

Newsletter 05-2015

Save the date:

Deutsche Stadtmarketingbörse 2015 in Hildesheim 27. – 29. September 2015

Vom 27. bis 29. September wird die Deutsche Stadtmarketingbörse in Hildesheim stattfinden. Nach dem großen Erfolg im letzten Jahr wird das Konzept mit dem ersten, allgemeineren Tag und den parallelen Workshops aus der Praxis am zweiten Tag erhalten bleiben. Am zweiten Tag werden auf der Fachausstellung Dienstleister aus dem Stadtmarketing ihre Lösungen präsentieren. Thematisch wird sich im Herbst alles rund um Organisation, Finanzierung und Aufgaben des Stadt- und Citymarketings drehen. Getagt wird im Novotel Hildesheim, einem ehemaligen Kloster, mitten in der Stadt. Weitere Informationen folgen in Kürze.

Dialogplattform Einzelhandel – Termine für Workshops stehen fest



Mit der Dialogplattform Einzelhandel widmet sich das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) den großen Herausforderungen, vor denen der Handel aktuell steht. Dies sind Herausforderungen, die auch das Stadt- und Citymarketing direkt betreffen: Demographischer Wandel, Digitalisierung, verändertes

Verbraucherverhalten, Trading-Down-Tendenzen und zunehmende Probleme bei der wohnortnahen Versorgung. Die Dialogplattform sucht Antworten auf diese Herausforderungen, möchte für das Thema sensibilisieren und ist daher auch auf Ihre Mithilfe angewiesen. Die ersten Termine für die thematischen Workshops stehen bereits fest:

24.06.2015 Perspektiven für eine lebendige Stadt I (ist bereits ausgebucht)

17.09.2015 Perspektiven für Arbeit und Berufe I

15.10.2015 Perspektiven für eine lebendige Stadt II

25.11.2015 Digitalisierung und technologische Herausforderungen II

15.12.2015 Perspektiven für den ländlichen Raum I

Wir freuen uns, wenn sich möglichst viele von Ihnen am Prozess beteiligen. Auch die bcsd wird sich einbringen und die Interessen des Stadtmarketings vertreten. Für weitere Informationen finden Sie **hier** die Dokumentation der Auftaktveranstaltung.

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse

Dialogplattform Einzelhandel

Seite 2

Dienstleisterkatalog 2015

Stadtmarke des Jahres

History Sells?

Seite 3

Tag der Städtebauförderung

Wettbewerb Zukunftsstadt

Seite 4

Projektaufruf demographischer Wandel

City.people.light award 2015

Neues zum Place Branding

Seite 5

Jobbörse

Fördermitglieder

Seite 6

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Räume kreativ nutzen

Seite 7

Wochenmärkte

Jugendliche bauen Stadt der Zukunft im Internet

Seite 8

buy local im Schwarzwald

Innovationstag Handel Elmshorn

VEP Bremen ausgezeichnet

Seite 9

Schneewittchen in Lohr

Beacons in der Bahn

Karlsruher filmen Zukunftsstadt

Seite 10

Serie Stadtmarketing im Profil

Seite 11

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Weiterbildungsprogramm des ICR

Seite 13

Terminkalender

Dienstleisterkatalog wird neu aufgelegt – jetzt bewerben



Im Jahr 2013 erschien der Dienstleisterkatalog „Wer macht was?“ zum ersten Mal. Die Arbeitshilfe kam so gut an, dass mittlerweile alle 3.000 gedruckten Exemplare vergriffen sind. In Kombination mit einem positiven Feedback der Inserenten sowie der Nutzer aus dem Stadtmarketing hat sich die bcsd entschlossen den Katalog neu aufzulegen. Aktuell läuft die Ansprache möglicher Inserenten. Wir freuen uns, wenn Sie uns und Ihren Kollegen kompetente Dienstleister aus dem Stadt- und Citymarketing weiterempfehlen. Sollten Sie selbst Dienstleister sein, freuen wir uns über eine Kontaktaufnahme. Die Mediadaten finden Sie **hier**.

