

Newsletter 08-2014

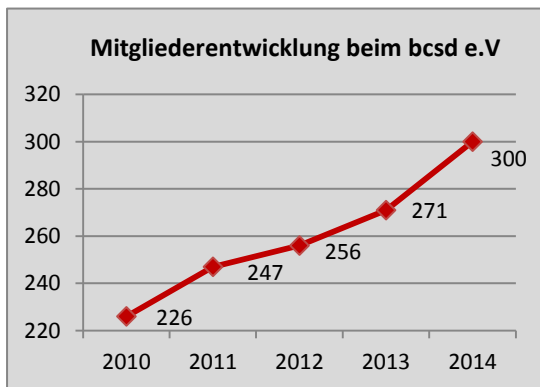
Wir sind 300

Mit der Stadt Dinslaken haben wir im August das 300ste Mitglied begrüßen dürfen! Wir freuen uns über das stetige Wachstum unserer Bundesvereinigung und führen dies zurück auf unsere überzeugte Arbeit zur Förderung des Stadtmarketings, die sich widerspiegelt in der Entwicklung eines attraktiven Leistungsangebots, in der behutsamen aber permanenten Professionalisierung der Organisationsabläufe und in der spürbar erhöhten bundesweiten Akzeptanz. Die bcsd ist eine starke Solidargemeinschaft, deren Wachstum längst nicht abgeschlossen ist.

Die besondere Stärke unseres Verbandes erwächst aus den Mitgliedern, den ehrenamtlichen Repräsentanten und deren engagierter Arbeit in den Landesverbänden und im Bundesvorstand. Zusammen sind sie die besten Werber für eine bcsd-Mitgliedschaft und deren Vorzüge.

Um gemeinsam bald das 400ste Mitglied aufnehmen zu können, werden wir den Erfahrungsaustausch weiterhin in den Mittelpunkt unserer Anstrengungen stellen und konsequent die Weiterentwicklung des Stadtmarketings unterstützen.

Übrigens, zählt man alle Mitgliedsstädte zusammen, dann kümmern sich unsere



Mitglieder um die urbane Lebensqualität von ca. 22 Millionen Bürgern. Mit welchen Aufgaben und Zielstellungen die City- und Stadtmarketingorganisationen sich konkret beschäftigen, stellen wir Ihnen aktuell mit der Auswertung einer bcsd-Umfrage im nächsten Newsletter vor. **Hier** finden Sie eine Karte, auf der die bcsd-Mitglieder verzeichnet sind.

Themen

Seite 1

Wir sind 300

Seite 2

Deutsche Stadtmarketingbörse

Messe Zukunft Kommune

Seite 3

Neue Regeln Online-Handel

Seminar Sicherheitsfallschirm

Stadtpilot

Seite 4

Shoppen – in der City?

Stellungnahme bcsd zu GQP in Baden-Württemberg

Handel ist zufrieden

Seite 5

Bürgeraktiengesellschaft

Kurort wird privatisiert

Flächenpool NRW

Seite 6

Forschungsprojekt: Auswirkungen des Onlinehandels

Incoming-Tourismus im Aufwind

Seite 7

Leitfaden E-Commerce

Jobbörse

Seite 8

Fördermitglieder der bcsd

Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 10

Beacon-Pilotprojekt

Gebühren Außengastronomie

Familien als Zielgruppe

Seite 11

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Terminkalender ICR-Seminare

Seite 14

Terminkalender

Jetzt noch Restplätze sichern!

Deutsche Stadtmarketingbörse 2014 in Kleve - „Wie spricht die Stadt? Stadtkommunikation zwischen Amtsblatt, App und Storytelling“



Die Informationsgewohnheiten und Lebensumstände der Deutschen haben sich im Lauf des letzten Jahrzehnts deutlich verändert und so erscheint es nur folgerichtig, wenn auch das Stadtmarketing sich anpasst und seine Ansätze zur Kommunikation neu überdenkt. Schließlich ist die Kommunikation eine Kernaufgabe des Stadtmarketings. Die Deutsche Stadtmarketingbörse lotet aus, wie die Stadt heute spricht und wie sie sprechen sollte, um von möglichst vielen Interessengruppen gehört und auch verstanden zu werden. Aber Kommunikation funktioniert nicht einseitig. Insbesondere die Bürger wollen immer

häufiger mitreden und mitbestimmen. Welche Änderungen im Kommunikationsverhalten und in der Wahl der Kommunikationskanäle sind also sinnvoll? Welche Erfahrungen haben die Kommunen bisher gemacht? Die Deutsche Stadtmarketingbörse ergänzt den Deutschen Stadtmarketingtag und ist als Weiterentwicklung des Formats „bcsd-Herbsttagung“ bereits seit Jahren einer der wichtigsten Treffpunkte der City- und Stadtmarketingszene. Erstmals kann mit dem Foren- und Fachausstellungstag am 23. September ein Tagesticket gebucht werden, wodurch insbesondere Händlergemeinschaften angesprochen werden sollen. Mit dem Veranstaltungsticket in Kooperation zwischen der bcsd und der Deutschen Bahn reisen Sie mit 100% Ökostrom an. Für 99€ kommen Sie mit Zugbindung zur Veranstaltung. Für 139 € können Sie auch spontan reisen. Im letzten Jahr wurden mit Hilfe des bcsd-Veranstaltungstickets 44.192 Personenkilometer im Fernverkehr mit Ökostrom zurückgelegt.

