

Newsletter 06-2014

Save the Date – Deutsche Stadtmarketingbörse 2014 in Kleve „Kommunikation @ Stadtmarketing“

Neue Wirklichkeiten



Kommunikation ist eine der Kernaufgaben des Stadtmarketings. Mit der fortschreitenden Digitalisierung und dem gesellschaftlichen Wandel verändern sich die Kommunikationsmöglichkeiten maßgeblich. Die reale Welt verschmilzt immer mehr mit der digitalen. Neue Möglichkeiten zum Dialog mit Bürgern, Kunden, Firmen und Touristen

entstehen und erzeugen Erwartungshaltungen. Virale Kampagnen erzeugen Aufmerksamkeit, die über herkömmliche Medien nur schwer zu erreichen ist.

Neue Fragestellungen

Wie reagiert das Stadtmarketing auf diese Anforderungen? Ist der Wandel bereits angekommen? Ändert sich tatsächlich so viel oder geht alles weiter wie bisher, nur auf anderen Kanälen? Zählt die Verpackung bald mehr als der Inhalt? Wie lassen sich „herkömmliche“ Kommunikation und „Social Media“ verbinden? Sind Klicks und Likes die neue Passantenfrequenz? Wie lassen sich Online-Kontakte in Besuche und Kaufhandlungen umsetzen?

Neues Tagungsformat

Die erste Deutsche Stadtmarketingbörse im niederrheinischen Kleve wird diesen Fragen nachgehen und das Themenfeld Kommunikation im Stadtmarketing vor dem Hintergrund dieser neuen Herausforderungen beleuchten. Als Weiterentwicklung der bcsd-Herbsttagung wird sich die Deutsche Stadtmarketingbörse verstärkt praktischen Fragestellungen stellen und einen Fokus auf die Anwendbarkeit in der täglichen Arbeit legen. Dies wird durch einen Best-Practice-Tag am 23. September erreicht, auf dem Aussteller ihre Lösungen präsentieren und in zwei parallel stattfindenden Foren gute Beispiele aus dem Stadtmarketing vorgestellt werden.



Für die Vorträge in den Foren sind noch Bewerbungen möglich. Den vollständigen Call for Paper finden Sie **hier**. Haben Sie gelungene Beispiele (digitaler) Kommunikation? Wir freuen uns auf Ihre Ideen und Beiträge, die Sie uns formlos an **office@bcsd.de** zukommen lassen können.

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse

Seite 2

Stadtmarke des Jahres

Seite 3

Studie China Ready

Trendstudien Einzelhandel

Seite 4

Connective Cities

urbanicom-Preis verliehen

N.I.C.E. Award 2014

Seite 5

Access City Award

KSK soll stabilisiert werden

Kinderfreundliche Kommune

Seite 6

Jobbörse

Fördermitglieder der bcsd

Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 7

Stockholm ist kein Zufall

Goldgrund Immobilien

Heimathafen Greifswald

Seite 8

Wertewandel im Handel

Vortragsreihe für den Handel

Public Viewing mal anders

Seite 9

Best-Practice W-Lan

Der Trend der Zukunft

Seite 11

Terminkalender

– Anzeige –



Seit über 140 Jahren ist Götsch ein etablierter Partner im Bereich der **Verkehrstechnik und Stadtraumgestaltung**. Dieser Erfahrungsschatz erlaubt es uns, Best Practices nicht nur anzuwenden, sondern sie selbst zu entwickeln. Von der **Beratung** über die **Organisation** an Ort und Stelle bis zur **Installation** erhalten Sie auf Wunsch alle Leistungen aus einer Hand. Ob Verkehrs-, Stadt- oder Fußgängerleitsysteme: Mit **ProForm™** reagieren wir auf diese vielfältigen stadtgestalterischen Kontexte mit den Vorteilen eines modularen Systems und seinen individuellen Lösungen. www.goetschgmbh.de