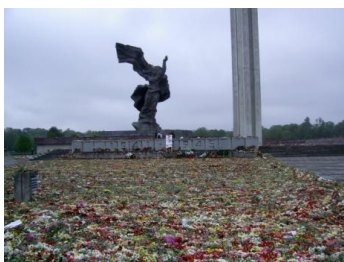
Kultur-Invest-Kongress und Kulturmarken-Award

Am 29. und 30. Oktober findet im Berliner Tagesspiegel mit dem KulturInvest-Kongress die diesjährige Ausgabe des wichtigsten Branchentreffs der Kulturmarketing- und Kultursponsoring-Szene statt. Die bcsd wird sich wie in den vergangenen Jahren wieder aktiv einbringen. Geschäftsführer Jürgen Block moderiert das Forum „Szenarien für die Zukunft des Stadtmarketings“ während die Erste Stellvertretende Vorsitzende der bcsd, Bernadette Spinnen, über die Symbiose von Kultur und Stadtmarketing referiert. Das Programm finden Sie **hier**.



Am Abend des KulturInvest-Kongresses findet der Kulturmarken-Award im TIPI am Kanzleramt statt. Hier kürt die bcsd als Kategoriepartner die Stadtmarke des Jahres. 2013 gewann die Ottostadt Magdeburg (im Bild). Im letzten Jahr konnte sich Bregenz, die Kultur- und Festspielstadt am Bodensee, diesen Titel sichern. Wir sind gespannt, wer sich in diesem Jahr vor der fachkundigen Jury durchsetzen kann. Bewerbungen sind ab sofort möglich. **Hier** finden Sie alle nötigen Informationen dazu.

History Sells?



Der Markt für Geschichte ist groß. Nicht selten werden historische Ereignisse (ob nun belegt oder nicht), Gebäude und Persönlichkeiten genutzt, um eine Stadt zu vermarkten, Geschichten zu erzählen und eine gemeinsame Identität zu schaffen. Dieses Vorgehen wird allerdings nicht immer unkritisch gesehen, schon alleine weil eine Verniedlichung und Verzerrung der Ereignisse droht. Die Aufbereitung von Katastrophen,

Verbrechen und Kriegen ist immer eine Gratwanderung zwischen Aufklärung, Kommerz und Respekt vor Opfern. Der zweitägige Kongress „History sells? – Geschichte und Marke(ting)“ wird das Verhältnis von Geschichte und Stadtmarketing beleuchten und gleichzeitig gelungene Beispiele präsentieren, wie historische Ereignisse und Orte erfolgreich genutzt und bewahrt werden. Die Tagung findet am 22. und 23.10.2015 im Rathaus des Westfälischen Friedens in Münster statt, das am 15. April in Brüssel mit dem Europäischen Kulturerbe-Siegel ausgezeichnet wurde. Mehr erfahren Sie **hier**.

Tag der Städtebauförderung feiert Premiere

Am 09. Mai wurde zum ersten Mal der bundesweite Tag der Städtebauförderung begangen. Über 570 Städte und Gemeinden beteiligten sich an den Aktionen, darunter auch zahlreiche Stadtmarketingorganisationen. In Zukunft soll der Tag der Städtebauförderung jährlich stattfinden und so den Bürgern die Leistungen der Städtebauförderungsprogramme, darunter das Förderprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren, näher bringen. Die Projekte finden Sie **hier**.



