

Newsletter 09/2012

+++ Jetzt anmelden! +++ Jetzt anmelden! +++ Jetzt anmelden! +++
bcsd-Herbsttagung vom 11. - 13. November 2012 in Hamburg

Stadtmarketing steht im Spannungsfeld von Politik, Öffentlichkeit und verschiedensten Anspruchsgruppen einer Stadt. Herausforderungen entstehen in durch Unterfinanzierung, diffuse Organisationsmodelle, politische Unkalkulierbarkeit und die Delegation von städtischen Problemfeldern an das Stadtmarketing. Aus diesem Grund wird Bazon Brock, Denker im Dienst und Künstler ohne Werk, zurück zu den Wurzeln des Stadtmarketings gehen und die Fragen beantworten: Was ist eigentlich Stadtmarketing? Welchen Stellenwert hat es? Und: Könnte Stadtmarketing auch ganz anders sein?

Dr. Berthold Tillmann, ehem. Oberbürgermeister der Stadt Münster, wird diesen Vortrag ergänzen und das Stadtmarketing aus der Sicht der Stadtpolitik betrachten. Aber auch andere Anspruchsgruppen des Stadtmarketings, wie z.B. die des Handels – prominent vertreten durch Lovro Mandac, dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung



von Galeria Kaufhof – werden ihre Erwartungen an das Stadtmarketing formulieren. Die künftigen Organisationsmodelle und Aufgabenfelder des Stadtmarketings beleuchten Thorsten Kausch (Hamburg Marketing GmbH), Dr. Sebastian Zenker (Erasmus University Rotterdam) und Rechtsanwalt Andreas Schriefers (Anwaltskontor Schriefers Rechtsanwälte) in Ihren Vorträgen. Da nicht wenige Stadt-

marketing-Verantwortliche bei der Erfüllung ihrer Aufgabe an die Grenzen ihrer persönlichen Belastbarkeit stoßen, werden Maria Thanhoffer (Akademie für Körpersprache und nonverbale Kommunikation) und Thomas Erbskorn-Fettweiß (Cor Coaching GmbH) Lösungsmöglichkeiten und Tipps für einen ausgeglicheneren Arbeitsalltag geben. Denn: Stadtmarketer sind auch nur Menschen!

Das Tagungsprogramm sowie die Anmeldeformulare finden Sie **hier** auf der bcsd-Homepage. **Anmeldungen sind ab sofort möglich!**

Themen

Seite 1

bcsd-Herbsttagung in Hamburg

Seite 2

Europäische Kulturhauptstädte bis 2033

Seite 3

Was macht eigentlich die GEMA?

NRW: Ab in die Mitte 2013

Seite 4

Wettbewerb Historische Stadtkerne

Schwerin erhält Stiftungspreis 2012

Seite 5

Ausschreibung: Händler machen Stadt

Kulturmarken-Award 2012

Seite 6

bcsd-Minimumfrage: Verkaufsoffene Sonntage

Standortfaktor Sicherheit

Seite 7

Stadt, Land, Rad

Seite 8

Deutscher Tourismuspreis

bcsd-Fördermitglieder

Datenbank-Tool für Flächenmanagement

Seite 9

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder

Seite 10

bcsd-Jobbörse

bcsd-Projekt-Pool

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 12

Terminkalender

- Anzeige -

Sie brauchen gute Ideen?

"Mit viel Charme ist es Ihnen gelungen, lokale Defizite aufzuzeigen und den Finger auf so manche verkannte Wunde des regionalen Tourismus zu legen.

Es ist kein wissenschaftliches Strategiepapier entwickelt worden, sondern ein praktikabler Leitfaden, der auf einer objektiven Vor-Ort-Analyse basiert.

Gemeinsam mit den Feststellungen aus dem Mystery Shopping haben Sie uns eine Reiseberichterstattung geliefert, die auch unter renommierten Anbietern in Deutschland in Inhalt und Form ihres Gleichen sucht."

