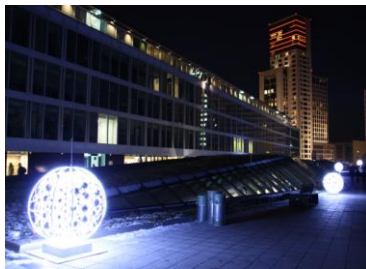


Newsletter 11-2015

Best Christmas City



Auf www.bestchristmascity.de präsentieren sich die weihnachtlichen Städte Deutschlands von ihrer schönsten Seite. Der publikumswirksame Wettbewerb richtet sich an Städte aller Größenklassen, die sich deutschlandweit (potenziellen) Besuchern, Einheimischen und der Jury mittels Bildern, Videos und Texten präsentieren. Dabei sind sowohl Klein- als auch Mittel- und Großstädte angesprochen, sich zu bewerben. Das Publikum ist aufgerufen, seinen Favoriten zur Best Christmas City zu küren. Neben dem Publikumswettbewerb wird die Kür der Sieger in den Kategorien Kleinstadt, Mittelstadt und Großstadt von einer Jury aus fachkundigen Experten, der auch die bcsd angehört, vorgenommen werden. Die Sieger in diesen Kategorien erhalten, neben dem medienwirksamen Titel „Best Christmas City“, attraktive Preise von den Sponsoren Blachere Illumination, MK Illumination und Ilmex. Der Wettbewerb eignet sich zudem gut dafür, die eigene Bevölkerung über die sozialen Medien zu aktivieren. Die Bewerbung ist noch bis zum 15. Dezember möglich.

Neues vom ICR: Aktualisierung und erste Termine für 2016

Im berufsbegleitenden ICR-Studiengang „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ stehen bereits einige Termine für das erste Halbjahr 2016 fest.

Im Herbst 2015 haben die Kooperationspartner ICR, bcsd und CIMA Zwischenbilanz gezogen und das Angebot noch passgenauer auf die Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten. Neben Modifikationen an den Inhalten des ICR-Studiums wurden auch Inhalte neu strukturiert und neue Themenbereiche in den Modulplan aufgenommen um einerseits das Angebot zu straffen und übersichtlicher zu gestalten und um andererseits neue Herausforderungen für das Stadtmarketing aufzugreifen. So wurde etwa das Modul „Die digitale Stadt“ neu in das Angebot aufgenommen und das Modul „Stadtmarketing im Social Web“ auf vielfachen Wunsch der Teilnehmer auf zwei Tage ausgedehnt. Angesichts der hohen Bedeutung wird das Modul „Recht kompakt“ zukünftig als Pflichtmodul



Themen

Seite 1

Best Christmas City

Neues vom ICR

Seite 2

Vitale Innenstädte

Aktuelle Seminare

Seite 3

GVL-Urteil

Leitfaden Onlinemarktplatz

Seite 4

Kulturtourismus ländlicher Raum

Jobbörse

Seite 5

Fördermitglieder

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 6

Zertifikatslehrgang City-/Quartiersmanagement

Seite 7

Repair-Cafés

Beacon-Netz

Ideenfabrik

Zweites Hannover

Seite 8

Stadtmarketingpreis Baden-Württemberg

Factbook Einzelhandel

Start Tourism Up

Seite 9

Soziale Weihnachten

Förderung Kreativwirtschaft

Migrantenökonomie

Seite 10

NRW.Bank Ideenwettbewerb

Kreativpiloten

Serie Stadtmarketing im Profil

Seite 12

Der Trend der Zukunft

Seite 13

Termine ICR-Weiterbildung

Seite 14

Terminkalender

angeboten. Unberührt von den punktuellen Anpassungen ist die Möglichkeit, jederzeit einzelne Seminare des Studiengangs zu besuchen, ohne den Gesamtstudiengang zu buchen. **Hier** finden Sie mehr Informationen sowie das Seminarangebot für die erste Jahreshälfte 2016.

Vitale Innenstädte – jetzt noch anmelden

Die Umfrage Vitale Innenstädte des Instituts für Handelsforschung (IfH) widmet sich dem Einzelhandelsgeschehen in der Innenstadt und richtet sich an Städte aller Größenklassen. Mittels Befragung von Passanten an zwei Tagen (Donnerstag und Samstag) werden die Erwartungen und Wünsche der Besucher an die Innenstadt deutlich. Durch die einzelnen Auswertungen ist ein Benchmark der eigenen Stadt mit Städten ähnlicher Größe oder Struktur möglich. 2016 wird die Umfrage neu aufgelegt. bcsd-Mitglieder erhalten dabei – bei mehr als 20 Anmeldungen über die bcsd – einen Rabatt. Zukünftig ist die Durchführung alle zwei Jahre vorgesehen. **Hier** finden Sie alle nötigen Informationen.