Wettbewerb Zukunftsstadt: 52 Städte ausgewählt

Eine Initiative des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung

Wissenschaftsjahr 2015

Zukunftsstadt

Im Rahmen des dreistufigen Wettbewerbs Zukunftsstadt 2030+ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) wurden aus 168 Bewerbungen 52 Städte ausgewählt. Diese entwickeln nun mit den Bürgern, Wirtschaft und Politik unter wissenschaftlicher Begleitung Visionen für die Zukunft, die Ende 2018 in Reallaboren erstmals umgesetzt werden sollen. Auch zahlreiche bcsd-Mitgliedsstädte wurden bei dem Wettbewerb ausgewählt. So sucht etwa Hildesheim gemeinsam mit den Bürgern nach innovativen, inklusiven Wohnformen, Finsterwalde startet einen Beteiligungs- und Aktivierungsprozess um eine Stadtvision 2030+ zu erarbeiten, Reutlingen lotet die Chancen und Risiken der Digitalisierung auf dem Weg zu SmARt Reutlingen 2030+ aus und Konstanz entwickelt ein neues, vernetztes, nachhaltiges Quartier unter Beteiligung der Bürger. Welche Städte sonst noch ausgewählt wurden und welche Projekte und Visionen dort erprobt werden sollen, sehen Sie **hier**.

Projektaufruf - Sicherung von Versorgung und Mobilität in ländlichen Räumen



Das Bundesministerium für Verkehr und Infrastruktur sowie das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung suchen für ein Modellvorhaben zur Sicherung von Mobilität und Versorgung in ländlichen Räumen Landkreise, die vom demographischen Wandel überdurchschnittlich stark betroffen sind. Am 11. Juni findet dazu ein Workshop in Berlin statt. Bewerbungen sind bis zum 18. September möglich. Mehr erfahren Sie [hier](#).

city.people.light award geht in neue Runde

Die Lighting Urban Community International (LUCI) Association vergibt in diesem Jahr zum dreizehnten Mal den city.people.light award. Dabei werden Projekte ausgezeichnet, die Mensch, Raum und Licht harmonisch in einem Beleuchtungskonzept berücksichtigen und somit die Beleuchtung an die Umgebung und den menschlichen Maßstab anpassen. Die Vorhaben dürfen nicht älter als zwei Jahre sein. Als Preisgeld winken 10.000 €. Mehr erfahren Sie [hier](#). Neben der Durchführung des Wettbewerbs und einer jährlichen Tagung gibt das LUCI-Netzwerk auch ein Magazin heraus, das sich in der aktuellen Ausgabe schwerpunktmäßig der Beleuchtung historischer Gebäude widmet, aber beispielsweise auch Licht-Events thematisiert. Dieses finden Sie [hier](#).



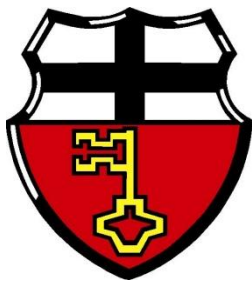
Neue Publikationen zum Place Branding

Dr. Sebastian Zenker, Juniorprofessor an der renommierten Copenhagen Business School hat gemeinsam mit Dr. Björn P. Jacobsen, Prokurist der Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH, eine englischsprachige Publikation zum Place Branding herausgegeben: Inter-Regional Place Branding. Best Practices, Challenges and Solutions. [Hier](#) können Sie das Inhaltsverzeichnis ansehen und finden auch eine Leseprobe. Beide Herausgeber kooperieren mit dem **European Place Marketing Institute** mit Sitz in Warschau, das ebenfalls eine Publikation zum Thema herausgegeben hat, in der sich zahlreiche Experteninterviews zum Thema finden, Best Practice Beispiele wie Hamburg, Brisbane, Kolumbien oder die Fehmarnbeltregion vorgestellt werden und eine Definition des Place Marketing formuliert wird. Diese finden Sie [hier](#). Die bcsd bietet gemeinsam mit Dr. Zenker zu diesem Thema regelmäßig das Seminar „Die Stadt / Region als Marke“ an. Der nächste Termin im Juni ist bereits ausgebucht. Das Seminar soll aber im Herbst erneut stattfinden. Interessierte finden [hier](#) mehr Informationen.

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.

