

Newsletter 04-2015

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

Das war der Deutsche Stadtmarketingtag 2015:



Der Deutsche Stadtmarketingtag ist Treffpunkt und Netzwerktagung für alle, die sich für lebenswerte und zukunftsfähige Städte engagieren. In diesem Jahr kamen rund 240 Teilnehmer in Bremen zusammen, um über die Zukunft der Stadt, der Stadtentwicklung und des

Stadtmarketings zu diskutieren und neue Lösungsansätze namhafter Experten kennenzulernen. Andreas Reiter vom ZTB Zukunftsbüro identifizierte in seiner Synopse zum Abschluss der Tagung „Stadtleben“, „Partizipation / Bürgerbeteiligung“ und „Branding / Marketing“ als die drei großen Themen der Tagung. Kleinräumige Identitäten würden zunehmend wichtiger, daraus müsse das Stadtmarketing als „Agent des Wandels“ und „Imagedesigner“ einen roten Faden, eine Grundtonalität erfassen, Identität schaffen und Nicht-Orte in Orte verwandeln. Insbesondere kleinere Städte sieht Reiter hier im Vorteil, da sich diese besser anpassen können. 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, den herzlichen Empfang und die tolle Organisation.

Nach der Tagung ist vor der Tagung: Vom 27. bis 29. September findet in Hildesheim die stärker praxisorientierte Deutsche Stadtmarketingbörse 2015 zu den Themen Finanzierung und Aufgaben des Stadtmarketings statt.

Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag

Seite 2

Tanja Ulmer verstärkt
Bundesvorstand

Seite 3

Dialogplattform Einzelhandel

Stadtmarketing Forum Ost

Seite 4

Hessischer Stadtmarketingtag

Aktionstage Nachhaltigkeit

Informationsangebot causales

Seite 5

Natur in grauen Zonen

Seminar Recht kompakt

Jobbörse

Seite 6

Fördermitglieder

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 7

Neue Homepage in Wolfsburg

Seite 8

WLAN in der Innenstadt

Menschen und Erfolge

Stuttgart gegen Wohnungsnot

Seite 9

Selfie-Guide Grevenbroich

Informationstour für Touristiker

Österreichische Touristiker protestieren

Windbaum Paris

Seite 10

St. Pauli pinkelt zurück

Energieverteiler

Sachbearbeiter Street Art

Seite 11

Stadtradeln

Serie Stadtmarketing im Profil

Seite 12

Der Trend der Zukunft

Seite 13

Weiterbildungsprogramm des ICR

Seite 14

Terminkalender

Tanja Ulmer verstärkt Bundesvorstand der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland



Auf der ordentlichen Mitgliederversammlung der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.), die am 27. April im Rahmen des Deutschen Stadtmarketingtages in Bremen stattfand, wurde Tanja Ulmer einstimmig in den siebenköpfigen Bundesvorstand gewählt. Ulmer ist seit 2002 Geschäftsführerin der StaRT – Stadtmarketing & Tourismus Reutlingen GmbH und hat sich seit 2011 als stellvertretende Sprecherin des bcsd-

Landesverbandes Baden-Württemberg sehr erfolgreich für die Belange des Stadtmarketings auf Landesebene eingesetzt. Sie freut sich darauf dieses Engagement nun auf Bundesebene fortzusetzen und gemeinsam mit den Kollegen im Bundesvorstand und der bcsd-Geschäftsführung das Stadtmarketing auf der nationalen Agenda noch stärker zu platzieren. „Ich freue mich, dass wir mit Tanja Ulmer, deren ausgezeichnete Stadtmarketingarbeit vor Ort wir genauso schätzen wie ihr Engagement im Landesverband Baden-Württemberg, eine weitere Persönlichkeit im Bundesvorstand begrüßen können“, so Michael Gerber, Bundesvorsitzender der bcsd. In den Vorstand wiedergewählt wurden außerdem Bernadette Spinnen, Leiterin Münster Marketing und Gerold Leppa, Geschäftsführer Braunschweig Stadtmarketing GmbH.

Ausgeschieden aus dem Bundesvorstand ist hingegen Lothar Meyer-Mertel, Geschäftsführer der Hildesheim Marketing GmbH, der bereits im Vorfeld wegen beruflicher Veränderungen angekündigt hatte nicht wieder für ein Amt im Bundesvorstand des bcsd e.V. zu kandidieren. Michael Gerber bedankte sich im Namen der Bundesvereinigung für Meyer-Mertels erfolgreiches Wirken bei der Weiterentwicklung des Verbandes.

Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing blickt auf erfolgreiche Jahre zurück, wie Geschäftsführer Jürgen Block zu Beginn der Mitgliederversammlung in seinem Bericht dargestellt hatte. So stieg die Zahl der bcsd-Mitglieder innerhalb der letzten fünf Jahre um ein Drittel auf aktuell 323 Mitglieder. Block ist zuversichtlich, dass diese Arbeit auch in den nächsten Jahren erfolgreich weitergeführt werden kann. „Besonders froh bin ich darüber, dass wir in 2015 unsere beiden Volontäre, Hannah Nölle und Frank Simon, übernehmen konnten“, so Block. Die dadurch erlangte Stabilität ist bei wachsender Bedeutung der bcsd und den damit verbundenen höheren Anforderungen an die Geschäftsstelle ein wichtiges Standbein für die erfolgreiche Verbandsarbeit. So ist das 20-jährige Jubiläum des Berufsverbandes der Stadtmarketingverantwortlichen in 2016 vorzubereiten, das u.a. mit dem Deutschen Stadtmarketingtag und einem Festakt in Berlin vorbereitet werden will.

Dialogplattform Einzelhandel

Die Digitalisierung beeinflusst unser aller Leben in zunehmendem Maße. Besonders stark betroffen ist der stationäre Einzelhandel, der mit neuen Wettbewerbern aus dem Internet konkurrieren muss. Darunter leidet auch die Innenstadt. Laut Ergebnissen der IfH-Studie Vitale Innenstädte aus dem letzten Jahr besuchen 20% der Befragten aufgrund des attraktiven Angebotes der Onlinehändler seltener die Innenstadt. Gleichzeitig bietet das Internet aber enorme Chancen, die es für den stationären Handel zu nutzen gilt, etwa in der Versorgung ländlicher Räume mit Gütern des täglichen Bedarfs, die aufgrund des demographischen Wandels zunehmend schwieriger und unrentabler wird.



Auf Einladung des Bundeswirtschaftsministeriums haben sich am 21. April zahlreiche Experten und Interessensträger zur **Auftaktveranstaltung** der Dialogplattform Einzelhandel getroffen. Diese hat zum Ziel, den Einzelhandel auf die kommenden Herausforderungen vorzubereiten, unter anderem sind Förderprogramme geplant. Die Verantwortung für das Management des Prozesses liegt beim Institut für Handelsforschung (IfH). Ein 24-köpfiger **Beirat** begleitet das Projekt. In den kommenden zwei Jahren werden Studien zum Handel ausgewertet und Workshops zu den Themenbereichen Digitalisierung und technologische Herausforderungen, Perspektiven für eine lebendige Stadt, Perspektiven für den ländlichen Raum, Perspektiven für Arbeit & Beruf sowie Wettbewerbspolitik stattfinden. Die bcsd wird sich kompetent einbringen und ruft Sie als Stadt- und Citymarketingverantwortliche ebenfalls dazu auf, sich aktiv am Prozess zu beteiligen und die Interessen des Stadtmarketings zu vertreten. Eine Bewerbung zur Teilnahme an den Workshops ist **hier** möglich.

2. Stadtmarketing-Forum Ost in Halle (Saale)



Erfahrungsaustausch ist im Stadtmarketing von unschätzbarem Wert. Das liegt zum einen daran, dass es für das stark querschnittsorientierte Aufgabenfeld immer noch keine maßgeschneiderte Ausbildung und daher einen hohen Bedarf an Erfahrungsaustausch gibt, aber auch daran, dass sich erfolgreiche Konzepte und Projekte gut von einer auf die andere Kommune übertragen lassen. Auf dem Stadtmarketing-Forum Ost, einer von der IHK Halle-Dessau, der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH und der bcsd gemeinsam veranstalteten Tagung in Halle (Saale) trafen sich über 100 Stadtmarketing-Verantwortliche und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft um Erfahrungen auszutauschen und Vorträge zu den aktuellen Herausforderungen des Stadtmarketings zu hören. Insbesondere organisationsbezogene Fragen und die Frage nach zukünftigen Aufgabenschwerpunkten des Stadtmarketings wurden behandelt.

