

Newsletter 05-2016

EU-Beihilferecht

Die Regelungen des europäischen Beihilfe- und Vergaberechts sind in den vergangenen Jahren grundlegend reformiert worden und stellen damit auch die Stadtmarketingorganisationen nicht nur vor neue Herausforderungen, sondern laufen dem kooperativen Handlungsansatz teilweise zuwider. Ebenfalls hat sich das Verständnis des Steuerrechts – vornehmlich des Umsatzsteuerrechts – gewandelt, welches zunehmend ebenfalls stärker wettbewerbsrechtliche Aspekte berücksichtigt. Die Gewährleistung der unionsrechtlichen Konformität öffentlicher Zuschüsse und Zahlungen unter Einbeziehung steuerrechtlicher Aspekte wird damit zunehmend zum Gradmesser eines auf Dauer rechtssicheren und zukunftsfähigen Stadtmarketingunternehmens. Denn die teils bereits umgesetzten, teils in der Diskussion befindlichen Maßgaben des Unionsrechts – vor allem das „richtige Nebeneinander“ der verschiedenen Rechtsgebiete – wirken sich erheblich auf die Gestaltung, Steuerung, Führung, Finanzierbarkeit und Finanzierung von Organisationen, die durch die öffentliche Hand gefördert werden, aus. Aufgrund der hohen Relevanz des Themas haben der bcsd-Bundesvorstand, die Geschäftsführung und das Anwaltskontor Schriefers Rechtsanwälte gemeinsam eine Stellungnahme zum Erweiterungsentwurf der Allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung (AGVO) mit einer ergänzenden Kommentierung des vorliegenden Entwurfs des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) erstellt und an die kommunalen Spitzenverbände sowie das BMWi übermittelt. Die Stellungnahme finden Sie **hier**.

Tagungsdokumentation Deutscher Stadtmarketingtag 2016

Anlässlich des 20-jährigen Jubiläums der bcsd fand der Deutsche Stadtmarketingtag 2016 in Berlin statt. Um die besondere Stimmung des Jubiläums einzufangen wurde die Tagung von einem Filmteam begleitet. Entstanden ist ein kurzweiliger Tagungsfilm mit Eindrücken des Exkursionsprogramms, der Vorträge, des Abendempfangs über den Dächern Berlins sowie Statements der Fachaussteller, Referenten, Vorstände und Tagungsbesucher. Der Film ist Ende der Woche **hier** auf unserer Homepage zu sehen. Wir bedanken uns bei allen Interviewpartnern, Teilnehmern, Referenten, Ausstellern, Sponsoren und Unterstützern für ihr Mitwirken und auch für ihre warmen Worte zu unserem Jubiläum, die Sie in diesem **Jubiläumsfilm** finden. Des Weiteren finden Sie **hier** Fotos und **hier** die verschlüsselten Vorträge der Tagung zum Download.

Themen

Seite 1

[EU-Beihilferecht](#)

[Deutscher Stadtmarketingtag 2016](#)

Seite 2

[Ausschreibung Kulturmarken-Awards](#)

Seite 3

[Gute Geschäfte machen](#)

[Ende der Störerhaftung](#)

Seite 4

[Images innenstadtnaher Wohnquartiere](#)

[Planungspraxis deutscher Städte](#)

Seite 5

[Jobbörse](#)

Seite 6

[Fördermitglieder](#)

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 7

[Kolter](#)

[Netzwerk RegioPole](#)

Seite 8

[Trends im Standortmarketing](#)

[Gründerzeiten zu Personal](#)

[Startup-Monitor](#)

Seite 9

[Barrierefreiheit](#)

[cima.Monitor](#)

[Umfrage digitaler Tourismus](#)

Seite 10

[citylab Bremen](#)

[Unternehmerische Menschen](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 12

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

[Terminkalender](#)

ANZEIGE



innenstadt 3.0
powered by SiskaCom

Die ganze Stadt in einer App

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

Jetzt starten!