Seminare zu Vergabe-, Beihilfe- und Steuerrecht und zu Rechtsgrundlagen



Foto: Peter Wieler

Aufgrund der hohen Aktualität des Themas und der starken Nachfrage der Vorträge hierzu auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2015 in Hildesheim, bietet die bcsd am 8. März 2016 in Düsseldorf erneut das Seminar „Sicherheitsfallschirm – oder: das *richtige* Nebeneinander von Vergabe-, Beihilfe- und Steuerrecht“ an. Das Seminar

soll den Teilnehmenden einen Überblick über die verschiedenen Regelungen geben und Sicherheit im Umgang damit für die eigene Arbeit vermitteln. Referenten sind RA Andreas Schriefers und RA Dirk Kronsbein. Die Anmeldung ist ab sofort **hier** möglich. Weitere Informationen werden in Kürze veröffentlicht. Desweiteren wird am Vortag (07.03.2016), ebenfalls in Düsseldorf, das Seminar „Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing“ erneut angeboten. Das Seminar vermittelt rechtliche Grundlagen, die für die Gründung und Führung einer City-, Stadt- oder Tourismusmarketingorganisation existenziell sind. Nur wer weiß, in welchem rechtlichen Rahmen er sich bewegt, kann das volle Handlungspotenzial ausschöpfen oder Schaden von seiner Organisation abwenden. Auch hierfür können Sie sich ab sofort **hier** anmelden.

Ausbildung zur Aufsichtführenden Person: Termin für 2016

Veranstalter von Events im öffentlichen Raum – demnach auch Stadtmarketingbetriebe – sehen sich vor immer größeren Herausforderungen, was die Einhaltung von Sicherheitsbestimmungen betrifft. Hierbei geht es nicht nur um die Einhaltung der Spielregeln, sondern vor allem darum, sichere und gute Veranstaltungen durchzuführen, bei denen niemand zu Schaden kommt. Das

viertägige Seminar beinhaltet die von den Berufsgenossenschaften anerkannte Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und legt dabei einen Fokus auf Veranstaltungen im öffentlichen Raum. Im nächsten Jahr wird dieses Seminar vom 22. – 25. Februar 2016 in Peine angeboten. Interessierte können sich **hier** weiter informieren und auch anmelden.



Foto: PeineMarketing GmbH

Gebührenerhöhung für Musikknutzung unzulässig – OLG München weist GVL-Klage zurück

Das ist ein großer Erfolg für alle Musikveranstalter und Musiknutzer in Deutschland. Nach einem Instanzenmarathon hat das OLG München mit gestrigem Urteil den Forderungen der Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL) eine klare Absage erteilt und die bisherigen Gebühren als angemessen bestätigt. „Das ist ein klares Signal gegen die ausufernde Gebührenpolitik der urheberrechtlichen Verwertungsgesellschaften“, freut sich Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes und Vorsitzender der Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV), die das Verfahren geführt hatte. Die bcisd ist Mitglied der BVMV.

Die GVL nimmt die Ansprüche der ausübenden Künstler (Musiker, Interpreten) und Tonträgerhersteller wahr. Sie erhebt seit über fünf Jahrzehnten einen Zuschlag von 20 Prozent auf die entsprechenden GEMA-Tarife für die öffentliche Wiedergabe von Musik. Vor fast sieben Jahren „verklagte“ die GVL die BVMV und forderte eine Verfünfachung ihrer Gebühren. Das Gericht hat jetzt in einem Grundsatzurteil eine eindeutige Tarifbewertung abgegeben, die auch Auswirkungen auf zukünftige Forderungen und Tarifaufstellungen anderer Verwertungsgesellschaften haben dürfte. Trotz dieses Urteils bleibt der Gesetzgeber gefordert, das Aufstellen maßloser Tarife grundsätzlich zu unterbinden, weil das Führen derartiger kostenintensiver Verfahren für die Musiknutzer definitiv unzumutbar ist. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

Leitfaden für lokale Onlinemarktplätze



Die Digitalisierung des Handels und die damit verbundenen Herausforderungen für den Facheinzelhandel sind derzeit in aller Munde. Insbesondere die Online City Wuppertal erhält überregionale Aufmerksamkeit in den Medien und viele Städte fragen sich, ob eine lokale Online-Shopping-Plattform für die stationären Läden einen echten Mehrwert bietet. Die Initiative buy local hat für diejenigen, die diese Frage bereits mit ja beantworten können, einen Leitfaden entwickelt. Darin finden sich Aspekte, die bei der Wahl des technischen Partners und der Ausrichtung der Plattform bedacht werden sollten. Diesen Leitfaden finden Sie **hier**.