Leiter/in der Tourist-Information, Linz am Rhein



Die Stadt Linz am Rhein sucht spätestens zum 1. Oktober 2015 eine/n Leiter/in der Tourist-Information. Als Leitung übernehmen Sie die Personalverwaltung für die Mitarbeiter, betreuen den Internet-Auftritt der Stadt und pflegen die Beziehungen zu den Partnerstädten. Sie fungieren aktiv als Schnittstelle von Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung und arbeiten auch mit Bürgerinitiativen aus dem Tourismus und der Stadtentwicklung zusammen. Außerdem zeichnen Sie sich für die Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusstrategie verantwortlich. Sämtliche Marketing- und

PR-Aktivitäten werden von Ihnen geplant, analysiert und umgesetzt, dazu zählt auch die Verantwortlichkeit für lokale Veranstaltungen zur Werbung von Touristen und die Präsenz der Destination auf Messen und Veranstaltungen. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Praktikant/in für die Geschäftsstelle der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Berlin

Die bcsd, der einzige bundesweit aktive Berufsverband im City- und Stadtmarketing, sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine Verstärkung für die Geschäftsstelle in

bcsd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

Berlin. Die bcsd stärkt die Entwicklung des Stadtmarketings, erkennt neue Fragestellungen, bietet Expertise und schafft Netzwerke für die Diskussion um die Stadt der Zukunft. Aktuell gehören der bcsd 323 Mitglieder an. Zu Ihren Aufgaben als Praktikant/in zählen organisatorische / administrative Tätigkeiten, Recherchearbeiten, das Verfassen von Texten, Projektarbeiten und die Betreuung der Homepage. Die volle Stellenausschreibung finden Sie [hier](#).

Fördermitglieder der bcsd



BVB-Verlagsgesellschaft mbH

Die BVB-Verlagsgesellschaft mbH ist ein führender Verlag im Bereich der Erstellung werbegetragener Publikationen für Städte, Gemeinden und Kreise sowie für sonstige regionale Einrichtungen. Zu dem Verlagsprogramm gehören Informationsbroschüren,

Magazine und Journale, Gesundheitspublikationen, kartographische Erzeugnisse und spezielle Internet-Präsentationen. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

media://BEAM Seit 1999 bietet mediaBEAM internetbasierte Kommunikationslösungen an, die von hunderttausenden Bürgern aus ganz Deutschland genutzt werden. Der Softwarehersteller und IT-Dienstleister ist Spezialist für Cloud-basierten Webmail und Storage.

Das Unternehmen hat eine 360-Grad-Kommunikationsplattform für Städte entwickelt, die Bürgerservice auf eine neue, digitale Ebene hebt. Stadtnetz ist ein ultralokales Online-Portal: Bürger vernetzen sich per Mausklick und werden zum „Mitmach-Bürger“: Vereine heften Bilder an die digitale Pinnwand, Unternehmen zeigen ihr Leistungsspektrum, die Verwaltung nimmt Dokumente entgegen. Stadtnetz-Nutzer identifizieren und verbinden sich mit Ihrer Stadt durch eine eigene lokale E-Mail-Adresse (z. B. **max.mustermann@musterstadt.net**) in einem erfolgreich erprobten Webmaildienst. Stadtnetz ist durch verschiedene Bausteine ausbaubar, selbstverständlich auch als App mobil und überall verfügbar.

Ein weiterer Vorteil: Alle Daten liegen im mediaBEAM-Rechenzentrum und unterliegen deutschen Sicherheits- und Datenschutzstandards. Auch Kommunen mit kleinem Budget können von Stadtnetz profitieren, da die Basic-Variante kostengünstig ist oder sogar durch ein für die Stadt kostenfreies Finanzierungsmodell betrieben werden kann. Mehr erfahren Sie **hier**.