Programm

Anmeldung

Anmeldung als Fachaussteller

Messe Zukunft Kommune in Karlsruhe - Freikarten für bcsd-Mitglieder

Als Kooperationspartner der Messe Zukunft Kommune (30. September und 1. Oktober) wird sich die bcsd auf dem Gelände der Messe Karlsruhe präsentieren und den Gästen am 30. September ein Forum zum Thema „Städte zukunftsfähig gestalten und erfolgreich vermarkten“ anbieten. Die Vorträge werden sich mit den

Chancen und Grenzen des Stadtmarketings auseinandersetzen und die Funktion des Stadtmarketings als wichtiges wirtschaftspolitisches Steuerungsinstrument beleuchten und diskutieren. Aus der Vielzahl der Stadtmarketingaktivitäten werden des Weiteren zwei Themen mit hoher Relevanz für Kommunen vorgestellt: Stadtjubiläen als Instrument zur Strategieentwicklung sowie öffentliches W-LAN als Standortfaktor. Weitere Foren im Messeprogramm widmen sich Themen wie zum Beispiel „Kommune trifft Wirtschaft“, „Rekommunalisierung“, „Smarter Cities“,



„Neue Wege in der Straßenbeleuchtung“ oder „Städtebauliche Innenentwicklung“. Das Programm in den Foren finden Sie **hier**. **Hier** gelangen Sie zur Messezeitung. Die bcsd stellt ihren Mitgliedern kostenlose Eintrittskarten bei Zusendung einer Mail an **office@bcsd.de** gerne zur Verfügung.

Achtung: Neue Regeln im Online-Handel gebieten umfassende Anpassung

Zum Stichtag des 13.06.2014 sind in Umsetzung der europäischen Verbraucherrechterichtlinie in nationales Recht neue Regelungen im rechtsgeschäftlichen Umgang mit Verbrauchern in Kraft getreten. Hiervon sind sämtliche Geschäfte im elektronischen Rechtsverkehr, wie Vertragsschlüsse über das Internet und insbesondere der Online-Handel betroffen. Von einer Übergangsregelung ist bei den neuerlichen Änderungen abgesehen worden, so dass in den allermeisten Fällen ein sofortiges Handlungsgebot geboten ist. Stadtmarketing- und Tourismusorganisationen, die zum Zwecke der Stadtkommunikation einen Online-Shop, z. B. zum Vertrieb ihrer „Merchandising-Produkte“ anbieten, sollten laut Rechtsanwalt Markus Degen vom anwaltsKontor Schriefers den bisherigen Internetauftritt einer eingehenden Prüfung unterziehen und auf den aktuellen Rechtsstand anpassen. Einen ausführlichen Bericht mit Tipps vom Autor finden Sie **hier**.

Seminar zu Vergabe, Steuern und Beihilfe – Wiederholung im November



Die Teilnehmer des Seminars „Sicherheitsfallschirm für Gesellschaften im öffentlichen Raum“ erhielten im Juni in Düsseldorf Hinweise zu den neuen rechtlichen Regelungen

und Auslegungen in den Bereichen Vergaberecht, Beihilferecht und zur Umsatzbesteuerung öffentlicher Zuschüsse – speziell für Stadtmarketing-, Wirtschaftsförderungs- und Tourismusorganisationen. Die Rechtsanwälte Andreas Schriefers von anwaltsKontor Schriefers Rechtsanwälte und Dirk Kronsbein von BEMK Rechtsanwälte führten kompetent durch die Veranstaltung und beantworteten die zahlreichen Nachfragen der Teilnehmer. Die umfangreichen Seminarunterlagen bieten sowohl dem Einsteiger als auch dem Fortgeschrittenen Sicherheit für den Umgang mit diesen rechtlichen Themen im Alltag. Aufgrund der hohen Nachfrage für die kurzfristig angesetzte Veranstaltung im Juni 2014 wird das Seminar Ende November 2014 (voraussichtlich am 21.11.) ein weiteres Mal angeboten. **Hier** finden Sie die Seminarankündigung.

Stadtpilot zu integrierter Stadtentwicklung

Vor kurzem ist die Ausgabe 8 des gemeinsam vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) herausgegebenen Magazins „Stadtpilot“ erschienen. Schwerpunkt der Ausgabe ist die integrierte Stadtentwicklung bzw. Kooperation in der Stadtentwicklung. Außerdem werden spannende Pilotprojekte der Nationalen Stadtentwicklungspolitik kurz vorgestellt, wie etwa ein

Forschungsvorhaben zur **Nachtökonomie** in Städten oder Ansätze zur Vernetzung von Wirtschaft und Stadtentwicklung. **Hier** finden Sie die Ausgabe zum Download.

