

Newsletter 06/2013

Hochwasserkatastrophe in Deutschland



Halle an der Saale

In den vom Hochwasser betroffenen Städten und Gemeinden an Elbe, Mulde, Donau und anderen Flüssen hat sich die Lage langsam beruhigt. Das gesamte Ausmaß der Schäden ist aber derzeit noch nicht absehbar. Experten gehen von Schäden in Höhe von mindestens 10 Milliarden Euro aus. Viele Menschen haben ihre Lebensgrundlage verloren und müssen nun auf die Hochwasserhilfen des Bundes und die

Solidarität der Bevölkerung hoffen. Die großen Hilfsorganisationen haben deshalb bereits Spendenkonten eingerichtet. Die Kontodaten finden Sie z. B. [hier](#) auf den Internetseiten des ZDF. Aber auch erste private Initiativen formieren sich: Eine Gruppe solidarischer Händler will Patenschaften für betroffene Geschäftsstraßen übernehmen und über mehrere Tage 10 Prozent ihres Umsatzes für den Wiederaufbau und künftige Schutzmaßnahmen zur Verfügung stellen. Die bcsd möchte ihre Mitgliedsorganisationen dazu aufrufen, sich ebenfalls solidarisch zu zeigen und die betroffenen Städte mit kreativen Hilfsmaßnahmen zu unterstützen.

Themen

Seite 1

Hochwasserkatastrophe in Deutschland

Seite 2

Michael Gerber als Bundesvorsitzender bestätigt

Seite 3

Karlsruhe hat schönstes Stadtfest
Tourism & Travel Award 2013

Seite 4

Deutscher Kulturförderpreis 2013

Die 100 widerstandsfähigsten Städte

Seite 5

What Cities Want: Verkehr & Mobilität

Kurzfilme lebenswerter Städte

Seite 6

Ausgezeichnetes Bürgerbeteiligungsportal

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Seite 7

Innerstädtischer Handel vor Shoppingcentern

Preisträger Kommunale Suchtprävention

Seite 8

bcsd-Fördermitglieder

Jobbörse

Seite 9

Ideen zur Zwischennutzung

Mobile Payment

Seite 10

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 11

Terminkalender

Michael Gerber als Bundesvorsitzender bestätigt



Auf ihrer Sitzung am 8. Juni 2013 in Karlsruhe haben die Mitglieder des Bundesvorstandes Michael Gerber erneut zum Bundesvorsitzenden und Sprecher der bcsd gewählt. Die erste stellvertretende Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen (Münster Marketing) und Norbert Käthler (Stadtmarketing Karlsruhe GmbH), der zweite stellvertretende Bundesvorsitzende, sind ebenfalls in ihren Ämtern bestätigt worden. „Nach der einstimmigen Bestätigung durch den Vorstand freue ich mich, dass die Kollegen gemeinsam mit mir als Bundesvorsitzenden die Arbeit der Bundesvereinigung weiter gestalten wollen“, so Michael Gerber.

„Zusammen mit unserem Geschäftsführer Jürgen Block gilt es insbesondere den Prozess der Professionalisierung zum Nutzen unserer Mitglieder zu verstetigen. Ich freue mich, diese Arbeit mit den Kollegen im Vorstandsteam weiterzuführen.“

Weltmeistereis
auch für Ihre City-Eisbahn!

AST - MIETEISBAHNEN
in mehr als 70 deutschen Städten jährlich...
Für Angebote einfach anfragen!