Stadtentwicklungsgesellschaft Hildburghausen mbH

Unser Angebot und weitere Referenzen finden Sie hier:

► www.Stadtvisite.de



Europäische Kulturhauptstädte – Kommission stellt Weichen bis 2033

Für die Initiative „Kulturhauptstädte Europas“ hat die Europäische Kommission am 20. Juli 2012 die Weichen bis 2033 gestellt. Die derzeitige Initiative läuft 2019 aus. In dem neuen Vorschlag wird für den Zeitraum bis 2033 festgelegt, in welcher Reihenfolge die



Länder Städte ins Rennen um den Titel schicken dürfen. Deutschland würde demnach 2025 wieder Gastgeberland einer Kulturhauptstadt sein. Neben den beiden Mitgliedstaaten, aus denen in

einem bestimmten Jahr jeweils eine Kulturhauptstadt Europas ernannt wird, sollen alle drei Jahre auch Kandidatenländer oder potenzielle Kandidatenländer eine Kulturhauptstadt Europas stellen können. Der Vorschlag wird nun im Europäischen Parlament und im Rat erörtert. Die endgültige Entscheidung über die künftigen Modalitäten soll bis Ende 2013 fallen. In diesem Jahr tragen die portugiesische Stadt Guimarães und Maribor in Slowenien den Titel „Kulturhauptstädte Europas“. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Was macht eigentlich die GEMA?

Es werden viele Gespräche geführt und die GEMA versucht mit kleinen Nachbesserungen ihre im Frühjahr vorgestellte „Tarifreform“ mit einzelnen Verbänden abzuschließen, während sie mit ihrem langjährigen Verhandlungspartner (Bundesvereinigung der Musikveranstalter) ins Schiedsgerichtsverfahren gegangen ist. Ein Kompromissvorschlag durch die Richter wird Anfang des kommenden Jahres erwartet. Solange bleibt auch mindestens Zeit sich bei der GEMA zu informieren. Die angekündigten Tarife gelten frühestens ab dem 1. April 2013. Es gilt jetzt vielmehr die GEMA in eigenen Gesprächen für die Besonderheiten bei Veranstaltungen im öffentlichen Raum und bei (eintrittsfreien) Stadtfesten zu sensibilisieren. Daran arbeitet die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland zusammen mit ihren Kooperationspartnern und hofft, dass am Ende gemeinsame, transparente und gerechte Kriterien gefunden werden, mit denen die Künstler angemessen entlohnt werden können und Stadtfeste weiterhin bezahlbar bleiben. Wohin die Reise geht ist aktuell noch nicht abzusehen. Die bcsd wird Ihre Mitglieder nicht nur auf der außerordentlichen Mitgliederversammlung am 12. November in Hamburg weiter informieren, sondern jede neue und spruchreife Entwicklung kommunizieren. Aktuell schließen nur Narren und Schützen mit der GEMA eigene Verträge.

NRW: „Ab in die Mitte!“ 2013 hat begonnen

Der nordrhein-westfälische Landeswettbewerb „Ab in die Mitte!“ für das Jahr 2013 ist gestartet. Die Städte sind aufgefordert, Projekte zu kreieren, die sich mit Stadtidentität(en) auseinandersetzen und sich im Spannungsfeld von Stadttourismus und Handel, Erlebnis und Wohlfühlen bewegen und diese Thematiken – wenn möglich – miteinander in Beziehung setzen. Dabei ist eine enge Kooperation mit Akteuren aus Immobilien-, Standort- und Werbegemeinschaften vor Ort sowie die Thematisierung der Problematik leer stehender Handels- und Wohnimmobilien ausdrücklich erwünscht. Ausdruck finden können die zu entwickelnden Maßnahmen auf den Gebieten Kultur, Freizeit, Tourismus, Imagepflege und Serviceangeboten in stadtgestalterischen und -erneuernden Maßnahmen. Wie in den vergangenen Jahren ist dabei die Verbindung von städtebaulichen Investitionen mit öffentlichkeitswirksamen Präsentationen und Inszenierungen ausdrücklich erwünscht. Einsendeschluss ist der **2. November 2012**. Weitere Informationen zum Wettbewerb finden Sie **hier**.



