

Newsletter 11-2014

Neujahrsempfang der bcsd



Nach der gelungenen Premiere in diesem Jahr wird auch im nächsten Jahr der Neujahrsempfang der bcsd in Kooperation mit der Messe Frankfurt stattfinden. Alle Mitglieder der bcsd sind herzlich eingeladen, sich am Abend des 29. Januar 2015 im Portalhaus (Raum Frequenz) der Messe Frankfurt am Main zu treffen und in einem festlichen Rahmen mit Speisen und Getränken auszutauschen. Da die Veranstaltung im letzten Jahr so gut angenommen wurde, werden wir die umwerfende Aussicht über das nächtliche Frankfurt zugunsten größerer Räumlichkeiten aufgeben müssen. Mit der Preisverleihung des Wettbewerbs „**Best Christmas City**“ kommt als Ausgleich ein Highlight hinzu. Auch in diesem Jahr umfasst der Neujahrsempfang neben dem festlichen Abendempfang die kostenfreie Teilnahme am **Premium-Businessprogramm** der Messe Christmasworld am 30. Januar. Das Vortragsprogramm finden Sie **hier**. In diesem Jahr wird es einen noch stärkeren Fokus auf den Bereich Stadtmarketing geben. Für bcsd-Mitglieder haben wir ein Hotelkontingent im Motel One Frankfurt Messe eingerichtet, das bis zum 05. Januar zur Verfügung steht. Die Teilnahme am Neujahrsempfang ist wie im letzten Jahr kostenfrei. bcsd-Mitgliedern geht ein gesondertes Einladungsschreiben zum Premium-Programm zu.

Themen

Seite 1

[Neujahrsempfang der bcsd](#)

Seite 2

[Weihnachtsideen](#)

Seite 3

[Nachtökonomie](#)

[Tourismusperspektiven ländlicher Raum](#)

Seite 4

[Ich lebe noch - EVZ-Kampagne](#)

[Verlage im Multi-Channel-Handel](#)

Seite 5

[Bonuscard Bocholt eingestellt](#)

[Deutschland weltweit beliebt](#)

[Online City Wuppertal](#)

Seite 6

[Incoming-Tourismus](#)

[Tourismusbeirat des Wirtschaftsministeriums](#)

Seite 7

[Jobbörse](#)

[bcsd-Fördermitglieder](#)

Seite 8

[Herr Holtkamp geht in den Ruhestand](#)

[Stadtmarketing USA](#)

Seite 9

[Schöne Schulhöfe gesucht](#)

[WLAN in Ravensburg](#)

[Zweimeilenladen Berlin](#)

Seite 10

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 11

[Terminkalender ICR-Seminare](#)

[Terminkalender](#)

Weihnachtsideen – Alle Jahre wieder das Gleiche?



Die Vorweihnachtszeit hat begonnen. In nahezu allen Städten Deutschlands stehen die Weihnachtsmärkte und locken bereits erste Besucher mit Glühwein, Kunsthandwerk und Bratwürsten. Die Buden stehen meist auf den Marktplätzen der Städte, doch es gibt auch besondere und teilweise spektakuläre Orte für die Märkte: auf einem Schiff, in der Ravenna-Schlucht, in einer Grotte, auf einer Skipiste oder in der Bahnhofshalle. Und neben den klassischen Märkten gibt es heute auch Themenmärkte wie mittelalterliche Weihnachtsmärkte (z.B. in Esslingen oder **Bad Wimpfen**), Kunsthandwerksmärkte und sogar einen schwul-lesbischen Weihnachtsmarkt in München. Wer noch Ideen für die eigene Stadt oder für einen Ausflug sucht, wird **hier** mit Sicherheit fündig.

