

Newsletter 04-2016

Deutscher Stadtmarketingtag 2016



Anlässlich des 20-jährigen Jubiläums der bcsd fand der Deutsche Stadtmarketingtag 2016 mit über 270 Teilnehmern im Ludwig Erhard Haus in Berlin statt. Leitfragen der Tagung unter dem Titel „Same Same but Different – Herkunft und Zukunft des Stadtmarketings“ war der Einfluss der Zukunftsthemen digitale

Transformation, neue Kommunikationswege, demografischer Wandel und Migration auf die Städte. Bereits die Eröffnung des Bundesvorsitzenden der bcsd, Michael Gerber und die gesprochenen Grußworte der Parlamentarischen Staatssekretärin des Bundesministers für Wirtschaft und Energie, Brigitte Zypries, des Präsidenten des Deutschen Städte- und Gemeindebundes, Bürgermeister Roland Schäfer, des Leiters der Unterabteilung Grundsatzangelegenheiten und planungsrelevante Rechtssetzung im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Dr. Ulrich Hatzfeld, des Hauptgeschäftsführers des Handelsverbands Deutschland (HDE), Stefan Genth sowie von Melanie Bähr, stellvertretende Hauptgeschäftsführerin der IHK Berlin, wiesen Ideen und Ansätze zu den inhaltlichen Fragestellungen aus. Anschließend gaben Experten aus Wissenschaft und Praxis den anwesenden Stadtmarketing-Verantwortlichen Tipps und Anregungen, um sich auf die kommenden Veränderungen und Anforderungen einzustellen. Zudem berichteten Wegbereiter und Wegbegleiter der bcsd von ihren Erfahrungen aus den Gründungsjahren und übersetzten diese auf die aktuellen Herausforderungen im Stadtmarketing.



Auch der Austausch unter Kollegen durfte wie immer nicht zu kurz kommen – in den Pausen, auf den Exkursionen und beim feierlichen Abendempfang im 37. Stockwerk des Park Inn Hotels wurden angeregte Gespräche über die Situation des Stadtmarketings in den jeweiligen Städten geführt.

Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag

Seite 4

Mitgliederversammlung 2016

3. Stadtmarketingforum Ost

Seite 5

Sonderausgabe Public Marketing

Seite 6

Positionspapier Stadtmarketing und Geschichte

Wettbewerb Digitale Innenstadt

Seite 7

Merklblatt Public Viewing

Förderung der Zukunftsstadt

KfW Gründerchampions

Seite 8

bcsd-Jobbörse

Seite 9

Fördermitglieder

Seite 10

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 11

Kieler Sprottenkarte

Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Seite 12

Kommunale Statistiken

Tourismus der Zukunft

Seite 13

Der Trend der Zukunft

Seite 14

Termine des Weiterbildungsangebotes ICR

Terminkalender

ANZEIGE



innenstadt 3.0
powered by SirfalCom

Die ganze Stadt in einer App

- ✓ Individuelles Design
- ✓ Personalisierbare Features
- ✓ Schnittstellen zur Stadtwebsite
- ✓ Einfache Datenpflege

Jetzt starten!

www.Innenstadt30.de

www.innenstadt30.de



Obwohl die Städte zueinander im Wettbewerb stehen, hilft man sich im Stadtmarketing gerne gegenseitig weiter und der informelle Kontakt ist eine wichtige Säule der Veranstaltung. Auf den Exkursionen konnten die Besucher spannende Aspekte des Marketings und der Stadtentwicklung Berlins kennenlernen – am Tempelhofer Feld, in der City West, am Osthafen- / Mediaspree-Areal sowie bei einer Tour durch das „nachbarschaftliche“ Kreuzberg.

Wir bedanken uns bei allen unseren Teilnehmern, die dazu beigetragen haben, dass die Veranstaltung ein voller Erfolg wurde. Außerdem danken wir der IHK Berlin für die Bereitstellung der hervorragenden Tagungsräumlichkeiten im Ludwig Erhard Haus, unseren Fachausstellern, die den Deutschen Stadtmarketingtag mit ihrem reichhaltigen Informationsangebot weiter aufgewertet

haben, den Exkursionsleitern, die uns Berliner Stadtentwicklung näher gebracht haben, **Reservix** für die Abwicklung des Teilnehmermanagements, **Flower and Shower** für die wunderbaren Blumengestecke und -sträuße, **BooQi** für die sehr gut angenommenen kompakt dargestellten Mitgliedsvorteile der bcsd, unseren Medienpartnern **Public Marketing** und dem kommunalen Magazin **der gemeinderat**, **MK Illumination** und der **Messe Frankfurt / christmasworld**



für das Tagungssponsoring und MK Illumination für die beeindruckende „Geburtstags-Torte“. Nicht zuletzt möchten wir auch unseren Referenten und der Moderatorin Anne Legat danken, die kompetent, sympathisch und souverän durch die Tagung geführt hat.