Wettbewerb „Historische Stadtkerne – integriert denken und handeln“



Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) lobt in Zusammenarbeit mit den Ländern, den kommunalen Spitzenverbänden sowie der Vereinigung der Landesdenkmalpfleger in der Bundesrepublik Deutschland einen Wettbewerb für historische Stadtkerne aus. Partner ist die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Mit dem Bundeswettbewerb „Historische Stadtkerne – integriert denken und handeln“ werden Kommunen mit historischen Stadt- und Ortskernen sowie historischen Stadtquartieren aufgefordert, integrierte städtebauliche Entwicklungskonzepte für diese Bereiche zu erarbeiten bzw. bereits vorliegende Konzepte zu überarbeiten. Aspekte von Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Energieeinsparung sowie erneuerbaren Energien sind dabei ebenso zu integrieren wie die Belange von Baukultur, Stadtbild- und Denkmalpflege.

Teilnahmeberechtigt sind grundsätzlich alle Kommunen mit Programmgebieten des Bund-Länder-Programms Städtebaulicher Denkmalschutz. Zusätzlich können auch Kommunen teilnehmen, die über einen historischen Stadt- oder Ortskern oder über Stadtbereiche von stadtbaugeschichtlicher Bedeutung verfügen und bereit sind, für diese integrierte Entwicklungskonzepte zu erarbeiten. Einsendeschluss ist der **2. April 2013**. Nähere Informationen erhalten Sie **hier**.

Stiftungspreis 2012: Schwerin als „barrierefreie Stadt“ ausgezeichnet

Schwerin ist von der Stiftung Lebendige Stadt und dem Bundesfamilienministerium als „barrierefreie Stadt“ mit einem Preisgeld von 15.000 Euro ausgezeichnet worden. Den Stiftungspreis teilen sich zwei Projekte aus der Landeshauptstadt. Vorangegangen war ein europaweiter Wettbewerb, bei dem etwa 150 Städte und Gemeinden



aus dem In- und Ausland teilgenommen hatten. Stiftung und Ministerium hatten Projekte gesucht, die die Eigenständigkeit, Mobilität und Teilhabe aller Menschen am öffentlichen Leben fördern. Neben dem Siegerkonzept würdigte die Fachjury das beispielgebende Engagement für Barrierefreiheit der Städte Bayreuth (Franken), Furth (bei Landshut), Luxemburg, Sosnowiec (Polen) und Taunusstein (Hessen). Weitere Informationen zum Wettbewerb und zu den Siegerprojekten finden Sie **hier**.

Ausschreibung: „Händler machen Stadt“

Händlergemeinschaften aus den Innenstädten in ganz Deutschland sind eingeladen, ihre Aktivitäten für ihren Standort bundesweit bekannt zu machen: Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und der Handelsverband Deutschland (HDE) rufen ab sofort auf sich zu bewerben. Die Initiative erfolgt im Rahmen der Umsetzung des Weißbuchs Innenstadt des BMVBS.

Aufgrund der Veränderung von Kundenprofilen und Einkaufsgewohnheiten, Konkurrenz auf der „Grünen Wiese“ oder im Internet, müssen die ureigenen Stärken der Innenstädte wieder besser zur Geltung gebracht werden. Eine umfassende



Publikation wird im Frühsommer 2013 besonders gelungene Beispiele vorstellen. Auf die Gewinner warten Preisgelder in Höhe von insgesamt 5.000 Euro sowie eine Einladung zum Handelsimmobilienkongress des HDE im März 2013 in Berlin. Weitere Informationen und das Teilnahmeformular finden Sie **hier**. Einsendeschluss ist der **25. November 2012**.