Neben all der Konsumfreude und Begeisterung für bunt beleuchtete Straßenzüge sollte dabei die eigentliche Bedeutung des Weihnachtsfests als Geburtstag Christi und Fest der Nächstenliebe nicht vergessen werden. Nicht umsonst ist Weihnachten auch immer die Zeit der Spenden für wohltätige Zwecke mit vielen Aktionen rund um dieses Thema. So werden etwa auch in Braunschweig bei der Aktion „Braunschweig zeigt Herz“ im Rahmen des Weihnachtsmarktes Spenden für wechselnde gemeinwohlorientierte Vereine gesammelt, in diesem Jahr für die örtliche Verkehrswacht. Neben der Sammelaktion über den Verkauf von Lebkuchenherzen beteiligt sich auch der örtliche Handel mit verschiedenen Aktionen. Auch die Verkehrswacht bietet ein vielseitiges Programm für jung und alt im Rahmen des Weihnachtsmarktes. Weitere Informationen zu der Aktion finden Sie **hier**. Auch beim „Besonderen Weihnachtsmarkt“ in Krefeld wird soziales Engagement gezeigt. Nur nicht-kommerzielle Gruppen, Vereine und Organisationen dürfen hier einen Stand haben. Diese informieren auf dem Markt vor allem über ihre Projekte. Die Verkaufserlöse kommen wohltätigen Zwecken zugute. Weitere Informationen zu dem „Besonderen Weihnachtsmarkt“ finden Sie **hier**. Um auch bedürftigen Menschen, die unter der Armutsgrenze leben, ein Weihnachtsmarkterlebnis zu bieten, werden z.B. in Berlin soziale (Weihnachts-)Märkte veranstaltet. Mehr Informationen dazu finden Sie **hier**.



Weihnachten im digitalen Raum widmet sich Babak Zand auf seinem Blog, wo er Tipps bezüglich einer Social Media Strategie zur Adventszeit gibt und erläutert, wie auch auf digitalen Kanälen eine weihnachtliche Stimmung erzeugt werden kann und wie das auch ohne digitale Adventskalender gelingt. Den Artikel finden Sie **hier**.

Stadt nach Acht – Nachtökonomie und Sicherheit



Das Portal und Forschungsprojekt „Stadt nach Acht“ beschäftigt sich mit der Nachtökonomie und wird im Rahmen der Nationalen Stadtentwicklungspolitik gefördert. Themen sind unter anderem Forschungen, Umfragen und Kartierungen zum Nachtleben und Ausgehen, Konzepte, Maßnahmen und Politik einzelner Kommunen oder Verbände, Kunstaktionen und Popkultur, Diskurse und Veranstaltungen sowie Wettbewerbe, etwa zur nächtlichen Beleuchtung oder zu Veranstaltungen im Winter. Das Portal vermittelt damit einen guten Überblick über Themen der „Stadt nach Acht“. Konkret sind dort etwa eine **Studie** zum Ausgehverhalten Jugendlicher zu finden oder ein **Bericht** des Schweizerischen Städteverbands zum Städtischen Nachtleben und möglichen Vorgehensweisen der Kommunen. Den Internetauftritt von „Stadt nach Acht“ finden Sie **hier**.

Im Bereich der Nachtökonomie ist auch der britische Stadtmarketingverband ATCM tätig. Die vom ATCM vergebene Purple Flag kennzeichnet, ähnlich zur blauen Flagge an Stränden, im Hinblick auf die Abend- und Nachtökonomie gut geführte Stadtzentren. Zudem werden Stadtmanagern Hilfestellungen zum Erreichen der Standards gegeben. **Hier** erfahren Sie mehr über das Projekt.

In Dortmund hat sich der Verein Ausgehen in Dortmund e.V. gegründet um gemeinsam mit der Stadtverwaltung und den Ordnungshütern für ein sicheres und sauberes Nachtleben zu sorgen. Auch hier wurde ein Qualitätssiegel geschaffen, das Schulungen des Personals und der Betreiber umfasst. Die Homepage des Vereins finden Sie **hier**.