AST Eissport- und Solaranlagenbau GmbH
Lechhalde 1 ½
D-87629 Füssen
Tel.: 08362/909-180 • Fax: 08362/909-199
www.ast.at

Das schönste Stadtfest ist in Karlsruhe



Am 11. Juni hat die Stiftung Lebendige Stadt in Berlin das schönste Stadtfest gekürt. Das bcsd-Mitglied Karlsruhe wurde hierbei als Sieger auserkoren und mit dem renommierten Preis ausgezeichnet. Die Stadt

feiert seit 2001 alle zwei Jahre den Stadtgeburtstag, der sich nach dem Datum der Grundsteinlegung des Schlosses richtet. Das Stadtfest bietet kostenfreies Programm für jung und alt, jeweils zu einem stadtspezifischen Thema. Wichtig bei diesem Stadtfest und auch für die Auszeichnung ist hierbei, dass es nicht nur um das gemeinsame Feiern auf dem Schlossplatz geht, sondern dass durch das Fest die Identitätsbildung der Stadt sowie eine hohe Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt erzielt wird – nicht zuletzt auch durch die vielfältige Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger an der Umsetzung des Stadtfestes. „Die ganze Stadt hat dazu beigetragen, deshalb hat auch ganz Karlsruhe gewonnen. Danke an alle“, sagte Norbert Käthler, Geschäftsführer der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH. „Ich freue mich sehr.“ So ist der Karlsruher Stadtgeburtstag nicht nur ein Fest, sondern auch ein wichtiger Bestandteil der Strategie der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH, die hiermit die Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger an der Stadt und Stadtgestaltung nachhaltig unterstützt. Von den 631 Bewerbungen erhielten insgesamt 5 Städte Preise und 14 Städte Anerkennungen, wobei alle dieser Stadtfeste innovative Ideen mit traditionelleren Modellen verknüpften. Die bcsd gratuliert der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH, sowie den 18 weiteren ausgezeichneten Stadtfesten! Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

MAIRDUMONT MEDIA: Tourism & Travel Award 2013



Vor gut 100 geladenen Gästen wurde der MAIRDUMONT MEDIA Award „Tourism & Travel“ Mitte Juni in Hamburg verliehen. Der erstmals ausgelobte Preis ging an Werbetreibende sowie Agenturen aus dem Reise- und Tourismussektor für außergewöhnliche Kampagnen. Neben der Konzeption und Kreation einer Kampagne wurde insbe-

sondere der Media-Ansatz im Vorfeld bewertet. Sowohl eine Jury als auch die Leser der Branchenzeitschrift „new business“ stimmten über die besten Kampagnen ab.

Gewinner des Awards ist eine Kampagne von Tourism New Zealand, die von der Agentur Razorfish mit Sitz in Frankfurt am Main und Berlin betreut wird. Informationen zu der Kampagne finden Sie [hier](#). Mit dem zweiten und dritten Platz wurden die von der Hamburger Agentur achtung entworfene Kampagne der Reederei Color Line und die Kampagne der Canadian Tourist Commission ausgezeichnet. Zusätzlich zu den drei Bestplatzierten sind außerdem zwei Sonderpreise vergeben worden. Weitere Informationen zu dem Award finden Sie [hier](#).

Stadtmarke des Jahres 2013: Rabatt für bcsd-Mitglieder!

+++ Jetzt bewerben! +++ Im Rahmen des Kulturmarken-Awards in Berlin wird auch in diesem Jahr wieder ein Award für die „Stadtmarke des Jahres 2013“ vergeben. Mit dem Preis werden die Markenstrategie, der Gesamtauftritt oder eine erfolgreiche Kampagne ausgezeichnet, die das kulturelle Potenzial einer Stadt oder einer Region in den Mittelpunkt stellt. Die Positionierung über das kulturelle Potenzial steigert die Standortattraktivität von Städten bzw. Regionen und schafft neue Möglichkeiten der touristischen Vermarktung. Mitglieder der bcsd, die diese Kategorie präsentiert, erhalten **30 Prozent Rabatt auf die Bewerbungsgebühren**. Der Sieger wird am 24. Oktober 2013 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt geehrt. **Die Bewerbungsfrist endet am 15. August 2013**. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



kulturinvest KONGRESS Bei dem am 24. und 25. Oktober 2013 parallel stattfindenden KulturInvest-Kongress, mit mehr als 100 Referenten und 28 Foren, erhalten bcsd-Mitglieder einen **Rabatt von 15 Prozent auf den Teilnahmepreis**. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Jahrhundertwettbewerb der 100 widerstandsfähigsten Städte