Stadtmarke des Jahres

Am 30. Oktober findet der **Kulturmarken-Award** in Berlin statt. Die bcsd wird im Rahmen des Kulturmarken-Awards auch 2014 die Kategorie "**Stadtmarke des Jahres**" präsentieren. Eine mit Experten aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft und Medien besetzte Jury wird über die besten Beiträge entscheiden. Bis zum **15. August** ist die Bewerbung in diesem Jahr möglich. Folgende Kriterien werden dabei berücksichtigt:

- Wird die Stadt oder Region erfolgreich als Marke geführt?
- Markenidentität (Ist das kulturelle Angebot / Erbe wesentlicher Markenbausteine?)
- Markenbotschaft (Präsentiert sich die Stadt oder Region als attraktiver Kulturstandort?)
- Markenpositionierung (Erfolgt eine Alleinstellung über Kultur?)
- Markenkompetenz (Wirkt die Marke nach innen und außen identitätsstiftend?)
- Markenerscheinung (Wird der Markenbaustein Kultur in das Erscheinungsbild integriert?)
- Markenkommunikation (Wie wird das kulturelle Potenzial kommuniziert?)
- Markennutzen (Kann die Rentabilität der Marke gemessen werden?)
- Berücksichtigung und Einbezug möglichst aller Stakeholder

Mehr zum Kulturmarken-Award und den Bewerbungsmodalitäten erfahren Sie **hier**.

Studie China-Ready



Die von Studenten der Hochschule Osnabrück durchgeführte und von der bcsd unterstützte Studie China-Ready ist abgeschlossen. Anlass gab die zunehmende Reisetätigkeit chinesischer Bürger. Studenten des Studiengangs Öffentliches Management untersuchten, wie gut deutsche Städte auf chinesische Touristen eingestellt sind. Dazu wurde zunächst die relevante Zielgruppe in China identifiziert, deren Bedürfnisse analysiert und anhand eines Ranking-Systems operationalisiert, um einen Benchmark zu bilden. Anschließend wurden die Kriterien auf fünf (mittel-)große deutsche Städte angewandt. Dabei zeigten sich deutliche Differenzen sowohl im Potenzial für chinesische Touristen als auch in den Bemühungen diese Zielgruppe zu erreichen. Einen Film zu den Ergebnissen finden Sie **hier**.

Trendstudie zum Einzelhandel

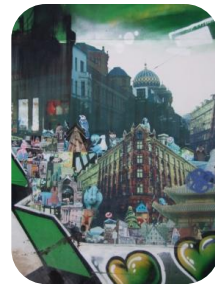
Der Wandel im Einzelhandel ist in aller Munde. In der Anfang des Jahres erschienenen Trendstudie „Die Zukunft des stationären Handels“ werden gesellschaftliche und technische Trends vorgestellt, Pilotprojekte präsentiert und Strategieempfehlungen gegeben. Dabei geht die Studie von einer Konzentration auf Premium- und Economy-Märkte und einer wachsenden Bedeutung mobiler / digitaler Angebote sowie einer zunehmenden Lifestyle- / Identitäts-Orientierung im Premium-Segment aus. Die Studie finden Sie **hier**.



Ebenfalls mit den Entwicklungen im Einzelhandel beschäftigt sich das ECC (E-Commerce-Center), eine Abteilung des Instituts für Handelsforschung Köln. Dr. Hudetz präsentiert fünf knackige Thesen zur Zukunft des Handels und liefert dazu einige Zahlen zur Entwicklung digitaler Angebote. Seine Grundthese: Nur flexible Angebote werden in Zukunft eine Chance haben. **Hier** finden Sie die Thesen und **hier** einige Zahlen dazu.

