

Newsletter 08/2013

+++ Jetzt anmelden! +++

bcsd-Herbsttagung „Räume, Menschen, Sensationen“

9. bis 11. Oktober 2013 in Karlsruhe

So bunt und vielgestaltig wie die Städte sind, so unterschiedlich wird der öffentliche Raum genutzt. Die bcsd-Herbsttagung mit dem Titel „Räume, Menschen, Sensationen – Management und Inszenierung öffentlicher Räume“ widmet sich den verschiedenen Dimensionen



Foto: Karlsruhe | Tourismus

des Managements und der Inszenierung öffentlicher Orte: Dr. Jochen Lang, Leiter des Referats für Grundsatzangelegenheiten der Städtebauförderung des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, wird die im Weißbuch Innenstadt formulierten Ansprüche und Ziele einer Intendanz für den öffentlichen Raum und die Rolle, die die Stadtmarketingorganisationen hierbei nach Vorstellung des BMVBS einnehmen sollen, erläutern. Welche Möglichkeiten es für das Stadtmarketing gibt, die Identitäten und Besonderheiten von öffentlichen Räumen zu erfassen und in geeigneten Aktionen und Veranstaltungen, aber auch in der gebauten Stadt, erlebbar werden zu lassen, stellen Benjamin David (die urbanauten), Prof. Walter Ackers (Ackers Partner Städtebau) und Prof. Dr.-Ing. Dittmar Machule (Stiftung „Lebendige Stadt“) in ihren Vorträgen vor. Dr. Juliane Pegels (Büro „stadtforschen.de“ – Stadtforschung. Entwicklung. Kommunikation) wird aktuelle Themen und konzeptionelle Ansätze zur Planung, Gestaltung und zum Management öffentlich zugänglicher Räume vorstellen. Darüber hinaus werden die Praktiker aus dem Stadtmarketing in Workshops von ihren Erfahrungen berichten. Das Tagungsprogramm und das Anmeldeformular finden Sie **hier** zum Download.

+++ Gut für die Umwelt – bequem für Sie: Mit dem Veranstaltungsticket der bcsd können Sie bereits ab 99,- Euro (Hin- und Rückfahrt) entspannt und sicher zu Ihrer



bcsd-Veranstaltung reisen. Weitere Informationen zu dem bcsd-Kooperationsangebot der Deutschen Bahn finden Sie **hier**. +++

Themen

Seite 1

bcsd-Herbsttagung

Seite 2

bcsd-Fotowettbewerb

Seite 3

bcsd-Stadtmarketingkatalog

bcsd-Seminar: Bürgerbeteiligung durch Visualisierung

bcsd kritisiert
Passantenfrequenzmessungen

Seite 4

Projekt: Null Euro Urbanismus

Stadtmarketing Preis Baden-Württemberg

Seite 5

Natur in grauen Zonen: Bürger begrünen Städte

BMW Guggenheim Lab:
Accessibility

Seite 6

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Tag der Regionen 2013

Seite 7

Einkaufen als Motiv für Städtebesuch

Extremwetter-Vorsorge für Städte

Seite 8

Feminine Standorte

Publikation: Händler machen Stadt

Seite 9

Vademecum ISG - Zwei

bcsd-Fördermitglieder

Jobbörse

Seite 10

Sprayen für den guten Zweck

Seite 11

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 12

Terminkalender

bcsd-Fotowettbewerb: Schönes und Schräges aus dem öffentlichen Raum

+++ Einsendeschluss: 13. September 2013 +++

Passend zum Tagungsthema „Räume, Menschen, Sensationen“ sucht die bcsd im Rahmen eines Fotowettbewerbs originelle und kuriose Schnappschüsse aus dem öffentlichen Raum: Ob das bunte Treiben auf dem Marktplatz, belebte Einkaufsstraßen oder aufregende Freiluftveranstaltungen – zeigen Sie uns, wie sich Ihnen

der öffentliche Raum präsentiert und was Sie dort – beruflich oder privat – erleben. Die Fotos werden im Rahmen der Tagung in Karlsruhe präsentiert. Die Tagungsteilnehmer können dort unter den Einsendungen ihren Favoriten wählen. Bitte senden Sie Ihr originellstes Foto mit Ortsangabe und Bildunterschrift in Druckqualität an office@bcsd.de. Wir freuen uns auf Ihren Beitrag!



