreichen kulturellen und sportlichen Freizeitangebot auf. Überregional bekannt sind die Burgfestspiele in der Wasserburg. Das Stadtmarketing Bad Vilbel e.V. wurde 2001 gegründet. Es setzt sich heute aus mehr als 70 Mitgliedern verschiedener Industrie- und Dienstleistungsbereiche sowie Stadtverwaltung, Einzelhandel, Vereinen und Privatpersonen zusammen. Stadtmarketing versteht sich als "Kommunikationsklammer" zur Vernetzung aller Handlungsfelder in Bad Vilbel.

Schwerpunkte sind, das Alleinstellungsmerkmal "Stadt der Quellen" zu stärken, die Stärkung der Kultur und der Ausbau der touristischen Angebote, die Vernetzung von Kultur und Tourismus in der Region Rhein-Main und der gemeinsame Ausbau der Funktionen der Innenstadt. So will Stadtmarketing an der Erhaltung und Steigerung der Lebensqualität für die Bad Vilbeler Bürger und an der Stärkung der Wirtschaftskraft mitarbeiten, eine optimistische Zukunft projizieren, eine zukunftsorientierte Identität bilden und alle Kräfte der Stadt bündeln, um gemeinsam an der positiven Entwicklung des Gesamtbildes "Stadt" zu arbeiten. Weitere Infos erhalten Sie unter Info@stadtmarketing-bad-vilbel.de.

Bad Vilbel
Stadtmarketing

IRS aktuell zu urbanen Experimenten



Das Magazin IRS aktuell – Magazin für sozialwissenschaftliche Raumforschung des Leibniz-Instituts für Regionalentwicklung und Strukturplanung widmet sich dem Wissenschaftsjahr Zukunftsstadt und stellt dazu die Forschungsergebnisse des Instituts in diesen Kontext. Die aktuelle Ausgabe widmet sich Zwischennutzungen, Freiräumen und Laboren. Das Heft als PDF finden Sie **hier**.

Städte aus dem 3D-Drucker für den Schreibtisch

Neue Technologien ziehen häufig neue Geschäftsmodelle nach sich. Mit dem 3D-Drucker können viele Gebrauchsgegenstände hergestellt werden und jetzt auch Miniatur-Städte. Die Firma **ittyblox** aus den USA bietet im Maßstab von 1:1000 real existierende oder typisiert gestaltete Gebäude an, die auf einer Bodenplatte zu einer Stadt zusammengestellt werden können. Damit es realistischer wird, sind auch Straßen und Beleuchtung möglich. Die Preise für ein Haus liegen zwischen 5 und 100 US \$. Mehr erfahren Sie **hier**. Erwerben können Sie die Gebäude **hier**.

Webinare zum Kulturmanagement

Das Kulturmanagement Network bietet gegen Ende jedes Monats ein kostenloses Webinar mit wechselnden Experten zum Thema Kulturmanagement an. Diese finden jeweils mittwochs von 9 bis 10 Uhr statt und bieten neben dem Expertenvortrag auch die Möglichkeit, sich mit anderen Personen aus dem Kulturbereich zu vernetzen und Fragen zu stellen. Die aktuellen Termine werden jeweils **hier** angekündigt. Vergangene Veranstaltungen können **hier** in voller Länge angesehen werden.

Neue Form der Bürgerbeteiligung in Heidelberg

Auf der Seite **www.holdenoberbuergemeister.de** können Heidelberger und Heidelbergerinnen Orte und Projekte vorstellen, die der Oberbürgermeister besuchen sollte. Dadurch erhalten z.B. ehrenamtliche Initiativen die Möglichkeit sich der Stadtgesellschaft vorzustellen, so auf ihre Sache aufmerksam zu machen und gesellschaftliche Anerkennung zu erhalten. Welche Projekte der Oberbürgermeister besucht, wird nach erfolgter Online-Abstimmung der Bürgerinnen und Bürger immer am Ende der Woche bekannt gegeben. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Boris Palmer spricht sich für Sonntagsöffnung aus



In einem Beitrag in der Wochenzeitung „Die Zeit“ spricht sich Tübingens Oberbürgermeister Boris Palmer für die Freigabe der Sonntagsöffnung aus. Im Internet sei der Sonntag der umsatzstärkste Tag. Dementsprechend gingen dem lokalen Handel wichtige Einnahmen verloren, wenn dieser nicht ebenfalls zu diesen für die Kunden attraktiven Zeiten öffnen könne. Denkbar wäre, Geschäfte zum Ausgleich, wie in der Gastronomie, montags zu schließen. In Tübingen sei die Innenstadt an

Sonntagen deutlich stärker besucht als an Wochentagen. Diese Passantenfrequenz sollten sich Händler künftig zu Nutzen machen können. Nachlesen können Sie Herrn Palmers Kommentar [hier](#).