Informationen zur Raumentwicklung zum Thema „Shoppen – in der City?“



Die Ausgabe 1.2014 der Informationen zur Raumentwicklung des BBSR widmet sich dem Thema Stadt und Handel, insbesondere dem innerstädtischen Einzelhandel und dessen Steuerung. Dabei werden unter anderem aktuelle Trends im Einzelhandel reflektiert, darunter der Aufstieg des E-Commerce und neuer Handelsformate (Stichwort Factory Outlet Center), die althergebrachte Handelsformen wie das Kaufhaus bedrohen. Zudem werden die Auswirkungen dieser Trends auf die

Entwicklung von Innenstädten, Möglichkeiten zur Steuerung und die dabei beteiligten Partner vorgestellt. Zu den Autoren zählen unter anderem Michael Reink, Jens Imorde und Rolf Junker. **Hier** finden Sie die Kurzfassungen der Vorträge.

Stellungnahme der bcsd zum GQP in Baden-Württemberg

Wie bereits berichtet plant Baden-Württemberg die Verabschiedung eines Gesetzes zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiativen (GQP). Im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens wurde die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) um eine Stellungnahme gebeten. Die bcsd hat sich stets für eine solche Initiative eingesetzt und begrüßt den vorliegenden Gesetzesentwurf als Ansatz zur Stärkung von Innenstädten, Ortsteilzentren und sonstigen Einzelhandelslagen ausdrücklich. Bedarf für kleinere Korrekturen und Konkretisierungen sieht die bcsd etwa im Bereich des Quorums, der Beteiligung Dritter, der Rolle des City- und Stadtmarketings und der Unterstützung durch Kommunen. Die volle Stellungnahme finden Sie **hier**.



Handel mit aktueller Geschäftslage zufrieden



Ernst & Young hat 120 Führungskräfte deutscher Handelsunternehmen nach deren Einschätzung der Geschäftslage gefragt und kommt zu einem insgesamt positiven Bild: 54% der Händler bewerten ihre Geschäftslage als gut. Deutlich wird aber ein großer Spalt zwischen beispielsweise Supermärkten, die mit 74% am zufriedensten sind und dem „traditionellen Fachhandel“ (44%), der am schlechtesten abschneidet. Umgekehrt ist der Fachhandel am optimistischsten, wenn es um die zukünftige Entwicklung geht. 56% denken, die Lage wird sich verbessern. Dennoch werden dem stationären

Fachhandel nach den Warenhäusern die schlechtesten Zukunftsaussichten zugeschrieben. Insgesamt rechnet der Handel mit einer steigenden Konsumbereitschaft und auch die Investitionsbereitschaft steigt deutlich gegenüber dem Vorjahr. Vor allem das Online-Geschäft soll ausgebaut werden. **Hier** finden Sie weitere Ergebnisse, etwa zu Rabatt- und Marketingaktionen, bei denen der Trend zur zielgenauen Ansprache und zur Werbung über mobile Geräte geht.

Bürgeraktiengesellschaft Ennepetal

Die Stadt Ennepetal plant innovative Wege im Stadtumbau zu gehen. Unter dem Motto „Jedem ein Stück Innenstadt“ läuft ein Projekt im Rahmen der Nationalen Stadtentwicklungspolitik. Am Anfang steht die Entwicklung eines integrierten Handlungskonzeptes zur Aufwertung der Innenstadt auf Grundlage eines breiten Konsenses um einen möglichst hohen Rückhalt in der Bevölkerung zu erreichen. Anschließend soll eine Bürgeraktiengesellschaft dabei helfen, die Ziele des integrierten Entwicklungskonzeptes umzusetzen, etwa durch den Ankauf von Schlüsselimmobilien. Sie soll sich aus Beiträgen von Einwohnern und Unternehmen finanzieren, die sich mit den Zielen des Handlungskonzeptes identifizieren. Der Prozess zur Erarbeitung des Konzeptes startete im Sommer letzten Jahres. Am Ende des Prozesses soll auch die Einführung einer lokalen Währung stehen. Mehr erfahren Sie **hier**.



Kurort soll in Zukunft privat betrieben werden - europaweite Ausschreibung

Das Staatsbad Meinberg soll laut Berichten von Tourismus NRW der deutschlandweit erste privat betriebene Kurort werden. Mitte August lief die europaweite Ausschreibung des bisher vom Landesverband Lippe verwalteten Kurbetriebs aus. Aufgrund der abnehmenden Zahl von Kurgästen verzeichnet die Staatsbad Meinberg GmbH aktuell Verluste. Auch nach einer erfolgten Ausschreibung werden weiterhin kommunale Zuschüsse von der Stadt Horn-Bad Meinberg und dem Landesverband Lippe fließen. Mehr erfahren Sie **hier**.

Flächenpool NRW



Das Land Nordrhein-Westfalen hat einen Flächenpool als Instrument entwickelt, um den hohen Flächenverbrauch zu senken. Dafür sollen innerstädtische Brachflächen stärker genutzt und reaktiviert werden. Die teilnehmenden Städte werden von Moderatoren begleitet, die als neutrale Partner gemeinsam mit den Kommunen und Eigentümern individuelle Entwicklungsperspektiven erarbeiten, prüfen und fördern.