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

bcsd-Stadtmarketing-Katalog



Die bcsd wird in den nächsten Monaten eine neue Publikation herausbringen: den Stadtmarketing-Katalog „Wer macht was?“. Dabei handelt es sich um einen

Katalog hochwertiger Dienstleister die im umfassenden Leistungsbereich des Stadtmarketing angesiedelt sind und die Stadtmarketing-Verantwortlichen in deren täglicher Arbeit oder auch bei besonderen Events unterstützen können. Wir freuen uns schon jetzt auf die ersten Reaktionen. Interessierte Firmen finden auf der **bcsd-Homepage** nähere Informationen und können sich bei Interesse gerne an die Geschäftsstelle wenden.

bcsd-Seminar: „Die Magie der Bilder nutzen – erfolgreiche Bürgerbeteiligung durch Visualisierung“ am 18. November 2013

Nachdem der Workshop „Visual Facilitation“ bei unserer Frühjahrstagung in Münster eine äußerst positive Resonanz bekam, haben wir das Thema weiterentwickelt und möchten Ihnen nun einen ganzen Workshop-Tag zu dem Thema anbieten – am **18. November 2013** in **Duisburg**. In der Bürgerbeteiligung kommt es, mehr noch als bei der Diskussion mit Fachleuten und Kollegen, auf eine gut nachvollziehbare, ansprechende Übermittlung komplexer Sachverhalte an. Hier kann eine ausdrucksstarke „visuelle Sprache“ über Bilder, Filmclips, Fotomontagen oder Zeichnungen viel Dynamik auslösen und Menschen in Bewegung bringen. Aber auch zum besseren Management von verschiedenen Anspruchsgruppen und Meinungen sind Visualisierungsansätze geeignet, z.B. indem sie eine intuitive Form von Leit-Bildern ermöglichen. Zusätzlich zu einer Überblicksdarstellung wird es auch an die praktische Arbeit gehen. **Anmeldeschluss ist der 30. Oktober 2013**. Weitere Informationen zum bcsd-Seminar finden Sie **hier**.

bcsd kritisiert Passantenfrequenzmessungen



Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) hat eine Pressemitteilung zu Passantenfrequenzmessungen in deutschen Innenstädten vorgelegt.

So weisen die Erhebungen des Frankfurter Immobilienberatungsunternehmens Jones Lang LaSalle und des Hamburger Immobilienunternehmens Engel & Völkers Commercial z. T. stark abweichende Ergebnisse auf, obwohl die Zählungen nahezu

zeitgleich durchgeführt wurden. Nach Ansicht der bcsd ist es als kritisch anzusehen, dass die öffentliche Wahrnehmung von Geschäftsstraßen in deutschen Innenstädten und auch weitreichende Geschäftsentscheidungen von sporadisch erhobenen Zahlenwerken abhängig gemacht werden, die mit teils veralteten technischen Standards und Erhebungsverfahren durchgeführt werden. Zudem werden wetterbedingte Unterschiede oder saisonale Schwankungen ebenso wenig erfasst wie lokale Events, die etwa zeitgleich stattfinden.

Die bcsd macht sich deshalb für normierte Verfahren unter Anwendung zeitgemäßer Erfassungsmethoden der Frequenzmessungen in deutschen Innenstädten stark. Den Mitgliedern der bcsd und assoziierten Einrichtungen wird empfohlen, die Ergebnisse der Passantenfrequenzmessungen von Jones Lang LaSalle und Engel & Völkers nicht in ihrer Öffentlichkeitsarbeit einzusetzen – auch dann nicht, wenn sie gerade einmal positiv sind – sondern die Stadtöffentlichkeit auf die Problematik des Verfahrens hinzuweisen. Die vollständige Pressemitteilung finden Sie **hier**.

Null Euro Urbanismus



Die Transferstelle „Null Euro Urbanismus“ widmet sich seit 2007 der Suche nach „Good-Practice“-Projekten und Maßnahmen aus den Bereichen Städtebau, Stadtplanung und Stadtentwicklung, die sich durch einen verhältnismäßig geringen Einsatz kommunaler finanzieller Mittel auszeichnen oder sich als kostenneutral für die Kommune erwiesen haben. Zielsetzung der Transferstelle ist es einerseits einen Beitrag zur Diskussion um ein modernes und effizientes Verwaltungshandeln zu leisten und andererseits zu einem Wissenstransfer in Form von Anregungen und Ideen zwischen Kommunen, Planenden und der Zivilgesellschaft beizutragen. Eine Ansammlung interessanter Projektideen und weitere Informationen zur Transferstelle finden Sie **hier**.