Wir freuen uns bereits jetzt auf die nächste Tagung, die Deutsche Stadtmarketingbörse 2016, die vom 25. bis 27. September in Krefeld stattfinden wird. Inhaltlich wird es dann um die Begeisterung und Einbindung verschiedener Gruppen gehen: „Stadtmarketing als Fan-Projekt – Stakeholder zu Followern machen“. Dazu wird in Kürze ein Call for Papers veröffentlicht.

Fotos: Peter Wieler

ANZEIGE

Event-Band DEEJAY PLUS begeistert beim Deutschen Stadtmarketingtag 2016 in Berlin

Die in Hamburg ansässigen Musiker begeisterten das Berliner Publikum am 25. April vor allem mit ihrer einzigartigen Kombination aus DJ und Livemusikern. Bei einem atemberaubenden Blick über die Hauptstadt aus dem Panorama37 feierte die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. ihr 20-jähriges Jubiläum gemeinsam mit ihren Gästen. Für helle Begeisterung und ausgelassene Stimmung sorgten dabei DJ Florian, Sängerin Christin und Saxophonist Hubert. „Die Location war wirklich etwas Besonderes und die Stimmung war der Knaller“, berichtet Christin.



DEEJAY PLUS macht vor allem ihr einzigartiges Konzept aus. Durch die flexible Kombination von DJ mit Gesang und Instrumentalisten eröffnen sich nahezu alle Türen. So braucht das Projekt wenig Bühnenkapazität, ist stilistisch ungebunden und reißt die Zuschauer regelmäßig durch atemberaubende Livemusik von den Stühlen. DEEJAY PLUS ist Teil der Wuppertaler Künstleragentur music4friends, die außerdem noch weitere spannende Acts zu besonderen Konditionen bei öffentlichen Veranstaltungen anbietet. (Fotos: Peter Wieler)

Booking & Kontakt:

music4friends | entertainment gmbh

tel: 0202.7583890

info@music4friends.de

www.music4friends.de

www.music4friends.de

Mitgliederversammlung 2016: Neues aus dem Verband



Turnusgemäß fand im Vorfeld des Deutschen Stadtmarketingtages die Mitgliederversammlung der bcsd statt, auf der Geschäftsführer Jürgen Block in seinem Bericht über das vergangene Jahr auf eine hervorragende inhaltliche und finanzielle Entwicklung zurückblicken konnte. So konnte beispielsweise die Mitgliederzahl auf 352 erhöht werden, der Wirtschaftsplan wurde im positiven Sinne deutlich übertroffen, spannende Veranstaltungen wie beispielsweise History Sells konnten realisiert und die

Lobbyarbeit noch weiter intensiviert werden. Im Ausblick für das kommende Jahr wurden insbesondere das geplante Handbuch Stadtmarketing, die Deutsche Stadtmarketingbörse vom 25. – 27. September in Krefeld sowie der Parlamentarische Abend am 21. November in Berlin hervorgehoben. Auch die Landessprecher konnten durchweg über positive Entwicklungen aus ihren Landesverbänden berichten.

Auf den anschließenden Vorstandswahlen wurden zwei neue Vorstandsmitglieder gewählt: Ulrich Cloos, Leiter des Fachbereichs Marketing und Stadtentwicklung der Stadt Krefeld sowie Mario Schiefelbein, Geschäftsführer der Bochum Marketing GmbH komplettieren das Gremium, in dem Michael Gerber (Bremerhaven), Bernadette Spinnen (Münster), Norbert Käthler (Karlsruhe), Gerold Leppa (Braunschweig) und Georg Bandarau (Magdeburg) durch die Wahl erneut bestätigt wurden. Stefan Nöthen (Hamburg) und Tanja Ulmer (Reutlingen), die sich mit großem Bedauern aus persönlichen Gründen nicht mehr zur Wahl stellten, wurden von ihren Kollegen mit Dank und den besten Wünschen verabschiedet. Als 1. Kassenprüfer wurde Wolfgang Kirchner in seinem Amt bestätigt. Wir danken allen Gewählten und Ausgeschiedenen für ihr großes (ehrenamtliches) Engagement und freuen uns auf eine (weiterhin) gute Zusammenarbeit.