www.innenstadt30.de

www.innenstadt30.de

Ausschreibung der Kulturmarken-Awards 2016 gestartet



Seit dem 03. Mai 2016 läuft die Ausschreibung des wichtigsten Wettbewerbs für Kulturmanagement, -marketing und -investment. Bis zum 31. August haben Kulturanbieter, Kultursponsoren und Kulturtourismusregionen die Möglichkeit, ihre Bewerbung einzureichen. Neu ist der „Preis für Stadtkultur“, welcher die bisherige „Stadtmarke des Jahres“ ersetzt. Eine Jury aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Wissenschaft, der auch Vertreter der bcsd angehören, entscheidet über die Nominierungen. Der

Wettbewerb wird 2016 in sieben Kategorien ausgeschrieben: Kulturmarke des Jahres, Kulturmanager/in des Jahres, Kulturtourismusregion des Jahres, Trendmarke des Jahres, Kulturinvestor des Jahres, Bildungsprogramm des Jahres und nicht zuletzt Preis für Stadtkultur. Die Preisträger der Kulturmarken-Awards werden am 03. November auf der Kulturmarken-Gala im

TIPI am Kanzleramt in Berlin vor 600 Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Medien und Politik geehrt. Detaillierte Wettbewerbsunterlagen stehen **hier** zur Verfügung.

Initiator des Kulturmarken-Awards ist die Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring. Der Kulturmarken-Award wird unter anderem von der bcsd gefördert, die in der Jury vertreten ist, Kategoriepartner des Preises für Stadtkultur ist und zudem einen Vortragsblock zum Thema Stadtkultur auf dem KulturInvest-Kongress präsentiert. Das Programm sowie die Anmeldung zum KulturInvest-Kongress finden Sie **hier**. Bis zum 30. Juni wird ein Frühbucherrabatt gewährt. Einen Artikel zu Trends im Kulturtourismus finden Sie **hier**.

Gute Geschäfte machen – Dokumentation online



Gute Geschäfte machen ist ein Projekt der HafenCity Universität Hamburg, das sich im Rahmen des Wissenschaftsjahres 2015 – Zukunftsstadt mit dem Beitrag von Stadtplanern, Einzelhändlern und Kulturveranstaltern zu einer nachhaltigen Stadt beschäftigte. Nach diversen Veranstaltungen in ganz Deutschland, bei denen innovative Best-Practice-Beispiele vor Ort vorgestellt wurden, sind nun Dokumentationen online verfügbar. Unter anderem finden sich

dort Portraits der präsentierten Fallbeispiele sowie Fakten und Quellen zum Einzelhandel und dessen Entwicklung. Die Projektseite finden Sie **hier**.

Störerhaftung soll abgeschafft werden

Die Bundesregierung hat sich darauf geeinigt, die umstrittene Störerhaftung abzuschaffen. Damit fällt ein wesentliches Hindernis bei der Einrichtung von frei zugänglichen, kostenfreien WLAN-Hotspots im öffentlichen Raum voraussichtlich weg. Die Störerhaftung regelt, dass private oder nebegewerbliche Anbieter eines Hotspots grundsätzlich für illegale Aktivitäten der Nutzer haftbar gemacht werden können. Provider sind hiervon aktuell bereits ausgenommen. Durch die Einigung könnten bald viel häufiger offene WLAN-Netzwerke entstehen, die keine vorherige Registrierung der Nutzer benötigen. Mehr Informationen finden Sie **hier**.