Modellregionen Kulturtourismus im ländlichen Raum gesucht

Im Rahmen der Förderung des Kulturtourismus im ländlichen Raum durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie wurden rund 100 ländliche Regionen identifiziert, die nun dazu aufgerufen sind, sich für eine Förderung zu bewerben. Drei Modellregionen werden ausgewählt und erhalten professionelle Unterstützung bei der Entwicklung und Vermarktung kulturtouristischer Produkte. Mehr Informationen finden Sie **hier**.



Auch das Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft beschäftigt sich mit dem kulturellen Potenzial des ländlichen Raumes in seiner Studie „Förderpotenziale für die kulturelle Infrastruktur sowie kulturelle Aktivitäten in ländlichen Räumen“. Die Publikation betrachtet Fördermöglichkeiten, zeigt Potenziale und Handlungsfelder auf, nennt Beispiele guter Praxis und spricht Empfehlungen aus. Dazu erfahren Sie **hier** mehr.

Jobbörse

Mitarbeiter/-in, Stadtmarketing Bruchköbel GmbH

Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH sucht eine engagierte, dynamische Persönlichkeit als Mitarbeiter/-in. Zu den Aufgaben zählen die Betreuung und Weiterentwicklung von verkaufsfördernden Veranstaltungen, Projekten und Instrumenten zur Belebung der Stadt und der Stadtteile. Zudem setzen Sie Maßnahmen und Projekte zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt und der Stadtteile wie z.B. Stadtbepflanzung oder Stadtbeschilderung um. Im Rahmen eines aktiven Leerstandmanagements kooperieren Sie mit Haus- und Grundeigentümern. Auch die Betreuung von touristischen Projekten und Maßnahmen fällt in Ihren Aufgabenbereich. Sie finden die volle Stellenausschreibung **hier**.

Citymanager/-in, City Initiative Gelsenkirchen e.V.



Sie entwickeln, planen, budgetieren und realisieren Citymanagementprojekte selbstständig und in Abstimmung mit dem Vorstand der CityInitiative Gelsenkirchen e.V. Sie generieren neue Veranstaltungsformate und Projekte. Sie vertreten das Citymanagement gegenüber den Akteuren vor Ort. Geschäftsstraßen- und Flächenmanagement betreiben Sie in Korrespondenz mit

Immobilieeigentümern, Einzelhändlern und Maklern. Projektentwicklung und Projektsteuerung, Öffentlichkeitsarbeit sowie Büroorganisation zählen ebenfalls zu Ihren Aufgaben. Bei Ihrer Arbeit setzen Sie auf Netzwerkarbeit und enge Zusammenarbeit mit den unterschiedlichen Akteuren der City. Die volle Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd

GMA - Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Die GMA als führendes Institut der Kommunal- und Wirtschaftsberatung verbindet seit 1972 erfolgreich Kontinuität mit Innovation: In den vier Jahrzehnten ihrer Tätigkeit auf den Märkten Europas hat die GMA ihre Methoden stets weiterentwickelt. Der Blick über den



Tellerrand unterstützt das interdisziplinäre Team mit rund 30 festangestellten wissenschaftlichen Mitarbeitern bei der Einschätzung der lokalen Verhältnisse. Als Unternehmen der W&W-Gruppe agiert die GMA unabhängig von Verbänden und anderen Organisationen. Wir finden Ihre Stärken und Entwicklungsperspektiven und leiten umsetzungsorientierte Entscheidungs- und Managementprozesse ein. Wir sind erfolgreich im Stadt-, Gemeinde- und Citymarketing (mit Erfahrung aus über 100 Projekten) tätig, erstellen Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte, Tourismus- und Gastronomiekonzepte, Wirtschaftsförderung und Gewerbeflächenentwicklungsanalysen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Immobilienentwicklung und -bewertung sowie Kunden- und Unternehmensbefragungen – sprechen Sie uns an. **Hier** finden Sie die Kontaktdaten und weitere Informationen.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