Kulturmarken-Award 2012: Görlitz/Zgorzelec, Halle (Saale) und Nordhessen im Rennen um den Titel „Stadtmarke des Jahres“

Die Shortlist der Kulturmarken-Awards 2012 steht. Aus 104 Bewerbungen wählte eine Jury von Experten aus Kultur, Wirtschaft und Medien im September 19 Nominierte aus. Die Kulturmarken-Awards werden verliehen für die besten Marketingstrategien von Kulturanbietern und Städten, für die kreativsten Investitionsformen in Kultur und an die engagiertesten Kulturmanager im deutschsprachigen Raum. In der Kategorie „Stadtmarke“ wurden die Europastadt Görlitz/Zgorzelec GmbH mit der Positionierungsstrategie als Zentrum einer sich entwickelnden Staatsgrenzen überschreitenden Region, die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH mit der Markenstrategie hallesaale*-HÄNDELSTADT und die Regionalmanagement Nordhessen GmbH mit der Marke GrimmHeimat NordHessen nominiert. Die Preisträger werden am 25. Oktober 2012 auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin geehrt. Weitere Informationen zum Kulturmarken-Award 2012 finden Sie **hier**.



bcsd-Mini-Umfrage: Verkaufsoffene Sonntage

Die Auswertung unserer Mini-Umfragen entspricht genauso wenig wissenschaftlichen Kriterien wie die jeweiligen Fragestellungen. Ziel ist es jedoch, zu dem jeweiligen Umfragethema ein Stimmungsbild zu erhalten – und nichts weniger wird hier nun zum Thema „Verkaufsoffener Sonntag“ präsentiert. Der verkaufsoffene Sonntag erzielt immer noch seine Wirkung, wenn auch in erster Linie für den innerstädtischen Handel und das Citymarketing, hier sehen rund 80 Prozent der knapp 100 Umfrageteilnehmer einen Imagegewinn durch besondere Verkaufsaktionen. Auch konkrete Umsatzsteigerungen bei den Händlern bekommt eine große Mehrheit (62 Prozent) der Teilnehmer immer wieder kommuniziert. Für ein gutes und angesehenes Stadtmarketing scheint der verkaufsoffene Sonntag jedoch weniger wichtig. Wenn es darum geht Sponsoren zu finden und das Image der Stadt generell zu erhöhen sowie kommunale Netzwerke zu festigen sehen nur zwischen 12 und 39 Prozent diese besonderen Effekte.

Interessant ist auch die fast durchgängige Tendenz, dass alle Hauptbeteiligten (inhabergeführter EZH, Filialisten, Einkaufscenter, Gastronomie) sich verstärkt einbringen, um den verkaufsoffenen Sonntag vor Ort gelingen zu lassen nur bei der lokalen Presse ist ein rückläufiges Interesse zu vermelden.

So erfolgreich sich der verkaufsoffene Sonntag auch über die Jahre entwickelt hat, mehr als vier bis sechsmal pro Jahr möchte ihn eigentlich kaum jemand haben. Lediglich 2 Prozent sind je für 10 bis 20 bzw. unbegrenzte Öffnungen. Noch einmal 10 Prozent meinen, jede Stadt sollte selber entscheiden, wann, wie oft und zu welchem Anlass der Sonntag verkaufsoffen sein sollte.

*Die bcsd-Mini-Umfragen sollen von nun an regelmäßig durchgeführt werden. Sollten Sie Themenvorschläge haben, die sich für ein aktuelles Stimmungsbild anbieten, teilen Sie uns diese bitte unter **office@bcsd.de** mit – vielen Dank.*

Standortfaktor „Sicherheit“

Die Zunahme der Straftaten und hier insbesondere Eigentumsdelikte auf inzwischen jährlich fast sechs Millionen, der Rückgang der Aufklärungsquote um 1,4 Prozent, Vandalismus und Fahrraddiebstähle, Alkoholmissbrauch auf öffentlichen Plätzen sowie neue Anforderungen bei öffentlichen Veranstaltungen, aber auch an den Brandschutz, stellen die Städte und Gemeinden vor