Hessischer Stadtmarketingtag am 28. Mai

„Wohlfühlstadt mit digitaler Aussicht – Stadt und Handel 2020“

Der Hessische Stadtmarketingtag in Hanau ist eine feste Größe im Reigen der Stadtmarketingveranstaltungen in Deutschland. Organisiert wird der Hessische Stadtmarketingtag von der Hanau Marketing GmbH, der IHK und dem Hessischen Einzelhandelsverband. Da die bcsd ebenfalls Partner der Veranstaltung ist, erhalten Mitglieder einen Rabatt von 10% auf die Teilnahmegebühren. Das Programm umfasst auch in diesem Jahr wieder spannende und informative Vorträge und Präsentationen. Überzeugen Sie sich **hier**.

Deutsche Aktionstage Nachhaltigkeit – Machen Sie mit!

Vom 30. Mai bis 5. Juni



Mit den Deutschen Aktionstagen Nachhaltigkeit 2015 ruft der Nachhaltigkeitsrat der Bundesregierung erneut zu Nachhaltigkeitsaktionen auf. Während der alljährlichen Aktionswoche soll das vielfältige Nachhaltigkeitsengagement von Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen, Verbänden und anderen Organisationen

sichtbar gemacht werden, eine Vernetzung von Initiativen anregen und zum Nachahmen motivieren. Wenn Sie eine Aktion für die Deutschen Aktionstage Nachhaltigkeit planen, sich von der Aktionsvielfalt der letzten Jahre inspirieren lassen möchten oder an einer bestehenden Aktion in Ihrem Ort teilnehmen möchten, finden Sie weitere Informationen **hier**.

Agentur causales mit neuem Informationsangebot



Die Agentur causales, die jährlich den Kultur Invest Kongress in Berlin veranstaltet und sich auch für den Kulturmarken Award, auf dem auch in diesem Jahr die Stadtmarke des Jahres gekürt werden wird, verantwortlich zeichnet, hat ihre Homepage neu gestaltet. Zu den Neuerungen gehört auch die Rubrik Fachbeiträge, die unter anderem mit einem Beitrag von Bernhard Klein zu Marken im Destinationsmanagement, einen Karlsruher Beitrag zu einer neu eingerichteten Kultur-App oder einem Beitrag über Entwicklungen im Kulturtourismus aufwartet. Mehr erfahren Sie **hier**.

Natur in grauen Zonen



Das vom Bundesamt für Naturschutz und weiteren Partnern unterstützte Projekt des Wissenschaftsladens Bonn e.V. „Natur in grauen Zonen“ sucht Kommunen, die sich beteiligen. Dabei geht es darum, beispielsweise Firmengelände oder Eingangsbereiche von Unternehmen umzugestalten, zu entsiegeln und zu begrünen und somit zu einem besseren Stadtbild und einem optimierten Stadtklima beizutragen. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Seminar "Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing"

9. Juli 2015 in Düsseldorf

Für die Gründung und Führung einer City-, Stadt- oder Tourismusmarketingorganisation ist die Kenntnis rechtlicher Grundlagen existenziell. Nur wer weiß, in welchem rechtlichen Rahmen er sich bewegt, kann das volle Handlungspotenzial ausschöpfen oder Schaden von seiner Organisation abwenden. Dieses Seminar vermittelt Geschäftsführern, Mitarbeitern und Berufseinsteigern die nötige Sicherheit im Umgang mit rechtlichen Themen.

Behandelt wird in dem Seminar unter anderem die Frage nach der geeigneten Rechtsform für Stadtmarketingorganisationen, das Thema Arbeitsrecht und dabei insbesondere die wichtigsten Grundlagen für Geschäftsführer und Angestellte und das praktische Urheber- und Markenrecht.

Weitere Informationen und das Anmeldeformular 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.