First Christmas



Wir verwandeln auch Ihre Stadt in ein Weihnachtsmärchen. Mit einer exakt zu ihr passenden Weihnachtsbeleuchtung! Wir haben weder Katalog- noch Standardware. Ihre Stadt ist etwas Besonderes, da sollte sie es zu Weihnachten erst recht sein. Wunderschön und unverwechselbar. Und natürlich DIE Shopping-Stadt zu Weihnachten für das gesamte Umland. Die Stadt Elmshorn gewann mit unserer Beleuchtung den Stadtmarketing-Preis des Landes Schleswig-Holstein. Von uns dekorierte Einkaufszentren wurden preisgekrönt, zum Beispiel als „Schönste Weihnachtsdekoration der Niederlande“ und „Schönstes Weihnachtscenter Moskau“. First Christmas hat bisher über 800 Einkaufszentren, Flughäfen, Straßen und Hotels in ganz Europa dekoriert. Immer maßgefertigt. Aber auch immer zu günstigsten Preisen. Wir lassen in ganz Europa produzieren und in China. Sicherheit und Nachhaltigkeit sind uns besonders wichtig, dazu begleiten uns renommierte Experten. **Hier** erfahren Sie mehr.

Yatego GmbH

Yatego Local steht für die digitale Erschließung und hochwertige Darstellung einer gesamten Einkaufs- und Lebensregion, die die Kompetenzen, Eindrücke und Stärken eines jeden Ladengeschäfts nutzerfreundlich darstellt. Dazu erstellt Yatego Local zunächst ein Spiegelbild einer Stadt mit allen Unternehmen und Gewerben. Alle Basisinformationen wie Bild,



ein Spiegelbild einer Stadt mit allen Unternehmen und Gewerben. Alle Basisinformationen wie Bild,

Adresse, Art des Gewerbes, etc. werden hier erfasst. Via App können die Inhaber ihr Profil anschließend einfach selbst erweitern und pflegen. Zusatzfunktionen wie Multichannel-Aussteuerung, Videofunktionalitäten, direkte Buchungen oder Online-Reservierungen runden das Paket ab. Somit ist ein wesentlicher Vorteil für die Kommunen und die lokalen Gewerbetreibenden geschaffen: Sie müssen die Verdrängung durch das Internet nicht fürchten, sondern können aktiv die örtliche Digitalisierung zum Nutzen Aller vorantreiben. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

Ebersbach an der Fils



Stadt Ebersbach an der Fils

Die Stadt Ebersbach an der Fils liegt ca. 25 km östlich von Stuttgart im Landkreis Göppingen. Mit seinen ländlich geprägten Teilorten Büchenbronn und Krapfenreut unterhalb des Schurwalds sowie Sulpach, Weiler, Roßwälden und Bünzwangen in Richtung der Schwäbischen Alb ist Ebersbach ein besonders attraktiver Wohnort (ca. 15.200 EW) in landschaftlich reizvoller Lage. Durch die hervorragende Verkehrsanbindung ist die Stadt zudem ein sehr gut gelegener Wirtschaftsstandort in der Metropolregion Stuttgart. Die zukunftsorientierte Stadtentwicklung zeigt sich bei baulichen Veränderungen von historischen Gebäuden im Zusammenspiel mit modernen Nutzungserweiterungen (Rathaus, Musikschule, Marktschule mit Kinderhaus, etc.). Gleichzeitig hat sich Ebersbach an der Fils in den vergangenen Jahren mit dem BEBiE-Konzept (Bildung, Erziehung und Betreuung in Ebersbach) als familienfreundliche Kommune einen Namen gemacht. Mit Blick auf eine weiterhin positive Fortentwicklung erarbeitet Ebersbach mit seinen Bürgern und Bürgerinnen in 2016 ein Stadtentwicklungskonzept.

Weitere Informationen über Ebersbach an der Fils auf www.ebersbach.de.