Stadtmarketing Preis Baden-Württemberg



Innenstädte, die sich attraktiv in Szene setzen, werden zum Publikumsmagneten und wecken Kauflust. Es muss daher für alle Kommunen, Cityinitiativen und Werbegemeinschaften eines der vorrangigsten Ziele sein, die Innenstädte zu beleben. Der Handelsverband Baden-

Württemberg macht sich für dieses Ziel seit Jahren stark. Mit dem Stadtmarketing Preis zeichnet der Verband erfolgreiche Konzepte aus, an denen sich auch andere Städte orientieren können. Die Preisträger erhalten jeweils einen Warengutschein für Weihnachtsbeleuchtung im Wert von 10.000 Euro. Weitere Informationen zum Wettbewerb finden sie **hier**.

Kampagne „Natur in graue Zonen“: Bürger begrünen Städte

Der Wissenschaftsladen Bonn e.V. (WILA) hat die Kampagne „Natur in graue Zonen“ in den drei Pilotstädten, Duisburg, Erfurt und Wiesloch gestartet. Ziel der vernetzten Kampagne ist es,



„die Spielräume biologischer Vielfalt im urbanen Raum zu entdecken. Dabei werden vorhandene Strukturen genutzt, um der Natur dauerhaft mehr Raum in der Stadt zu geben.“ Über Veranstaltungen, einen Online-Wettbewerb und eine individuelle Statusquo-Analyse soll ein möglichst großer Kreis lokaler Akteure, Unternehmen und Bürger/innen für die Kampagne gewonnen werden. Spätestens mit dem geplanten Ende der Kampagne im April 2016 soll eine langfristige Verstetigung der Maßnahmen, beispielsweise durch Pflanzenpatenschaften, erreicht werden.

Das Projekt wird im Rahmen des Bundesprogramms Biologische Vielfalt mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und vom Bundesamt für Naturschutz gefördert. Weitere Förderer sind die Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW sowie die Stiftung Lebendige Stadt. Weiterführende Informationen zu der Kampagne finden Sie **hier**.

BMW Guggenheim Lab: Urban Trends zur Accessibility



Basierend auf der Publikationsreihe „100 Urban Trends“ beschäftigt sich das BMW Guggenheim Lab jetzt mit den neuesten Trends und Entwicklungen hinsichtlich der Zugänglichkeit und Barrierefreiheit von Städten. Neueste Trends und architektonische Lösungen (z. B. für Bordsteinkanten, Rampen, Bänke) zur Verbesserung der Inklusivität der Stadt werden

vorge stellt und gemeinsam mit einem Architekturbüro weiterentwickelt. Weitere Informationen zu dem Projekt finden Sie **hier**.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!



Die **2sense event GmbH – Agentur für Kommunikation** aus Berlin ist eine der führenden deutschen Eventmarketing-Agenturen, die ihren Kunden Veranstaltungsmarketing und -management, Promotion sowie Werbung aus einer Hand bietet. Die Kernkompetenz liegt dabei im Kinder-, Jugend- und Familienmarketing. Jedes Jahr veranstaltet 2sense den WeltSpielTag auf dem Alexanderplatz und Kinder- und Jugendfestivals in ganz Deutschland (z.B. Berlin, Mainz, Rostock). Anspruchsvolle Werbung und Events für Erwachsene, wie die regelmäßig stattfindenden 5-Sterne-Gespräche, komplettieren das Angebot. 2sense bietet darüber hinaus das gesamte Leistungsspektrum für sogenannte „Roadshows“ (mobile Veranstaltungen): Vom Kommunikationskonzept zur Logistik für den Fuhrpark, alles kommt aus einem Guss. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied finden Sie **hier**.



Die **Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH (LWM)** steht für ein ganzheitliches Marketing für die Lutherstadt Wittenberg. Unter ihrem Dach finden sich das städtische Veranstaltungs- und Kulturmanagement, das Tourismusmarketing, das Betreiben der städtischen Veranstaltungshäuser sowie das Stadtmarketing. Hier werden die privaten und öffentlichen Initiativen zur Stärkung und Förderung des Standortes gebündelt. Herausragende Großveranstaltungen wie „Luthers Hochzeit“ im Juni, die ErlebnisNacht im August und das Reformationsfest am 31. Oktober jeden Jahres ziehen jährlich zehntausende Besucher an. Im Blick auf das 500-jährige Reformationsjubiläum 2017 nimmt die LWM die Rolle des Veranstalters, Koordinators und Moderators für die Lutherstadt Wittenberg wahr.