Foto: Peter Wieler

3. Stadtmarketingforum Ost in Magdeburg war voller Erfolg!

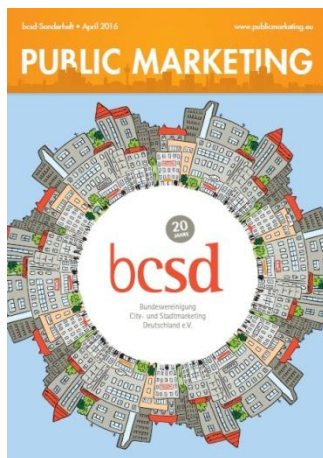
Unter dem Titel „Visionen für attraktive Stadtzentren“ trafen sich am 08. März über 150 Experten aus Stadtmarketing, Wissenschaft und Wirtschaft im Tagungszentrum der IHK in Magdeburg zum 3. Stadtmarketingforum Ost. Die Veranstaltung wurde von der IHK Sachsen-Anhalt sowie der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. ausgerichtet.

Themenschwerpunkte waren die Auswirkung der Digitalisierung auf (Innen-)Städte, demographische Veränderungen und die Implikationen dieser beiden Faktoren auf das Verbraucherverhalten. Das ansprechende und interessante Vortragsprogramm bot eine gelungene Mischung aus wissenschaftlicher Expertise und Praxisbeispielen. Insbesondere bei den praktischen Vorträgen wurde nicht nur Wert auf Best-Practice-Beispiele gelegt – die Referenten berichteten auch von gescheiterten Projekten und scheuten sich nicht, Misserfolge oder Unsicherheiten mutig anzusprechen. Dies verdeutlichte die aktuellen und zukünftigen

Herausforderungen bei der Schaffung attraktiver Stadtzentren für die unterschiedlichsten Nutzergruppen. Die Teilnehmer konnten sich jedoch nicht nur über die Vorträge informieren, eine Fachausstellung und viele anregende Gespräche in den Pausen rundeten die Veranstaltung ab.

Hier finden Sie eine kurze Tagungsdokumentation.

Sonderausgabe Public Marketing



Die Fachzeitschrift Public Marketing enthält in der aktuellen April-Ausgabe mit dem Titel „Trendthemen im Standortmarketing“ eine umfangreiche Sonderbeilage anlässlich des 20-jährigen Jubiläums der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland. Die Sonderbeilage, die Public Marketing und bcsd gemeinsam verantworten, beschäftigt sich mit der Herkunft und Zukunft des Stadtmarketings.

Durch die Augen unserer drei bisherigen Bundesvorsitzenden Dr. Florian Birk, Gerold Leppa und Michael Gerber schauen wir auf die Entwicklung unseres Verbands zurück. Wir blicken mit den Experten Prof. Klaus Bade, Prof. Klaus Selle, Prof. Peter Weibel und Prof. Sebastian Zenker auf einige der zukünftigen Herausforderungen für

Städte und Stadtmarketing und hören vom Vordenker der ersten Stunde, Prof. Heribert Meffert, wie sich das Stadtmarketing weiterentwickeln sollte. Auch wenn viele am Gelingen mitarbeiten - lebendig und stark wird ein Verband erst durch seine Mitglieder. Drei dieser Mitglieder stellen sich stellvertretend für die aktuell 352 Mitgliedsorganisationen in dem Heft vor.

Besonders freuen wir uns über die Unterstützung befreundeter Institutionen und Verbände, sowie des Bundesministeriums für Umwelt, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), die sich in den Grußworten zu Beginn der Sonderbeilage zeigt. Die Grußworte des BMUB, des Deutschen Städtetages, des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) und der Kulturpolitischen Gesellschaft zeigen, genau wie die Grußworte auf dem Deutschen Stadtmarketingtag, dass Stadtmarketing heute von zahlreichen Institutionen, Verbänden und Ministerien als wichtiger Partner anerkannt und geschätzt wird.

Die Sonderbeilage liegt der aktuellen Ausgabe der Fachzeitschrift Public Marketing bei, die Sie **hier** bestellen können. Mitglieder der bcsd erhalten einen Rabatt von 20% bei Abschluss eines Abonnements. Die Sonderbeilage können Sie **hier** online ansehen.

Wir bedanken uns bei allen Autoren herzlich für ihr freundschaftliches Mitwirken und die großzügige Teilung ihres Wissens und wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und ein schönes Jubiläumsjahr!

Positionspapier: Zukunft braucht Geschichte - Stadtmarketing und Geschichte

Dass Städte im Wettbewerb zueinander stehen ist nicht neu und doch gibt es gleichzeitig einen Trend zur Uniformität in deutschen (Innen-)Städten. Für das Stadtmarketing ist die Suche nach „Alleinstellungsmerkmalen“, welche die eigene Stadt von anderen Städten unterscheiden helfen, also essentiell. Aus diesem Grund hat sich die bcsd dem Thema Stadtgeschichte in einem eigenen Positionspapier „Zukunft braucht Geschichte – Stadtmarketing und Geschichte“ gewidmet.