Zertifikatslehrgang City- / Quartiersmanager der IHK Hannover

Citymanager und Quartiersmanager unterstützen Unternehmer, Immobilieneigentümer und Kommunen, um ihr Umfeld aufzuwerten. Sie fördern Eigeninitiative bei der Gestaltung von Stadtvierteln oder Geschäftsstraßen, sorgen aber auch für die Durchführung von Marketingaktionen und die Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements. Wer gern organisiert und motiviert, dürfte sich von dieser Tätigkeitsbeschreibung angesprochen fühlen. Für die vielschichtigen Aufgaben von City- und Quartiersmanagern bietet die IHK Hannover mit dem Zertifikatslehrgang „Citymanager/Quartiersmanager (IHK)“ bereits zum fünften Mal eine spezifische Qualifizierung an. Der Lehrgang beinhaltet 9 Module mit insgesamt 77 Unterrichtsstunden. Viele Detailinformationen können Sie dem **Flyer** entnehmen.

Übersicht zu Repaircafés

Repaircafés sind temporäre Werkstätten, in die Bürger kaputte Alltagsgegenstände bringen und gemeinsam mit anderen, die handwerklich geschickt sind und passendes Werkzeug besitzen, reparieren. Somit werden weniger noch brauchbare Gegenstände entsorgt. Darüber hinaus haben Repaircafés eine Bedeutung als Treffpunkt für die Bevölkerung und befördern den sozialen Austausch in der Nachbarschaft. Die Stiftungsgemeinschaft anstiftung & ertomis gibt in Ihrer Publikation „Reparieren – Projekte und Orte einer Bewegung“ einen Überblick über bestehende Initiativen mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten – vom Seniorentreff bis zum FabLab – und liefert gleichzeitig einige Tipps und Argumente für die Einrichtung eines Repaircafés. Die Veröffentlichung finden Sie **hier**.



Ströer plant flächendeckendes Beacon-Netz

Nach dem Test der Beacon-Technologie am Düsseldorfer Hauptbahnhof plant Ströer nun deutschlandweit den Standard zu setzen. Bis März 2016 sollen 20.000 Werbeträger mit Beacons ausgestattet werden. Ende 2016 sollen es bereits 50.000 sein. Insgesamt verfügt Ströer über 230.000 Werbeflächen, die so individualisiert werden können. Mehr erfahren Sie **hier**.

Stiftung Ideenfabrik

Im Fernsehen verhelfen die Investoren aus der Gründer-Show „Die Höhle der Löwen“ jungen Unternehmern zum Erfolg. In Sigmaringen hat sich ein Netzwerk aus Unternehmern, Beratern, Anwälten und Finanziers zusammengefunden, die Gründern bei der Umsetzung ihrer Idee behilflich sind, indem sie ihre jeweiligen Kompetenzen einbringen um aus einer Idee ein Produkt zu machen. Vielversprechende Ideen erhalten sogar finanzielle Unterstützung. **Hier** finden Sie die Ideenfabrik. **Hier** finden Sie einen Artikel zur Zusammenarbeit der Ideenfabrik mit der örtlichen Hochschule und der Wirtschaftsförderung.



Zweites Hannover in China

Die sechs Millionen Einwohner zählende Stadt Changde in China baut auf 900 Metern Länge die niedersächsische Landeshauptstadt nach. Die Straßen und Plätze, darunter eine zentrale Fußgängerzone als verbindendes Element, tragen Hannoveraner Namen. Die Häuser werden im norddeutschen Stil des 19. Jahrhunderts gebaut. Es wird ein Heimatmuseum, deutsche Gastronomie, deutsche Musikgruppen, deutschen Fußball, einen Ableger des Schützenfestes und des Weihnachtsmarktes geben. Das 370-Millionen-Euro-Projekt soll deutsche Firmen anlocken und zum Anziehungspunkt für Touristen und ausländische Geschäftsleute werden. **Hier** lesen Sie mehr zu Hannover in China.

Stadtmarketingpreis Baden-Württemberg verliehen



Aalen, Ravensburg und Markgröningen haben in ihrer jeweiligen Größenklasse den Stadtmarketingpreis Baden-Württemberg gewonnen. **Aalen** wurde für das Projekt 50 Portraits – 50 Länder geehrt, bei dem auf großflächigen Plakaten in der Innenstadt 50 Zuwanderer von ihrem Heimatland und ihrer erfolgreichen Integration in Aalen erzählten. Der „Lyrische Rundgang“ in der Unterstadt bewog die Jury, sich für die Bewerbung aus **Ravensburg** zu entscheiden. Die Idee zum Rundgang im ehemaligen Handwerkerviertel, bei dem vor allem Gedichte zum Handwerk eine Rolle spielen, kam bei einem der regelmäßigen Treffen des Stadtmarketings mit den Bürgern und Geschäftsleuten vor Ort. **Markgröningen** wurde für den Abendspaziergang ausgezeichnet, der einen Blick hinter die Kulissen der ortsansässigen Unternehmen erlaubt und mit zur Identitätsbildung beiträgt. **Hier** erfahren Sie mehr zu den Siegerprojekten sowie zu weiteren nachahmenswerten Initiativen, beispielsweise aus **Nagold**, **Esslingen**, **Mühlacker** oder **Radolfzell**.