Tag der Regionen 2013

Die Nachfrage nach regionalen Produkten und Dienstleistungen ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Ob Kartoffeln, Fleisch, Backwaren oder Milchprodukte vom ortsansässigen Landwirt, selbstschlachtenden Metzger, handwerklich arbeitenden Bäcker, fangfrischer Fisch aus der benachbarten Räucherei, Bier vom bodenständigen Brauer, Kunsthandwerk aus der Region oder selbstgepflückte Erdbeeren vom Feld: Die Nähe regionaler Anbietern und Konsumenten schafft Transparenz sowie



Vertrauen und fördert das „Wir-Gefühl“ innerhalb eines Dorfes, einer Stadt oder einer Region. Das Aktionsbündnis „Tag der Regionen“ ruft nun zur Beteiligung an einem bundesweiten Aktionstag auf: Initiativen und Veranstaltungen, bei denen regionale Produkte, Handwerk und Dienstleistungen oder regionales Engagement im Mittelpunkt stehen, können für den Aktionszeitraum vom 27. September bis 13. Oktober 2013 angemeldet werden. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Einkaufen ist wichtiges Motiv für Städtebesucher



In den Einkaufsmeilen der großen Städte herrscht vor allem samstags ein buntes Treiben. Seit jedoch darüber spekuliert wird, wie viel Einzelhandelsumsatz künftig aus den realen Geschäften in die virtuelle Welt des Internets abwandern wird, lohnt es sich der Frage nachzugehen, warum Menschen heute eigentlich noch in die Innenstadt gehen. Die CIMA Beratung + Management GmbH hat deshalb im Rahmen einer Benchmark-Analyse nachgefragt, warum die Passanten die Innenstädte besuchen. Ziel der Studie war es, auf Basis von 3.200 Interviews mit Passanten die Präferenzen der Besucher herauszufinden und darauf aufbauend eine stadtweite Strategie zu

entwickeln, wie Tourismus und örtlicher Einzelhandel näher zusammengebracht werden können. Im Durchschnitt aller Befragten stand die Antwort „Einkaufen“ mit 47 Prozent an der Spitze der Rangliste. Am höchsten war das Interesse der Passanten am Shopping in Düsseldorf – mit 84 Prozent der Nennungen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Extremwetter: Wie Kommunen vorsorgen können

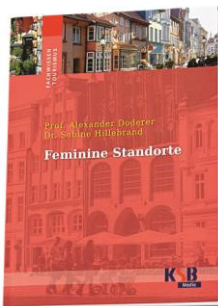


Schäden durch Extremwetter nehmen zu. Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) untersucht deshalb in einer Expertise, wie sich Kommunen gegen die Folgen von Überflutungen und von sommerlicher Trockenheit wappnen können. Die Akteure aus Wissenschaft und Praxis wollen Städte und Gemeinden so stärker für das

Thema sensibilisieren und die Handlungsgrundlagen für die Kommunalpolitik weiter verbessern. Die Stadtforscher haben für ihre Expertise 18 Fallstudien und acht Referenzprojekte ausgewählt. Die ausgewählten Kommunen realisieren bereits viele Maßnahmen, um die negativen Folgen extremer Wetterereignisse zu vermeiden und

zu mindern. Dazu zählen beispielsweise Modellrechnungen, Gefahrenkarten und Schadensbewertungen für Stadtteile. Weitere Projektansätze zeigen, wie Klimaanpassungsmaßnahmen einen Mehrwert auch für andere Handlungsfelder der Stadtentwicklung bieten können, wie etwa Baukultur, Lebensqualität, Erholung oder Naturschutz. Darüber hinaus sollen aus den Fallstudien auch „win-win-Effekte“ und Möglichkeiten der Kostenersparnis sowohl für die öffentliche Hand als auch für die Privatwirtschaft abgeleitet werden. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Feminine Standorte



