

Newsletter 10/2012

Neue Gesichter bei den bcsd-Landesverbänden



Tanja Ulmer



Stefan Voß



Katharina Frank



Ute Schulze-Heiming

Nach Neuwahlen in drei Landesverbänden gibt es neue Gesichter beim bcsd: Nach dem Ausscheiden von Matthias Mörk ist **Tanja Ulmer** (StaRT Stadtmarketing & Tourismus Reutlingen GmbH) zur neuen stellvertretenden Landessprecherin in Baden-Württemberg gewählt worden. Michael Metzler (Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH) wurde in seinem Amt als Landessprecher bestätigt. Im Landesverband Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen ist **Stefan Voß** (Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH), der das Amt des Landessprechers zunächst kommissarisch übernommen hatte, jetzt auch offiziell zum Nachfolger für Tanja Terruli gewählt worden. Als Stellvertreterin wird ihm künftig **Katharina Frank** (KulTourStadt Gotha GmbH) zur Seite stehen. In Nordrhein-Westfalen ist nach dem Rückzug Volker Hillebrands **Ute Schulze Heiming** (Kleve Marketing GmbH & Co. KG) zur Landessprecherin gewählt worden. Dieter Groppe (EMG – Essen Marketing GmbH) bleibt stellvertretender Landessprecher.

An dieser Stelle möchten wir allen unseren amtierenden und ehemaligen ehrenamtlich tätigen Landessprechern für ihr tatkräftiges Engagement in der Stadtmarketingszene und für die bcsd danken!

Themen

Seite 1

Neue Gesichter bei den bcsd-Landesverbänden

Seite 2

Europastadt Görlitz/Zgorzelec ist „Stadtmarke 2012“

Seite 3

Ab in die Mitte!

Stadt der jungen Forscher 2014

Seite 4

Bundeswettbewerb Suchtprävention

E-Bike Award 2012

GVL-Gebühren für Musikknutzung

Seite 5

bcsd-Fördermitglieder

Tatort Stadt

Seite 6

Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Papieratlas 2012

Seite 7

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder

Seite 8

Vienna Calling

Seite 9

bcsd-Jobbörse

Graffiti unter der Autobahn

Seite 10

Auf ein Glas in die Weinberge

Guerilla-Sprachkurs

Seite 11

Studis suchen ein Zuhause

Freundschaftsmuseum

Seite 12

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 13

Terminkalender

- Anzeige: www.stadtvisite.de -

Sie brauchen gute Ideen?

"Die von Ihnen erstellte Stadtvisite für die Stadt Seesen hat in ihren Ergebnissen und der Darstellung auch diejenigen überzeugt, die die Erstellung "noch eines Gutachtens" kritisch betrachtet haben. Die Beurteilung des Standortes Seesen aus der Sicht eines Besuchers ist offen und ehrlich; ebenso überzeugend in der Darstellung wie hilfreich in den Ansätzen, die sich aus Ihren Anregungen ergeben.

Der Bericht zu Ihrer Stadtvisite unterscheidet sich wohltuend von anderen Untersuchungen, da Sie wohlwollend, aber dennoch pointiert, die Problemstellen offen legen und dabei Anregungen für viele kleine, aber effektive Veränderungen geben."

Leiter Ref. Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing Seesen

Unser Angebot und weitere Referenzen finden Sie hier:

► www.Stadtvisite.de



Europastadt Görlitz/Zgorzelec ist Stadtmarke 2012

Für viele die schönste Stadt Deutschlands – nicht mehr und nicht weniger verspricht die Europastadt Görlitz/Zgorzelec ihren Besuchern. Für das substanzstarke Produktmanagement und die reichweitenstarke Marketingkommunikation ist die Europastadt Görlitz/Zgorzelec GmbH auf dem diesjährigen Kulturmarken-Award mit dem Titel „Stadtmarke 2012“ ausgezeichnet worden. Wie Görlitz/Zgorzelec den konsequenten und professionellen Markenaufbau nachhaltig in das Stadtmarketing integriert, stellte Lutz Thielemann, Geschäftsführer der Europastadt Görlitz/Zgorzelec GmbH, in dem vom bcsd präsentierten Forum „Stadtmarketing und Kulturtourismus“ auf dem KulturInvest Kongress vor.