Referent/in im Bereich Eventmanagement, Ludwigshafen



Die LUKOM Ludwigshafener Kongress- und Marketinggesellschaft mbH sucht ab dem 01. Oktober 2015 eine Referentin / einen Referenten im Bereich Eventmanagement. Die Zuständigkeit reicht von der Konzeption und Organisation insbesondere großer Publikumsveranstaltungen bis zu deren Nachbereitung und Weiterentwicklung. Das Aufgabengebiet umfasst zudem die

Budgetplanung und –kontrolle, die Akquise von Sponsoren sowie die Steuerung externer Dienstleister. Darüber hinaus gehört die Entwicklung kreativer Veranstaltungskonzepte zur Stellenbeschreibung. Bei der Erarbeitung öffentlichkeitswirksamer Maßnahmen wirkt der/die Referent/in unterstützend mit. Die volle Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Citymanager/in, Coburg

Die Stadt Coburg sucht eine/n Citymanager/in zum 01. Juli 2015. Zu den Aufgaben gehört die Entwicklung, Initiierung und Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität sowie zur Steigerung der Besucherfrequenz und Kundenbindung der innerstädtischen Betriebe in Zusammenarbeit mit den relevanten Akteuren. Ebenso zählt die Initiierung und Planung von Veranstaltungen zum Zuständigkeitsbereich. Zudem übernimmt die/der Stelleninhaber/in Repräsentationsaufgaben und betreibt Öffentlichkeitsarbeit. Baustellenmanagement, Besucherbetreuung und die Unterstützung der Werbegemeinschaften runden das Stellenprofil ab. **Hier** finden Sie die volle Stellenausschreibung.

Fördermitglieder der bcsd



Über 2.300 Vorverkaufsstellen und 3.000 Veranstalter aus den Bereichen Kultur oder Kommunen nutzen das Buchungssystem für Verkauf und Verwaltung von Tickets. Beim vollständig webbasierten System greifen sämtliche Vertriebswege online und in Echtzeit auf dieselbe Datenbank zu. So gehören Veranstalter-Websites, die Einbindung des Facebook-Shops und das Endkundenportal www.reservix.de zu den wichtigsten Vertriebskanälen für Tickets. Zahlreiche Medien- und Onlinepartnerschaften erzielen eine breite Streuung der ReserviX-Inhalte in bundesweite Online-Veranstaltungskalender. Mit Lösungen für die Raum- und Ressourcenverwaltung, vielfältigen Schnittstellen sowie Hardware vervollständigt sich die ReserviX-Produktfamilie. Mehr erfahren Sie **hier**.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!



BonnCity – weil Flair unbezahlbar ist! Unter diesem Motto ist die city-marketing bonn e.V. seit 1996 tätig. Bonn ist eine lebenswerte Stadt mit besonderem, „rheinischem“ Flair. Dass die Stadt einer der beliebtesten Wohnorte Deutschlands ist und sich Besucher aus aller Welt hier wohlfühlen, hat viel mit der Innenstadt zu tun. Ein attraktiver und abwechslungsreicher Einzelhandel, zahllose Straßencafés, die vielen alten, liebevoll renovierten Fassaden – all dies trägt zur Unverwechselbarkeit und Attraktivität bei. city-marketing bonn e.V. fühlt sich für die Qualität der Innenstadt mitverantwortlich. Das Initiieren und Etablieren von Veranstaltungen und die Vertretung der Händler in der City sind ebenso Teil ihres Aufgabenbereichs wie die Kommunikation mit den verschiedenen Akteuren der Innenstadt und der

anderen Stadtbezirke. Nur durch gemeinsames Engagement kann eine (Innen-) Stadt sich selbst immer wieder neu erfinden. Hier nur einige wenige Beispiele der Aktivitäten:

- Entwurf und Etablierung des „BonnCity-Talers“
- Runder Tisch mit Handel, Gewerkschaften, Kirchen, Politik und Verwaltung zur Festlegung von Zahl und Lage der Verkaufsoffenen Sonntage in Bonn – eine in Deutschland einmalige Konsensrunde!
- Aktive Mitwirkung an der Gestaltungssatzung für die Bonner Innenstadt

Mehr erfahren Sie **hier**.