Die Historie einer Stadt, die Geschichten und Episoden, besondere Ereignisse und getroffene Entscheidungen prägen in ihrer zwangsläufig selektiven Überlieferung die Wahrnehmung der Stadt nach außen und innen und wirken damit auch auf die gegenwärtige Stadtgesellschaft. Die Stadtgeschichte ist deshalb eine wichtige Quelle für die Suche nach spezifischen Besonderheiten und gleichzeitig Abbild des Charakters einer Stadt. Aus diesem Bewusstsein heraus lassen sich im Zusammenspiel mit aktuellen Trends eigenständige Zukunftsperspektiven für die Städte entwickeln.

Welche Punkte bei der Auseinandersetzung mit und der Kommunikation der eigenen Stadtgeschichte beachtenswert sind und welche Partner in diesen Prozess mit einbezogen werden können und sollen, damit beschäftigt sich das kürzlich erschienene Positionspapier „Zukunft braucht Geschichte - Stadtmarketing und Geschichte“ der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., welches ab sofort **hier** zur Verfügung steht.

Wettbewerb die digitale Innenstadt

Der Handelsverband Deutschland (HDE) e.V. und ebay haben gemeinsam den Wettbewerb „Die digitale Innenstadt“ ausgerufen. Der Wettbewerb fußt auf den Erkenntnissen aus dem Modell „Mönchengladbach bei ebay“. Der Wettbewerb richtet sich an Städte, in denen Verwaltung und Handel an einem gemeinsamen Strang ziehen möchten, um den Standort durch eine Digitalisierungsstrategie zu stärken. Die Bewerbung muss daher von: 1. lokalen Handelsunternehmen, 2. dem Einzelhandelsverband und/oder Stadtmarketing- bzw. Werbegemeinschaft und/oder Industrie- und Handelskammer und 3. der öffentlichen Hand (z.B. vertreten durch die Wirtschaftsförderung) gemeinsam erfolgen. Zur Bewerbung sind Städte, Stadtteile, Innenstädte oder Einkaufsstraßen zugelassen, sofern sie eine ausreichende Zahl von Händlern bündeln. Die drei benannten Gruppen geben eine gemeinsame Bewerbung ab, in der sie darlegen, wie die Digitalisierungsstrategie ihrer Stadt aussieht und wie der lokale Handel den Marktplatz eBay nutzen will, um ein zukunftsgerichtetes Multi-Channel-Angebot für die Bürgerinnen und Bürger aufzubauen. Dabei soll vor allem dargestellt werden, wie die beteiligten Akteure im Falle einer erfolgreichen Bewerbung das Projekt „Die digitale Innenstadt“ umsetzen wollen. Mehr Informationen finden Sie **hier**.



BVMV – Merkblatt zum Public Viewing bei der Europameisterschaft

Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV), der die bcsd als Mitglied angehört, hat ein Merkblatt zu Public Viewings bei der anstehenden Fußball-Europameisterschaft in Frankreich herausgegeben. Unter anderem werden dort die Tarife und Besonderheiten im Umgang mit der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) vorgestellt, aber auch die Konditionen der Vereinigung Europäischer Fußballverbände (UEFA) sowie die Sperrzeiten für die Außengastronomie. Das Merkblatt finden Sie **hier**.

Förderung zur Zukunftsstadt

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung hat Richtlinien zur Förderung von Vorhaben für die Umsetzung der Leitinitiative Zukunftsstadt veröffentlicht. Themen sind dabei Klimaresilienz durch Handeln in Stadt und Region, urbane Gemeinschaft und Integration: Sozio-kulturelle Qualität in der Stadt stärken, sozial-ökologische Ungleichheit abbauen, energieeffiziente Stadt und Quartiere (6. Energieforschungsprogramm) sowie urbane Mobilität. Mit der Bekanntmachung werden interdisziplinäre Forschungsansätze gesucht, um Systeminnovationen, die ein Gesamtkonzept der nachhaltigen Stadt ermöglichen, zu finden. Die geförderten Projekte sollen dabei nicht nur Konzepte entwickeln, sondern möglichst auch praktisch erproben. Die Bekanntmachung finden Sie **hier**.

KfW-Gründerchampions gesucht

Der Gründerwettbewerb der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) geht in eine neue Runde. Bewerben können sich Unternehmen, die jünger als fünf Jahre sind bzw. durch eine Unternehmensnachfolge einen neuen Inhaber aufweisen. Dabei fließen vor allem die Geschäftsidee sowie die Art der Umsetzung bzw. die Arbeitsweise in die Bewertung ein. Die "KfW GründerChampions" werden von einer erfahrenen Jury aus Vertretern der KfW Bankengruppe, Politik, Wirtschaft, Landesförderinstituten und Industrie- und Handelskammer ausgewählt. Zudem wird ein Publikumspreis vergeben. Maßgeblich für die Auszeichnung sind auch die Schaffung und der Erhalt von Arbeits- bzw. Ausbildungsplätzen sowie soziale Verantwortung und gesellschaftliches Handeln. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Eine beliebte Option der Finanzierung bei Start Ups ist das Crowdfunding, die „Schwarm-Finanzierung“. Dieser noch relativ neuen Art der Finanzierung widmet das Magazin „Die neue Gründerzeit“ seine neueste Ausgabe, welche Sie **hier** finden.