Foto: Peter Volmer

Die Stadtmarketingszene war aber nicht nur in der Kategorie „Stadtmarke“ vertreten. Erstmals kam auch der „Kulturmanager des Jahres 2012“ aus diesem Bereich: Klaus Stieringer, Leiter des Stadtmarketings Bamberg, erhielt die Auszeichnung für seine engagierte und nachhaltige Kulturvermittlung.

Glückwunsch auch an das BMW Guggenheim Lab, das als „Trendmarke 2012“ ausgezeichnet wurde. Das mobile Forschungslabor befasst sich mit Projekten, Experimenten und im öffentlichen Diskurs mit Fragen des modernen städtischen Lebens. Weitere Informationen zum Kulturmarken-Award finden Sie [hier](#).

„Ab in die Mitte“ in Niedersachsen und Hessen



Die Kommunen Niedersachsens und Hessens sind erneut dazu aufgerufen, gemeinsam mit Partnern aus dem öffentlichen und privaten Bereich Ideen zur Stärkung ihrer innerstädtischen Handelszentren zu entwickeln. In Niedersachsen ist das Aktionsmotto in diesem Jahr „StadtLEBEN“. Mit

diesem Thema soll der Blick besonders auf die Zielgruppe der Familien und der unterschiedlichen Generationen gerichtet werden – und auf die Ansprüche, die diese an ihre Innenstädte und Ortszentren stellen. Die Wettbewerbsausschreibung und weitere Informationen finden Sie [hier](#). Informationen zu „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ erhalten Sie [hier](#).

Stadt der jungen Forscher 2014

Die Auszeichnung „Stadt der jungen Forscher“ geht in die sechste Runde: Ausgezeichnet und mit bis zu 65.000 Euro gefördert werden Städte, die sich bereits in besonderer Weise für Kooperationen von



Schulen und wissenschaftlichen Einrichtungen einsetzen und ihr Engagement noch intensivieren möchten. Die Auswahl der „Stadt der jungen Forscher 2014“ trifft eine Jury aus Vertretern der Körber-Stiftung, der Robert Bosch Stiftung und der Deutschen Telekom Stiftung, der bisherigen Preisträgerstädte und weiterer Experten. Die Finalrunde und die Bekanntgabe der Siegerstadt sind für Anfang Juni 2013 in Rostock geplant. Bisherige Siegerstädte sind Göttingen (2009), Gießen (2010), Kiel (2011), Karlsruhe (2012) und Rostock (2013). Weitere Informationen zur „Stadt der jungen Forscher“ finden Sie [hier](#).

6. Bundeswettbewerb „Vorbildliche Strategien zur kommunalen Suchtprävention“ ausgelobt

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung und die Drogenbeauftragte der Bundesregierung gaben heute den Startschuss für die sechste Runde des Bundeswettbewerbs „Vorbildliche Strategien zur kommunalen Suchtprävention“. Schwerpunkt des vom Deutschen Institut für Urbanistik (Difu) betreuten Wettbewerbs ist das Thema „Alkoholprävention im öffentlichen Raum“. Für die Gewinner steht ein Preisgeld in Höhe von insgesamt 60.000 Euro zur Verfügung. Zusätzlich lobt der GKV-Spitzenverband einen Sonderpreis von 10.000 Euro zum Thema „Vorbildliche Regelungen der Zusammenarbeit von Kommunen und Krankenkassen bei der Alkoholprävention im öffentlichen Raum“ aus. Die Preisverleihung findet am 3. Juni 2013 in Berlin statt. Weitere Informationen zum Wettbewerb finden Sie **hier**.