Handbuch „Räume kreativ nutzen“

CREATIVE.NRW und die wirtschaftsförderung metropole ruhr (wmr) haben das Handbuch „Räume kreativ nutzen“ herausgebracht. Grundlage des Buches ist eine gemeinsam mit 12 Experten geführte Diskussion über die Rolle der Kreativität in der Gestaltung urbaner Räume und über Raum und Potentiale kreativwirtschaftlicher Nutzungsstrategien. Die Rolle, die der Kreativität bei der Gestaltung von Orten zukommt, wird durch sieben Beispiele aus der Praxis aus NRW und ganz Deutschland (Bochum, Dinslaken, Dortmund, Köln, Wuppertal, Berlin, Karlsruhe) verdeutlicht. Die Ergebnisse der Diskussionen und die Praxisbeispiele zeigen, so die Herausgeber, dass Stadtentwicklung nur funktioniert, wenn fachübergreifende Akteure einbezogen werden. Für die Entwicklung nachhaltiger Stadträume seien vor allem ein gutes Konzept und Kreativität wichtig. In dem Handbuch finden sich neben den Praxisbeispielen fünf Thesen für ein ganzheitliches Verständnis kreativer Stadtentwicklung. Die Herausgeber wollen sich mit ihrem Buch für einen offenen Dialog zur kreativen Stadtentwicklung einsetzen. Das Buch kann kostenlos (in limitierter Auflage) **hier** bestellt werden. Außerdem ist es **hier** als Download erhältlich.



Britische Studie zu Märkten



Märkte beleben die Stadt und sorgen für erhöhte Passantenfrequenzen. Soweit so simpel und so unwissenschaftlich. Das Institute of Place Management der Manchester Metropolitan University hat die sozialen, ökonomischen und politischen Effekte von Märkten untersucht und kann aufgrund dieser Untersuchung 25, mit wissenschaftlichen Quellen belegte Argumente für Märkte aufzählen. Darunter auch die gesteigerte Passantenfrequenz und die erhöhte Attraktivität für Touristen. Sie finden die Studie [hier](#). Derweil haben sich Anfang des Jahres Experten für öffentliche Märkte in Barcelona getroffen und sich dort auf eine Erklärung verpflichtet. Diese finden Sie [hier](#).

Ebenfalls aus Großbritannien stammt die Initiative „love your local market“, die 2012 vom Verband der britischen Marktbetreiber ins Leben gerufen wurde und die Stärkung der öffentlichen Wahrnehmung von Wochenmärkten und Markthallen sowie die Darstellung derer sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Rolle in der Stadt zum Ziel hat. In diesem Jahr beteiligen sich insgesamt 2.000 Märkte aus 16 Ländern an den Aktionswochen, die vom 15. bis 31. Mai stattfinden. In Deutschland trägt die Aktion den Namen „Erlebe deinen Markt“. Die Marktbetreiber wollen durch ihre Beteiligung vor allem den Markt als Treffpunkt und regionale Wirtschaftskraft kommunizieren. Verbraucher sollen mit der Aktion darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie mit einem Einkauf auf ihrem Wochenmarkt nachhaltig die lokale Wirtschaft unterstützen. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Jugendliche bauen die Stadt der Zukunft

Die Junge Akademie der Evangelischen Akademie Sachsen-Anhalt e.V. hat Jugendliche mit einem ungewöhnlichen Ansatz dazu animiert, sich über die Stadt der Zukunft Gedanken zu machen. In nach den Funktionsbereichen Arbeit, Wohnen, Bildung und Kultur getrennten Stadtteilen mussten die Jugendlichen im Spiel „Minecraft“ die faire Stadt der Zukunft bauen. Dazu wurden Szenarien wie Bevölkerungswachstum und Ressourcenknappheit vorgegeben. Minecraft erlaubt den Spielern ähnlich wie mit Lego-Bausteinen eine Stadt im virtuellen Raum zu erschaffen. Zudem konnten sich die Teams über Chatfunktionen miteinander vernetzen und über Lösungsansätze für die Stadt der Zukunft diskutieren. Die Ergebnisse finden Sie [hier](#). Einen Artikel aus dem Portal zum Wissenschaftsjahr Zukunftsstadt finden Sie [hier](#).