BMBF-Forschungsprojekt zu Images von Wohnquartieren



Ein schlechtes Außenimage eines Wohnquartiers unterscheidet sich nicht nur häufig von der Innensicht der Bewohner, es wirkt sich auch auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Quartiers aus. Zwar nennen Integrierte Stadtentwicklungskonzepte die Imageverbesserung häufig als Ziel, nicht selten mangelt es aber an konkreten Strategien und Maßnahmen. Das zwischen 2012 und 2015 durchgeführte BMBF-Forschungsprojekt "Images innenstadtnaher Wohnquartiere. Strategien zur Steuerung von

Quartiersimages durch eine gesundheitsfördernde Quartiersentwicklung als kooperative Aufgabe der Wohnungswirtschaft und Stadtentwicklung (ImiWo)" untersuchte anhand von Fallbeispielen Quartiere mit schlechtem Außenimage. Untersucht wurden zunächst die Einflüsse verschiedener Faktoren und Akteure bei der Imagebildung. Ausgehend von den gewonnenen Erkenntnissen wurden dann Handlungsspielräume und -potenziale für die Wohnungsunternehmen identifiziert und Aufwertungsstrategien für die jeweiligen Quartiere herausgearbeitet. Nun ist der Projektbericht erschienen. Weitere Informationen zum Projekt finden Sie **hier** bzw. **hier**. Den Projektbericht können Sie **hier** einsehen.

Planungspraxis deutscher Städte – Sammlung von Best Practice

Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung hat gemeinsam mit dem Deutschen Städtetag eine Publikation herausgegeben, welche insgesamt 55 Best Practice Beispiele zur Stadtentwicklung aus den Bereichen Öffentlicher Raum, Verkehr und Mobilität, Konversionsvorhaben, Wohnungsbau, Stadtgestaltung, Erhalt und Rekonstruktion, Prozessgestaltung, Strategische Stadtentwicklungsplanung, zivilgesellschaftliche Mitwirkung und planungskulturelle Grundlagen umfasst. Die Veröffentlichung zeigt innovative Wege auf, um auf aktuelle Herausforderungen der Stadtentwicklung zu reagieren. Sie baut auf einer Studie gleichen Namens aus dem Jahr 2009 auf, die andere Beispiele zum Inhalt hatte. Die Publikation finden Sie **hier**.



Die Veröffentlichung zeigt innovative Wege auf, um auf aktuelle Herausforderungen der Stadtentwicklung zu reagieren. Sie baut auf einer Studie gleichen Namens aus dem Jahr 2009 auf, die andere Beispiele zum Inhalt hatte. Die Publikation finden Sie **hier**.

Jobbörse

Citymanager/-in, Große Kreisstadt Horb am Neckar



Als Citymanager/-in der Großen Kreisstadt Horb am Neckar erhöhen Sie die Attraktivität der Horber City und optimieren den bisherigen Branchenmix. Auch die Weiterentwicklung des Marketingkonzepts sowie die Profilierung von Handel, Gastronomie und Dienstleistung fallen in Ihren Aufgabenbereich. Veranstaltungen und Kundenbindungsmaßnahmen werden von Ihnen geplant, organisiert und durchgeführt. Als Geschäftsführer des Vereins „Horb aktiv e.V.“ beraten Sie dessen Mitglieder und sind gegenüber dessen Vorstand verantwortlich. Im Stadtmarketing übernehmen Sie ebenfalls Aufgaben, insbesondere obliegt Ihnen die Verantwortung für Städtepartnerschaften, die Vermarktung der städtischen Werbeanlagen sowie die Entwicklung und Betreuung städtischer Projekte wie z.B. „Fairtrade-Kommune“ und „Freies WLAN“. Die Tätigkeit als Citymanager/-in bietet Ihnen eigenen Handlungs- und Gestaltungsspielraum. Die volle Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Geschäftsführer/-in, Greifswald Marketing GmbH

Der/Die Geschäftsführer/in ist für die Umsetzung des Gesellschaftszweckes in Zusammenarbeit mit der Gesellschafterin, der Universitäts- und Hansestadt Greifswald, sowie für die technische und die kaufmännische Führung gesamtverantwortlich. Zu den Aufgaben gehören insbesondere die Initiierung, Koordination und Durchführung von Projekten in den Bereichen Tourismus und Marketing einschließlich der Entwicklung neuer Sponsoren- und Finanzierungsmodelle, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der Ausbau und die Pflege von Netzwerken zu Wirtschaft, Politik, Verbänden und sonstigen Institutionen, die Unterstützung bei der Vermarktung und dem Vertrieb touristischer Produkte sowie beim Merchandising und die Wahrnehmung repräsentativer Aufgaben. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.