Münster erneut fahrradfreundlichste Großstadt Deutschlands

Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club e.V. hat die Ergebnisse seines Fahrradklima-Tests 2014 bekannt gegeben. Münster ist demnach die mit Abstand fahrradfreundlichste Großstadt Deutschlands. In der Klasse ab 200.000 Einwohnern konnte sich Karlsruhe vor Freiburg im Breisgau den zweiten Platz sichern. Bei der Stadtgröße zwischen 100.000 und 200.000 Einwohnern siegte Erlangen vor Oldenburg und Ingolstadt. Bocholt konnte sich vor Nordhorn und Wesel in der Größenklasse 50.000 bis 100.000 Einwohner durchsetzen. Reken, Ketzin/Havel und Rhede führen die Liste der Städte mit unter 50.000 Einwohnern an. Beim Fahrradklima-Test sind die Radfahrer einer Stadt aufgerufen, deren Fahrradfreundlichkeit in 27 Bereichen zu bewerten. Über 100.000 Bundesbürger sind diesem Aufruf gefolgt und haben sich mit ihrer Stimme beteiligt. Details finden Sie [hier](#).

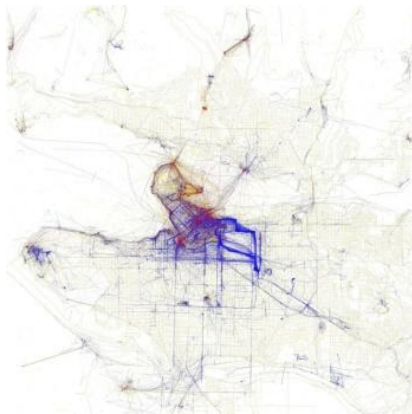


Der Trend der Zukunft

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

Stadtkarte zeigt Geheimtipps von Einwohnern



Der Datenkünstler Eric Fischer verwendet Geomarkierungen in Fotos, um auf Stadtplänen farblich zu zeigen, wo sich hauptsächlich Touristen und wo sich Einheimische aufhalten. Macht eine Person etwa in ein und derselben Stadt über mehrere Monate hinweg Fotos, wird er als Einheimischer eingestuft und seine Geomarkierungen daher in Blau dargestellt. Markierungen von Touristen erhalten die Farbe Rot. Eric Fischer stellt diese Farbmarkierungen auf Stadtkarten zusammen, sodass sichtbar wird, was Einheimische in ihrer Stadt wirklich interessiert. Die interaktiven Karten können von Urlaubern als Reiseführer genutzt werden, um Geheimtipps zu finden.

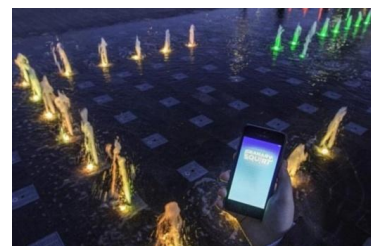
Sonnencreme-Nutzung entsperrt Strand-Schließfach



Die Digitalagentur Raya hat für die chilenische Hautpflegemarke Simond's Schließfächer am Strand eingerichtet, um die Strandbesucher zu entlasten, die sonst auf ihre Wertgegenstände hätten aufpassen müssen. Um die Schließfächer nutzen zu können, mussten Passanten über den Touch-Bildschirm ein persönliches Passwort erstellen. Dafür mussten sie die drei unter dem Bildschirm angebrachten Spender mit Sonnencreme verwenden. Elektromagnetische Sensoren nahmen die Bewegungen wahr, stellten diese auf dem Bildschirm nach und generierten daraus ein Passwort. So kümmerte sich Simond's sowohl um die Haut als auch um das Hab und Gut der Strandgänger.

Per App Snake mit der Fontäne spielen

Passanten können am Granary Square in London über eine Smartphone-Anwendung das Spiel „Snake“ live an einer Fontäne spielen. Nutzer müssen zunächst die App „Granary Squirt“ installieren und sich dann mit einem bestimmten öffentlichen WLAN vor Ort verbinden. Die Anwendung nutzt den Bewegungssensor des Smartphones, um die Schlange zu steuern. Im Brunnen wird sie über die Fontänen visualisiert. Der Nutzer muss die Schlange durch leichtes Bewegen seines Smartphones zu definierten Punkten führen, damit sie stetig größer wird. Die Schlange darf dabei den Brunnen nicht verlassen und sich nicht selbst beißen, denn dann ist das Spiel verloren.



Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

- 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
- 09. Juli, **Recht Kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf
- 10. Juli, **Recht in Form – oder die kleine Vertrags- und Satzungswerkstatt für Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

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

Terminkalender

- 15. April, **Einzelhandel und Raumordnung - Auswirkungen auf die Kommunen**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen (ISW), Hannover
- 20. April, **Abschlussveranstaltung „Kooperation im Quartier (KiQ) mit privaten Eigentümern zur Wertsicherung innerstädtischer Immobilien“**, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Haus & Grund, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Berlin
- 21. April, **Dialogplattform Einzelhandel**, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Berlin

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

06./07. Mai, **Wissenschaft und die Stadt der Zukunft**, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, 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

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.