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg ist Förderpartner von buy local

Die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg mit Sitz in Villingen-Schwenningen ist seit Mitte April als erste IHK in Deutschland Förderpartner von buy local. Ziel der Partnerschaft ist es, den lokalen mittelständischen Einzelhandel zu unterstützen. In diesem Zuge wurde ein Business Lunch mit lokalen Händlern, Citymanagern und Wirtschaftsförderern veranstaltet um für die Thematik zu sensibilisieren. Michael Riethmüller, Buchhändler aus Ravensburg und Gründer von buy local stellte die Initiative vor und betonte, dass der lokale Einzelhandel nicht die Augen vor der Digitalisierung schließen kann und das Internet als Werbe- und Vertriebsplattform nutzen muss. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Innovationstag Handel in Elmshorn

Das Stadtmarketing Elmshorn widmet sich gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung der Stadt den Herausforderungen der Digitalisierung des Handels und veranstaltete zu diesem Thema den 1. Innovationstag Handel. Der Innovationstag richtete sich an Unternehmen und Akteure aus Elmshorn und der Region, die in den Bereichen Handel und Stadtentwicklung aktiv sind. Dr. Kai Hudetz vom Institut für Handelsforschung (IfH) in Köln führte in das Thema ein und stellt die Elmshorner Ergebnisse der Studie „Vitale Innenstädte“ vor. Im Anschluss diskutierten Experten über die Zukunft des Einzelhandels in Klein- und Mittelstädten und über die Auswirkungen der Digitalisierung. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Bremer Verkehrsentwicklungsplan für gute Bürgerbeteiligung ausgezeichnet



Der Bremer Verkehrsentwicklungsplan wurde mit dem Sustainable Urban Mobility Plan Award 2014 der Europäischen Kommission ausgezeichnet. Lobend hervorgehoben wurden dabei vor allem die Bürgerbeteiligung während des zweieinhalbjährigen Verfahrens, die sowohl im Internet als auch über 50 Veranstaltungen betrieben wurde, sowie der Austausch mit anderen Städten. Mehr zum Preis sowie zum Verfahren finden Sie [hier](#). Auch für die Bremer Innenstadt wurde ein Entwicklungskonzept mit dem Zeithorizont 2025 erstellt. Dieses finden Sie [hier](#) anschaulich aufbereitet.

Markenbildung in Lohr am Main entwickelt Eigendynamik

Das malerische Städtchen Lohr am Main ist bekannt für seine Karfreitagsprozession und als reales Vorbild für das Märchen Schneewittchen der Gebrüder Grimm. Von der Brüder-Grimm-Stadt Hanau aus gesehen liegt Lohr hinter den sieben Bergen (Spessart), es gab Bergwerke mit Kinderarbeit (daher die Zwerge) und Glas-/Spiegelherstellung sowie ein Schloss. Daher ist es nur naheliegend, Schneewittchen auch als Identifikationsfigur und Touristenattraktion zu nutzen. Nun wird eine Statue aufgestellt, die sich in einem Künstlerwettbewerb durchgesetzt hat und nicht so recht dem Bild aus dem Märchen entsprechen will. Schnell war vom Horrorwittchen die Rede. Ein Schüler zeichnete daraufhin ein Graffiti, bei dem Schneewittchen die sieben Zwerge mit dem Messer jagt. Dieses Motiv traf offenbar den Geschmack der Einheimischen und entwickelt sich nun auf T-Shirts und Tassen gedruckt zum Verkaufsschlager. **Hier** erfahren Sie mehr zur Skulptur und Lohr als Schneewittchen-Stadt und **hier** finden Sie Bilder.

Beacons an Schweizer Bahnhöfen

Die Technologie der Beacons ist im deutschen Stadtmarketing gerade in aller Munde. Während in Deutschland noch viel über Vor- und Nachteile und Sinn und Unsinn diskutiert wird, wird die Technologie von der Schweizer Bundesbahn bereits intensiv erprobt. 20.000 Kunden haben sich bereits für die App „Mein Bahnhof“ registriert, die Bahnfahrer durch den Züricher Hauptbahnhof navigiert, beim Umsteigen hilft oder auch zu den nächstgelegenen Läden und Sonderangeboten führt. Mehr erfahren Sie **hier**. Auch bei der Deutschen Bahn ist die Technologie in Erprobung.