Mitarbeiter/-in Projektmanagement, Hanau Marketing GmbH

Zu Ihren Aufgaben als Mitarbeiter/-in Projektmanagement zählen die Neu-Konzeption und Weiterentwicklung von Marketingkonzepten und Aktionen besonders im Bereich Handel und Gastronomie, die eigenständige Abwicklung von Marketingkampagnen und Projekten sowie die Mitarbeit bei den vielfältigen Themen des Standortmarketings. Darüber hinaus zählen die Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu Ihren Aufgaben. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd

COWI

COWI

COWI ist ein großes dänisches Beratungsunternehmen mit mehr als 6.000 Mitarbeitern. Städtebau und Stadtentwicklung gehören zu den Schwerpunkten. Im Bereich Innenstadtentwicklung/Einzelhandel ist COWI Marktführer und arbeitet für die meisten dänischen Kommunen. Zu den Leistungen gehören Einzelhandelsanalysen, Handlungspläne, elektronische Erfassung von Passantenströmen u.a.m. Bis Juni 2016 erarbeitet COWI ein umfassendes Handbuch zur Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten. Anhand von Praxisbeispielen aus allen Handlungsfeldern wird aufgezeigt, wie Städte einen lebhaften Einzelhandel bewahren und ausbauen können. Mehr erfahren Sie auf: www.cowi.dk.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

Citymanagement Hoyerswerda

Die Stadt Hoyerswerda liegt im Herzen des Lausitzer Seenlandes, einer Urlaubsregion im Entstehen, die sich immer erkennbarer vom Braunkohlerevier zur größten von Menschenhand geschaffenen Wasserlandschaft Europas entwickelt. Das Citymanagement

Hoyerswerda ist ein neues Büro in Trägerschaft des Gewerbering Stadtzukunft e.V. Zwei Mitarbeiter beschäftigen sich damit, die städtebaulichen, kulturellen und wirtschaftlichen Belange dieser Stadt zu koordinieren, Bewohnerinteressen zu bündeln sowie privates und öffentliches Engagement zu vernetzen.

Die demografische Entwicklung, die für Deutschland erst für 2030 prognostiziert wird, ist in Hoyerswerda schon Realität. Hinzu kommt die städtebauliche Teilung in eine Alt- und eine Neustadt. Ziel des Citymanagements ist es, aus diesen beiden Herausforderungen heraus die Potentiale der Stadt und ihrer Menschen in den Vordergrund zu stellen und die vorhandene Infrastruktur für Wohnen und Soziales, das überdurchschnittliche Kulturangebot und die Zweisprachigkeit unserer Region als Basis für eine aktive Gestaltung der Stadtzukunft zu nutzen. Mehr erfahren Sie hier: www.stadtzukunft.com/citymanagement

Wir lieben Ideen
Hoyerswerda
Město Wojerec

LAUSITZ

Barbarossastadt Sinzig



Die Barbarossastadt Sinzig ist eine von fünf deutschen Städten, die diesen Beinamen trägt. Er wird durch die Aufenthalte Friedrich I. Barbarossa begründet, der in Sinzig sechzehnmal residierte. Gelegen am Zusammenfluss von Ahr und Rhein, ist Sinzig heute ein Mittelzentrum mit rund 18.000 Einwohnern.