E-Bike Award 2012 geht an Pilotprojekt „inmod“



Städte, Gemeinden, Tourismusverbände und andere öffentliche Einrichtungen aus ganz Deutschland konnten sich um den mit insgesamt 8.000 Euro dotierten E-Bike Award 2012 bewerben. Das große Finale mit Preisverleihung und Präsentation der zehn besten Konzepte hat im Rahmen der Zweiradmesse INTERMOT in Köln stattgefunden. Gewinner ist das Projekt „inmod“. Das vom Kompetenzzentrum Ländliche Mobilität an der Hochschule Wismar entwickelte System vernetzt in Mecklenburg-Vorpommern per E-Bike den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) mit dem Individualverkehr. Elektro-Expressbusse fahren nicht mehr „über die Dörfer“ sondern auf den Hauptstraßen. Die Haltestellen außerhalb der Ortschaften erreichen die Nahverkehrsnutzer per Pedelec in maximal zehn Minuten. So sind sie wesentlich schneller am Ziel – Busfahren auf dem Land wird wieder attraktiv. Weitere Informationen zu den Siegerprojekten des E-Bike-Awards finden Sie **hier**.

GVL-Gebühren für Musikknutzung erhöhen sich um 50 Prozent

In dem von der Bundesvereinigung der Musikveranstalter e.V., dem Dachverband der Musiknutzerverbände, gegen die GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrecht) geführten gerichtlichen Verfahren hat das Oberlandesgericht München mit Urteil vom 27. September 2012 entschieden, dass sich die zu zahlende Vergütung



für die Musikknutzung in Tanzschulen erhöht. Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter berichtet in ihrer Pressemitteilung 12/26, dass sich der so genannte GVL-Zuschlag auf den entsprechenden GEMA-Basistarif von bisher 20 auf zukünftig 30 Prozent verteuert. Damit folgt das OLG München der erstinstanzlichen Entscheidung der Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt und weist die weitergehende Klage der GVL, die eine Verfünfachung ihrer Vergütung von 20 auf 100 Prozent fordert, zurück. Das Urteil des OLG München sei aus Sicht der Musikveranstaltenden Betriebe nicht befriedigend, da es neben der derzeit im Raum stehenden massiven GEMA-Gebührenerhöhung eine erneute, nicht unerhebliche Kostenbelastung mit sich bringe. Da sich der Umfang und die Intensität der Musikknutzung nicht verändert haben und die GVL automatisch von jeder Erhöhung der GEMA-Tarife profitiere, gebe es keinen „Nachholbedarf“ und somit auch keinen Grund für eine Gebührenerhöhung, so Ernst Fischer, Vorsitzender der Bundesvereinigung der Musikveranstalter und Präsident des DEHOGA Bundesverbandes. Auch wenn das Gericht der GVL-Forderung auf Verfünfachung der Tarife eine klare Absage erteilt habe, könnte der Urteilsspruch nicht nur für Tanzschulen, sondern auch für alle Musikveranstaltenden Betriebe zu einer enormen Mehrbelastung führen. Die finanzielle Belastungsgrenze der Musikveranstalter sei heute jedoch bereits erreicht. Musik müsse auch in Zukunft bezahlbar bleiben, sonst werde sich das Angebot von Musikveranstaltungen deutlich reduzieren.

bcsd-Fördermitglieder: Gruppe DREI

Die GRUPPE DREI GmbH beschäftigt sich mit der Markenbildung von Standorten, indem sie das rationale, aber auch das emotionale Potenzial von Städten analysiert. Die wichtigsten Fachkompetenzen der GRUPPE DREI® sind umfassende Analysen und Befragungen, Standort-Monitoring, detaillierte Checks (city-check, store-check), Marketingpläne, Eventpläne, Organisationsmanagement und sämtliche Kommunikationsmittel. Weitere Informationen zu unserem Fördermitglied finden Sie **hier**.