Internationales Städtenetzwerk ins Leben gerufen

Um nachhaltige Entwicklung und den internationalen Austausch intelligenter Lösungen für die Herausforderungen der Stadt der Zukunft zu fördern haben der Deutsche Städtetag, Engagement Global und die GIZ das internationale Städtenetzwerk „Connective Cities“ ins Leben gerufen. Ein **Webportal** bietet Zugang zu den Erfahrungen und Lösungen der angeschlossenen Städte zu Themen wie Armut, erneuerbare Energien, Bürgerbeteiligung oder Mobilität. Außerdem sollen Konferenzen, Fortbildungen, Exkursionen und Online-Dialoge den Austausch zwischen den Städten fördern. Hier erfahren Sie **mehr**.



urbanicom-Preis an die Stadt Münster verliehen



urbanicom – Deutscher Verein für Handel und Stadtentwicklung e.V. hat am Vorabend der diesjährigen Studentagung in Chemnitz (19. bis 20. Mai) den urbanicom-Preis verliehen. Die Auszeichnung ging an die Stadt Münster, die für ihre Aktivitäten zur Förderung einer vitalen Innenstadt geehrt wurde. Besonders hervorgehoben wurde dabei die Stärkung des Handels durch das kreieren „runder“ Wege in der Innenstadt und den Verzicht auf großflächige Einzelhandelsansiedlungen abseits der Innenstadt. Ebenfalls lobend erwähnt wurde die Konzeption offener, durchmischter Einkaufszentren wie sie die Münster Arkaden darstellen. **Hier** finden Sie die Pressemitteilung des Vereins.

N.I.C.E.-Award 2014

Das European Center for Creative Economy (ecce) hat den N.I.C.E. Award 2014 unter dem Motto Spillover Innovationen veranstaltet. Aus 108 Bewerbungen aus 22 Ländern wurden vier Sieger ausgewählt. Erster Sieger wurde das Projekt **RLF** – Richtiges Leben im Falschen, das Protestkultur bewusst kommerzialisiert um damit Kapitalismuskritik zu üben - shoppen für die Revolution. Den zweiten Platz belegen ein Projekt aus Bilbao, das Kreativschaffende und Firmen verbindet und das Essener **Unperfekthaus**, das Künstlern und Gründern kostenlose Räume zur Verfügung stellt. Auf dem vierten Platz landeten die **URBANAUTS** aus Wien, die Leerstände in Hotels verwandeln oder temporär als Restaurant nutzen. Die gesamte Shortlist finden Sie **hier**.

Access City Award 2015 – Bewerbungsphase startet

Die Europäische Kommission ruft alle Städte über 50.000 Einwohnern in der EU zur Teilnahme am Access City Award auf. Gesucht werden Aktivitäten, Projekte und Strategien zur Steigerung der Barrierefreiheit. Auf eine nationale Auswahl folgt die Auswahl auf europäischer Ebene. 2014 konnte Göteborg die Jury überzeugen, 2013 ging die Auszeichnung nach Berlin. **Hier** finden Sie die Ausschreibung.



Künstlersozialkasse soll stabilisiert werden



Die Bundesregierung hat angekündigt die Beitragssätze zur Künstlersozialkasse stabil halten zu wollen und hat dazu einen Gesetzentwurf vorgelegt, der die regelmäßige Überprüfung und Beratung der Arbeitgeber vorsieht. Die Deutsche Rentenversicherung soll demnach häufiger die Erfüllung der Melde- und Abgabepflicht überprüfen. Auch die Künstlersozialkasse soll in Zukunft selbst Prüfungen durchführen können. Somit soll eine höhere Beitragsgerechtigkeit geschaffen werden und eine Steigerung der

Beitragssätze vermieden werden. **Hier** finden Sie den Gesetzentwurf. Informationen zu den Beitragspflichten finden Sie **hier**.

Hanau ist erste „Kinderfreundliche Kommune“

Für den Aktionsplan Kinderfreundlichkeit ist Hanau als erste deutsche Stadt mit dem Siegel „Kinderfreundliche Kommune“ ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung wird vom Verein Kinderfreundliche Kommunen e.V. vergeben, der von UNICEF und dem Deutschen Kinderhilfswerk getragen wird. Das Siegel wird nach dem Beschluss eines Aktionsplans zur Kinderfreundlichkeit im Stadtrat vergeben und beinhaltet eine regelmäßige Überprüfung. So soll die Einhaltung der UN-Kinderrechtskonvention erreicht werden und die Berücksichtigung der Interessen von Kindern im Alltag, auch durch stärkere Beteiligung, garantiert werden. Der Verein Kinderfreundliche Kommunen e.V. ruft alle Städte und Gemeinden über 5.000 Einwohner zu einer Bewerbung um das Siegel auf. Das Bewerbungsverfahren beginnt mit einem Fragebogen, der die Motivation und bisherige Erfahrungen abfragt. Mehr erfahren Sie **hier**.