Der City-Ring Dortmund Initiativkreis attraktive Innenstadt e.V. ist ein Zusammenschluss von Persönlichkeiten, Unternehmen und Institutionen, denen eine attraktive City am Herzen liegt. Er setzt sich für die Interessen des Einzelhandelsstandortes und Oberzentrums Dortmund ein. Das Netzwerk vertritt die Interessen der Dortmunder Gewerbetreibenden bei der Stadt und allen wichtigen Institutionen. Der City-Ring arbeitet intensiv daran, die guten Seiten weiter auszubauen und die vorhandenen Mängel abzustellen, zum Wohle aller Gäste und Einwohner der Stadt. Einmal im Jahr verleiht die Initiative den „City-Ring“ an eine um Dortmund verdiente Persönlichkeit. Darüber hinaus plant, organisiert und finanziert die City Marketing Gesellschaft (CMG) – eine gemeinsame Tochter von City-Ring und Stadt – Stadtfeste wie den „Hansemarkt“, das „Pfefferpotthastfest“, „Do-City bewegt sich“ sowie die Weihnachtsbeleuchtung in der Innenstadt. www.city-ring-do.de

Neue Homepage der Stadt Wolfsburg

Nach mehr als zwei Jahren intensiver Vorbereitung präsentiert die Stadt Wolfsburg ihren neu gestalteten Internetauftritt. „Unser Ziel war es, einen modernen, übersichtlichen und bürgerfreundlichen Internetauftritt zu schaffen – und das ist uns gelungen“, sagt Klaus Mohrs, Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg. Unter Federführung des Teams Onlineredaktion im städtischen Referat Kommunikation haben Mitarbeiter sämtlicher



Geschäftsbereiche, Referate und Stabsstellen sowie der Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH die Inhalte erarbeitet. Gegliedert nach den Oberthemen Leben, Bildung, Rathaus, Tourismus und Wirtschaft sind alle Informationen gut strukturiert und barrierefrei für jeden zugänglich – und das ohne Einschränkung beim Design oder der Funktionalität. Neben überarbeiteten Inhalten werden den rund eine Million Nutzern pro Jahr viele neue Funktionen angeboten. In Zukunft wird es leichter, immer auf dem neuesten Stand zu bleiben: Im so genannten Newsroom erscheinen Terminhinweise, Pressemitteilungen, Facebook-, Twitter- und

Instagrammeldungen auf einem Blick. Dem Trend der Zeit folgend ist der neue Internetauftritt speziell auf die Nutzung mit mobilen Endgeräten wie Smartphone und Tablet ausgelegt. Dem Nutzer bieten sich mehr Interaktionsmöglichkeiten, indem er Beiträge kommentieren oder eigene Bilder hochladen kann. Unter dem Motto „Say hello“ lädt eine Imagekampagne zum Start des neuen Wolfsburg.de Neugierige dazu ein, den Internetauftritt kennen zu lernen und per Twitter unter #wolfsburgde zu kommentieren. Die neu gestaltete Homepage finden Sie **hier**.

WLAN in der Innenstadt

Immer mehr Städte bieten ihren Gästen und Bürgern kostenfreies WLAN auf öffentlichen Plätzen an. Auch Aachen bietet nun mit **Aachen WiFi** in der Innenstadt kostenfreien Zugang zum Internet. Das Angebot wird durch lokale Sponsoren möglich. Auch in **Schweinfurt** kann von nun an kostenfrei gesurft werden. Eine Tochter der Stadtwerke hat zehn Hotspots eingerichtet. In **Lippstadt** ist am Rathaus ebenfalls freier Internetzugang möglich. Dort tritt ein Anbieter von Hotspots als Provider auf, um Haftungsrisiken für die Stadt zu übernehmen. Zur digitalen Infrastruktur gehört allerdings auch die Möglichkeit, Smartphones aufzuladen. Im rumänischen **Temeswar** hat die Deutsche Telekom einen „Solarbaum“ aufgestellt, der gleichzeitig als kostenfreier Hotspot und Ladestation für mobile Endgeräte dient. Interessante Projekte zur digitalen Bürgerbeteiligung und zu öffentlichem WLAN finden Sie immer wieder **hier**.

In ländlichen Räumen willkommen – neue Runde Menschen und Erfolge

Angesichts weltweiter Krisen und Probleme sind immer mehr Menschen gezwungen, ihr Heimatland zu verlassen. In Flüchtlingsunterkünften untergebracht, müssen diese Personen sich nun in einer fremden Umgebung neu orientieren. Nach den Schrecken in der Heimat und der schwierigen Aufgabe der Flucht steht mit dem Ankommen und der Integration die nächste große Aufgabe an. Der Wettbewerb Menschen und Erfolge sucht erfolgreiche Aktivitäten und Projekte der Willkommenskultur vor Ort aus den Bereichen ankommen, bleiben und aufeinander zugehen. Bewerbungen sind bis zum 26. Mai 2015 möglich. Insgesamt werden Preisgelder in Höhe von 20.000 Euro vergeben. Mehr erfahren Sie **hier**.