Bildquelle: obs-Bilddatenbank

große Herausforderungen. „Bürger wollen dort wohnen, wo sie sicher leben können. Sicherheit wird zunehmend zu einem Standortfaktor“, sagte DStGB-Präsident Roland Schäfer auf der Sitzung des Hauptausschusses des Deutschen Städte- und Gemeindebundes Anfang September in Münster. Bewährt haben sich in den letzten Jahren sogenannte Sicherheitspartnerschaften zwischen Polizei und Kommunen. In immer mehr Städten gibt es gemeinsame Streifen von Ordnungsamt und Polizei, gemeinsame Informationsveranstaltungen für die Bevölkerung und Präventionsprojekte. Eine solche Zusammenarbeit stärkt zusätzlich das subjektive Sicherheitsempfinden der Bürger. Zur Pressemitteilung des DStGB geht es **hier**.
Beispiele für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Stadtmarketing, City Initiative, der Polizeibehörde und Event- und Nachtgastronomen finden Sie im **bcsd-Projekt-Pool**. Die Aktionen „Sicheres Nightlife in Karlsruhe“ und „Karlsruhe handelt“ stehen unter der Kategorie „Konzeption und Strategie“ für bcsd-Mitglieder zum Zugriff bereit.

Stadt, Land, Rad



Das Bundeskabinett hat Anfang September 2012 den Nationalen Radverkehrsplan (NRVP) 2020 beschlossen und damit die grundsätzlichen Leitlinien für die Radverkehrsförderung der kommenden Jahre neu ausgerichtet. Dabei wird der Radverkehr mit dem NRVP als Bestandteil einer integrierten Verkehrs- und Mobilitätspolitik gestärkt. Schwerpunkte des NRVP 2020 sind vor diesem Hintergrund unter anderem eine verbesserte Breitenwirkung der Radverkehrsförderung, eine verstärkte Aufmerksamkeit für den Radverkehr im ländlichen Raum sowie die Verbesserung der Verkehrssicherheit. Weitere Informationen zum NRVP 2020 finden Sie **hier**.



Das Fahrrad als reines Verkehrsmittel zu sehen, wäre jedoch eine deutliche Unterbewertung. Das Fahrrad ist nicht nur stadt- und verkehrsplanerisch ein wichtiges Element, sondern bietet auch Ansätze für Konzepte zu den Themen Freizeitgestaltung und Stadt als Lebensraum. Das Fahrrad kann die Attraktivität der Städte steigern. Die Initiative „CityMarketing Fahrrad“ – die im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplanes gefördert wird – informiert auf ihrer Website über die Chancen und Potentiale der „Fahrradfreundlichkeit“ als Instrument des City-Marketings und hat eine Datenbank mit erfolgreichen Beispielen für die Einsatzmöglichkeiten des Fahrrads für das City-Marketing erstellt. Zur Homepage der Initiative geht es **hier**.



Deutscher Tourismuspreis 2012

Neun haben es geschafft: Der Deutsche Tourismusverband (DTV) hat die Finalisten des Deutschen Tourismuspreises 2012 bekannt gegeben. Insgesamt gab es 76 Bewerbungen. Mit dem Deutschen Tourismuspreis zeichnet der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) seit 2005 innovative Angebote, Kommunikationsstrategien, Kooperationsmodelle und Finanzierungskonzepte im Deutschlandtourismus aus.



Die Prämierung durch den DTV gilt als eine der wichtigsten Auszeichnungen für die Branche in Deutschland. Eine Jury aus Experten und Vertretern von Fachmedien bewertet Innovationsgrad, Qualität, Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit der Bewerbungen. Die Nominierten 2012 bilden die gesamte Bandbreite des Wettbewerbs ab: Städte, Länder, Regionen und deren touristischen Institutionen sowie privatwirtschaftliche Unternehmen waren zur Teilnahme aufgerufen. Neben innovativen Gesamtkonzepten würdigt der Deutsche Tourismuspreis auch Innovationen „in kleinen Schritten“, um Klein- und Kleinstanbietern ein Forum zu bieten. Die Preisverleihung findet am 8. November 2012 auf dem Deutschen Tourismustag auf Norderney statt. Weitere Informationen zum Tourismuspreis und zu den nominierten Projekten finden Sie **hier**.

bcsd-Fördermitglieder: Bund der Selbständigen – Gewerbeverband Bayern e.V.

Seit über 130 Jahren unterstützt der BDS Bayern Selbständige und mittelständische Familienbetriebe im Freistaat dabei, ihren Erfolg durch die Nutzung der vielfältigen Informations-, Beratungs- und Schulungsangebote zu sichern, von günstigen Einkaufsmöglichkeiten über Rahmenverträge oder durch die Entwicklung der Rahmenbedingungen vor Ort. Der BDS



bündelt die Innovations-, Gestaltungs- und Wirtschaftskraft des bayerischen Mittelstandes und vertritt seine Interessen nachhaltig gegenüber Politik und Wirtschaft. Weitere Informationen zu unserem Fördermitglied finden Sie **hier**.