In Karlsruhe wurde bereits 2004 gemeinsam von Stadtmarketing, City Initiative, der Polizei und Gastronomen die Aktion Sicheres Nightlife ins Leben gerufen. Neben Schulungen für das Service- und Sicherheitspersonal umfasst die Aktion eine Öffentlichkeitskampagne sowie ein gemeinsames Vorgehen gegen Störer, die zum Beispiel in allen angeschlossenen Betrieben gleichzeitig mit Hausverbot belegt werden können. Mehr erfahren Sie **hier**.

Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat gemeinsam mit dem Deutschen Reiseverband (DRV) als Projektträger den Leitfaden „**Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen. Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen**“ erstellt. Neben der allgemeinen Vorstellung von Potenzialen, Trends und Herausforderungen des Tourismus im ländlichen Raum werden für verschiedene Handlungsfelder Strategien präsentiert und Handlungsempfehlungen gegeben, die mit zahlreichen Praxisbeispielen veranschaulicht sind. Ergänzend dazu betreibt der DRV ein Internetportal, auf dem sich Termine, weiterführende Literatur, Best-Practice-Beispiele, ein Themenspecial Wandern, Positionen und



Vorträge zum Thema finden. Zudem werden auf dem Portal die Termine der Roadshow bekannt gegeben, die in ländlichen Räumen gastiert und die Ergebnisse des Projekts präsentiert. Das Portal zum „Tourismus fürs Land“ finden Sie **hier**.

Kampagne der Stiftung EVZ: "Ich lebe noch!"



Am 16. Oktober präsentierte die Stiftung Erinnerung, Verantwortung und Zukunft (EVZ) ihre Kampagne "Ich lebe noch!". Ziele der Kampagne sind die Aufmerksamkeit für NS-Opfer in Osteuropa zu erhöhen und das Fundraising zu unterstützen. Überlebende zeigen ihre Gesichter und machen auf ihre Geschichte aufmerksam. 2014 und 2015 sind Erinnerungsjahre an Beginn und Ende des Zweiten Weltkriegs. Mit Plakaten in U-Bahnhöfen, Tram- und Bushaltestellen und auf digitalen Werbewänden wurde die Kampagne in Berlin in ihrer ersten Phase sichtbar. Auf allen Flächen wird auf die Kampagnenseite **www.ich-lebe-noch.info** verwiesen. Hier finden Interessierte die Biografien, Fotos und Zitate der porträtierten, hochbetagten NS-Opfer und die Möglichkeit für Projekte der Stiftung EVZ zu spenden. Zurzeit ist die Stiftung EVZ auf der Suche nach Partnern, um die Kampagne auch in andere deutsche Städte zu tragen. Aus Anlass des kommenden 70. Jahrestages des Kriegsendes am 8. Mai 2015 möchte die Stiftung EVZ die Kampagnen-Motive weiteren Städten anbieten, um in einer Kooperation den Opfern des Nationalsozialismus zu gedenken. Bei Fragen zur Kampagne wenden Sie sich bitte an Eugen Esau (Mail: esau@stiftung-evz.de; Tel: 030/259297-26)

Verlage drängen in das Geschäftsfeld des lokalen Online-Shoppings

Die Zahl der Menschen, die regelmäßig eine Tageszeitung beziehen, sinkt, auch aufgrund des im Internet vorhandenen, oft kostenlosen Informationsangebots. Gleichzeitig geraten lokale Einzelhändler – auch aufgrund eines veränderten Konsumentenverhaltens in Richtung E-Commerce – verstärkt unter Druck. Diese Konstellation setzt auch die Zeitungsverlage unter Zugzwang, denn der lokale Einzelhandel ist ein wichtiger Anzeigenkunde. Auf dem diesjährigen **Forum Kundenmanagement**, einem Branchentreff regionaler Tageszeitungen, wurde unter anderem genau darüber diskutiert. Eine naheliegende Schlussfolgerung ist der eigene Sprung ins Netz, gemeinsam mit den Händlern vor Ort. Viele Tageszeitungen sind mittlerweile an lokalen Multichannel-Shopping-Projekten beteiligt, Tendenz steigend. Unter anderem wird auch die deutschlandweit agierende Plattform Simply Local von lokalen Verlagshäusern mitfinanziert. Der Einzelhandel wiederum erreicht somit möglicherweise andere und größere potenzielle Käuferschichten, als mit den Anzeigen in der immer seltener abonnierten Lokalzeitung.