Während der zweijährigen Projektphase wurden in 20 Städten bereits 41 Standorte bearbeitet. In zwei Drittel der Fälle wurden die Standorte einer neuen Nutzung, etwa für Gewerbe oder Wohnen, zugeführt oder stehen kurz davor. Im Herbst besteht für Kommunen erneut die Möglichkeit zur Bewerbung um die Aufnahme in den Pool. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Ausschreibung: Forschungsvorhaben zu Auswirkungen des Onlinehandels

Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) schreibt im Rahmen des experimentellen Wohn- und Städtebaus gemeinsam mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) eine Studie zu den räumlichen Auswirkungen des Onlinehandels auf Innenstädte, Stadtteile und Ortsteilzentren aus. Bewerbungsende ist bereits der 02. September 2014. Das Forschungsprojekt soll über 20 Monate laufen. Ziel ist nach einer Aufbereitung des aktuellen Forschungsstands im Dialog mit Partnern aus der Wirtschaftsförderung, der Planung, dem Handel und der Politik, Risiken und Chancen aufzuzeigen, diese in verschiedenen Szenarien plausibel darzustellen und anschließend Handlungsempfehlungen abzuleiten. Die Ausschreibung finden Sie [hier](#).



Gästepzahlen im Deutschland-Tourismus steigen weiter



Deutschland ist als Reiseland weiter im Kommen. Das Statistische Bundesamt konnte für die erste Jahreshälfte 2014 32,8 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland vermelden. Das entspricht einer Steigerung der Übernachtungszahlen ausländischer Gäste um 6% gegenüber demselben Zeitraum des Vorjahres bzw. von 1,9 Millionen Übernachtungen. Der Monat Juni weist sogar die höchsten Übernachtungszahlen seit Beginn

der Aufzeichnungen 1992 auf. Die Deutsche Zentrale für Tourismus geht trotz aktueller geopolitischer Unsicherheiten, die sich negativ auf das Tourismusaufkommen auswirken könnten, von einem Wachstum von 3% zum Jahresende aus. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Auch die Deutschen selbst sind weiterhin reisebereit. Laut BTW-Tourismusindex ist die Ausgabebereitschaft für Reisetätigkeiten im Vergleich zum Vorjahr um 4% gestiegen. Im Bereich Urlaub ist die Ausgabebereitschaft der Deutschen am höchsten. Mehr lesen Sie [hier](#).

Leitfaden E-Commerce für stationäre Händler

Der inhabergeführte Einzelhandel wird unter anderem vom Internethandel zunehmend unter Druck gesetzt. Auf der anderen Seite bietet das Internet enorme Potenziale für den stationären Einzelhandel. Anstatt stationärer Handel versus Onlinehandel muss es stationärer Handel mit Onlinehandel heißen. So können die Vorteile beider Welten vereint werden und die Wettbewerbsfähigkeit sogar gesteigert werden. Eine Anleitung, was beim Aufbau eines Online-Shops zu beachten ist, gibt der von ibi research an der Universität Regensburg gemeinsam mit diversen Partnern und Anbietern aus der Branche entwickelte E-Commerce-Leitfaden. **Hier** finden Sie den Leitfaden zum Download.

Jobbörse

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



Die Stadt Neuwied sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n Eventmanager/in im Amt für Stadtmarketing. Zu den Aufgaben zählen die Unterstützung der Projektleitung bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, die Mitwirkung an der Erarbeitung von Sicherheitskonzepten für Veranstaltungen sowie die Entwicklung von auf die Bedürfnisse der Stadt abgestimmten

Veranstaltungsformaten. Einige Veranstaltungen wie der zweimal wöchentliche Wochenmarkt, der zweimal jährliche Flohmarkt sowie der Weihnachtsmarkt sind selbstständig zu planen, durchzuführen, zu organisieren und nachzubereiten. Sie sollten entsprechend bereit sein, auch außerhalb der Regelarbeitszeiten, teilweise auch an Wochenenden und Feiertagen, zu arbeiten. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Die WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing sucht eine/n Abteilungsleiter/in Bestand & Ansiedlung für das Ressort Wirtschaftsförderung. Sie sollten sich in den Arbeitsfeldern Bestandspflege und Ansiedlung, in der Gewerbeflächenentwicklung, der Fördermittelinformation und der Wirtschaftskommunikation souverän bewegen können.



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG, MARKETING
UND TOURISMUS FÜR WOLFSBURG

Dies gilt gleichermaßen für das Vertrautsein mit kommunalen Verwaltungs- und Entscheidungsstrukturen. Sonderprojekte von besonderer Standortbedeutung werden gleichfalls durch Sie persönlich betreut. Sie fördern Ihre Abteilung nach modernen Führungsmethoden und vertreten darüber hinaus im Verhinderungsfall die Abteilung Zentrenentwicklung. Die Stelle ist grundsätzlich unbefristet und wird nach dem Tarifvertrag öffentlicher Dienst (TVöD) vergütet. Mehr zu den Anforderungen und Rahmenbedingungen finden Sie **hier**.