GRUPPE DREI®
STANDORTMARKETING

Siegerprojekte des „Tatorts Stadt“ stehen fest

Unter dem Titel „mitMACHEN! – Neue Wege zur Beteiligung der Öffentlichkeit“ hat das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) im Sommer



2011 einen bundesweiten Ideenwettbewerb für junge Planer ausgelobt, bei dem neue Ideen und Konzepte für die Beteiligung der Öffentlichkeit bei raumbedeutsamen Verfahren erarbeitet werden und in Form von Handlungskonzepten aufgezeigt werden sollten. Im Rahmen des Absolventenwettbewerbs wurden vier halbjährige Stipendien in Höhe von je 12.500 Euro vergeben. Die ausgewählten Partizipationskonzepte werden bis Juli 2012 an den „Tatorten“ Fellbach, Offenbach, Weißwasser und Wolfsburg realisiert. Informationen zu den Siegerprojekten des Wettbewerbs „Tatort Stadt“ finden Sie **hier**.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2012: Kreativ trotz knapper Kassen



Die besten Teilnehmer des Wettbewerbes um den ersten Deutschen Nachhaltigkeitspreis für Städte und Gemeinden zeigen, dass trotz enger Budgets durchaus erfolgreiche ökologische und soziale Projekte zu realisieren sind. Unter den Besten aus 119 Bewerbungen finden sich Kommunen jeder Größe und unterschiedlichster finanzieller Ausstattung. Die Vorreiter nachhaltiger Entwicklung setzen vor allem auf starke Einbindung der Bürger, weitgehende Vernetzung der Maßnahmen und innovative Konzepte. Nach Ansicht von Dr. Günther Bachmann, Generalsekretär des Rates für Nachhaltige Entwicklung und Juryvorsitzender, werden Energiewende und Mobilitätsfragen immer wichtiger: „Es ist höchste Zeit, dass die Politik dem Engagement der Bürgermeister und der Bürger zur Nachhaltigkeit mehr Aufmerksamkeit schenkt und ihre konkreten Erfahrungen für den Entwurf besserer Politikkonzepte nutzt.“ Die Auszeichnung wird am 6. Dezember 2012 in Düsseldorf vergeben. Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitspreis und den Nominierten finden Sie **hier**.

Göttingen und Dessau-Roßlau sind Gewinner des Papieratlas 2012



Im Papieratlas-Städtewettbewerb 2012 hat sich Göttingen als „Recyclingpapierfreundlichste Stadt Deutschlands“ durchgesetzt: Göttingen hat ausschließlich Recyclingpapier in Verwaltung und Schulen verwendet. Als „Beste der Besten“ wurden Essen, Bonn und Freiburg ausgezeichnet, die ihre Spitzenleistungen des Vorjahres wiederholten. In der Kategorie „höchste Steigerungsrate“ erhält Dessau-Roßlau den Titel „Aufsteiger des Jahres“. Weitere Informationen zu dem Städtewettbewerb finden Sie **hier**.

- Anzeige: www.goetschgbh.de -



Mehr Profil im Raum

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

ProForm 



Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!



Die **Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzburg GmbH (WIS)** übernimmt seit 2003 die Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung. Ziel ist es, zur Verbesserung der Grundlagen der Wirtschaftsentwicklung beizutragen und auf die Schaffung und Erhaltung zukunftssicherer Arbeitsplätze in der Stadt hinzuwirken.