Jobbörse

An dieser Stelle präsentiert die bcsd Stellenangebote aus dem Stadtmarketing, City- und Regionalmanagement sowie der Wirtschaftsförderung. Die Stellenangebote sind auch auf der **Homepage** der bcsd zu finden. Haben Sie Stellen zu besetzen? Frank Simon hilft Ihnen unter 030 – 28 04 26 71 oder **office@bcsd.de** gerne weiter.

Die **Stadtmarketing Braunschweig GmbH** schreibt die Stelle einer Projektassistentin für den Bereich Kommunikation aus. Zu den Aufgaben gehört die Mitarbeit bei der Ausarbeitung von Kommunikationsstrategien und -maßnahmen, der Umsetzung von Marketingkampagnen sowie der Erstellung von Mediaplänen. Die Bearbeitung von Anfragen nach Bildern, Filmen und Beratung zum Corporate Design zählen ebenfalls zu den Zuständigkeiten. Hinzu kommt die Unterstützung in Bereichen wie unter anderem Printprodukte, Außenwerbung oder Merchandising. Die Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

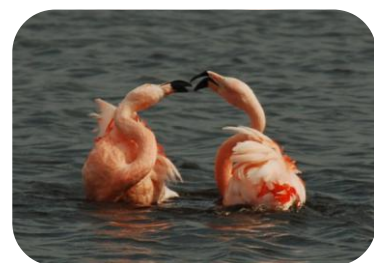
Fördermitglieder



Die GALERIA Kaufhof GmbH ist Vorreiter und Motor des innerstädtischen Einzelhandels und einer der führenden europäischen Warenhausbetreiber. Die Kaufhof-Geschichte reicht bis zum Jahr 1879 zurück, als Leonhard Tietz in Stralsund ein kleines Geschäft mit nur 25 m² Verkaufsfläche eröffnete. Seit mehr als 130 Jahren ist das Unternehmen nun schon für seine Kunden da, setzt Trends und verbindet stilvoller Qualität und Exklusivität. Die GALERIA Kaufhof unterstützt die Entwicklung des City- und Stadtmarketings in Deutschland von Anfang an als konstruktiver und verantwortlicher Partner.

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder der bcsd

Die **Vreden Stadtmarketing GmbH**, gegründet im Jahr 2005, wird von der Stadt Vreden und der Vredener Wirtschaftsvereinigung e. V. gehalten. Sie ist verantwortlich für die Förderung der Attraktivität der Stadt Vreden unter Berücksichtigung aller wirtschaftlichen, kulturellen und touristischen Dimensionen. Vreden, eine westfälische Stadt im Münsterland, mit rd. 23.000 Einwohnern birgt mehr



Überraschungen, als die meisten Besucher erwarten würden. So findet man in der Innenstadt beispielsweise Europas Übergrößenspezialist Nr.1 für Schuhe! Herr Wessels fliegt seine handgefertigten Schuhe der Größe 62 sogar selbst zu seinen Abnehmern über den Globus. Im Naturschutzgebiet Zwillbrocker Venn hingegen befindet sich die nördlichste Flamingobrutstation weltweit! Dies sind nur zwei Beispiele für die direkte Nachbarstadt der Niederlande. Die intakte

Natur des Westmünsterlandes mit zahlreichen Naturschutzgebieten, Fahrradwegen und Reitrouten ist für Einwohner und Touristen in Vreden gleichermaßen attraktiv!

Stockholm ist kein Zufall

Die Deutsche Stadtmarketingbörse in Kleve wird sich dem Thema Kommunikation @ Stadtmarketing widmen. Wie digitale Kommunikation viral werden kann, macht ein Video aus Stockholm vor: Anhand von Kartentricks werden die Standortvorteile der schwedischen Hauptstadt erklärt. Die Reaktionen auf Youtube zeigen, dass der Ansatz Aufmerksamkeit erzeugt. **Hier** können Sie das Video sehen.