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG, MARKETING
UND TOURISMUS FÜR WOLFSBURG

Die WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing sucht einen Mitarbeiter Fachrichtung Raumplanung / Stadtplanung für das Ressort Wirtschaftsförderung. In einem jungen Team mit weiteren Wirtschaftsförderungs- und Handelsexperten setzen Sie die erfolgreiche Arbeit in der Ansiedlung und Entwicklung von Handelsprojekten fort. Sie sind eine dynamische, durchsetzungsstarke Persönlichkeit mit ausgeprägter Eigeninitiative und bringen ein hohes Maß an Organisationsvermögen mit. Sie haben ein Studium z.B. im Bereich Raumplanung, Stadtplanung oder Architektur/Städtebau abgeschlossen oder verfügen über vergleichbare Qualifikationen. In den Arbeitsfeldern Stadt- und Bauleitplanung sowie Verwaltungs-, Planungs- und Bauordnungsrecht bewegen Sie sich sicher und verfügen idealerweise über eine einschlägige Berufserfahrung im Bereich der Wirtschaftsförderung und des öffentlichen Baurechts. Ein sicherer Umgang mit Office- und Präsentationsanwendungen, Verantwortungsbereitschaft und Erfahrung im Umgang mit Unternehmen, Politik und Verwaltung runden Ihr Idealprofil ab. Das vollständige Stellenprofil finden Sie **hier**.

Fördermitglieder

Das Institut für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e.V. (ICR) ist bundesweit das erste und heute älteste Institut, das ein praxisorientiertes Weiterbildungsstudium zum/zur City-, Stadt- und Regionalmanager/in eingerichtet hat. Es wurde am 27. Februar 1997 in Ingolstadt gegründet. Das aktuelle Angebot richtet sich an Studienabgänger und Berufspraktiker aus Wirtschaft und Verwaltung. Es kann berufsbegleitend absolviert werden und die Termine können flexibel zusammengestellt werden. Nach erfolgreichem Abschluss sind die Teilnehmer befähigt, ganzheitliche strategische Konzepte im Bereich des City-, Stadt- und Regionalmanagements zu entwickeln und verantwortungsvolle Tätigkeiten in diesem Bereich auszuüben. Das ICR kooperiert mit der CIMA Beratung + Management GmbH und der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd). Mehr erfahren Sie **hier**.



Institut für City- und
Regionalmanagement
Ingolstadt e.V.

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder der bcsd



Die Stadt **Starnberg** ist stolz auf ihren hohen Bekanntheitsgrad. Starnberg liegt direkt am traumhaften See mit Blick auf die Alpen und in unmittelbarer Nähe Münchens. Leider kann Starnberg nicht immer die hohen Erwartungen der vielen Besucher erfüllen. Um die Stadt im Herzen Oberbayerns noch attraktiver zu gestalten, wurde zu Jahresbeginn die Stabsstelle Stadtmarketing in die Stadtverwaltung integriert. Diese unterstützt den Verein „City

Initiative e. V.“, der sich seit Jahren erfolgreich für die Belebung der Innenstadt Sarnbergs mit tollen Festen - wie etwa dem überregional bekannten Eiszauber - und verkaufsoffenen Sonntagen einsetzt. Neben dem Eventmarketing sollen Tourismus- und Standortmarketing sowie Flächenmanagement Schwerpunkte des Sarnberger Stadtmarketings werden.

Das rund 70.000 Einwohner starke Mittelzentrum **Dinslaken** in NRW vereint die Vorzüge der landschaftlich schönen Lage am beschaulichen Niederrhein mit dem quirligen Leben an der Grenze zur Metropole Ruhr. Dinslaken ist traditionell eine starke Einkaufsstadt in der Region. Die Innenstadt mit der belebten Haupteinkaufsstraße Neustraße sowie der attraktiven Altstadt bietet ein vielfältiges Einzelhandelsangebot und wird seit der Teilnahme am



Städtebauförderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ komplett umgebaut. Eine besondere Herausforderung für die innerstädtischen Strukturen stellt die Eröffnung des Einkaufszentrums „Neutor Galerie“ (16.500 qm Verkaufsfläche, siehe Foto) am 06. November dar, das mit großen Filialisten und großen Flächen die konsumig-moderne Ergänzung des traditionellen, vielfach inhabergeführten Innenstadt Einzelhandels bildet. In diesem Spannungsfeld bewegt sich das städtische Citymanagement für die Innenstadt von Dinslaken. Integriert in die städtische Wirtschaftsförderung dient es als Vermittler zwischen den städtischen Belangen und den Interessen der privaten Innenstadtakteure. Stadtentwicklung, Stadtgestaltung und klassische Marketingprojekte zählen zu den Kernaufgaben des Citymanagements.



Backnang ist eine Stadt, in der es sich zu leben lohnt. Mit ihren rund 36.000 Einwohnern ist sie Mittelzentrum für einen Einzugsbereich von 120.000 Personen. Durchflossen von der malerischen Murr liegt die Große Kreisstadt eingebettet in eine wunderschöne Landschaft, die von sanften Hügeln und idyllischen Streuobstwiesen geprägt wird. Zahlreiche bemerkenswerte Ensembles historischer Architektur prägen den Charakter rund um

den Backnanger Stadtturm und den Marktplatz der Stadt. Die lebendige Innenstadt ist ein beliebter Treffpunkt gerade auch auf dem Wochen-, Weihnachts-, Krämer- und Gänsemarkt. Ganzjährig bestimmen Veranstaltungen, Konzert, Oper, Tanz und Theater das rege kulturelle Leben der Stadt. Backnang ist demnach in jeder Hinsicht Herz und Mitte des gesamten Murr-Raumes und des Altkreises Backnang. Mit einer leicht augenzwinkernden, liebevollen Übertreibung nennt sie sich daher seit einigen Jahren zu Recht: Backnang – Die Murr-Metropole.