Neue Gesetzgebung: bonuscard Bocholt stellt Betrieb ein

Eine neue EU-Richtlinie zu Gutschein- und Rabattkarten sowie ein verschärftes Gesetz zur Geldwäsche haben dazu geführt, dass sich der Rabattverein Bonuscard Bocholt dazu entschlossen hat, die bonuscard zum Ende des Jahres einzustellen. Die Bonuskarte war ein Erfolgsmodell, wurde von den Bürgern und Kunden sehr gut angenommen und war mit wichtigen Partnern wie der Bocholter Energie- und Wasserversorgung, der Volksbank, der Sparkasse oder dem Stadtbus breit aufgestellt. Das Problem der Geldwäsche liegt darin begründet, dass Rabattpunkte bei einem Laden erworben werden können und bei einem anderen bar ausgezahlt werden können. Die bonuscard wird von einer Regionalwährung der Werbegemeinschaft, dem Bocholt Taler im Wert von 10 €, abgelöst. Verbliebene Punkte können auch in Taler umgetauscht werden. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Deutschland wieder beliebteste Ländermarke weltweit



Laut dem Anholt-GfK Roper Nation Brand Index besitzt Deutschland als Marke wieder das beste Image der weltweit 50 betrachteten Länder. Bei der Erhebung wurden 20.000 Verbraucher in 20 Ländern online befragt. Bewertet wurde in den Kategorien Kultur und kulturelles Erbe, Regierung und Politik, Export, Menschen und Bevölkerung, Einwanderungs- und Investitionspotenzial sowie Tourismus. Deutschland landete im Bereich Kultur auf dem ersten Platz und auf dem siebten

Platz im Tourismus und konnte sich damit jeweils verbessern. Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) erwartet sich von der hohen internationalen Reputation einen Schub für den Deutschland-Tourismus und weist gleichzeitig darauf hin, dass Deutschland-Touristen positive Eindrücke vom Land mitnehmen. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Online-City Wuppertal

Mit der Online City Wuppertal ist eines der meistbeachteten Projekte im Bereich Multichannel für den lokalen Einzelhandel in die heiße Phase gegangen. Ab sofort können auf der lokalen Einkaufsplattform im Internet, die auf dem System von **Atalanda** basiert, Waren von aktuell 23 lokalen Einzelhändlern erworben werden. Selbstverständlich können nach und nach weitere Händler hinzustoßen. Durch eine eigene, der Plattform angeschlossene, Logistik liefern lokale Kuriere Waren bei einer Bestellung bis 17 Uhr noch am selben Tag aus. Die Online City geht allerdings deutlich über die Funktion als Einkaufsportale und Onlineshop lokaler Unternehmen hinaus und ruht auf drei Säulen: Infrastruktur, Händlerschulungen und dem Retail Lab. Das Retail Lab ist gleichzeitig die Anlaufstelle in der



Innenstadt, bei der die Waren auch abgeholt werden können, Fragen rund um das Projekt beantwortet werden aber auch innovative Shop-Konzepte getestet werden. Die angeschlossenen Händler stellen sich mit Informationen zum Laden, zur Person, Öffnungszeiten und Kontaktmöglichkeiten vor. Über gemeinsame Taschen und die Einbindung des Online City Logos in das Stadtbild wird ein eigenes Branding, vergleichbar mit dem einer Werbegemeinschaft, betrieben. Das Projekt wird von der Wirtschaftsförderung Wuppertal durchgeführt und im Rahmen der Nationalen Stadtentwicklungspolitik gefördert. Als Berater und Impulsgeber steht **Andreas Haderlein** zur Seite, der das Projekt auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2014 in Kleve vorstellte. Mehr Informationen finden Sie **hier**. Eine Projektbeschreibung finden bcsd-Mitglieder im Projekt-Pool auf der Homepage der bcsd.