Sterbende Innenstädte und die zunehmende Landflucht sind derzeit ein viel diskutiertes Problem deutscher Städte. Vor allem im ländlichen Raum und in Klein- und Mittelstädten werden Horrorszenarien von Leerständen, verfallenden Gebäuden und einer fehlenden Nahversorgung gezeichnet. Die Publikation der Autoren Dr. Sabine Hillebrand und Prof. Alexander Doderer benennt die vielfältigen Gründe für diese Entwicklungen. Die stärksten Antriebskräfte sind den Autoren zufolge jedoch emotionaler Art: Vor allem „feminine Attribute“ würden die Attraktivität steigern und die Aufenthaltsqualität sichern, so die These. Vor dem Hintergrund der „Feminisierung“ unserer Gesellschaft und der „frappierenden Ignoranz“ gegenüber emotionalen Standortfaktoren haben die Autoren mit dieser Publikation einen Leitfaden für die Vermarktung und Aufwertung von Orten, Gemeinden und Regionen entwickelt. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Publikation: Händler machen Stadt



Eine zentrale Stärke von Innenstädten und Ortszentren ist die Vielfalt: Die Konzentration von Geschäften aller Art verbunden mit lebendiger Nutzungsmischung, attraktivem öffentlichen Raum sowie kulturellen und sozialen Angeboten. Diese Stärken müssen auf Grund von Veränderung von Kundenprofilen und Einkaufsgewohnheiten, Konkurrenz auf der „Grünen Wiese“ oder im Internet, wieder besser zur Geltung gebracht werden. Mit der Publikation „Händler machen Stadt – Engagement des Einzelhandels für attraktive Stadtzentren“ stellt das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) zum einen die Preisträger des Wettbewerbs „Händler machen Stadt“ vor, beantwortet zum anderen aber auch die Leitfragen, die mit der Initiative „Händler machen Stadt“ gestellt wurden: Wer sind die Händler, die Stadt machen? Wie sehen die Händler ihre Städte und die

Stadtentwicklung? Was bewegen sie in den Städten? In der Publikation kommen die unterschiedlichen Akteure der öffentlichen Hand und des Handels für die Innenstädte zu Wort und zeigen ihre Sicht auf das Thema. Die Publikation finden Sie **hier** zum kostenlosen Download.

Publikation: Vademecum ISG – zwei



Das VADEMECUM ISG – ZWEI stellt eine Fortentwicklung des ersten Arbeitspapiers des Netzwerks Innenstadt NRW dar. Praxisbeispiele, Maßnahmen und Projekte von Immobilien- und Standortgemeinschaften rücken in den Mittelpunkt. In Form von Projektbeschreibungen ausgewählter ISG-Quartiere in NRW werden umgesetzte sowie im Aufbau befindliche Projekte beschrieben. Ziel ist es, Strukturen zur Gestaltung der Umsetzung transparent zu machen sowie Anknüpfungspunkte für Standortgemeinschaften in NRW zu schaffen. Die Publikation finden Sie **hier** zum kostenlosen Download.

bcsd-Fördermitglieder



Die Ebeling Licht GmbH wurde 1968 in Bremen gegründet. Vom klassischen Großhändler für Leuchtmittel- und Installationsmaterial entwickelte sich das Unternehmen in den letzten Jahren immer mehr zu einem Systemanbieter für Licht, Beleuchtung, Werbetechnik und professionelle Weihnachtsdekorationen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Beratung zu Energieeinsparmöglichkeiten. Weitere Informationen zu unserem Fördermitglied finden Sie **hier**.

Jobbörse

Stadt + Handel ist ein Beratungsunternehmen, das seit 2005 mit einem Team aus über 25 Kolleginnen und Kollegen an drei



Niederlassungen analytische und konzeptionelle Standortlösungen für Städte, Gemeinden und Unternehmen der Privatwirtschaft erarbeitet. Das Beratungsunternehmen sucht jetzt eine erfahrene, umsichtige, kommunikationsstarke und durchsetzungsfähige **Projektleitung Citymanagement (m/w)** zur Verstärkung des Teams am Bürostandort Dortmund. Weitere Informationen zur Stellenausschreibung finden Sie **hier**.



Die Stadt Iserlohn sucht zum 1. Januar 2014 für die Stabsstelle „Stadtmarketing“ eine/n **Leiter/in Stadtmarketing**. Durch intensive Netzwerkarbeit mit allen Beteiligten und durch Kooperation mit den unterschiedlichsten Akteuren soll eine Neuausrichtung und strukturelle Weiterentwicklung des Stadtmarketings in Iserlohn erreicht werden. Das Management des Stadtmarketings soll die Aufgabenfelder Stadtwerbung/ Außendarstellung, City- und Stadtteilmanagement, Tourismus und Freizeit, Veranstaltungsmanagement und -service koordinieren, Monitoring und Controlling entwickeln und umsetzen. Weitere Informationen zur Stellenausschreibung finden Sie **hier**.