Um das wunderschöne Städtle auch über die Grenzen des Rems-Murr-Kreises bekannt zu machen wurde 2004 der Stadtmarketing Backnang e. V. ins Leben gerufen. Heute hat der Verein über 130 Mitglieder darunter Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Handwerksbetriebe, Banken, Industrieunternehmen, die Stadt und den Gewerbeverein Backnang bis hin zu interessierten

Bürgern. Der Stadtmarketing Backnang e. V. hat sich dem Ziel verschrieben, mit gebündelten Kräften die Attraktivität und Zentralität Backnangs als Einkaufs- und Erlebnisstadt zu fördern und allen Besuchern den Aufenthalt mit verschiedenen Veranstaltungen, Aktionen und Ideen zu versüßen. Weitere Infos unter www.stadtmarketing-backnang.de und unter www.backnang.de.

Beacon Pilotprojekt in Düsseldorf

Das Onlineportal Locationinsider berichtet von einer erfolgreichen Testphase der Beacon-Technologie in Düsseldorf. Dort startete der Anbieter Gettings gemeinsam mit dem Bezahlservice net-mobile ein Pilotprojekt, an dem sich 72 Händler beteiligten. Über installierte Funksender bekommen Kunden mittels dieser Technologie Angebote, Sonderaktionen oder Gutscheine per Push-Nachricht auf ihre Smartphones. In rund 60% der Fälle werden diese Nachrichten direkt geöffnet. Die Konversionsrate ist laut Angaben des Anbieters aus Düsseldorf hoch. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Gebühren für Außengastronomie / Sondernutzungen sehr unterschiedlich



Die Open-Air Saison in der Gastronomie erfreut sich weiterhin einer wachsenden Beliebtheit. Straßencafés haben mittlerweile, auch unter Zuhilfenahme von Decken und (wo erlaubt) Heizpilzen, fast ganzjährig geöffnet. Vielleicht beeinflusst auch das Rauchverbot die Frequenz der Gastronomen im öffentlichen Raum. Definitiv gewinnt der öffentliche Raum durch Außengastronomie sehr an Lebensqualität und Lebendigkeit. Allerdings fallen dafür auch zum Teil nicht geringe Gebühren an. Der Bund der Steuerzahler Niedersachsen und Bremen hat eine Übersicht der Gebühren in den unterschiedlichen Städten seines Verantwortungsbereiches zusammengestellt. [Hier](#) finden Sie die Pressemitteilung und eine Übersicht in Tabellenform.

Familien als Zielgruppe im Stadtmarketing

In Leck und Niebüll ist das Kindermalbuch in dritter Auflage erschienen. Das Malbuch zeigt Sehenswürdigkeiten und beliebte Veranstaltungen der beiden nordfriesischen Gemeinden, die von Kindern ausgemalt werden können. Die Bilder sind außerdem mit kurzen Informationstexten versehen und bringen so Einheimischen und Gästen die Sehenswürdigkeiten näher. Die vom Stadt- bzw. Gemeindemarketing herausgegebenen Bücher werden kostenfrei an Einzelhändler, Arztpraxen und andere interessierte Abnehmer verteilt und über Spenden finanziert. So können sich Kinder während eines Einkaufs oder Arztbesuchs



beschäftigen und bekommen gleichzeitig Besonderheiten der Stadt vermittelt. In Darmstadt kümmert sich das Citymanagement ebenfalls um die kleinen Besucher der Innenstadt und hat „Kinderkisten“ entwickelt, die es kostenfrei an Gastronomen, Arztpraxen und Einzelhändler verteilt. In den Kisten befinden sich neben Spielzeug ebenfalls Vorlagen mit Stadtmotiven zum Ausmalen. Mehr sehen Sie **hier**. In Neuwied können auf der Homepage der Stadt Bausätze mit Bezug zur Stadtgeschichte heruntergeladen werden. Aus den ausgedruckten Bögen können dann Modelle einer alten Schule, ein Backhaus, ein Bahnhof oder auch diverse Fahrzeuge gebastelt werden. Mehr erfahren Sie **hier**.