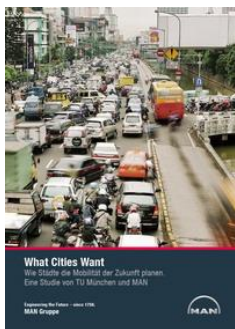
Weltweit bedrohen Natur- und Klimakatastrophen, wie derzeit die Hochwasserkatastrophe in Deutschland, urbane Zentren und Tausende oder gar Millionen von Menschen. Die Rockefeller-Stiftung hat deshalb nun einen Wettbewerb ausgerufen, um die Widerstandsfähigkeit von Städten zu fördern. Beim sogenannten „Jahrhundertwettbewerb der 100 widerstandsfähigsten Städte“ werden 100 Orte aus aller Welt ausgewählt und durch technische Hilfeleistungen und Ressourcen bei der Entwicklung und Umsetzung von Plänen im Bereich der urbanen Widerstandskraft unterstützt. So will die Stiftung



Städten dabei helfen, genügend Gelder für die Infrastrukturfinanzierung zu beschaffen. Die Bewerber sind aufgefordert, eine klare Beschreibung der Maßnahmen zu liefern, mit deren Hilfe ihre Stadt die Verbesserung der stadtweiten Widerstandskraft in Angriff nimmt und umsetzen will, und zwar unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Armen und Schutzbedürftigen. Die Teilnahmebedingungen und weitere Infos finden Sie [hier](#).

Zum Thema der Resilienz von Städten hat das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) die Publikation „Jetzt auch noch resilient? Anforderungen an die Krisenfestigkeit der Städte“ herausgegeben. Der Difu-Band kann gegen eine Schutzgebühr von 15 Euro [hier](#) bestellt werden.

What Cities Want: Verkehr und Mobilität



Bis zum Jahr 2050 soll die Stadtbevölkerung laut den Vereinten Nationen um 85 Prozent auf 6,3 Milliarden wachsen. Was bedeutet das für den Verkehr in Metropolen? Wie werden wir in Zukunft mobil sein? In einer gemeinsamen Studie sind die Technische Universität München (TUM) und das ortsansässige Unternehmen MAN diesen Fragen nachgegangen. Die Ergebnisse sind in der Broschüre „What Cities Want“ von der Burda Creative Group (BCG) redaktionell aufbereitet worden.

Auf 48 Seiten wird die Stadt- und Mobilitätsentwicklung von 15 Städten in fünf Kontinenten analysiert und die jeweiligen Herangehensweisen an die moderne Stadtplanung vorgestellt. Begleitend hat die BCG einen Animationsfilm erstellt. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Kurzfilme lebenswerter Städte



Auf der Website www.streetfilms.org finden sich mehr als 500 Kurzfilme über Projekte von lebenswerten Städten auf der ganzen Welt. Finanziert durch Spenden, Sponsoring und Werbung dokumentiert die Plattform mithilfe der Filmproduktionen, wie man mit Bürgerengagement, künstlerischen Aktionen und einer guten Politik lebenswerte Orte zum Wohnen und Arbeiten schaffen kann. Die Filme wurden

bereits mehr als 5 Millionen Mal angeklickt und Bürger, öffentliche Einrichtungen, NGOs und Schulen nutzen die Filme, um die Entscheidungsträger in ihren Kommunen

von Projekten für eine lebenswertere Stadt zu überzeugen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Bürgerbeteiligungsportal LiquidFriesland ausgezeichnet

Im bundesweit ausgeschriebenen Innovationswettbewerb des deutschen Beamtenbundes (dbb) hat die Online-Beteiligungsplattform LiquidFriesland einen Sonderpreis gewonnen. Der Preis ist mit 5.000 Euro dotiert und wurde Anfang Juni auf dem