Kostenfreies Datenbank-Tool für nachhaltiges Flächenmanagement



Das vom Difu mit betreute Forschungsprojekt „Circular Flow Land Use Management (CircUse)“ hat eine neue Flächenmanagement-Datenbank für Kommunen entwickelt. Hiermit erhalten Experten ein kostenfreies Werkzeug für die Planung im Innenbereich, mit dem eine Reduzierung des Flächenverbrauchs leichter umgesetzt

werden kann. Die Flächenmanagement-Datenbank wurde von Experten in sechs EU-Ländern getestet und in den jeweiligen Regionen als Software bereits eingeführt. Als Produkt des CircUse-Projekts werden die Standard sowie die Advanced Version der Flächenmanagement-Datenbank kostenfrei zur Verfügung gestellt. Das Programm ist aktuell bereits als Standard-Version in englischer Sprache **hier** unter der Rubrik „Project Results“ erhältlich.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

STADT MARKETING BAUNATAL



Vernetzen, aktivieren, vermarkten – seit der Berufung des Geschäftsführer Dirk Wuschko am 01. Juni 2012 übernimmt die **Stadtmarketing Baunatal GmbH** Aufgaben, die bisher dezentral im

Verkehrsverein, dem City Management Verein und der Stadtverwaltung Baunatal angesiedelt waren. Dazu gehören neben den üblichen Themenfeldern des Stadtmarketings (Innenstadtbelebung, Leerstandsmanagement, Baustellenkommunikation, ganzheitliche Entwicklung etc.) die zentralen Innenstadtveranstaltungen, wie das Weinfest oder der Nikolausmarkt. Die Stadt Baunatal ist einer der größeren Volkswagen-Standorte der Bundesrepublik und hat sich in den letzten Jahren vor allem als Sportstadt mit hervorragender Sportinfrastruktur einen Namen gemacht. Nicht zuletzt durch die zentrale Lage in der Mitte Deutschlands und an mehreren Autobahnen und in Rufweite von Kassel ist Baunatal beliebter Tagungs- und Veranstaltungsort. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied finden Sie **hier**.

Die Stadt Leer befindet sich in Ostfriesland und hat derzeit 34.500 Einwohner. Die Bürgerinitiative „**Leer braucht Leer**“ hat sich bereits vor drei Jahren zusammengefunden um ein geplantes Einkaufszentrum mit über 14.500 m² netto Verkaufsfläche zu verhindern. Dieses Vorhaben konnte nach teilweise äußerst harten Verhandlungen und Diskussionen verwirklicht werden. Die Bürgerinitiative kann sich nun neuen Herausforderungen widmen und setzt sich vermehrt für eine Stärkung der Innenstadt und der Entwicklung der Aufenthaltsqualität ein. Den Prozess der Stadtentwicklung soll darüber hinaus demnächst eine Stadtmarketingorganisation betreuen, um das Ziel einer behutsamen und nachhaltigen Stadtentwicklung für die Bürger voranzutreiben. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



bcsd-Jobbörse

Der **Stadtmarketing Böblingen e.V.** sucht zum 01.01.2013 eine/n neue/n Geschäftsführer/in. Der Verein hat sich in den vergangenen Jahren ein hervorragendes Netzwerk innerhalb aller relevanten Böblinger Institutionen und Einrichtungen geschaffen und beschäftigt drei Mitarbeiter. Aufgabenfelder sind die Positionierung der Stadt als wirtschaftsstandort, die Weiterentwicklung des Stadtmarketing, die Konzeption und Umsetzung von Stadtmarketingprojekten, Akquisition und Gewinnung von Partnern und Sponsoren u.v.m. Weitere Informationen zum ausgeschriebenen Stellenangebot finden Sie **hier**.