Goldgrund Immobilien



In München-Schwabing kündigte der Bauträger Goldgrund-Immobilien die Bebauung des öffentlichen Platzes „Münchner Freiheit“ an. Auf dem Identifikationspunkt sollen exklusive Luxuswohnungen mit eigenem U-Bahn-Anschluss und weiteren Annehmlichkeiten entstehen. Zu Werbezwecken wurden über 5.000 Flyer mit einer Einladung zu „Schnäppchen und Häppchen“ in Briefkästen im Stadtteil verteilt. Wütende Menschen strömten zum Maklerbüro und landeten auf einem Symposium zum Thema „Wem gehört die Stadt? Den Investoren oder uns?“. Die Aktion entpuppte sich als das Werk Münchner Kreativer, die sich gegen die Gentrifizierung stellen und eine Galerie zum „Maklerbüro“ umfunktionierten. In einer weiteren Aktion wurden als „nicht sanierbar“ deklarierte Wohnungen von Goldgrund-Aktivisten sowie zahlreichen prominenten Unterstützern wieder hergerichtet. Das dabei gedrehte Video generierte zahlreiche Klicks und veranlasste den Oberbürgermeister selbst zur Besichtigung der Baustelle. Die Häuser blieben erhalten. Inzwischen müssen Leerstände in München nach einem halben Jahr für Zwischennutzungen freigegeben werden und Entmietungen sind erst mit einem Sanierungskonzept möglich. Mehr erfahren Sie **hier**.

Erstwohnsitzkampagne in Greifswald

Die bereits im Herbst 2013 durchgeführte Erstwohnsitz-Kampagne für Studenten der Universität Greifswald, die von der Universität gemeinsam mit Studierendenvertretern und dem Landkreis Vorpommern-Greifswald organisiert wurde, wird neu aufgelegt. Für zusätzliche Erstwohnsitzmeldungen erhielt die Universität rund 200.000 € vom Land Mecklenburg – Vorpommern. Als Motivation zur Ummeldung dienten das Gutscheineheft „Heimathafen Greifswald“ mit Vorteilen im Wert von 300 € sowie eine von der Stadtverwaltung gewährleistete Umzugsbeihilfe in Höhe von 100 €. Somit profitierten sowohl die Universität, als auch die Stadt und die lokalen Einzelhändler und Kultureinrichtungen. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

bcsd-Geschäftsführer mit Vortrag zum Wertewandel im Einzelhandel

Auf Einladung der WIS Salzgitter hielt bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block einen Vortrag zum Thema Online vs. Offline – Wertewandel im Einzelhandel. Der Vortrag fand im Rahmen des „Ab in die Mitte“-Projekts Kunden-Händler-Talk in Salzgitter-Lebenstedt statt. Herr Block zeigte den anwesenden Händlern die Herausforderungen des wachsenden Online-Geschäfts auf und forderte zum Handeln auf. Gleichzeitig machte er deutlich, dass in der Digitalisierung auch Chancen für den stationären Handel liegen und dass der stationäre Handel seine Vorteile gegenüber dem Onlinegeschäft besser nutzen muss. Dass das Einkaufserlebnis, der Service und die direkte Verfügbarkeit der Waren weiterhin schwer zu schlagen sind, zeigten die Ergebnisse des im Anschluss vorgestellten Duells „City Lebenstedt vs. Internet“. Dabei mussten unabhängig voneinander zwei Gruppen bestimmte Waren im Internet oder vor Ort besorgen. Die Innenstadt siegte klar.