Ein weiteres Projekt der Nationalen Stadtentwicklungspolitik, das in eine ähnliche Richtung geht, ist das virtuelle Schaufenster in der Barlachstadt Güstrow (ca. 29.000 Einwohner). Dazu finden Sie **hier** Informationen.

Prognose der DZT zum Incoming-Tourismus

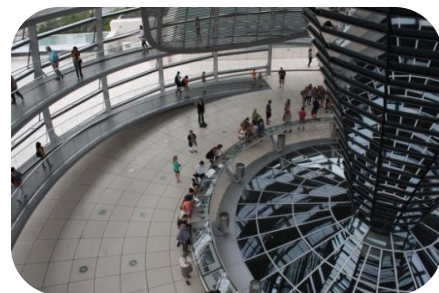


Zu dem guten Image Deutschlands im Ausland passt auch die jüngst veröffentlichte Prognose der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) zur Entwicklung des Incoming-Tourismus in Deutschland. In der auf unterschiedlichen Szenarien basierenden Schätzung wird von einer beinahe Verdopplung der Übernachtungszahlen aus dem Ausland von heute (2013) 67,8 Millionen auf 121,5 Millionen im Jahr 2030 ausgegangen. Dies entspricht einem jährlichen Anstieg um 3,5 %.

In die Prognose flossen Zahlen des statistischen Bundesamtes zur Entwicklung des Deutschlandtourismus zwischen 1995 und 2012 ein, sowie europäische Statistiken für denselben Zeitraum. Weiterhin wurden Prognosen für den weltweiten Tourismus berücksichtigt sowie die Entwicklungsprognosen für die Quellmärkte und für Fluglinien. Mehr erfahren Sie **hier**.

Tourismusbeirat der Bundesregierung konstituiert

Der Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat sich am 14. Oktober 2014 konstituiert. Zu den Mitgliedern gehören mit Dr. Bettina Bunge von Dresden Marketing und Dr. Carmen Hildebrandt von Erfurt Tourismus und Marketing auch zwei Mitglieder der bcsd. Der Beirat besteht seit 1977 und ist nun erstmals in neuer Konstellation zusammengetroffen. Thema auf der Sitzung waren Möglichkeiten die Wertschätzung für den Tourismus als Wirtschaftszweig zu steigern. Weitere Themenschwerpunkte werden die Ausbildungs- bzw. Beschäftigungssituation, Barrierefreiheit, die



Themenschwerpunkte werden die Ausbildungs- bzw. Beschäftigungssituation, Barrierefreiheit, die

fortschreitende Digitalisierung und Tourismus im ländlichen Raum sein. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Jobbörse / Ausschreibungen

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 Brunsbüttel sucht eine/n Stadtmanager/in



Bei der Stadt Brunsbüttel ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt, zunächst befristet auf 5 Jahre, die Stelle des/der Stadtmanager/in neu zu besetzen. Der Aufgabenbereich umfasst die Förderung und Stärkung des Wirtschaftsstandortes Brunsbüttel, die Pflege- und Weiterentwicklung der Dachmarke SCHLEUSENMEILE Brunsbüttel, die Leitung der Stabstelle Stadtmanagement, die Durchführung von Marketingaktionen und Veranstaltungen sowie die Vertretung der Stadt in touristischen und wirtschaftlichen Organisationen. Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt zurzeit 39 Stunden. Die Vergütung erfolgt nach Entgeltgruppe 11 TVöD. Bewerbungsschluss ist der 19. Dezember 2014. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Wir-in-Neu-Ulm e.V. sucht Citymanager/in