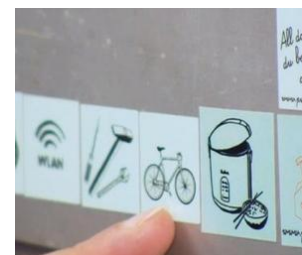
Der Trend der Zukunft

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- 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: **schomburg@trendone.com**

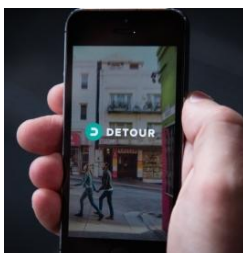
AUFKLEBER SIGNALISIEREN BEREITSCHAFT ZUM TEILEN

„Pumpipumpe“ ist ein Community-Sharing-Projekt in der Schweiz, bei dem Personen kleine Aufkleber bekommen, die sie an ihrem Briefkasten anbringen, um zu signalisieren, dass sie etwas zu verleihen haben. Auf den Aufklebern sind Alltagsgegenstände wie etwa Rasenmäher oder Fahrradpumpen abgebildet, die üblicherweise nicht täglich in Gebrauch sind. Die Aufkleber können online heruntergeladen oder direkt bei den Designern abgeholt werden. Durch das Feedback



der Nutzer kommen immer mehr Motive dazu. Anhand der Sticker können die Nachbarn erfahren, welche Gegenstände ausleihbar sind, und bei Bedarf an der entsprechenden Haustür klingeln.

AUDIOSTÄDTETOUREN ERZÄHLEN GESCHICHTEN



„Detour“ ist eine von Andrew Mason entwickelte App für Stadtführungen, die ihre Nutzer via Kopfhörer mit erzählten Geschichten durch interessante Stadtteile navigiert, die fernab der Touristenhochburgen liegen. Entlang der Routen werden an verschiedenen Punkten Teile einer Geschichte abgespielt, die sich auf die besuchten Orte beziehen. Mittels GPS erkennt die App den Aufenthaltsort und spielt die jeweilige Tonaufnahme ab. Via Bluetooth-Verbindung kann die Audiowiedergabe bei mehreren

Tourteilnehmern synchronisiert erfolgen. Neben Produktionspartnern sollen auch bald Dritte eigene Geschichten für selbst erstellte Routen aufnehmen können.

SUPERMÄRKTE FÜR SENIOREN

Die japanische Supermarktkette Lawson richtet Supermärkte speziell für Senioren ein. Die Gänge des Supermarkts sollen geräumiger sein, damit betagte Menschen mit Rollatoren oder in Rollstühlen dort mehr Platz haben. Zudem sollen an mehreren Stellen des Ladens Sitzecken für kurze Pausen eingerichtet werden. Die Angestellten in den Märkten sollen Weiterbildungen erhalten, um die Bedürfnisse der Zielgruppe besser zu verstehen. Die erste Filiale ist in einer Vorstadt Tokios geplant. Bis 2018 sollen in ganz Japan insgesamt 30 weitere Geschäfte folgen.



Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

Hier finden Sie übersichtlich aufgeführt die nächsten Termine des berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengangs „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ des Instituts für City- und Regionalmanagement (ICR). Alle Veranstaltungen können auch einzeln und außerhalb des Studiengangs gebucht werden. Weitere Informationen zum Studiengang finden Sie [hier](#).

26. September, Recht kompakt – Grundlagen in Stadt- und Tourismusmarketing, Düsseldorf
Für die Gründung und Führung einer City-, Stadt- oder Tourismusmarketingorganisation ist die Kenntnis rechtlicher Grundlagen existenziell. Nur wer weiß, in welchem rechtlichen Rahmen er sich bewegt, kann das volle Handlungspotenzial ausschöpfen oder Schaden von seiner Organisation abwenden. Bei diesem Seminar handelt es sich bewusst um ein Grundlagenseminar, um Geschäftsführern, Mitarbeitern und Berufseinsteigern die nötige Sicherheit im Umgang mit rechtlichen Themen zu vermitteln. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie [hier](#).

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

Das Seminar richtet sich an alle, die mit Verträgen und Satzungen arbeiten und die in diesem Bereich größere Handlungskompetenz und –sicherheit erlangen wollen. Verträge und Satzungen „wasserdicht“ zu gestalten, die wichtigsten Grundlagen und Risiken zu kennen und Vertragsverhandlungen rechtssicher führen zu können, sind wichtige Kernkompetenzen für den Aufbau und die Führung einer Organisation. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie [hier](#).

10. Oktober, Verkehr, Parken, Erreichbarkeit in Städten, Stein (Mittelfranken)

Das Seminar vermittelt Grundlagen der Verkehrspolitik, informiert über Möglichkeiten zur Besucher- und Verkehrslenkung und beschäftigt sich mit dem Dauerbrenner

Parkraumbewirtschaftung / Parkraummanagement. Außerdem werden Themen des ÖPNV und des Radverkehrs behandelt. Mehr Informationen erhalten Sie **hier**.

24. Oktober, Die Stadt / Region als Marke, Hamburg

Eine Stadt oder eine Region hat eine Marke, ob sie will oder nicht. Nehmen wir beispielsweise Hamburg: Durch die bloße Nennung dieses Namens werden die meisten Menschen an die Reeperbahn, den Hafen oder die Elbphilharmonie denken. Zu Hamburg hat man in der Regel ein Bild im Kopf: die Markenassoziationen. Und was sagt uns die Marke Rothenfels? Die wenigsten werden diese Stadt, die die kleinste im Freistaat Bayern ist, kennen. Doch auch das sagt etwas über die Marke aus, denn haben wir keine spezifischen Assoziationen zu einer Stadt, so füllen wir sie mit all den Vorurteilen aus, die wir über so eine unbekannte Stadt haben. Die Entscheidung ist daher nicht für oder gegen eine Marke, sondern nur, ob man sie strategisch nutzt oder sie brach liegen lässt. Um dieses Markenpotential zu nutzen reicht es nicht sich von einer Kommunikationsagentur ein Logo und eine Werbekampagne entwerfen zu lassen. Vielmehr braucht es ein tieferes Verständnis, was eine Marke eigentlich ist, wie diese gemessen, weiterentwickelt und geführt werden kann. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie **hier**.