Prominent besetzte Vortragsreihe für den innerstädtischen Einzelhandel

Das Stadtmarketing Bocholt hat eine hochkarätig besetzte Vortragsreihe für den innerstädtischen Einzelhandel unter dem Titel „Vom Aussterben bedroht? – Der stationäre Einzelhandel im Zeitalter des Online-Shoppings – ‚Überlebensstrategien‘ für Bocholt“ gestartet. Den Anfang machte die Rednerin und Buchautorin Daniela A. Ben Said mit einem Vortrag über Instrumente zur Kundenverblüffung. In weiteren Vorträgen werden der Hauptgeschäftsführer des HDE, Stefan Genth sowie ein Vertreter des 2b AHEAD Think Tank auftreten. Den letzten Vortrag im Oktober wird der Multichannel-Marketing-Experte Prof. Dr. Heinemann von der Hochschule Niederrhein gemeinsam mit einem e-commerce - Berater halten. Nach den Vorträgen besteht jeweils Möglichkeit zur Diskussion.

Public Viewing mit eigenem Sofa und göttlichem Beistand

WM-Zeit ist beinahe traditionell Public Viewing Zeit. Viele freuen sich auf das Fußballschauen in der Gemeinschaft, andere schauen lieber zu Hause auf dem Sofa. Im Berliner Stadion „an der **alten Försterei**“, Heimspielstätte des 1. FC Union, können Fans nun beides tun. Fans dürfen ihre eigenen Sofas auf den Rasen stellen und haben reichlich von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht. Um das Wohnzimmergefühl zu komplettieren wurde rund um die Leinwand eine Retro-Tapete angebracht. Ebenfalls im Stadion, aber exklusiver, läuft das Public Viewing im Rotterdamer Stadion **De Kuyp** ab, wo Opel, Sponsor des ortsansässigen Klubs, orangene Zelte in Form des Firmenlogos anordnete und so einigen Fans das Public Viewing und eine Übernachtung im Stadion ermöglichte.



Fußball und Kirche vereint das Public Viewing in der Berlin-Kreuzberger **Emmaus-Kirche**. Statt Kommentaren gibt es dem Spielverlauf angepasste Orgelmusik zu hören. Ebenfalls in Berlin wird das Public Viewing für Zwecke des Quartiersmanagements eingesetzt. In einem familiären Rahmen werden die Spiele (und auch Filme) auf einer **mobilen Leinwand** an wechselnden Orten im Soldiner-Kiez in Berlin-Wedding gezeigt. Die Aktion wird durch den Aktionsfonds des Quartiersmanagement unterstützt.

Einzelhändler bieten kostenloses Internet in Gevelsberg



Kostenloses W-LAN in Innenstädten ist immer mehr auf dem Vormarsch. In Gevelsberg in Nordrhein-Westfalen ist es mit einem besonderen Modell gelungen, Besuchern der Innenstadt einen kosten- und werbefreien Zugang zum Internet zu ermöglichen. Im ProCity Gevelsberg e.V. organisierte Einzelhändler haben ihre bestehenden W-LAN-Angebote verbunden und die Lücken mit weiteren Routern aufgefüllt, die eine flächendeckende Versorgung garantieren. Die Kosten für den Internetzugang und Strom werden von den jeweiligen Händlern übernommen. Die Nutzer gelangen bei der Einwahl auf die Homepage des Innenstadtvereins. Um die technische Betreuung kümmert sich die Sektion Gevelsberg des **Freifunk Rheinland**. Der Freifunk e.V. hat es sich zur Aufgabe gemacht, nicht kommerzielle Bürgernetzwerke zu unterstützen. In Gevelsberg ist eine Ausweitung auf Nebenstraßen und städtische Parks in Planung. Hier erfahren Sie **mehr**.

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: **loerbroks@trendone.com**

BANK ERÖFFNET POP-UP-RAUM FÜR KREATIVITÄT



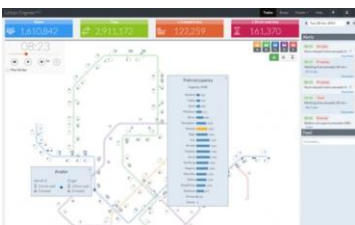
Die Marketingagentur Trend Wolves hat im Auftrag des Onlinefinanzinstituts Hello Bank einen Pop-up-Shop in Antwerpen errichtet, der Besuchern Platz zum Entspannen und Arbeiten bietet und ihnen gleichzeitig das Konzept der Bank näherbringt. „Hello Space“ wird zweieinhalb Monate lang geöffnet sein. Der Gemeinschaftsraum bietet unter anderem Workshops für App- und Webseitenerstellung, Illustration und umweltbewusstes Leben an, verfügt über ein Café und lässt Besucher 3D-Drucke von sich selbst erstellen. Das Projekt soll das Bestreben der Bank verdeutlichen, ihre Kunden zu inspirieren und ihnen das anzubieten, was sie benötigen und mögen.