Im Jahr 2017 kann die Barbarossastadt auf **750 Jahre Stadtrechte** zurückblicken. Bereits Ende 2014 waren alle städtischen Vereine und

Institutionen ins Rathaus eingeladen, um erstmals über einen Festrahmen nachzudenken und Anregungen auszutauschen. Gemeinsam mit den wichtigsten Vereinen der Stadt plant das Stadtmarketing, als Stabsstelle der Stadtverwaltung, seitdem intensiv die Jubiläumsfeierlichkeiten. Ziel ist ein Fest von Bürgern für Bürger, welches das Wir-Gefühl innerhalb der Stadtbevölkerung und der Ortsteile nachhaltig stärken soll. So kann das Stadtjubiläum zur Mobilisierung möglichst vieler Kräfte in der Stadt beitragen, die auch über das Jubiläumsjahr hinaus wirken.
www.sinzig.de

Einbeck Marketing GmbH

Die Einbeck Marketing GmbH versteht sich als Dienstleister zur Verbesserung der Attraktivität der Stadt Einbeck. Ziel ist es, Maßnahmen zur Verbesserung und zum Erhalt von attraktiven Lebensbedingungen und

Einbeck Marketing

Wohlstand zu unterstützen sowie für eine positive Außendarstellung Einbecks zu sorgen. Die wichtigsten Aufgabenbereiche lassen sich thematisch durch die vier Säulen Tourismus, Kulturveranstaltungen sowie Stadt- und Standortmarketing beschreiben.

Das Angebots-Spektrum der Einbeck Marketing GmbH reicht von touristischen Angeboten wie beispielsweise Stadtführungen, Zimmervermittlung oder Pauschalangeboten, bis hin zur Ausrichtung von Theateraufführungen und Konzertveranstaltungen. Zur Belebung der Einbecker Innenstadt organisiert die Einbeck Marketing GmbH darüber hinaus verschiedene Veranstaltungen und Feste, wie das Einbecker Eulenfest, eines der größten Stadtfeste Südniedersachsens. Mehr Informationen finden Sie unter **www.einbeck-marketing.de**.

Ulm und Neu-Ulm stecken unter einer Decke – Kolter

Kolter ist das hessische Wort für Decke und gleichzeitig Name eines jungen Unternehmens aus Gießen, das Städte-Decken entwirft und produziert. Neben 40 weiteren Städten verkaufen unter anderem Ulm und Neu-Ulm seit November 2015 ihre eigenen Decken (Kolter), auf denen Motive aus den durch die Donau und eine Landesgrenze getrennten Städten zu finden sind. Für die Städte Ulm und Neu-Ulm ist Kolter eine gute Möglichkeit, die regionale Identifikation sowie die Verbundenheit mit den Städten zu fördern. Welche Städte noch zum "Kolter-Land" gehören, finden Sie unter **www.staedtedecke.de** - auch eigene Kolter sind jederzeit umsetzbar und bereits in kleinen Mengen zu beziehen.

Deutsches RegioPole-Netzwerk gegründet

In Berlin wurde am 16. März 2016 das Deutsche RegioPole-Netzwerk gegründet. Die Bürgermeister und die Bundestagsabgeordneten der RegioPole-Städte Bielefeld, Erfurt, Paderborn, Rostock, Siegen und Trier unterzeichneten die interkommunale Vereinbarung. Das Deutsche RegioPole-Netzwerk soll öffentlichkeitswirksam die Wahrnehmung der Regiopolen stärken. Ziel ist es, Regiopolen als politisch, strategische Raumkategorie in der Regional-, Landes-



und Bundesraumordnung zu verankern und damit einhergehend eine stärkere politische Berücksichtigung und Würdigung bei der Vergabe von Fördermitteln zu generieren. Das Konzept der Regiopole ist für kleine Großstädte bestimmt, die sich als kleine Schwester des feststehenden Begriffes der Metropole etablieren sollen. **Hier** finden Sie die Homepage des Netzwerks, auf der Definitionen, Ziele, Veröffentlichungen, Expertisen, potenzielle Regiopolen und weitere Informationen hinterlegt sind.