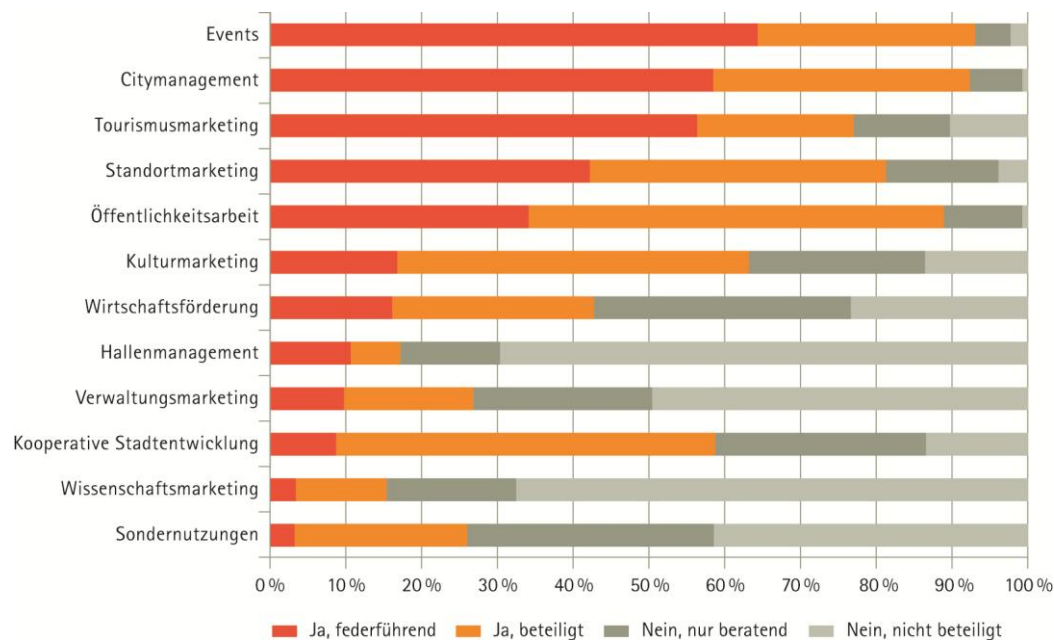
Karlsruher Bürger filmen ihre Zukunftsstadt

Im Rahmen des Wissenschaftsfestivals Effekte ruft das Karlsruher Stadtmarketing seine Bürger und Bürgerinnen dazu auf, ihre Visionen und Ideen für die Stadt der Zukunft zu filmen. Von Lebensqualität über Nachhaltigkeit bis zu Mobilität ist die Themenwahl völlig frei. Begrenzt ist nur die Länge der Beiträge: passend zum dreihundertsten Stadtgeburtstag auf 300 Sekunden. Die Beiträge werden auf der **Karlsruhe-Tube** eingestellt. Eine Jury kürt die Sieger, die sich auf attraktive Preise und eine Preisverleihung im Rahmen der Karlsruher Science Film Days freuen dürfen. Mehr erfahren 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.

Aufgaben des Stadtmarketings: Sind Sie in den folgenden Bereichen beteiligt?