4. November, Eventmanagement, Darmstadt

Die Organisation einer gelungenen Veranstaltung, die das Stadtbild widerspiegelt und die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit der Stadt fördert und die Markenstrategie einer Stadt offensichtlich transportiert, umfasst beinahe unzählige Aufgabenbereiche. In diesem Seminar werden Ihnen die Grundlagen des Veranstaltungsmanagements vermittelt – von der Planung über Sponsoring bis hin zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie **hier**.

5. November, Qualifikation zum „Veranstaltungsleiter bcsd“, Darmstadt

Die Sicherheit von Veranstaltungen steht heute mehr denn je im Fokus des öffentlichen Interesses. Besonders wenn es sich dabei um Aktionen im öffentlichen Raum handelt, sind die damit verbundenen Aufgaben für die Veranstalter umfangreicher und anspruchsvoller geworden. Deshalb bietet die bcsd eine Zusatz-Qualifikation zum „Veranstaltungsleiter bcsd“ an. Hier werden Ihnen Grundlagen vermittelt um Gefahren bei Ihren Veranstaltungen zu erkennen und zu vermeiden und Ihre Veranstaltungen im öffentlichen Raum künftig sicher zu gestalten. Das Seminar richtet sich an alle Stadtmarketingorganisationen und deren Geschäftsführer bzw. leitende Angestellte, die Open-Air-Veranstaltungen im öffentlichen Raum als Veranstalter durchführen. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie **hier**.

Terminkalender

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, das Sie **hier** finden.

21. – 23. September, Deutsche Stadtmarketingbörse – Wie spricht die Stadt? Stadtkommunikation zwischen Amtsblatt, App und Storytelling, 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, 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 und den dabei zu berücksichtigenden Akteuren und rechtlichen Rahmenbedingungen. Dabei werden zahlreiche Beispiele aus der Praxis präsentiert. Der Schwerpunkt liegt auf militärischen Konversionen. **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. Die Veranstaltung ist vom Rheinland-Pfälzischen Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur als Weiterbildungsveranstaltung anerkannt. 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**.

8./9. Oktober, Erfahrungsaustausch Bürgerbeteiligung: Auf dem Weg zu einer kommunalen Beteiligungskultur, Nürnberg

Das Difu startet mit der Veranstaltung in Nürnberg eine neue Reihe zum Erfahrungsaustausch zum Thema Bürgerbeteiligung vor Ort. Experten aus Verwaltung und Wissenschaft stellen dabei ihre Konzepte vor und diskutieren Stärken und Schwächen der Ansätze. Mehr erfahren Sie **hier**.

17. Oktober, Große Events – Hype oder Impulse für die Stadtentwicklung?, Lutherstadt Wittenberg

2017 jährt sich der Anschlag der Thesen Martin Luthers zum 500. Mal. Der Deutsche Verband für Angewandte Geographie hinterfragt, wie die Lutherstadt Wittenberg damit umgeht, welche Impulse davon für die Wirtschaft und den Tourismus ausgehen und wie die Region eingebunden wird. Mehr zur Veranstaltung erfahren Sie **hier**.

22. – 24. Oktober, Deutscher Tourismustag, Freiburg

Der Deutsche Tourismustag des DTV startet mit einem Exkursionsprogramm am 22. Oktober. Am 23. Oktober finden die Fachtagung sowie die Verleihung des Deutschen Tourismuspreises statt. Der 24. Oktober ist für die Mitgliederversammlung vorgesehen. Mehr erfahren Sie **hier**.

30./31. Oktober, Kulturinvest Kongress und Kulturmarken Gala, Berlin

Der von der Agentur Causales veranstalteten KulturInvest Kongress mit über 120 Referenten in 36 Foren ist Treffpunkt für Vertreter der Kulturbranche und Sponsoren. In diesem Jahr richtet sich der Kongress erstmals an ganz Europa. Gastland ist Frankreich. Auf der Kulturmarken Gala am Abend des 30. Oktober wird unter anderem die Stadtmarke des Jahres gekürt. Mehr erfahren Sie **hier**.

25. November, Stärkung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt, München

Die Fachtagung des Institutes für Städtebau und Wohnungswesen „Stärkung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt“ zeigt die wichtigsten Zukunftstrends im Einzelhandel auf und vermittelt die damit verbundenen Herausforderungen und Anforderungen. Vielfach erprobte Instrumente und Projekte werden vorgestellt, die sich im Rahmen der Stärkung zentraler Geschäftslagen bereits bewährt haben und unabhängig von der Stadtgrößenklasse anwendbar sind. Mehr erfahren Sie **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.