Jobbörse

Mitarbeiter/-in Stadtmarketing für die WTM GmbH in Waiblingen



Die WTM GmbH koordiniert die Wirtschaftsförderungs-, Stadt- und Tourismusmarketingaktivitäten der Großen Kreisstadt Waiblingen (53.000 Ew.). Die Gesellschaft sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n Mitarbeiter/in für den Geschäftsbereich Stadtmarketing in Vollzeit (100%). Neben der Initiierung, Organisation und Umsetzung von Stadtmarketingprojekten und Veranstaltungsformaten gehören die Koordination und Betreuung von Arbeitskreisen, das Kontaktmanagement zu relevanten Interessensgruppen, Datenerhebungen / Marktforschung sowie die Betreuung des Auftritts der Gesellschaft im Internet und in den sozialen Medien zu den Aufgaben des bzw. der zukünftigen Stelleninhabers/-inhaberin. Bewerbungsschluss ist der 20.05.2016. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fachkraft für Stadt- und Tourismusmarketing bei der Hansestadt Buxtehude

Im Bereich Tourismus kümmern Sie sich insbesondere um die strategische Entwicklung des Marketings sowie die klassische Werbung und Öffentlichkeitsarbeit im Printbereich wie auch digital - die Betreuung und Pflege der städtischen Website in diesem Bereich ist eingeschlossen. Hinzu kommen Messeauftritte und andere öffentliche Präsentationen.

HANSESTADT
BUXTEHUDE



Im Bereich Stadtmarketing sind Sie Koordinator/-in für Bürgerbeteiligungsprojekte sowie zuständig für die Durchführung von Marketingmaßnahmen und -veranstaltungen. Im Rahmen des Stadtmarketings leisten Sie zudem Gremienarbeit, bereiten diese vor und nach. Bewerbungsfrist ist der 30.05.2016. Die Stellenausschreibung finden sie **hier** auf der bcsd-Homepage.

Citymanager/-in bei der Großen Kreisstadt Ettlingen



Zu den Aufgaben der 50%-Teilzeitstelle gehören unter anderem die Initiierung, Ausarbeitung und Umsetzung von neuen gemeinsam getragenen Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität in der Stadt Ettlingen. In Zusammenarbeit mit den relevanten Akteuren sollen Ideen, Konzepte und Aktivitäten zur Steigerung der Besucherfrequenz und Kundenbindung für Einzelhandel, Hotellerie, Gastronomie, Handwerk und Dienstleistung im Wirtschaftsstandort Ettlingen erarbeitet und umgesetzt werden. Zudem gehören die Entwicklung und Mitwirkung bei der Umsetzung der Öffentlichkeits- und Repräsentationsaufgaben, Netzwerkpflege des Standortes Ettlingen mit Werbegemeinschaft und Gewerbeverein sowie die Initiierung und Planungsleitung der Verkaufsoffenen Sonntage bzw. der

langen Einkaufsnächte (jeweils zwei Veranstaltungen im Jahr) zum Aufgabenbereich. Bewerbungen können bis zum 20.05.2016 eingereicht werden. **Hier** finden Sie die komplette Ausschreibung.

Sachbearbeiter/-in Veranstaltungen und Märkte für den Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg


Sie sind als "Veranstaltungsreferent/in" für die Organisation und Durchführung von städtischen Open-Air-Veranstaltungen oder auch den Wochenmarkt zuständig. Dies beinhaltet sowohl die Gesamtorganisation von



kleineren Veranstaltungen als auch eine Mitwirkung bei großen Veranstaltungen. Außerdem fungieren Sie als zentrale/r Ansprechpartner/in für Veranstaltungen Dritter, insbesondere z.B. für Vereine oder Verbände, Kirchen oder Firmen. Hierbei geben Sie wesentliche Informationen rund um die Voraussetzungen für Veranstaltungen und koordinieren das Genehmigungsverfahren innerhalb der Stadtverwaltung. Den Bereichen Tourismus und Stadtmarketing arbeiten Sie bei der Vermarktung zu, unterstützen die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und pflegen die Veranstaltungstermine auf der Homepage ein. Sie vermieten die hierfür vorgesehenen Flächen und Plätze an Dritte und führen auch die Übergabe durch. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** hinterlegt.