Stuttgart engagiert sich gegen Leerstand



Stuttgart boomt. Dass die Auswirkungen der positiven wirtschaftlichen Entwicklung nicht immer unproblematisch sind, zeigt ein Blick auf die Wohnungssituation. Angesichts steigender Mieten und zunehmender Wohnungsknappheit fehlt bezahlbarer Wohnraum, gerade für weniger gut betuchte Bevölkerungsgruppen. Im Rahmen einer Gesamtstrategie spricht die Stadt Stuttgart daher derzeit offensiv Besitzer von Wohn- und

Gewerbeimmobilien an, um diese dazu zu bewegen, leer stehende Flächen zur Wohnnutzung frei zu geben. Die Kampagne umfasst Briefe an die Immobilienbesitzer, Beratungsangebote der Stadt sowie Anzeigen im öffentlichen Raum. Den Kampagnenflyer mit den Beratungsangeboten finden Sie **hier**. Eine Übersicht des Gesamtkonzeptes finden Sie **hier**.

Selfie-Guide Grevenbroich

Selfies sind absolut in Mode und werden auch gerne für Marketingaktionen oder Gewinnspiele genutzt. So sammeln Hotels etwa Eindrücke aus der Stadt unter ihrem Hashtag um möglichen Besuchern Inspiration zu geben oder Einkaufszentren bieten Geschenke, wenn Fotos vor bestimmten Plakaten geschossen werden. Die Stadt Grevenbroich macht sich dieses Phänomen nun ebenfalls zunutze und möchte ihren Besuchern die Schönheit der Stadt über einen Selfie-Guide näher bringen. Dieser enthält die relevanten Sehenswürdigkeiten der Stadt, vor denen man sich fotografieren kann. Um dies zu erleichtern, sollen Punkte am Boden angebracht werden, welche die ideale Fotoposition markieren. Mehr erfahren Sie **hier**.

Informationstour für touristische Leistungsträger

Nur wer eine Stadt kennt und von ihr begeistert ist, kann auch andere dafür begeistern. Das hat sich wohl auch die Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin gedacht und die lokalen touristischen Leistungsträger wie Hotels, Gastronomie etc. zu einer gemeinsamen Stadttour eingeladen. So konnten die Teilnehmer die lokalen Attraktionen kennen lernen und können ihren Gästen nun ihre Eindrücke aus erster Hand schildern und Empfehlungen abgeben. Mehr erfahren Sie **hier**.

Österreichs Touristiker gehen auf die Straße

Rund 2.000 österreichische Touristiker haben Anfang April in Innsbruck gegen eine Anhebung der Mehrwertsteuer auf touristische Leistungen protestiert, durch die sie erhebliche Mehrbelastungen erwarten. Zudem kritisieren sie eine einseitige Belastung, da andere Wirtschaftsbereiche nicht betroffen sind und auch bei der Grunderwerbsteuer etwa gegenüber der Landwirtschaft Nachteile bestünden. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Erneuerbare Energien in der Stadt – „Windbaum“ in Paris

Bisher sind regenerative Energien in Städten eher selten anzutreffen. Wenn in der Innenstadt regenerativ Strom erzeugt wird, dann häufig über Solaranlagen. In Paris wird im Mai ein „Baum“ in Betrieb genommen, der Wind in Energie umwandelt und sich in die urbane Umgebung einpasst. Mehr dazu finden Sie **hier**.

St. Pauli pinkelt zurück

Die Reeperbahn ist die weltbekannte Amüsiermeile von Hamburg. Das bei übermäßigem Alkoholgenuss die guten Sitten schon mal vergessen werden, ist ein auch aus anderen Städten wohlbekanntes Phänomen. Meist wird das ungehobelte Verhalten jedoch nicht bestraft, so auch beim „Wildpinkeln“ gegen Häuserwände. In St. Pauli wehren sich diese Häuserwände nun. Sie wurden so präpariert, dass sie nun wasserabweisend sind und „zurück pinkeln“ können. Die Initiative ist Teil eines größeren Plans zur Aufwertung der Gegend um die Reeperbahn. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Energieverteiler