WASSERRAD FISCHT MÜLL AUS HAFENBECKEN

Die US-Metropole Baltimore hat ein Wasserrad installiert, das eigenständig Müll aus dem Wasserstrom des Inner Harbor abfängt. Mit Hilfe von Solarenergie und der Antriebskraft des Wasserrades wird der Abfall aus dem Wasser auf ein Entsorgungsfließband geharkt. Die Erfinder haben hierfür zusammen mit der städtischen Parkverwaltung schwimmende Abgrenzungen installiert, die den Müll trichterförmig zum Wasserrad leiten. Der Müll vom Fließband landet auf einem schwimmenden Container, der von Booten zwecks Stromerzeugung zu einem Verbrennungswerk transportiert wird. Derzeit entsorgt das Rad 22 Tonnen Abfall täglich.



DATENINTELLIGENZ GEGEN ÜBERFÜLLUNG DER STÄDTE



Urban Engines hat ein Software-as-a-Service-Modell entwickelt, mit dem die Menschenmassen im urbanen Verkehrssystem besser verteilt werden sollen. Die Software kann von allen Verwaltungen eingesetzt werden, um genau zu überblicken, welche Bahnen und Busse wie stark ausgelastet sind oder wie lang die aktuelle Wartezeit an einer bestimmten Station ist. Das System nutzt die bestehenden Daten der Stadt, um Raumanalysen zu erstellen, die das städtische Transportsystem genau wiedergeben. Mit der Software können außerdem Anreizsysteme implementiert werden, mit denen beispielsweise zur Hauptverkehrszeit alternative Routen belohnt werden.

Terminkalender

11. Juli, Stadtentwicklung - Modul 2 des ICR-Studiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement, Stein bei Nürnberg

Siegfried Dengler, Leiter des Stadtplanungsamtes in Nürnberg, beschäftigt sich in diesem Seminar mit Themen der Stadtentwicklung mit Stadtmarketingschwerpunkten. Attraktivitätsfaktoren der Innenstadt (öffentlicher Raum, Service, ...) werden genauso betrachtet wie Besuchsmotive und Konsumtrends aus Nutzersicht (Einkaufslagen, Erlebnis vs. Versorgung, ...). Zudem wird die Markt- und Konkurrenzsituation der Städte im Bezug auf die lokale und regionale Kaufkraft betrachtet. Das Seminar ist ein Pflichtmodul des ICR-Studiengangs. Mehr erfahren Sie [hier](#).

3. – 6. September, IntenCITY, 60. IDA-Tagung, Ottawa

Die International Downtown Association lädt nach der letzten Tagung in New York dieses Mal ins kanadische Ottawa. [Hier](#) erfahren Sie mehr.

11./12. September, Gartenschauen: Trends, Konzepte und Perspektiven, Berlin

Gartenschauen erfüllen häufig einen Zweck, der über eine gärtnerische Leistungsschau hinaus geht – sie tragen zur Entwicklung und Revitalisierung von Quartieren und Stadtteilen bei und erfüllen ökonomische und ökologische Ziele. Im Seminar des Difu werden Trends, Konzepte und Perspektiven vorgestellt und diskutiert. Mehr erfahren Sie [hier](#).

15. September, Great Places Expo, Manchester

Die ATCM veranstaltet in Manchester die Great Places Expo. Dort werden Dienstleister aus dem Stadtmarketing-Bereich ihre Leistungen präsentieren. Am runden Tisch werden aktuelle Fragestellungen diskutiert. Mehr erfahren Sie [hier](#).