Fördermitglieder der bcsd

e5.anderswerken GmbH

 Die e5.anderswerken GmbH transferiert Trends und Werte in zukunftsfähige Konzepte für Stadt und Handel. Das Unternehmen steht für konsequentes Hinterfragen und für neues Denken in der Stadt- und Innenstadtentwicklung. Es positioniert Städte als Marke, initiiert pragmatische Beteiligungsprozesse und realisiert Zukunftslösungen für Stadt, Innenstadt, Handel und Kultur. Als Trendexperten für Gesellschaft, Konsum und Handel unterstützt die e5.anderswerken GmbH zudem den Einzelhandel bei der grundlegenden Neuausrichtung: Zukunftsorientierte Geschäfts- und Ladenkonzepte, Integration von Stationär und Online sowie das Zusammenspiel von Einzelhandel und Innenstadt stehen im Mittelpunkt der Projekte. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

Stadtmarketing Norden



Die Stadt Norden ist eine der ältesten Städte Ostfrieslands, ihre erste urkundliche Erwähnung fand im Jahr 1255 statt. Nicht nur die Nähe zum UNESCO-Weltnaturerbe

Wattenmeer, sondern auch die ostfriesische Kultur machen Norden zu einem interessanten Wohnort und Reiseziel. Das Stadtmarketing, angegliedert beim Fachdienst Wirtschaftsförderung, besteht seit nunmehr 10 Jahren und widmet sich seitdem der Aufgabe, die Stadt für Einheimische und Besucher stetig attraktiver zu machen. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren ist es gelungen, ein abwechslungsreiches Angebot im Bereich Einzelhandel zu schaffen und die Stadt als Anziehungspunkt für Einkaufslustige an der ostfriesischen Nordseeküste zu etablieren. Das Stadtmarketing ist Organisator eigener Veranstaltungen wie z.B. des Stadtfestes, unterstützt aber auch externe Veranstalter. Aktuell liegt der Schwerpunkt des Stadtmarketings auf der Erstellung und Integration eines neuen Stadtmarketingkonzepts.

Weitere Infos finden Sie **hier**.

Stadtmarketing Neustadt in Holstein

Das Neustädter Stadtmarketing wird seit 1999 gemeinsam von Stadt und Gewerbeverein vorangetrieben. Mittlerweile ist das Stadtmarketing eine Abteilung des Eigenbetriebs Tourismus-Service und ist mit einer Ganztagesstelle ausgestattet. Unterstützt wird das Stadtmarketing darüber hinaus vom Gewerbeverein der Stadt



Neustadt in Holstein und weiteren ehrenamtlichen Akteuren. Beispiele für die Arbeit sind die Projekte: „Beleuchtung der Hafenbrücke“, „Umgestaltung der Brückstraße“ und das Projekt „Wochenmarkt“. Auch wurden viele Veranstaltungen ins Leben gerufen und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit durch das Stadtmarketing übernommen. Nun wird das Stadtmarketing in Neustadt in Holstein quasi volljährig und es ist der richtige Zeitpunkt gekommen, um sich neu zu fokussieren, auszurichten und zu positionieren.

Neustadt in Holstein – meine hafenheimat

Im Frühjahr startete die neue Stadtmarketingkampagne „Frische Brise für das Stadtmarketing“. In einem ersten Schritt wurde eine Wort-Bild-Marke „hafenheimat“ erarbeitet. Nun steht als nächster Schritt an, die Markenentwicklung gemeinsam mit den Einheimischen und Anspruchsgruppen umzusetzen. Die „hafenheimat“ wird dabei zum Leitmotiv der Stadtmarketingaktivitäten, die sich zukünftig auf die drei Bereiche Lebensqualität, Stadtleben und den Freizeitfaktor konzentrieren. Im Fokus steht: Es sollen Heimat- und Hafenangebote und -orte geschaffen werden, die ein Gefühl für Hafen und Heimat vermitteln und lebendig halten. Alle Informationen auch unter: **www.neustadt-holstein.de**.

entra Regionalentwicklung GmbH



Die entra Regionalentwicklung GmbH ist seit 14 Jahren als Beratungsunternehmen in den Geschäftsfeldern „Regionalmanagement“, „Stadt- und Dorfentwicklung“, „Kommunalberatung“, „**Citymanagement, Standortmarketing und Wirtschaftsförderung**“ sowie „Tourismusberatung“ tätig und beschäftigt derzeit am Stammsitz in Winnweiler/Pfalz zehn feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und eine freiberufliche Beraterin. entra begleitet mit fachkompetenter Beratung, professioneller Moderation, passgenauer Strategiefindung und praxisorientierten Konzepten – immer mit dem Blick auf den nachhaltigen Erfolg. Im Unternehmensbereich „Citymanagement, Standortmarketing und Wirtschaftsförderung“ beraten wir Kommunen und Regionen im Wettbewerb um Fachkräfte, Einwohner, Touristen und Unternehmen. Wir entwickeln gemeinsam Visionen, Strategien und Projekte zur Erhöhung der Standortattraktivität und dessen Vermarktung. Wir begleiten unsere Kunden auch gerne bei der praktischen Umsetzung und schaffen die dafür notwendigen Organisations- und Finanzstrukturen, wobei wir gezielt Förderprogramme empfehlen, die die Vorhaben entsprechend unterstützen können. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Kieler Sprottenkarte