Zu den Aufgaben der WIS zählt auch das Innenstadtmaking. Dessen Ziel ist es, durch Marketingaktivitäten und infrastrukturelle Verbesserungen die Attraktivität und Aufenthaltsqualität zu steigern und somit die Kaufkraftbindung und Besucherfrequenz zu erhöhen. Zu den

Aufgabenbereichen des Innenstadtmarketings zählen außerdem das Flächen- und Leerstandsmanagement, Werbe- und PR-Maßnahmen, die Durchführung, Unterstützung und Koordination von publikumswirksamen Aktivitäten, die Mitwirkung bei gestalterischen Maßnahmen sowie die Organisation von Einzelhandelsveranstaltungen und -schulungen. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied erhalten Sie **hier**.

Die **Heidelberg Event GmbH** ist eine 100-prozentige städtische Tochter und wurde im Mai 2012 neu gegründet mit dem Auftrag, Großveranstaltungen im

HEIDELBERG
event

öffentlichen Interesse zu konzipieren und zu organisieren. Alleinige Geschäftsführerin ist Vera Cornelius, die zuvor fünf Jahre als Chefin für das Heidelberger Stadtmarketing verantwortlich war. Die Gesellschaft zeichnet sich für folgende jährliche Veranstaltungen verantwortlich: Die drei renommierten Heidelberger Schlossbeleuchtungen im Sommer, das größte Altstadtfest der Region „Heidelberger Herbst“, der international bekannte Weihnachtsmarkt sowie die malerische Eislaufbahn „Christmas on Ice“ am Fuße des Schlosses. Daneben führt die junge Gesellschaft Sonderveranstaltungen wie beispielsweise den Sommertags- und Martinszug und in 2012 den Etappen-Stopp der „Bertha Benz Challenge“ (alternativ angetriebene Fahrzeuge) in der Heidelberger Altstadt durch. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied erhalten Sie **hier**.

Vienna Calling – Bei Anruf: Abheben.

Ein ungewöhnliches Gewinnspiel, in dessen Mittelpunkt ein rotes Telefon mit direktem Draht nach Wien stand, sorgte diesen Sommer in vielen Städten für Aufmerksamkeit: Bei der Aktion „Vienna Calling“ stellte WienTourismus an täglich wechselnden Orten einen überdimensionalen, über zwei Meter hohen, roten Telefonhörer auf und ließ in unterschiedlichen Abständen das Telefon klingeln. Passanten, die den im Telefon integrierten, kleineren Telefonhörer abhoben, wurden live mit einer Mitarbeiterin von WienTourismus verbunden. Neben Infos zu Wiener Attraktionen gab es die Chance, etwas zu gewinnen: von Sachpreisen über Eintrittskarten und Restaurant-Gutscheinen bis hin zu einem Wien-Wochenende. Einen Eindruck der Aktion erhält man auf Wiens **YouTube-Channel**.





Auch die Besucher der Website **viennacalling.wien.info** konnten am Gewinnspiel teilnehmen: Sie konnten mittels Mausklick „abheben“, erhielten dann ebenfalls Infos zu den Wiener Highlights und konnten Sachpreise gewinnen. Im Herbst wird der rote Telefonhörer in Italien, Spanien und der Schweiz läuten und um

Gäste werben. Die Website ist schon jetzt neben Deutsch auch in englischer, italienischer, spanischer und polnischer Sprache abrufbar.

bcsd-Jobbörse

Die Wolfsburg Marketing GmbH (WMG) bündelt für die Stadt Wolfsburg die Bereiche Wirtschaftsförderung (exklusiv der Automobilindustrie), Stadtmarketing, Veranstaltungen und Tourismus und sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt **eine/n Mitarbeiter/in für die Wirtschaftsförderung, Bereich Zentrenentwicklung**. Sie sollten sich souverän in den Arbeitsfeldern Einzelhandelsansiedlung und -entwicklung, Innenstadtentwicklung, Nahversorgungsstrukturen sowie der strategischen Ausrichtung des Handelsstandortes Wolfsburg bewegen können. Generelle Voraussetzung ist das Vertrautsein mit kommunalen Verwaltungsstrukturen. Weitere Informationen zu diesem Stellenangebot finden Sie **hier**.