Die Stadt Berching im Landkreis Neumarkt i. d. OPf. sucht eine/n „**Projektmanager/in**“ für die Berchinger Altstadt im Rahmen des Städtebauförderungsprogrammes „Städtebaulicher Denkmalschutz“. Die Aufgabenbereiche umfassen den Aufbau und die Durchführung des Projektmanagements, die Akquise von Mitgliedern, Fundraising, die Umsetzung von Maßnahmen aus dem Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzept, Leerstands- und Flächenmanagement, den Aufbau eines Wochenmarktes mit Entwicklung von Vermarktungsstrategien für lokale Produkte, die Aufwertung des touristischen Angebotes, die Organisation von Veranstaltungen und Events und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Weitere Informationen zu dem Stellenangebot finden Sie **hier**.

Sprayen für den guten Zweck



Die Agentur denkwerk Berlin hat eine internationale Streetart-Charity-Aktion mit bekannten Graffiti-Künstlern ins Leben gerufen. In verschiedenen Städten Deutschlands entstehen Kunstwerke an den Wänden, aus denen sofort nach dem Sprayen zwei vorab angebrachte Leinwände herausgenommen werden. Im Gesamtbild bleiben weiße Rechtecke zurück – die sogenannten „Blankspots“. Die auffälligen Flächen werden per QR-Code zur Website verlinkt, auf der eine Foto- und Video-Galerie die Entstehung der verschiedenen Kunstwerke zeigt. Die Graffitis werden anschließend für den guten Zweck verkauft. Bei einer Vernissage im Berliner denkwerk am 10. Oktober 2013 stehen die Bilder zum Verkauf. Der Erlös kommt der weltweit aktiven Kinderrechtsorganisation „Save the Children“ zugute. Die ersten Kunstwerke inklusive Video-Dokumentation finden Sie **hier**.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

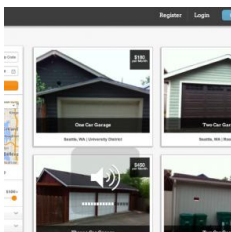
Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcsd-Erfa-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. 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**

SCHILD FOLGT PASSANTEN



Der Künstler Niklas Roy hat als Teil des Espace [IM] Média Festival im kanadischen Sherbrooke Passanten auf die zahlreichen zur Untermiete angebotenen Ladenflächen in der Stadt mit einem Schild aufmerksam gemacht, das den Fußgängern folgte, wenn diese am Schaufenster vorbeigingen. Das Schild mit der Aufschrift „À Louer“, zu Deutsch „Zu vermieten“, wurde an einer Schiene hinter einem der Schaufenster angebracht, sodass es sich hin- und herbewegen konnte und auf diese Weise die Aufmerksamkeit der irritierten Passanten auf sich zog. Deren Aufenthaltsort wurde mit Hilfe einer Kamera ermittelt, welche die Daten an einen Computer weitergab. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

AIR B'N'B FÜR LAGERRÄUME



Der Service „StowThat“ ist eine Onlinevermittlung für Lagermöglichkeiten. Private Nutzer können hier ihre Garagen, Dachböden oder Kellerräume unter Angabe der möglichen Mietdauer und ihrer Preisvorstellung inserieren. Eine Garage in der Nähe der Großstadt Seattle wird dort beispielsweise für 190 US-Dollar pro Monat angeboten. Interessenten können, wenn sie etwas Sperriges zwischengelagern möchten, über „StowThat“ Kontakt zu den Anbietern aufnehmen. Beim Gründerwettbewerb Seattle Meetup überzeugte die Idee die Juroren so sehr, dass sie „StowThat“ zum Sieger kürt. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

U-BAHN-WERBUNG ERRATEN UND FREIFAHRTSCHEIN ERHALTEN



CBS Outdoor hat anlässlich des 150. Jubiläums der Londoner U-Bahn ein Spiel kreiert, das Fahrgäste über Plakatwände an bekannten Haltestellen zum Aufzählen von Unternehmen auffordert, die dort in der Vergangenheit geworben haben. „150 Brands“ zeigt Ausschnitte von 150 Werbeplakaten an. Wer auf der entsprechenden Webseite alle Brands richtig errät, kann ein Jahr lang kostenlos U-Bahn fahren. Dabei kann auch die Hilfe von Freunden in sozialen Netzwerken eingeholt

werden. 100 richtige Antworten werden mit einer sechsmonatigen Freifahrt belohnt, bei 50 Volltreffern darf der Teilnehmer die U-Bahn einen Monat lang kostenlos nutzen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Terminkalender