Neue Projekte im Projekt-Pool der bcsd

Innerstädtische Laufstrecke – Walking Point City	
Projektleiter:	City Management Dresden e.V.
Projektzeitraum:	Donnerstag 2010 - 2011
Ort:	Dresden
Einwohnerzahl:	525.007 (Stand 2010)
Ansprechpartner:	City Management Dresden e.V. Tina von Voss/Anja von Ullrich An der Eisenstraße 4 01067 Dresden Tel.: 0351 48 619 41, Fax: 0351 48 619 46 info@cm-dresden.de www.cm-dresden.de
Projektbeschreibung:	Die Grundlagen der Initiative „Walking Point“ ist es, die Lebensqualität in der City (in dt. Städten) zu verbessern und die Bevölkerung zu fördern und den innerstädtischen Markt zu beleben. Die Initiative ist ein Projekt, das sich auf die Verbesserung der Lebensqualität in der inneren Stadt und die Förderung der inneren Stadt konzentriert. Die Initiative ist ein Projekt, das sich auf die Verbesserung der Lebensqualität in der inneren Stadt und die Förderung der inneren Stadt konzentriert. Die Initiative ist ein Projekt, das sich auf die Verbesserung der Lebensqualität in der inneren Stadt und die Förderung der inneren Stadt konzentriert.
Bilder:	

Die Projektdatenbank mit Best Practice-Beispielen rund um das City-, Stadt- und Regionalmarketing wurde aktuell um sechs Projekte erweitert:

- Initiative City Marketing Fahrrad
- Urlaubsziel Heimat
- Fachkräfte-Initiative
- BioMetropole Nürnberg
- Esslinger Frühling
- Kulturfest „stadtinfluss“

Insgesamt befinden sich nun 70 Projekte im **Projekt-Pool** der bcsd. Die Projekte sind passwortgeschützt und nur für Mitglieder der bcsd einsehbar.

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-Erfahrungen 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**

FRAUNHOFER-INSTITUT ENTWICKELT 30 METER-BUS



Das Fraunhofer-Institut für Verkehrs- und Infrastruktursysteme (IVI) hat mit Wirtschaftspartnern gemeinsam den längsten Bus der Welt, den „Autotram Extra Grand“, entwickelt. Das Hybridfahrzeug ist über 30 Meter lang und kann bis zu 256 Fahrgäste befördern. Die Autotram wurde dahingehend konzipiert, dass ihre Anschaffungs- und Betriebskosten günstiger als bei einer Straßenbahn sind. Neben dem innovativen Lenksystem besitzt die Autotram Superkondensatoren, um die Bremsenergie als Strom zurückzugewinnen. Trotz ihrer Länge verfügt sie über einen Wenderadius von 12,5 Metern und erfüllt damit die Zulassungsverordnungen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

PONG-AMPEL MACHT DAS WARTEN UNTERHALTSAMER



Studenten der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Hildesheim haben eine Ampel mit Touchscreens präpariert, auf denen wartende Passanten gegen Fußgänger auf der gegenüberliegenden Straßenseite Pong spielen können. Der Farbverlauf indiziert, wie lange die Grün- oder Rotphase noch andauert.

Zu Beginn der Rotphase muss an beiden Straßenseiten jeweils ein Passant den berührungsempfindlichen Bildschirm berühren. Dann beginnt das Spiel und gestaltet die Wartezeit kurzweiliger. Weitere Informationen zu diesem Projekt finden Sie **hier**.

CARSHARING-PLATTFORM MIT PATEN FÜR JEDES AUTO



CiteeCar aus Berlin hat ein neues Carsharing-Modell vorgestellt, das mit „Paten“ für Autos arbeitet. Wer über einen Parkplatz verfügt, kann sich als „Host“ anmelden und die Pflege eines Kia Rio aus der Fahrzeugflotte übernehmen. Dafür erhält er 100 Credits pro Monat. Andere Nutzer zahlen monatlich fünf Euro, einen Euro pro gefahrene Stunde sowie eine Kilometerpauschale

von 20 Cent. Benzin ist in beiden Fällen inbegriffen. Weitere Informationen finden zu dem neuen Carsharing-Modell finden Sie **hier**.