Die Wolfsburg Marketing GmbH (WMG) sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt **eine/n Mitarbeiter/in für die Wirtschaftsförderung, Bereich Bestandspflege und Akquise** (gerne auch Berufsanfänger). In Ihrem Aufgabengebiet verstärken Sie die Bestandspflege sowie das Akquisegeschäft. Sie betreuen Unternehmen direkt und besitzen das notwendige Fachwissen, um Verhandlungen und die Projektentwicklung abschließend zu begleiten. Des Weiteren sind Sie für den Bereich Immobilien (Grundstücke und Häuser) sowie für die Standortanalyse zuständig. Weitere Informationen zu diesem Stellenangebot finden Sie **hier**.

Graffiti unter der Autobahn



Aus einer Initiative des lokalen Jugendparlaments hat sich innerhalb von drei Jahren die Bridge-Gallery Lörzach entwickelt: Auf einer Länge von 1,3 Kilometern wächst an 20 Meter hohen Betonpfeilern eine der größten Freiluft-Galerien für legale Graffiti, die überregional ausstrahlt. Das Projekt bündelt Aktivitäten aus der Sozialarbeit, der Kunst- und Kulturförderung,

der Bürgerbeteiligung und der Berufsvorbereitung. Zudem sind die Anzeigen wegen Spray-Vandalismus deutlich zurückgegangen. Das Buch „Graffiti unter der Autobahn“ von Kai Hendrik Schlusche dokumentiert Konzept und Umsetzung der Bridge-Gallery und zeigt auf 230 Bildern Beispiele der freizugänglichen StreetArt. Weitere Informationen zu dem Projekt finden Sie **hier**.

Auf ein Glas in die Weinberge

Das auf Stadtmöblierung und Verkehrsbeschilderung spezialisierte Unternehmen Götsch aus dem hessischen Dreieich hat sich in enger Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing Groß-Umstadt etwas Besonderes für den dortigen Weinlehrpfad einfallen lassen. Mithilfe von Informations- und Rebtafeln sowie Pultanlagen werden die angebaute Traubensorten für die Besucher direkt erlebbar. Der Clou: An den Stationen wurden zusätzlich farbige Glastafeln in Form eines Weinkelches installiert, die auf plastische Weise zeigen, wie der jeweils angebaute Wein im Glas später einmal aussehen wird. Der Weinlehrpfad, zu dessen Gelingen auch die gute Zusammenarbeit mit vielen ehrenamtlichen Aktiven vom Weinbau- und Geschichtsverein beigetragen hat, ergänzt in Groß-Umstadt die Beschilderung des historischen Stadtrundgangs. Als verbindendes Design-Element diente das Kommunikationssystem ProForm von Götsch, das auch bei künftigen Anlagen der Stadt zum Einsatz kommen soll. Weitere Informationen zum Weinlehrpfad finden Sie **hier**.



Guerilla-Sprachkurs: Niederländisch lernen auf den Straßen von Münster und Essen

Das Niederländische Büro für Tourismus und Convention (NBTC) und die Euregio e.V. sorgten in den vergangenen Wochen in Münster und Essen mit einer originellen Marketingaktion für Aufmerksamkeit. In beiden Städten tauchten große orangefarbene Post-its mit niederländischen Vokabeln wie „bankje“ (Bank), „boom“ (Baum) oder „fiets“ (Fahrrad) auf, angebracht an den jeweils bezeichneten Objekten. Passanten



konnten also quasi im Vorbeigehen ein paar Vokabeln lernen, die sie wiederum für ihren nächsten Kurzurlaub in der holländischen Grenzregion anwenden können. Die auf den Post-its vorhandenen QR-Codes waren mit dem Social Network Pinterest verlinkt, wo man alle Vokabeln aufrufen konnte. Rund 800.000 Sichtkontakte und annähernd 1.000 QR-Code-Aufrufe konnten mit der Guerilla-Marketing-Aktion generiert werden.