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

Beim diesjährigen IHK-Forum geht es – mit Blick auf den digitalen Handel – um das Verschmelzen virtueller und realer Stadträume, um Leistungskennzahlen des Stadtmarketing, nachhaltiges Sponsoring, Steuerfragen von Standortgemeinschaften und Kulturmarketing in mittelgroßen Städten. Neben speziellen Fachforen gibt es auch ein Offenes Forum zum Erfahrungs- und Ideenaustausch. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

12. September 2013, Kongress „Leben im Dorf“, Gangolfushalle 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 aufgezeigt werden. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

13. und 14. September 2013, symposium 02 – Building better cities? Bildende Kunst und Stadtplanung, Münster

Im Symposium „Building better cities“ wird untersucht, welche ungenutzten Chancen die Auseinandersetzung mit Kunst und zeitgenössischen künstlerischen Vorgehensweisen für städtebauliche Planungskonzepte birgt. Kann die Analyse/Reflexion künstlerischer Praxis neue Ideen und Gestaltungen im Arbeitsfeld einer ebenso funktional denkenden wie pragmatisch handelnden Stadtplanung auf dem Weg zur „besseren Stadt“ befördern? Weitere Informationen finden Sie **hier**.

13. bis 15. September 2013, Forum „Bürgerbeteiligung und kommunale Demokratie“, Loccum

Immer mehr Bürger und kommunale Akteure sehen es als Notwendigkeit an, Bürgerbeteiligung als feste Größe in ihrer Stadt oder Gemeinde zu etablieren. Akteurinnen und Akteure aus Politik, Verwaltung und Bürgerschaft suchen nach Wegen, die Partizipation der Bürger/innen an Entscheidungsprozessen in ihrer Kommune zur Selbstverständlichkeit zu machen. Doch wie sollte und kann dies konkret aussehen? Weitere Informationen finden Sie **hier**.

18. September 2013, Städtenetzwerk Rheinland-Pfalz, Ingelheim am Rhein

Der bcsd Landesverband RLP, unterstützt durch das Wirtschaftsministerium, die CIMA Beratung + Management GmbH und die Stadt Ingelheim am Rhein, lädt herzlich nach Ingelheim am Rhein ein. Thema der Tagung ist "Online-Shopper: Die verlorenen Innenstadt-kunden? Wie der innerstädtische Handel Marktanteile zurückgewinnen kann". Weitere Informationen finden Sie **hier**.

18. September 2013, International BIDs Conference, Ballymena (Northern Ireland)

Seit rund 10 Jahren gibt es in England und Wales die sogenannten „Business Improvement Districts“ (BIDs). Im Rahmen der Tagung soll überprüft werden, welche Möglichkeiten BIDs bieten und wie diese sich weltweit entwickeln. Die Referenten kommen aus den USA, Südafrika, Österreich, Japan und Großbritannien. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

26. und 27. September 2013, Tagung „Kulturbranding 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. Dieses Durcheinander wird idealerweise zusammengehalten von der kunstvollen Moderation des Direktors. Nicht anders dürfte sich auch mancher Marketingverantwortliche in der „Manege Stadt“ vorkommen. 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 **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 und von städtischen 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 der Award für die Stadtmarke des Jahres 2013 vergeben wird. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

5. November 2013, Fachtagung „Stadt 2.0 – Impulse für postmoderne Stadtentwicklung“, Salzgitter

In Zeiten des technologischen, demographischen und gesellschaftlichen Wandels muss sich die Stadt von Morgen, die Stadt 2.0, erst noch finden und positionieren. Im Rahmen der vom Studiengang „Stadt- und Regionalmanagement“ der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften organisierten Fachtagung werden gemeinsam mit Experten, Studierenden und interessierten Bürgern ökonomische, ökologische und soziale Themenfelder behandelt. In diversen Workshops wird es die Möglichkeit geben, mehr über die Stadt von Morgen zu lernen und an aktuellen Fachdiskussionen teilzunehmen. 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.