Ein häufiges Opfer von Vandalismus sind Stromkästen. Die Initiative Energieverteiler aktiviert seit 2011 in Partnerschaft mit Städten, Eigentümern und Förderern lokale Bewohner, ihre Stromkästen attraktiv zu gestalten. Die Leistungen reichen von der Standortanalyse über die Genehmigung, die Reinigung und Wartung bis hin zur Dokumentation und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Neben dem entstehenden Gemeinschaftsgefühl entsteht auch ein Verantwortungsgefühl für die so entstehenden Kunstwerke. Seit kurzem hat die Initiative eine eigene Homepage, auf der z.B. eine Galerie zu finden ist aber auch wissenschaftliche Beiträge sowie die Möglichkeit zur Beteiligung. Die Homepage finden Sie **hier**. Träger der Initiative, die bisher vor allem im Ruhrgebiet aktiv ist, ist der Dortmunder Verein „die urbanisten“, der vor kurzem mit dem **LBS-Zukunftspreis** ausgezeichnet wurde und zudem als nachhaltiges Projekt das Qualitätssiegel der **Werkstatt N** erhielt und in deren Projektpool aufgenommen wurde.



Erster Sachbearbeiter für Street Art in München



Die Stadt München hat als erste deutsche Stadt einen Sachbearbeiter für Street Art eingestellt, den Graffiti-Künstler David Kammerer. Geht es nach dem Willen des Kulturreferenten Dr. Hans-Georg Küppers, dann sollte München mehr legale Flächen für Street-Art bereitstellen um zum einen die lokale Szene zu unterstützen, zum anderen aber auch renommierten Künstlern eine Bühne (oder besser: eine Wand) zu bieten. Mehr erfahren Sie **hier**.

Stadtradeln startet in neue Saison

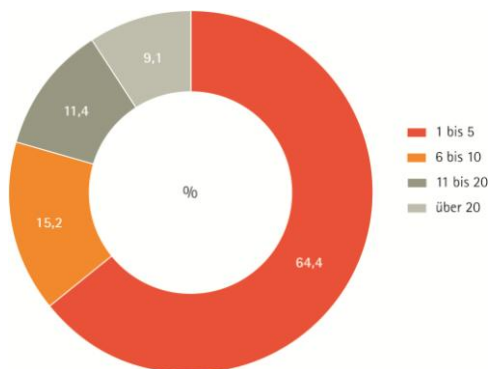
Die Initiative Stadtradeln startet in die neue Saison. Bei dem Wettbewerb konkurrieren Kommunen darum, wessen Bürger und Lokalparlamente die meisten Kilometer auf dem Rad zurücklegen. Der dreiwöchige Aktionszeitraum kann zwischen dem 1. Mai und dem 30. September liegen. Am Ende werden Sieger in unterschiedlichen Kategorien ermittelt. Stadtradeln ist ein Instrument um Bürger zum Radfahren zu animieren und gegebenenfalls die Verkehrsmittelwahl zu beeinflussen. Mehr lesen 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 und ist zur Verwendung gegenüber Politik sowie Wirtschafts- und Sozialpartnern vor Ort gedacht.

Mitarbeiterzahlen / Ausbildung:



Für die Umfrage wurden die Mitarbeiterzahlen zur Orientierung in Fünfer-Schritten erhoben. Dabei wurde deutlich, dass in den meisten Fällen Stadtmarketing-Organisationen mit bis zu fünf Vollzeitstellen auskommen müssen. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass sich der Bedarf an Mitarbeitern je nach Aufgabenbereich (Tourismus, Events, Citymanagement, etc.) stark unterscheidet. Mit zunehmender Stadtgröße nimmt tendenziell auch die Zahl der Mitarbeiter zu. Entsprechend sollte die Vielzahl

kleiner Städte, die in der bcsd vertreten sind, bei der Interpretation berücksichtigt werden. Auszubildende gibt es nur in etwa der Hälfte der Stadtmarketingorganisationen. Da keine explizite Stadtmarketing-Ausbildung existiert, werden am häufigsten Freizeit- und Tourismuskauflleute sowie Veranstaltungskauflleute ausgebildet. Seltener sind Bürokaufleute, Volontäre oder Duale Studenten. Die volle Studie finden Sie **hier**. Bei Bedarf senden wir unseren Mitgliedern auch gerne gedruckte Exemplare zu.