Studie zu Trends im Standortmarketing

Die index Agentur hat Experten aus dem Standortmarketing zu den aktuellen Trends in ihrer Branche befragt. Dabei hat die Agentur herausgefunden, dass Standortmarketing und Wirtschaftsförderung immer häufiger digitale Kanäle zur Kommunikation einsetzen. Zudem sind weiterhin fehlende Ressourcen ein Problem: Sowohl finanziell als auch personell besteht Steigerungsbedarf. Thematisch rückt der Bereich „Image kommunizieren / Marke aufbauen“ in den Fokus. Die Ergebnisse liegen nun als Publikation vor und können **hier** kostenfrei angefordert werden.

Magazin Gründerzeiten zu Personal

Das Magazin Gründerzeiten des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie widmet sich in der aktuellen Ausgabe dem Thema Personal. Dabei gibt die Zeitschrift chronologisch von der Personalsuche über die Auswahl und Einstellung bis hin zu Mitarbeiterführung und Arbeitsrecht einen Checklisten-artigen Überblick über die zu berücksichtigenden Bereiche und Themen. Weiterführende Links helfen bei der eingehenderen Information. Die Publikation finden Sie **hier**.

3. Deutscher Startup Monitor erschienen



Startups gelten als Hoffnungsträger für die Wirtschaftsentwicklung, vor allem in Großstädten. Aber auch kleinere Städte siedeln erfolgreich kreative Gründer an. Der Deutsche Startup Monitor beschreibt die aktuelle Situation von Startups in Deutschland und stellt die Gründer und deren Motivation vor. Zudem werden die Rolle der Neugründungen als Beschäftigungsmotor, deren wirtschaftliche Situation sowie die Rahmenbedingungen und Herausforderungen

beschrieben. Dabei arbeitet der Bericht mit übersichtlichen Grafiken und fasst Kernbotschaften zusammen. Den Monitor finden Sie **hier**.

Barrierefreiheit

In einer alternden Gesellschaft wird Barrierefreiheit immer mehr zum Thema. Körperliche Einschränkungen sollten niemanden daran hindern, am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. Dazu gehört auch das Reisen. So nehmen sich immer mehr Destinationen und Tourismusorganisationen dieses Themas an und mit dem Siegel **Reisen für Alle** existiert ein umfassendes Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebot. Auch das Reiseland



NRW setzt sich intensiv mit dem Thema auseinander und hat eine eigene Seite **NRW barrierefrei** mit Informationen für Touristen und Einwohner eingerichtet sowie einen **Praktikerleitfaden** für das Erreichen der Barrierefreiheit. **Sachsen-Anhalt** hat sich ebenfalls des Themas angenommen. Einen Beitrag zur Barrierefreiheit im öffentlichen Raum bzw. öffentlichen Gebäuden leistet die Aktion Mensch mit einer Förderung von bis zu 5.000 €, die beispielsweise für Rampen, Treppenlifte, Sanitärräume oder Kommunikations- und Informationssysteme verwendet werden kann. Dazu finden Sie **hier** weitere Informationen.

cima.Monitor 2016 erschienen



Die dritte Auflage (nach 2007 und 2009) des Monitors beschäftigt sich mit den Themen Innenstadt, Shopping-Center, Wohnen, Nahversorgung und Online-Shopping. Zu diesen Themenbereichen werden Zahlen, Daten und Fakten auf der Basis einer repräsentativen Befragung von 1.605 Personen aus ganz Deutschland präsentiert. Beispielsweise wird festgestellt, dass Einkaufsmöglichkeiten nach wie vor für die Attraktivität der Innenstadt am wichtigsten sind, Shopping-Center vor allem in Großstädten kritischer eingeschätzt werden, die Wohnzufriedenheit im Osten Deutschlands deutlich gestiegen ist, die Nahversorgung tendenziell wieder häufiger fußläufig möglich ist und die Bequemlichkeit entscheidender Grund für den Online-Einkauf ist. Den Monitor finden Sie **hier** zum Download.