LiquidFriesland

Kongress „Neue Verwaltung“ in Leipzig verliehen. Ausgezeichnet wurde die Website für ihre Innovation und den neuen Weg der „Bürgerbeteiligung 2.0“,

erklärte Klaus Dauderstädt, Bundesvorsitzender des dbb. Das Portal startete Ende 2012 und ermöglicht den Bürgern des Landkreises Friesland, sich an politischen Entscheidungen durch Diskussion und Abstimmung zu beteiligen. Die Plattform wurde mit Hilfe der Software LiquidFeedback eingerichtet und stellt in Deutschland ein Pilotprojekt dar. LiquidFriesland sei „ein zusätzliches Beteiligungsangebot an den Bürger, das auf die Chancen des Internets setzt und eine Brücke schlägt zwischen Online-Beteiligung und Offline-Politik“, so Frieslands Landrat Sven Ambrosy. Mit dem Innovationswettbewerb des dbb sollen Neuerungen im öffentlichen Dienst initiiert, gefördert und der Öffentlichkeit als Vorbild bekannt gemacht werden. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Der **Stadtmarketingverein Winterberg e.V.** bündelt die privaten und öffentlichen Initiativen zur Stärkung und Förderung des Standortes. Mit mehr als 1,2 Millionen Übernachtungen und etwa 1,9 Millionen



Tagesgästen ist Winterberg als Top-Tourismusort im Sauerland national wie international bekannt. Aber nicht nur die Urlaubsgäste wissen das Freizeit- und Erholungsangebot des Heilklimatischen Kurorts Winterberg zu schätzen. Wo sich gut Urlaub machen lässt, da lässt es sich ebenso gut arbeiten. So ist Winterberg Standort für viele Betriebe, die national und international agieren. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied finden Sie **hier**.

Kellinghusen hat rund 7.800 Einwohner und liegt im Kreis Steinburg, ca. 60 km nordwestlich von Hamburg zwischen Bad Bramstedt und Itzehoe. Die Lage der Stadt inmitten einer reizvollen Landschaft, ist geprägt von Wäldern, Wiesen und Feldern sowie der Flusslandschaft der Stör. In direkter Nachbarschaft liegt der Naturpark Aukrug, ein Erholungsgebiet mit ausgedehnten Wald-, Wander- und Reitwegen.



Der Rensinger See und das Naturschutzgebiet Störkathener Heide grenzen direkt an das Stadtgebiet an. Aufgrund der reichen Tonvorkommen entstanden ab 1760 zahlreiche Keramikmanufakturen, die Kellinghusen durch die Produktion der Fayencen weit bekannt machten. Kellinghusen hat zahlreiche Veranstaltungen für seine Bürger und Gäste zu bieten, v. a. durch den alljährlich stattfindenden Töpfermarkt ist Kellinghusen überregional als Keramikstadt bekannt. Der Ortskern versprüht mit seinen verwinkelten Ecken und feldsteingepflasterten Gassen romantischen Charme. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied finden Sie **hier**.

Innerstädtischer Handel besser bewertet als Shoppingcenter



Läden in den innerstädtischen Geschäftslagen haben hinsichtlich der Umsatzperformance zwischenzeitlich Stores in Einkaufszentren hinter sich gelassen. Dies ist eines der Ergebnisse des von ecostra in Kooperation mit der Immobilien Zeitung publizierten „Shoppingcenter Performance Report Deutschland 2012“. Verglichen wurden die Läden eines Unternehmens im Shoppingcenter mit denen desselben Unternehmens in der Innenstadt. Während der Durchschnittswert der Umsatzperformance der Shoppingcenter im Jahr 2011 aus einem Spektrum von 1 (= sehr viel besser) bis 5 (= sehr viel schlechter) für die Shoppingcenter noch bei 2,84 und damit noch in einem leicht positiven Bereich lag, konnte im Jahr 2012 nur noch ein Wert von durchschnittlich 3,09 errechnet werden. Damit sind die wirtschaftlich erfolgreicheren Standorte jetzt die Geschäftslagen der Innenstädte. In Anbetracht des Umstandes, dass es sich bei Shoppingcentern um organisierte Vertriebsformen mit geplantem Branchen- und Betriebstypenmix, gemeinsamen Öffnungszeiten, Parkplatzmanagement, Security und professionellem Marketing handelt, ist dieses Ergebnis in seiner Bedeutung kaum zu unterschätzen. Die weiteren Folgeuntersuchungen werden zeigen, ob sich dieser Trend verfestigt. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Preisträger des Wettbewerbs Kommunale Suchtprävention