Der Verein sucht eine/n Citymanager/in in Teilzeit (20 Stunden / Woche), der/die als „Macher“ das Citymarketing in Neu-Ulm vorantreibt. Die Arbeitszeit kann überwiegend selbst gestaltet werden. Das Aufgabenspektrum umfasst das Werben neuer Mitglieder und Sponsoren, die Entwicklung und Durchführung von Projekten und das aktive Netzwerken in der Stadt. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.



bcsd-Fördermitglieder



messe frankfurt

Die Messe Frankfurt erschließt Ausstellern internationale Märkte für ihre Produkte. Als die weltweit größte Messegesellschaft mit eigenem Gelände ist sie in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent und kümmert sich vor, während und nach den Messen intensiv um die Aussteller, Besucher und Gäste. Wer seine Stadt zu saisonalen Festen verschönern oder zur Weihnachtszeit in ein bezauberndes Lichtermeer verwandeln möchte, erhält auf der Christmasworld die passenden Dekorationsideen. Die

Christmasworld, the World of Seasonal Decoration, ist der weltweit wichtigste Order-Termin für die internationale Deko- und Festschmuckbranche. Zuletzt begrüßte sie mehr als 930 Aussteller und über 30.600 Besucher aus aller Welt. Darüber hinaus bietet die Christmasworld mit dem Businessprogramm Premium einen idealen Fokus für alle Top-Entscheider und Gestalter von Konzept-Dekorationen und Erlebniswelten für Städte, Shopping Center und andere Großflächen.

Hans-Rudolf Holtkamp, Geschäftsführer von Bielefeld Marketing, geht in den Ruhestand



Hans-Rudolf Holtkamp (67), Geschäftsführer der Bielefeld Marketing GmbH und Urgestein der deutschen Stadtmarketing-Szene, geht zum Jahresende in den Ruhestand. Über 40 Jahre war Holtkamp in Bielefeld tätig, davon viele Jahre als Leiter des Amtes für Öffentlichkeitsarbeit und Stadtmarketing und seit 1998 als Geschäftsführer der Bielefeld Marketing GmbH. Mit Beginn der 90er Jahre widmete sich Holtkamp konsequent der Professionalisierung des Themas Stadtmarketing und entwickelte neue Strategien im Veranstaltungsmanagement. Als krönender Abschluss der aktiven Karriere zeichnete er sich in diesem Jahr für die Feierlichkeiten und Aktionen rund um das 800-jährige Jubiläum der Stadt Bielefeld verantwortlich. Vielen Mitgliedern unvergessen ist sicherlich auch die Tagung zum zehnjährigen Jubiläum der bcsd in Bielefeld. Die bcsd dankt Herrn Holtkamp für seinen Beitrag zur Entwicklung des Stadtmarketings und wünscht alles Gute für den anstehenden Ruhestand. Wir heißen Herrn Knabenreich als seinen Nachfolger in der bcsd willkommen und freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Blick über den Tellerrand: USA und Kanada

In den USA und Kanada kümmert sich die International Downtown Association (IDA) um den Erfahrungsaustausch im Stadt- und Citymarketing. Ein wichtiger Branchentreff ist die jährliche Verleihung des IDA Downtown Achievement Awards in den Kategorien President's Award, Downtown Leadership & Management, Economic & Business Development, Events & Programming, Marketing & Communications,

Planning und Public Space. Die Sieger des diesjährigen Awards werden auf der Homepage mit ihren Projekten mit einer Präsentation und einer Beschreibung im Stil des bcsd-Projektpools vorgestellt. Diese finden Sie [hier](#). Zudem veranstaltet die IDA jedes Jahr im Herbst an wechselnden Orten eine Tagung mit einer Dienstleister-Messe zum Erfahrungsaustausch und



Gästen aus aller Welt. Die Tagung wird 2015 vom 30. September bis 02. Oktober in San Francisco stattfinden. Mehr Informationen zur IDA finden Sie **hier**.