Europaweite Umfrage unter KMU zur Digitalisierung im Tourismus

Die Digitalisierung macht vor keinem Wirtschaftszweig halt, auch nicht vor dem Tourismus. Da über die Digitalisierung im Tourismus aktuell nur wenige Daten vorliegen, der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftszweig ist und in der Digitalisierung große Potenziale der wirtschaftlichen Entwicklung gesehen werden, hat die Europäische Kommission eine europaweite Umfrage dazu initiiert, welche Sie **hier** finden. Insbesondere sollen bei der Umfrage Hindernisse und Schwierigkeiten identifiziert werden.

Zwischennutzungskonzept citylab Bremen

In der Bremer Innenstadt wird der ehemalige Lloydhof als „citylab“ genutzt. Die Zwischennutzung soll das Gebäude beleben und auch die Attraktivität der Bremer Innenstadt steigern. Wichtige Rahmenbedingungen für die Entwicklung sind angepasste Mietstrukturen, ein flexibles Raumangebot, abgestimmte Öffnungszeiten, eine verlässliche Zwischennutzung, die bis mindestens zum 31. Dezember 2017 dauert sowie ein professionelles, begleitendes Projektmanagement und Marketing. Das dominierende Handelsangebot setzt sich aus Pop-up-Stores, Läden von Existenzgründern und bestehenden Händlern, die neue Produkte und Standorte ausprobieren, zusammen. Weiter sind Lebensmittelmanufakturen, Mitglieder der Bio Stadt oder auch lokale Produzenten im citylab zu finden. Neue gastronomische Einrichtungen beleben daneben die neu gestaltete Passage. Die Passagenfläche bietet mit ihren Sitzgelegenheiten, Bepflanzung und WLAN einen kreativen Aufenthaltsort und wird über thematische Veranstaltungen wie z. B. einen Biomarkt, ein Olivenwochenende, Weihnachtsdekoration etc. bespielt und inszeniert. Neben dem neu entwickelten Marketing und Storytelling gibt auch das neue Logo dem Ort ein neues Gesicht. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

Unternehmerische Menschen – Beispiele zur Aktivierung im ländlichen Raum



Im Rahmen des Modellvorhabens LandZukunft wurden vier Modellregionen ausgewählt, die innovative Wege gehen sollten, um die Herausforderungen in den Bereichen Demographie, regionale Wertschöpfung und Arbeitsplätze zu bewältigen. Dabei wurde insbesondere auf die Aktivierung unternehmerischer Menschen gesetzt, denen besondere Freiräume gegeben werden sollten. Die Regionen setzten dabei unterschiedliche Schwerpunkte, wie beispielsweise den Tourismus (Holzminden), neue wirtschaftliche Potenziale (Uckermark), Bildung (Dithmarschen) und Vernetzung (Birkenfeld). **Hier** erfahren Sie mehr über das Fördervorhaben, die Aktivierung unternehmerischer Menschen und die umgesetzten Projekte, wie beispielsweise ein Baumhaushotel, ein „Hotel“ in Zirkuswägen, die Anlage einer Ruhe-Oase am Weserradweg oder die touristische Inwertsetzung eines Dorfes. Ebenfalls dem ländlichen Raum widmet sich die Publikation „**Ländliche Räume verstehen**“, in der Charakteristika und Fakten zum ländlichen Raum, aktuelle Entwicklungen aber auch Chancen und Herausforderungen anhand von Fallbeispielen dargestellt werden.