Zwölf vorbildliche Beispiele der kommunalen Suchtprävention wurden Anfang Juni vom Gesundheitsminister Daniel Bahr in Berlin ausgezeichnet. 99 Städte, Gemeinden und Kreise aus dem gesamten Bundesgebiet hatten sich mit ihren Projekten beim Bundeswettbewerb mit dem Schwerpunkt „Alkoholprävention im öffentlichen Raum“

beworben. Die Preisträger erhielten von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ein Preisgeld in Höhe von insgesamt 60.000 Euro. Betreut wurde der Wettbewerb durch das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu). Um die eingereichten Beiträge der Öffentlichkeit zugänglich zu machen und auf diese Weise zur Nachahmung anzuregen, sind die Ergebnisse des Wettbewerbs in einer Dokumentation zusammengestellt worden. Diese kann kostenfrei über die BZgA unter der E-Mail-Adresse **order@bzga.de** bestellt werden. Die einzelnen Sieger und ihre Projekte können aber auch **hier** auf der Wettbewerbshomepage aufgerufen werden.



bcsd-Fördermitglieder



LUX MOMENTUM konzipiert festliche Beleuchtungen und Lichtdekorationen. Auf Wunsch erhält man von der einzelnen Lichterkette über die Entwicklung und Planung komplexer Projekte, die Montage und Demontage bis hin zur Einlagerung alles aus einer Hand. Als Premium Partner des europäischen Marktführers MK Illumination arbeitet LUX MOMENTUM für Shoppingcenter, Städte und Gemeinden, Werbegemeinschaften, Einzelhändler, Hotels und Gastronomie u.v.m. Weitere Informationen zu unserem Fördermitglied finden Sie **hier**.

Jobbörse

Bei der Stadt Verden (Aller) ist im Fachbereich Stadtentwicklung zum nächstmöglichen Zeitpunkt die unbefristete Stelle **der/des Produktverantwortlichen**



„**Stadtmarketing**“ zu besetzen. Der Aufgabenbereich umfasst im Wesentlichen die Leitung des Produktes „Stadtmarketing“, die konzeptionelle Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der Stadt und zur Imagepflege, die Organisation und Umsetzung dialogorientierter Bürgerbeteiligungen, die Betreuung des Beirats Stadtmarketing und seiner Arbeitskreise sowie die Weiterentwicklung der Internet-Präsenz. **Bewerbungsschluss ist der 29. Juni 2013.** Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Die Aufgabe des **Zentrenmanagements im Rahmen der Städtebauförderung „Aktive Zentren“** wird von der Stadt Oberasbach ausgeschrieben. Das Zentrenmanagement ist zunächst auf 3 Jahre angelegt. Der Arbeitsumfang beträgt im ersten Jahr 20 Stunden in der Woche. Der Aufgabenbereich umfasst unter anderem



die Umsetzung von Maßnahmen aus dem Stadtentwicklungskonzept, die Einbindung und Aktivierung der Akteure und Bürger vor Ort sowie die Entwicklung eines Termin- und Kostenrahmens. Zwingend erforderlich sind Kenntnisse zum Programm und zur Förderkulisse des Programms „Aktive Zentren“. Die Tätigkeit kann freiberuflich, im Rahmen eines bestehenden Büros oder in einer Arbeitsgemeinschaft ausgeübt werden. **Bewerbungsschluss ist der 01. August 2013.** Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Ideen zur Zwischennutzung