Deutschlands schönster Schulhof gesucht

Die Stiftung Lebendige Stadt und die Deutsche Umwelthilfe suchen unter der Schirmherrschaft von Bundesministerin Hendricks nach Deutschlands schönsten Schulhöfen. Dabei finden die Eigenleistung, die Kreativität und der Best Practice Charakter der Lösungen besondere Berücksichtigung. Die sechs besten Einsendungen werden mit 2.000 € prämiert. Bewerbungen sind bis zum 28. Februar möglich. Mehr erfahren Sie **hier**.

Kostenloses WLAN in Ravensburg

Die Stadt Ravensburg bietet ihren Bürgern seit kurzem einen kostenlosen dreistündigen WLAN-Zugang. Anders als etwa im Modell Gevelsberg, bei dem Händler ihre eigenen WLAN Netze verknüpft haben, oder im Modell Karlsruhe, wo das Netz der Universitäten vor Ort genutzt und ausgebaut wurde, ist das Ravensburger Modell durch eine Kooperation der städtischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, des Stadtmarketings und des Wirtschaftsforums Pro Ravensburg entstanden. Die Finanzierung wird über den Verkauf von Werbemöglichkeiten an die örtlichen Gewerbetreibenden sichergestellt. Die Stadt trägt die Kosten für den Internetzugang und Strom. Mehr erfahren Sie **hier**. Über das WLAN können Bürger und Gäste auch auf den im Sommer gestarteten digitalen **Einkaufsführer** zugreifen.

Zweimeilenladen Berlin

Der Buy Local Gedanke findet gerade in Zeiten des boomenden E-Commerce immer mehr Beachtung und wird fast schon zu einem Gegentrend zu diesem. Der Einkauf vor Ort garantiert regionalwirtschaftliche Effekte, sichert Arbeitsplätze und eine lebendige Innenstadt. Einen Schritt weiter geht das Konzept des Pop-up Stores Zweimeilenladen, der nun für drei Wochen in Berlin eröffnet und zuvor in Hamburg residierte. Das Konzept steckt bereits im Namen: Verkauft werden nur Waren, die in einem Umkreis von Zwei Meilen (ca. 3,2 km) um den Laden herum hergestellt werden. Das Sortiment umfasst landwirtschaftliche Produkte (das Urban Gardening Projekt Prinzessingärten liegt in unmittelbarer Nachbarschaft), aber auch Kleidung oder Haushaltsgegenstände. Das Projekt will so auf die Vielfalt der vor Ort produzierten Waren hinweisen. Begleitend zum Ladengeschäft sollen Workshops den Kunden und Interessierten zeigen, wie sie selbst zum Produzenten 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 Frau Schomburg: **schomburg@trendone.com**

DIE ZEITMASCHINE DER GERÜCHE

Der niederländische Designer Mickaël Wiesengrün hat in einem stillgelegten Philips-Werk eine Installation errichtet, die den Besuchern eine originalgetreue Geruchskulisse aus vergangenen Industrieepochen bietet. Mit Ultraschallvibrationen werden dazu synthetische Geruchsstoffe vaporisiert, die nach Schweiß, Metall und industrietypischem Schmierfett riechen. Diese zusätzliche Informationsebene hilft Besuchern, sich über den ungefilterten Wahrnehmungskanal des Geruchssinns den ursprünglichen Charakter der inzwischen renovierten Industriehalle besser vorzustellen.