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**

Im Hotel mit Bitcoins bezahlen



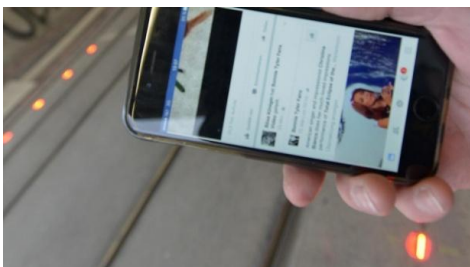
Das Hotel Schani in Wien ist das erste im deutschsprachigen Raum, das eine Bezahlung mit der digitalen Währung Bitcoin akzeptiert. Gäste können den Service an der Bar, beim hoteleigenen Lebensmittelhändler, im Souvenirladen und in naher Zukunft auch beim Bezahlen der Zimmer in Anspruch nehmen. Sie profitieren dabei von einem vereinfachten Zahlungsweg ohne die üblichen Bankgebühren sowie von der Tatsache, dass der Umtausch von Bitcoins von der Mehrwertsteuer befreit ist. Benötigt werden lediglich eine auf dem Smartphone installierte Bitcoin-Wallet und der Zugriff auf das Internet.

Arbeiten in der Telefonzelle

Das New Yorker Unternehmen Bar Works hat angekündigt, dass es einige der ikonischen roten Telefonzellen in Großbritannien zukünftig als Bürofläche zur Verfügung stellen wird. 15 Stück davon wurden bereits angemietet und sollen nun mit einer Internetverbindung, einem Drucker, einem Monitor, einem Ladegerät und einem Automaten für heiße Getränke ausgestattet werden. Sie befinden sich in den Städten London, Edinburgh und Leeds und richten sich an Unternehmer. Zu einem Abopreis von 19,99 Pfund pro Monat können die Abonnenten auf jede der so umgestalteten Telefonzellen zugreifen.



Bodenampeln für Handynutzer



Die Stadtwerke Augsburg testen in den Boden eingelassene Ampelsignale, um Fußgänger zu erreichen, die beim Gehen und Warten auf der Straße nach unten auf ihr Smartphone blicken. Im Zuge des Pilotprojekts wurden an zwei Straßenbahnhaltestellen am Straßenübergang Lichtsignale in den Boden integriert. Steht die Ampel auf Rot, blinken die LEDs ebenfalls rot. Der Versuch soll zeigen, ob Handynutzer, die wegen ihrer fehlenden Aufmerksamkeit immer mehr zu einem Verkehrsrisiko werden, auf diese Weise besser erreicht werden können. Auch die Kölner Verkehrsbetriebe haben bereits ein ähnliches Pilotprojekt gestartet.

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

- 16. Juni, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Stein (Nürnberg)
- 17. Juni, **Die Digitale Stadt**, Stein (Nürnberg)
- 29. August, **Eventmanagement**, voraussichtlich Nordrhein-Westfalen
- 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

- 02. Juni, **Fachmesse für öffentliche Raumgestaltung**, ExpoProof, Maastricht, Niederlande
- 06./07. Juni, **39. urbanicom-Studentagung**, urbanicom - Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V., Ludwigsburg
- 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
- 09. Juni, **BBSR-Werkstattgespräch "Verfügungsfonds in der Städtebauförderung"**, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), Kassel
- 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
- 13. Juni, **3. Forum Innenstadt „Handelsstandort Innenstadt – Trends und Herausforderungen“**, Dialog Innenstadt Rheinland-Pfalz, Mainz
- 13. Juni, **Integration in Städten und Gemeinden**, Deutscher Städte- und Gemeindebund, Bertelsmann Stiftung, Bielefeld
- 16. Juni, **Stadtmarketingforum Schleswig-Holstein 2016: Online / Offline: Räume für neues Denken und Handeln**, IHK Schleswig-Holstein, Handelsverband Nord, bcsd e.V., u.a., Neumünster

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

20. Juni, **Wochenmärkte – ein starker Standortfaktor**, IHK Hannover, Hannover

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. (bcسد), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcسد.de, www.bcسد.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.bcسد.de dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an **office@bcسد.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.