Das Link-Portal www.zwischennutzung.net verweist auf das Potenzial von Zwischennutzung und anderen informellen Methoden der Stadtentwicklung. Mit mehr als 400 Links, Dokumenten und wissenschaftlichen Arbeiten zur Zwischennutzung, Umnutzung, Community Development etc. werden Anregungen gegeben, wie man in seiner eigenen Stadt eine Zwischennutzung erfolgreich gestalten könnte. Ferner soll die Plattform der Vernetzung der Akteure dienen. Eine Zwischennutzung kann die Stadt stimulieren, sie wertet den Standort auf und ist Generator für Innovation. Außerdem ist sie eine finanzielle und qualitative Stütze für Eigentümer und Investoren. Zur Plattform kommen Sie **hier**.

Mobile Payment im Supermarkt



Die Supermarktkette Edeka und deren Discounter Netto starten ihr neues, mobiles Bezahlungssystem. Mittels einer Handy-App können Kunden nun an der Kasse ihren Einkauf bezahlen und Rabattcoupons gleich mit einlösen. Abgerechnet wird im Anschluss, nachdem man sich online registriert hat, ganz bequem per Lastschrift. Während Netto das System bereits in allen Filialen eingeführt hat, sollen Berlin und Hamburg für Edeka nur der Start sein, bis 2015 soll auch hier die bundesweite Einführung abgeschlossen sein. Bisher ist nicht abzusehen, ob sich das System durchsetzt oder welche Effekte es auf den Lebensmitteleinzelhandel haben wird. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcsd-Erfa-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 an: **kossak@trendone.com**

VIDEOSPIEL MIT OFFIZIELLEN STATISTIKDATEN



Das von der Agentur Leo Burnett und dem australischen Statistikamt entwickelte Videospiel „Run that Town“ soll Australiern die Statistikdaten ihrer Heimat spielerisch näherbringen. Hierfür überträgt die lokalbasierte Simulation den Nutzern die virtuelle Verantwortung für die jeweilige australische Region. Der Spieler muss für seinen Spielerfolg Entscheidungen auf der Grundlage real existierender statistischer Daten treffen, um etwa das Wachstum und die Zufriedenheit der Bevölkerung in der gewählten Nachbarschaft zu erhöhen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

REISENDE SPEISEN BEI EINHEIMISCHEN



Die Plattform „Cookening“ führt Reisende über selbst gekochtes Essen mit gastfreundlichen Einheimischen zusammen. Bei „Cookening“ werden die Profile als „Tisch“ bezeichnet, auf dem der Gastgeber sein Speisenangebot darbietet. Online kann ein interessierter Tourist sehen, welche lokalen Spezialitäten der Gastgeber zu welchem Preis offeriert, und eine Buchungsanfrage senden. Nach der Terminvereinbarung und Überweisung der Kosten lassen sich der Tourist und gegebenenfalls weitere Gäste im Zuhause des Gastgebers bewirten und darüber hinaus zum kulturellen Austausch inspirieren. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Nach der Terminvereinbarung und Überweisung der Kosten lassen sich der Tourist und gegebenenfalls weitere Gäste im Zuhause des Gastgebers bewirten und darüber hinaus zum kulturellen Austausch inspirieren. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

STRASSENBELEUCHTUNG PASST SICH VERKEHR AN



Das österreichische Start-up Lixtec hat eine Straßenbeleuchtung entwickelt, die ihre Leuchtkraft dem aktuellen Verkehrsaufkommen anpasst und im Vergleich zu herkömmlicher Beleuchtung 85 Prozent an Energie einspart. Sie eignet sich vor allem für wenig befahrene Straßen. Die Lampen leuchten dort zu Zeiten,

in denen kein Verkehr besteht, lediglich mit einer Leuchtkraft von 20 Prozent. Die maximale Leuchtkraft kann jedoch innerhalb von Sekunden bereitgestellt werden, sobald die in den LED-Leuchten integrierten Sensoren ein herannahendes Auto erkennen. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Terminkalender