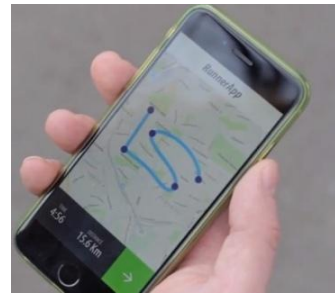
Der Trend der Zukunft

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**

Logolauf für Rabatte

Der Sportartikelhändler Intersport hat in Tschechien mit Unterstützung von OgilvyOne Prag die Kampagne „Run the logo“ durchgeführt, um Läufer in seine Geschäfte zu locken. Dabei hatten die Sportler zunächst die Aufgabe, ihre Joggingroute so zu wählen, dass auf einer Karte das Intersport-Logo sichtbar wurde. Diesen Lauf, getrackt mit einer Running-App nach Wahl, mussten sie dann bei Facebook mit dem Hashtag #bezimproslavu posten. Für jeden auf dieser Strecke gelaufenen Kilometer erhielt der Läufer ein Prozent Rabatt auf seinen nächsten Einkauf bei Intersport.



Kino im Lieferwagen



In einer Kampagne für den Film „Aus unerfindlichen Gründen“, das Debüt des ungarischen Regisseurs Gábor Reisz, hat sich die Produktionsfirma Proton Cinema mit der Werbeagentur Y&R Budapest zusammengetan und Kino in einem Lieferwagen angeboten. Vor dem Hintergrund, dass die Ungarn nur noch selten ins Kino gehen, um sich lokale Produktionen anzusehen, sollte das Kino im Rahmen der Kampagne direkt zu den Zuschauern gebracht werden. Hierfür wurde ein Transporter umfunktioniert und mit acht Kinossesseln und einer Leinwand ausgestattet. Der Van konnte online gebucht werden und stand daraufhin unweit des Zuhauses der Kinobesucher zur Verfügung.

Kampagne zwingt Wartende zur Bewegung



Der Sportartikelhersteller Reebok hat in Südkorea im Rahmen einer Marketingaktion wartende Passanten an einer U-Bahn-Haltestelle unvermittelt in einem Spiel gegeneinander antreten lassen. Durch Bewegung sollten sie so ihrer alltäglichen Routine entfliehen. Zwei der Personen, die sitzend auf den nächsten Zug warteten, erschienen plötzlich auf den im U-Bahnhof installierten Bildschirmen und wurden zu einem Spiel aufgefordert. Um den Punktestand zu ihren Gunsten zu verändern und ein Paar „ZPump Fusion“ zu gewinnen, mussten sie abwechselnd mit den Händen auf die aufleuchtenden Buttons an den Bildschirmen drücken.

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

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 (bei Nürnberg)

18. Juni, Modul 4, **Finanzierung im Stadtmarketing**, Stein (bei Nürnberg)

19. Juni, Modul 10, **Partizipation und Moderation**, Stein (bei Nürnberg)

20. Juni, Modul 11, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Stein (bei Nürnberg)

23. – 26. Juni, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und Qualifikation zum Veranstaltungsleiter bcsd**, Peine

03. Juli, Modul 3, **Verkehr, Parken, Erreichbarkeit in Städten**, Stein (bei Nürnberg)

04. Juli, Modul 15, **Integration und Willkommenskultur**, Stein (bei Nürnberg)

09. Juli, Modul 17, **Recht Kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

10. Juli, Modul 18, **Recht in Form – oder die kleine Vertrags- und Satzungswerkstatt für Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

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

Terminkalender

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

11. Mai 2015, **Internationale Zukunftskonferenz – Zurück in die Zukunft?! Kurorte und Heilbäder am Scheideweg – Neue Perspektiven für die Heilbäder und Kurorte in Deutschland am Beispiel Südwestfalen**, ARGE Netzwerk Zukunft: Kurorte – neu profiliert, Düsseldorf

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

20./21. Mai, **10. Bielefelder Stadtentwicklungstage**, BGW mbH, Bielefeld

21. Mai, **Vernetzt Verkaufen – Überlebensstrategien des Facheinzelhandels im Online-Zeitalter**, Sparkassenverband Baden-Württemberg, Handelsverband Baden-Württemberg e.V., Stuttgart

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

04. Juni, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Niedersachsen-Bremen**, Osnabrück

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

12. Juni, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Baden-Württemberg**, Mühlacker

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

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

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.