Stadtmarketing ist interdisziplinär angelegt und umfasst daher zahlreiche Bereiche. Das Modell des „Stadtmarketing-Hauses“ mit seinen Säulen Standortmarketing, Tourismusmarketing, Eventmarketing, Citymarketing und Verwaltungsmarketing unter dem Dach des Stadtmarketings illustriert diesen Ansatz sehr übersichtlich. Dabei nimmt in der Praxis jede Organisation unterschiedliche Aufgabengebiete wahr und es findet über die Zeit immer wieder ein neuer Zuschnitt der Themenbereiche statt. Bei der Frage nach den Zuständigkeiten und der Rolle des Stadtmarketings wird im Vergleich mit vorherigen Untersuchungen deutlich, dass die „Klassiker“ Events, Citymanagement und Tourismusmarketing weiter unangefochten zu den Kernaufgaben des Stadtmarketings gehören. Auch im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist fast jede Stadtmarketingorganisation beteiligt, wenn auch nicht immer federführend. Der große Aufsteiger ist der Bereich Standortmarketing, der sich aufgrund des interdisziplinären Zuschnitts sehr gut für das Stadtmarketing eignet und angesichts des demographischen Wandels und drohenden Fachkräftemangels immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die Vielzahl der weiteren Themengebiete zeigt, dass Stadtmarketing in Abhängigkeit von den örtlichen Gegebenheiten sinnvollerweise ganz unterschiedliche Themengebiete verantworten kann.

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**

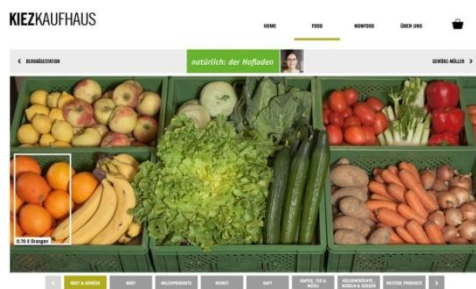
Straßenlaternen erzählen Geschichten



Der Energiekonzern AES hat in einer Kampagne in São Paulo Straßenlaternen so modifiziert, dass sie Botschaften auf den Boden projizierten, die den Passanten die Geschichte der Stadt vermittelten. Hierbei wurden mit Text bedruckte Linsen aus Kristallglas verwendet. Die Linsen wurden in einer Vorrichtung unter der Glühbirne angebracht und erzeugten auf dem Boden unter Energiezufuhr von

AES Licht und Schatten. Die Geschichten, die den 461. Jahrestag der Stadt feierten, waren genau dort zu sehen, wo sie sich ursprünglich zugetragen hatten.

Onlineeinkauf in Kiezläden



Das Projekt „Kiezkauflhaus“ ist eine Initiative für den lokalen Einzelhandel in Wiesbaden, die von der Digitalagentur Scholz & Volkmer initiiert wurde. Über eine Plattform haben Kiezläden die Möglichkeit, ihr frisches Warenangebot online zu präsentieren und zu verkaufen. Bestellt der Kunde vor 14 Uhr, wird die Ware noch am selben Tag von Fahrradkurieren nach Hause geliefert. Die Plattform bietet darüber hinaus

ein besonderes Onlineeinkaufserlebnis. Die bildbasierte Inszenierung der Waren erweckt den Eindruck, man stünde tatsächlich direkt vor dem Regal des jeweiligen Ladens.

App zeigt den hellsten Weg nach Hause



Die mobile Applikation „Rudder“ aus den USA zeigt den Nutzern jenen Weg nach Hause, der am besten beleuchtet ist. Mit der besonderen Kartenfunktion sollen so vor allem Frauen sicherer nach Hause kommen, da diese immer noch sehr häufig Opfer sexueller Übergriffe werden – auch und vor allem in Campusnähe. Zwei Absolventen der University of Michigan haben deswegen die Beleuchtungsdaten verschiedener US-Städte gesammelt und sie in der App für die Nutzer aufbereitet. In

Zukunft soll über „Rudder“ der Weg von A nach B mit Freunden und der Familie geteilt werden können.

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

- 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

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, **ARL-Kongress 2015: Migration, Integration, Herausforderung für die räumliche
Planung**, Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Köln

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

07./08. Juli, **Stadt der Zukunft – Zukunft der Stadt. Die Stadt im Wettbewerb**, Stuttgarter
Zeitung, Stuttgart

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

22./23. Oktober, **History Sells? – Geschichte und Marke(ting)**, Stadt Münster,
Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Münster

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.