26. und 27. August 2013, Urbanicom-Studentagung „Stadt & Handel – Hart am Wind auf allen Kanälen Die Zukunft digital und analog“, Hamburg

Erhebliche Veränderungsprozesse werden das Zusammenleben und Konsumieren nachhaltig beeinflussen. Doch wie stellen sich Stadt und Handel auf? Und treiben sie die technische Entwicklung selbst voran? Spannende Themen und wissenschaftliche sowie fachliche Expertise warten auf die Teilnehmer der diesjährigen Urbanicom-Tagung. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

12. September 2013, 19. IHK-Forum Stadtmarketing, Hannover

Das diesjährige IHK-Forum beschäftigt sich mit dem Thema Monitoring von Standorten und Stadtmarketing. Neben speziellen Fachforen zu den Themen Sponsoring, Kulturmarketing und Steuern gibt es auch ein Offenes Forum zum Erfahrungs- und Ideenaustausch. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

12. September 2013, Kongress „Leben im Dorf“, Meudt/Westerwald

Welche Chancen hat der ländliche Raum? Was kann eine Gemeinde gegen Leerstand tun? Und: Wie bleiben unsere Dörfer attraktiv? Diese Fragen werden auf dem Kongress beantwortet und erfolgreiche Konzepte und Modelle für das Leben im Dorf werden aufgezeigt. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

26. und 27. September 2013, Tagung „Kulturbanding 4“, Berlin

Auf der Tagung sollen der aktuelle Forschungsstand und innovative Praxisbeispiele des deutschsprachigen und internationalen Markenmanagements und der

Markenkommunikation im Kunst- und Kulturbereich präsentiert und eine Diskussionsplattform für neue Konzepte und Perspektiven gegeben werden. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

09. bis 11. Oktober 2013, bcsd-Herbsttagung „Räume, Menschen, Sensationen – Management und Inszenierung öffentlicher Räume“, Karlsruhe

So bunt und vielgestaltig wie die Städte sind, so unterschiedlich wird der öffentliche Raum genutzt, der sie prägt. Dabei sind die Ansprüche an den öffentlichen Raum so vielgestaltig und zum Teil widersprüchlich wie die Ansprüche der Bürger und der Gäste insgesamt. Welchen Ansprüchen das Stadtmarketing in der Gestaltung und Bespielung des öffentlichen Raums gerecht werden muss, soll auf der bcsd-Herbsttagung beantwortet werden. Weitere Informationen finden Sie in Kürze **hier**.

23. bis 25. Oktober 2013, Deutscher Tourismustag, Lübeck

Der Deutsche Tourismustag ist die größte Fachtagung für die Akteure des Deutschlandtourismus. Teilnehmer sind in erster Linie Touristiker aus allen Regionen der Bundesrepublik, Vertreter aus Ministerien des Bundes und der Länder, Vorsitzende und Geschäftsführer touristischer Verbände und Organisationen sowie städtischer Marketinggesellschaften, die überregionale wie regionale Presse sowie die touristische Fachpresse. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

24. und 25. Oktober 2013, KulturInvest Kongress und Kulturmarken-Gala, Berlin

Der KulturInvest-Kongress mit mehr als 100 Referenten und 28 Foren beschäftigt sich mit der Etablierung betriebswirtschaftlicher Management- und Marketingprozesse bei öffentlichen und privatwirtschaftlichen Kulturanbietern und dem Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien. Am Abend des 24. Oktober findet darüber hinaus die Kulturmarken-Gala statt, auf der u.a. der Award für die Stadtmarke des Jahres 2013 vergeben wird. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

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.

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.