Mit der Sprottenkarte hat der Kiel Marketing e.V. ein neues Kundenbindungsinstrument eingeführt. Kunden erhalten pro Euro Einkaufswert eine „Sprotte“, also einen Punkt. Die Sprotten können in jedem teilnehmenden Geschäft eingelöst werden. Dazu benötigt der Händler lediglich ein Tablet und der Kunde eine Bonuskarte mit QR-Code, der nach dem Einkauf gescannt wird. So ist Punktesammeln auch anonym möglich. Mehr Funktionen sind jedoch in der dazugehörigen App „Point4More“ inbegriffen. Das Marketing erfolgt über eine Umlage aller beteiligten Unternehmen, die zudem über das System füreinander werben. Die Markteinführung erfolgte mit dem verkaufsoffenen Sonntag am 07. März. **Hier** erfahren Sie mehr.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis – jetzt bewerben



Der Wettbewerb läuft vom 25. April bis zum 17. Juni 2016 und erhebt über einen Online-Fragebogen das Nachhaltigkeitsprofil aller Bewerber. Gesucht werden Kommunen in drei Größenklassen (groß, mittel und klein), die im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Möglichkeiten eine umfassende nachhaltige Stadtentwicklung betreiben und in den wichtigen Themenfeldern der Verwaltung erfolgreiche Nachhaltigkeitsprojekte realisiert haben. Bei der Vergabe werden auch finanzschwache Bewerber berücksichtigt, die trotz eingeschränkter Möglichkeiten nachhaltig agieren. Aufgrund der Entwicklungen in der Flüchtlingsproblematik wird in dem Fragebogen zudem ein Schwerpunkt auf entsprechende Herausforderungen und Lösungsansätze in den Kommunen gelegt.

Gegebenenfalls wird hierzu ein Sonderpreis verliehen. Die erfolgreichste Groß-, Mittel- und Kleinstadt beziehungsweise Gemeinde erhält von der Allianz Umweltstiftung jeweils 35.000 Euro für nachhaltige Projekte. Die Summe wird zweckgebunden für ein konkretes, neu konzipiertes Nachhaltigkeitsprojekt in der entsprechenden Stadt oder Gemeinde oder als Kapital des Preisträgers im Rahmen der Beantragung von Fördermitteln für ein Nachhaltigkeitsprojekt zur Verfügung gestellt. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Tipps zur Umsetzung von Nachhaltigkeit in Kommunen liefert das Handbuch „Kommunale Verwaltung nachhaltig gestalten – ein Ansatz zur Entwicklung einer kommunalen Nachhaltigkeitssteuerung“ der Leuphana Universität Lüneburg, das von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt gefördert wurde. Sie finden das Handbuch **hier** zum Download.

Neue kommunale Statistiken verfügbar



Die Datenbank INKAR (Indikatoren und Karten zur Raum- und Stadtentwicklung) ist um neue Funktionen ergänzt worden und kann nun auch Entwicklungen über die Zeit als Serien darstellen. Insgesamt werden nun 600 Kenngrößen zu 35 Themengebieten der Statistik mit räumlichem Bezug zur Verfügung gestellt. Zu den Themengebieten gehören unter anderem Arbeitslosigkeit, Altersstruktur, Beschäftigung, Verkehr sowie Prognosen beispielsweise zu Wohnungen, Bevölkerung und Erwerbstätigkeit.

Sie finden die Datenbank **hier**. Zur Bevölkerungsentwicklung der Gemeinden in Deutschland hat das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung eine Web-App entwickelt, die eine interaktive Übersicht über Schrumpfen und Wachstum vermittelt. Diese finden Sie **hier**.

Tourismus der Zukunft – Studie / Leitfaden / Blogs

Die Destination Marketing Association International hat die Studie Destination NEXT zu den globalen Trends im Destinationsmarketing erstellt und dabei drei Grundthesen zur Kommunikation, zum Markenerlebnis und zu Geschäftsmodellen formuliert. **Hier** besteht die Möglichkeit, die unter Beteiligung von 327 Destinationsmanagement Organisationen (DMO) aus 36 Ländern entstandene Studie herunterzuladen.