Studis suchen ein Zuhause



Die gemeinsame Initiative „Wohnraum für Studenten“ der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH und des Studentenwerks Karlsruhe zeigt im Logo ein aufgeschlagenes Buch auf dem Kopf. Es steht für das sprichwörtliche „Dach über dem Kopf“, das viele Studierende in Karlsruhe suchen.

Ziel der Initiative ist es, die schwierige Wohnraumsituation für Studierende mit Hilfe von Aktionen und Veranstaltungen zu verbessern und potentielle Vermieter auf die Problemlage aufmerksam zu machen. Zu den Aktionen gehören u.a. ein Flashmob, ein Impro-Theater sowie ein „Mieter-Vermieter-Speed-Dating“, bei dem sich Vermieter und studentische Mieter unverbindlich kennenlernen konnten. Eine



sehr öffentlichkeitswirksame Aktion war der Umzug von zwölf Studenten hinter die Glasscheiben eines Geschäftes in der Innenstadt. Lernen, staubsaugen, schlafen – eine Woche lang lebten sie mehrere Stunden täglich in dem Schaufenster, um auf die Wohnungsnot der Studenten in Karlsruhe hinzuweisen. Seit Start der Kampagne im Juni hätten sich bereits 10 bis 15 Prozent mehr Vermieter als in den vergangenen Jahren gemeldet. Weitere Informationen zu der Initiative „Wohnraum für Studenten“ finden Sie **hier**.

Obermatten eröffnet Freundschaftsmuseum

Vor einem Jahr eröffnete das Schweizer Bergdorf Obermatten eine Facebook-Seite und versprach jedem „Fan“ einen Platz an der Dorfanschlagwand. Heute hat Obermatten mehr als 44.000 Fans auf der ganzen Welt – und diese klicken nicht nur „Gefällt mir“, sondern schicken auch immer wieder Geschenke. Sarah Urban aus Texas beispielsweise überbrachte persönlich ein T-Shirt, Catrin Bilger aus Hamburg



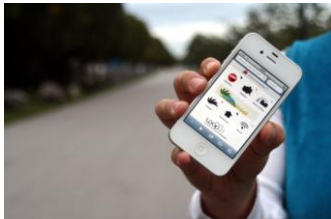
sandte ein Lebkuchenherz und das deutsche TV-Wissensmagazin Galileo hinterließ eine Fahne, die bereits auf einer Antarktis-Expedition gehisst wurde. Eigens für die Präsente hat Bürgermeister Martin Wyss nun ein Museum eröffnet: das Obermatten International Museum of Friendship, kurz OIMOF.

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**

WIENER WLAN-NETZ BIETET LOKALBASIERTE INFOS



Im Zuge der Einweihung des neuen städtischen WLAN-Netzes in Wien wurde eine mobile Anwendung präsentiert, die abhängig von der Position des Nutzers im Netzwerk lokalbasierte Informationen liefert. Der Standort des Nutzers wird aus der Zeitdauer ermittelt, in der die WLAN-Signale die einzelnen Antennen erreichen. Anschließend wird er mit Hinweisen zu Sehenswürdigkeiten und Events oder Informationen zu Fahrplänen, nächstgelegenen Erste-Hilfe-Stationen und öffentlichen Toiletten versorgt. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

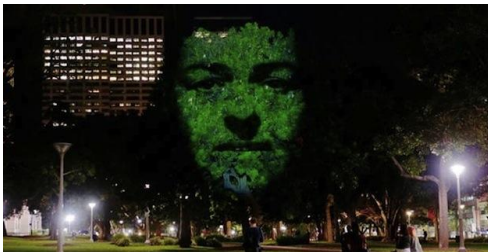
MIETFAHRRÄDER MIT HANDYLADEGERÄT



Die Mediaagenturen Media Team OMD und OMG Fuse haben für die Kampagne „Wir sind das GE in Germany“ von General Electric Mietfahrräder in Berlin und Hamburg mit Ladegeräten für Mobiltelefone ausgestattet. Der Strom wird während der Fahrt vom Nutzer selbst und mit Hilfe eines Dynamos erzeugt.