Terminkalender

11. bis 12. Oktober 2012, Internationaler Kongress „Städtische Energien“, Berlin
2012 jährt sich die Verabschiedung der Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt zum fünften Mal. Dies ist Anlass und Motivation, deren Themen und Ziele weiterzudenken. In einem kompakten zweitägigen Programm sollen aktuelle stadtentwicklungspolitische Themen mit nationalen und internationalen Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Planung, Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft diskutiert werden. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

22. bis 24. Oktober 2012, „euregia“ Fachmesse und Fachforum „new mobility – Konzepte für die Mobilität von morgen“, Leipzig

Das neue europäische Fachforum mit begleitender Ausstellung findet unter dem Motto „Konzepte für die Mobilität von morgen“ statt und befasst sich mit Konzepten, Produkten und Dienstleistungen zur zukünftigen Mobilität in vernetzten Infrastrukturen von Städten und Regionen sowie den daraus resultierenden Chancen für die beteiligten Akteure. Die Premiere findet im Rahmen der etablierten „euregia“, einer Fachmesse für Kommunal- und Regionalentwicklung statt und bietet somit interessante Synergien. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

25. Oktober 2012, Kulturmarken-Gala, Berlin

Im Oktober kommen die führenden Kulturmarketingstrategen und Wirtschaftskapitäne aus dem gesamten deutschsprachigen Raum nach Berlin, um auf der sechsten Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt die Preisträger der Kulturmarken-Awards zu ehren. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

25. und 26. Oktober 2012, KulturInvest-Kongress, Berlin

Interessante Themen rund um die Etablierung betriebswirtschaftlicher Managementprozesse in Kulturbetrieben, Trends und Innovationen im Bereich der Kulturinvestments und der Kulturkommunikation sowie erfolgreiches Kultur- und Stadtmarketing stehen daher im Mittelpunkt. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

06. November 2012, 3. imakomm AKADEMIE-Fachtagung, Stuttgart

Standorte können weniger denn je mit rein planungsrechtlichen Instrumenten zukunftsfähig gemacht werden. Städte und Gemeinden müssen immer mehr feststellen, dass allein auf diesem Weg Impulse ausbleiben. Es bedarf vielmehr eines ganzheitlichen Ansatzes, der sowohl Schutz des Standortes als auch Entwicklungsinstrumente gleichermaßen beinhaltet. Weitere Informationen zur Tagung finden Sie **hier**.

07. November 2012, Fachtagung „Urbane Renaissance – Zukunft ist jetzt!“, Salzburg

Gerade junge und gebildete Menschen entdecken seit einigen Jahren die Stadt als attraktives Wohn- und Lebensumfeld wieder. Von diesem Trend können jedoch nicht alle profitieren: Im Schatten der boomenden Metropolen bleiben zahlreiche Städte zurück, die weiterhin mit sinkenden Einwohnerzahlen, Überalterung und Segregation zu kämpfen haben. Doch wie stellen sich Städte nachhaltig auf die Bevölkerungsentwicklung ein? Welche Stadterneuerungs- und Rückbaustrategien bieten sich für schrumpfende Städte an? Diese und weitere Fragen sollen auf der Fachtagung praxisnah beantwortet werden. Weitere Informationen zur Fachtagung finden Sie **hier**.

11. bis 13. November 2012, bcsd-Herbsttagung, Hamburg

Stadtmarketing steht im Spannungsfeld von Politik, Öffentlichkeit und verschiedensten Anspruchsgruppen einer Stadt. Herausforderungen durch Unterfinanzierung, diffuse Organisationsmodelle, politische Unkalkulierbarkeit und die Delegation von städtischen Problemfeldern an das Stadtmarketing. Nicht wenige Stadtmarketing-Verantwortliche gehen bei der Erfüllung ihrer Aufgabe an die Grenzen ihrer Belastbarkeit oder gar darüber hinaus. Auf der diesjährigen Herbsttagung werden exemplarisch Strategien aufgezeigt, wie das Stadtmarketing konstruktiv mit diesen Problemfeldern umgehen kann. Das komplette Tagungsprogramm und die Anmeldeformulare 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.