Zum großen Trendthema Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus hat auch der Deutsche Tourismusverband einen Leitfaden entwickelt, der die Anforderungen aufzeigt, Empfehlungen gibt und Umsetzungshilfen liefert. Dabei werden die drei Dimensionen Soziales, Ökonomie und Ökologie sowie zusätzlich das Management berücksichtigt. Den Leitfaden finden Sie **hier**.

Zum weiteren Tourismus-Trendthema Social Media ist mit „Find a Blogger“ eine Plattform an den Start gegangen, die DMO und Reise-/Tourismus-Blogger zusammenbringt. Dort präsentieren sich aktuell 75 Blogger. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

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 – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendexplorer. Nähere Informationen zum Trendexplorer finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: **schomburg@trendone.com**

Staatliche Chipkarte für den Einzelhandel

Das chinesische Ministerium für Wohnungswesen hat in 72 teilnehmenden Städten eine Chipkarte eingeführt, die Anwohnern Preisermäßigungen für den Nahverkehr bietet und dem Bezahlen bei lokalen Einzelhändlern dient. Bereits 750 Millionen dem System angeschlossene Karten wurden ausgestellt und sollen eine größere Vernetzung der teilnehmenden Städte bewirken. Mancherorts können die Nutzer mit der Karte nicht nur Waren und Dienstleistungen kaufen, sondern auch Leihfahrräder mieten und die U-Bahn nutzen. Die digitalen Standards wurden von einem staatlichen Komitee festgelegt.



Kostenloses Internet über Mülleimer



Das indische Start-up ThinkScream hat einen Mülleimer entwickelt, der gegen Benutzung kostenlosen WLAN-Zugang gewährt. Über eine LED-Anzeige fordert der Eimer dazu auf, ihn zu befüllen. Wirft ein Passant etwas hinein, erhalten alle Passanten in einem Umkreis von rund fünfzig Metern für 15 Minuten über einen WLAN-Hotspot die Möglichkeit, ohne Gebühr das Web zu nutzen. Der Mülleimer wurde testweise auf Musikfestivals eingesetzt. Einige Experten

schlagen vor, ihn in Indiens stark verschmutzten Großstädten wie Mumbai aufzustellen. Ein Eimer kostet etwa 1.500 US-Dollar.

Ultraschallsensoren helfen bei der Parkplatzsuche

Bosch hat Entwicklungen vorgestellt, die Autofahrer bei der Suche nach Parkplätzen unterstützen sollen. Im Rahmen des Projekts „Community-based Parking“ werden Autos mit Ultraschallsensoren ausgestattet und erkennen so im Vorbeifahren freie Parkplätze. Diese Information senden sie zurück an ein System, das die freien Parkplätze in Echtzeit in ein Navigationssystem einspeist. Des Weiteren setzt Bosch auf ein „aktives Parkraummanagement“, bei dem Bodensensoren durch



Magnetfeld- und Radardetektion freie Parkplätze erkennen und diese Information über Funk an einen Router kommunizieren sollen.

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

- 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)
- 25. Oktober, **Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung**, Stein (Nürnberg)
- 26. Oktober, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Stein (Nürnberg)
- 27. Oktober, **Tourismus und Willkommenskultur**, Stein (Nürnberg)
- 31. Oktober – 03. November, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und zum "Veranstaltungsleiter bcsd"**, Peine

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

Terminkalender

- 12. Mai, **10. Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH, Hanau
- 20. Mai, **Symposium Kreative Räume**, Netzwerk Innenstadt NRW, Münster
- 23. Mai, **Stadtkommunikation Methoden-Seminar: Gamification – Graphic Recording – Story Telling**, Berlin
- 02. Juni, **Fachmesse für öffentliche Raumgestaltung**, ExpoProof, Maastricht, Niederlande
- 06./07. Juni, **39. urbanicom-Studientagung**, 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
- 07. Juni, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Nordrhein-Westfalen**, Essen
- 07./08. Juni, **11. Bielefelder Stadtentwicklungstage**, Bielefelder Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft mbH, Bielefeld

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

08. Juni, **Dare to Share - How the Sharing Economy affects your City**, European Cities Marketing, Madeira, Portugal

10. Juni, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Baden-Württemberg**, Heilbronn

13./14. Juni, **Vom Parkdruck zu mehr Lebensqualität?! Neue Entwicklungen und Ansätze im Parkraummanagement**, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin

20. Juni, **Integration von Flüchtlingen - Welche Rolle spielen kommunale Portale?**, Bundesverband Deutscher Internetportale, Berlin

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.

Gender-Hinweis: Die männliche Form ist in dieser Veröffentlichung als inkludierend zu verstehen. Wir möchten darauf hinweisen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.