WLAN MACHT AUS STRAßENMUSIK EINE SYMPHONIE



Der New Yorker Dirigent Ljova hat gemeinsam mit dem Regisseur Chris Shimojima ein Musikexperiment durchgeführt, bei dem elf Straßenmusiker auf neun verschiedenen U-Bahnhöfen in New York City mit Hilfe des freien WLAN-Netzes der U-Bahn gemeinsam ein Musikstück aufführten. Dafür bekamen die Musiker ein iPhone ausgehändigt, das sie per Videoübertragung mit dem Dirigenten vernetzte. Der Dirigent Ljova, der sich in den Bryant Park stellte und die Performance der Musiker über elf Laptops empfing, dirigierte mitunter Geiger, Kontrabassisten und Trommler und kreierte so eine Symphonie der Straßenmusik.

ERMÄßIGUNG FÜR EIGENE FOLLOWER ERHALTEN

Im New Yorker Pop-up-Store von OnePiece erhalten Kunden je nach Anzahl ihrer Follower auf Social-Media-Kanälen einen Rabatt. Für jeweils 500 Follower auf Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, Vine, Pinterest, YouTube und LinkedIn wird ein US-Dollar Ermäßigung gewährt. Kunden, die zusammen mit dem Hashtag #SocialCurrency ein Bild aus dem Geschäft hochladen, erhalten eine Ermäßigung von 20 US-Dollar auf ihren Einkauf. Insgesamt werden jedem Kunden bis zu 500 US-Dollar Rabatt gewährt.



Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

- 14. Januar, Modul 3, **Verkehr, Parken, Erreichbarkeit in Städten**, Stein (Mittelfranken)
- 15. Januar, Modul 7, **Marketing - Mehr als Werbung**, Stein (Mittelfranken)
- 16. Januar, Modul 15, **Integration und Willkommenskultur**, Stein (Mittelfranken)
- 13. Februar, Modul 5, **Planung und Controlling**, Esslingen am Neckar
- 27. Februar, Modul 1, **Grundlagen Stadt- und Regionalmarketing**, Stein (Mittelfranken)
- 28. Februar, Modul 2, **Stadtentwicklung**, Stein (Mittelfranken)
- 03. - 06. März, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und Qualifikation zum "Veranstaltungsleiter bcsd"**, Peine
- 23. März, Modul 12, **Social Media – Stadtmarketing und Social Web**, N.N.

Weitere Termine und Informationen: www.icr-studium.de

Terminkalender

- 29. Januar, Neujahrsempfang der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Frankfurt am Main
- 30. Januar – 03. Februar, **christmasworld – Seasonal Decoration at its best**, Messe Frankfurt, Frankfurt am Main

05./06. Februar, **LOCA Conference**, The LBMA – Location Based Marketing Association, München

10. Februar, **Zukunft Retail – Strategien zum Umgang mit leer stehenden Handelsimmobilien**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen (ISW), München

12. Februar, **Sicherheitsfallschirm für Gesellschaften im öffentlichen Raum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) und anwaltsKontor Schriefers, Düsseldorf

19. Februar, **Leben in der Stadt der Zukunft: miteinander, bezahlbar und grün?**, 5R-Netzwerk, Mannheim

23./24. Februar, **Partner in der Stadtentwicklung – Konkurrenz, Mehraufwand oder Bereicherung**, Deutsches Institut für Urbanistik (difu), Berlin

24. Februar, **24. Internationaler Stadtmarketing Citymanagement Kongress 2015**, CCI Congresse, Salzburg

25. Februar, **13. Internationale Tagung Weihnachtsmärkte**, CCI Congresse, Salzburg

04. – 08. März, **ITB Berlin**, Messe Berlin GmbH, Berlin

30. März, Stadtmarketing-Forum Ost, bcsd und IHK Halle-Dessau, Halle (Saale)

26. – 28. April, **Deutscher Stadtmarketingtag 2015 – Zukunft / Stadt / Marketing**, bcsd, Bremen

06. – 08. Mai, **3. Place Management & Branding Conference**, Institute of Place Management, Poznan University of Economics und Stockholm Program for Place Branding, Poznan

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.