Es stehen über 500 Fahrräder zur Verfügung, die über einen USB-Port zum Anschließen des Geräts verfügen. An den Vorderrädern ist ein Windrad abgebildet, das darauf verweist, dass es sich bei dem hier generierten Strom ebenfalls um erneuerbare Energie handelt. Weitere Informationen zu der Kampagne finden Sie **hier**.

SPRECHENDE BÄUME IM PARK



Für das australische Festival Art & About kreierte der Künstler Craig Walsh die Projektionsinstallation „Emergence“. Hierzu wurden Blätter und Äste von Bäumen im Hyde Park South in Sydney zur Projektionsfläche für drei übergroße Gesichter. Die Gesichter erzählten

Geschichten über den Park, der in der Vergangenheit häufig Schauplatz von Protesten und Demonstrationen war. Die Kunstinstallation dauerte insgesamt einen Monat lang. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Terminkalender

06. November 2012, Einzelhandelskongress – Stadtmarketing und City-management im Fokus, Karlsruhe

Thema des Kongresses der IHK Karlsruhe ist „Handel und Innenstadt – Cross Innovation oder traditionelle Verbindung?“. Weitere Informationen und das Kongressprogramm 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!“, Salzgitter

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

„Die Stadt, das Stadtmarketing, und ich“; Stadtmarketing steht im Spannungsfeld von Politik, Öffentlichkeit und verschiedensten Anspruchsgruppen einer Stadt. Auf der diesjährigen Herbsttagung werden exemplarisch Strategien aufgezeigt, wie das Stadtmarketing konstruktiv mit seinen Partner zusammenarbeiten kann ohne dabei über die eigenen Grenzen zu gehen. Das komplette Tagungsprogramm und die Anmeldeformulare finden Sie [hier](#).

13. November 2012, Mobile National Day, Salzburg

Am 13. November 2012 kommen Experten auf dem Mobile National Day in Salzburg parallel zur „Alles für den Gast-Herbstmesse“ zusammen, um die verschiedenen Möglichkeiten der Kundengewinnung und -bindung mit Hilfe der mobilen und Social Media-Kanäle für die Tourismus-, Hotellerie- und Gastronomiebetriebe aufzuzeigen: QR-Codes, Kundenbindungsprogramme, Apps, Mobile Entertainment, Mobile Payment und der Social Media Auftritt – was gilt es zu beachten und was sind erprobte Lösungen im Markt? Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

15. bis 16. November 2012, Forum deutscher Wirtschaftsförderer: „Standortfaktoren der Zukunft – Wie stellt sich die Wirtschaftsförderung auf?“, Berlin

Globalisierung, technologischer Wandel und demografische Entwicklungen verändern die Standortanforderungen. Die Wirtschaftsförderung muss daher die Auswirkungen dieser Megatrends auf ihre wichtigsten Handlungsfelder berücksichtigen und in Strategien und Projekte zur Standortentwicklung übersetzen. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

23. November 2012, Familiengerechtigkeit: Ein harter Standortfaktor, Nürnberg

Familien sind die wichtigste Ressource der Gesellschaft. Wirtschaftsverbände und Unternehmen sehen deshalb zunehmend die Chancen, die in strategischen Kooperationen mit den Kommunen z.B. hinsichtlich der Bildungsqualität, Lebensqualität und Imagebildung bestehen. Auf der Veranstaltung werden namhafte Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft und kommunaler Wirtschaftsförderung neue, bislang wenig diskutierte Themen, wie z.B. das „Community Branding“ als ein Instrument des Standortmarketings, fokussieren. 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.