15./16. September, 8. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik, Essen

Der Bundeskongress steht in diesem Jahr unter dem Motto „Städtische Energien – Zusammenleben in der Stadt“ und widmet sich der Rolle und den Herausforderungen der Quartiere in Städten und Gemeinden. Mehr erfahren Sie [hier](#).

17. – 19. September, Die intelligente Stadt, Essen

Der Kongress 2014 der Stiftung Lebendige Stadt im Thyssen Krupp Quartier Essen bietet hochkarätige Redner zu den Themen Energie, Mobilität und Verwaltung. Das Programm finden Sie [hier](#).

18. September, 20. IHK-Forum Stadtmarketing der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern, Hannover

Das alljährlich gut besuchte Stadtmarketing-Forum der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern wartet traditionell mit einem spannenden Programm auf.

21. – 23. September, Deutsche Stadtmarketingbörse – Kommunikation @ Stadtmarketing, bcsd, Kleve

Kommunikation ist ein Kernthema des Stadtmarketings. Die Deutsche Stadtmarketingbörse in Kleve widmet sich den Herausforderungen und Chancen, die neue Kommunikationsformen dem Stadtmarketing stellen / bieten sowie dem zielgruppengerechten Einsatz „alter“ Kommunikationsformen. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

26. September, Recht kompakt – Grundlagen in Stadt- und Tourismusmarketing, Düsseldorf
bcsd-Seminar im Rahmen des ICR-Studiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement. Mehr Informationen folgen in Kürze **hier**.

26. September, Click or Brick – Deutschland auf dem Weg zum virtuellen Einzelhandelsmarkt? Fakten, Trends und Tendenzen im Einzelhandel, Hannover

Der Arbeitskreis Einzelhandel der DVAG stellt die neuesten Entwicklungen im Einzelhandelsbereich vor, wagt einen Blick in die Zukunft und diskutiert die Handlungsmöglichkeiten der Städte im Zusammenhang mit dem Trend zur Digitalisierung. Mehr erfahren Sie **hier**.

29./30. September, Standortfaktor Stadt – Perspektiven für die kommunale Wirtschaftsförderung, Berlin

Das Difu-Seminar stellt die Frage, wie Stadtentwicklung die Wirtschaftsentwicklung einer Stadt beeinflussen kann und wie umgekehrt Wirtschaft und Wirtschaftsförderung an der Stadtentwicklung partizipieren (können). **Hier** finden Sie Programm und Anmeldung.

29./30. September, Konversionsflächen: Makel oder Anstoß für eine nachhaltige Strategie?, Hanau

In Hanau veranstaltet das Difu ein Seminar zu Konversionsprozessen, den zu berücksichtigenden Akteuren und den rechtlichen Rahmenbedingungen. Dabei werden zahlreiche Beispiele aus der Praxis präsentiert. Der Schwerpunkt liegt auf militärischer Konversion. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

30. September – 01. Oktober, Zukunft Kommune, Karlsruhe

Auf der 9. Fachmesse für Verwaltungsmanagement, Finanzierung und öffentliche Dienstleistungen wird der bcsd ein eigenes Forum zur Verfügung stehen. Mitglieder der bcsd können auf Nachfrage Freitickets erhalten. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

30. September, Nationale Plattform Zukunftsstadt, Berlin

Die von mehreren Bundesministerien ins Leben gerufene Nationale Plattform Zukunftsstadt soll eine interdisziplinäre Forschungsagenda zur Förderung einer nachhaltigen Stadtentwicklung erarbeiten. Die beteiligten Vertreter aus Wissenschaft, Verwaltung und Wirtschaft sowie die Forschungsziele werden auf dieser Veranstaltung vorgestellt. Mehr erfahren Sie **hier**.

1. Oktober, Recht in Form oder kleine Vertrags- und Satzungswerkstatt für Stadt- und Tourismusmarketing, Düsseldorf

Das bcsd-Seminar zu den rechtlichen Rahmenbedingungen für Organisationen im Stadt- und Tourismusmarketing wird im Rahmen des ICR-Studiums City-, Stadt- und Regionalmanagement als Wahlpflichtmodul anerkannt. Mehr erfahren Sie in Kürze **hier**.

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.

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.