Factbook Einzelhandel

Das Factbook Einzelhandel gibt einen breiten Überblick über die aktuellen Entwicklungen im Handel sowie benachbarten Themenfeldern wie Konjunktur, Konsumtrends oder Stadtentwicklung. Die Publikation wird jährlich neu aufgelegt und ist vor Kurzem für das Jahr 2016 erschienen. **Hier** ist die Bestellung möglich.

Berlin sucht digitale Tourismus-Ideen mittels eines Wettbewerbs

Im Rahmen des Wettbewerbs „Start Tourism UP!“ sucht die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung nach kreativen digitalen Ideen zur Förderung des Tourismus in der Stadt. Die Anwendungen dürfen sowohl aus dem B2C als auch aus dem B2B-Bereich kommen. In jedem Fall sollten sie einen nachhaltigen Beitrag zur Förderung des Berlin-Tourismus leisten und insbesondere für Besucher aus internationalen Wachstumsmärkten attraktiv sein. Der Preis wird von einer Jury mit Experten aus dem Bereich Digitalisierung und Tourismus im Anschluss an einen Pitch vergeben. Dabei winken attraktive Preisgelder in Höhe von 50.000 € für den ersten Platz. Auch die zweite oder dritte Platzierung wird mit 30.000 € bzw. 20.000 € großzügig vergütet. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Soziale Weihnachtsideen



Damit der eigentliche Gedanke des Weihnachtsfestes nicht im allgemeinen Konsumtreiben verloren geht, initiieren und unterstützen Stadtmarketing-Organisationen immer wieder auch soziale Aktionen. So verteilt das Karlsruher Stadtmarketing in Kooperation mit gemeinnützigen christlichen Organisationen und dem örtlichen Einzelhandel leere **Weihnachtstüten**, die von den Bürgern gefüllt und an Bedürftige verteilt werden. Die Aktion, die seit den 1950er Jahren durchgeführt wird, setzt ein Zeichen, dass die Lebensqualität einer Stadt auch durch den Umgang der Menschen miteinander geprägt wird. In Holzminden richtet sich die Aktion „**Wünsch dir was ...**“ an benachteiligte Kinder, die ihre Weihnachtswünsche (Geschenke im Wert von bis zu 20 Euro) auf einen Papierstern schreiben. Bürger können sich die Wünsche im Stadtmarketingbüro am Marktplatz ansehen und gekaufte Geschenke auch direkt dort abgeben. In Braunschweig wird regelmäßig die Aktion **Braunschweig zeigt Herz** vom Arbeitsausschuss Innenstadt und Braunschweig Stadtmarketing gemeinsam durchgeführt. Bürger können gegen Spenden von Schaustellern gestiftete Lebkuchenherzen und Herzluftballons erhalten. Zudem beteiligen sich zahlreiche Einzelhändler und Gastronomen. Die Spenden kommen wohltätigen Organisationen zu Gute. Unabhängig von der Weihnachtszeit funktioniert die von Studenten entwickelte **Kiezkartei**. Eine interaktive Onlinekarte verzeichnet gemeinnützige Einrichtungen in Berlin und deren Bedarf an Sachspenden. So werden Privatpersonen und wohltätige Organisationen zusammengebracht.

Förderung für die Kultur- und Kreativwirtschaft



Die NRW.Bank hat angesichts der neuen EU-Förderperiode eine übersichtliche Publikation zu EU-Fördermöglichkeiten für die Kultur- und Kreativwirtschaft herausgegeben. Dabei können sowohl Kunst- und Kulturschaffende als auch Unternehmen von der Förderung profitieren. Ergänzt werden die Förderprogramme um Bundes- und Landesangebote. **Hier** finden Sie die Publikation. Wie ein erfolgreiches Förderprogramm für die Kultur- und Kreativwirtschaft aussehen kann, zeigt das Beispiel Offenbach. Dazu finden Sie **hier** weitere Informationen.

Migranten und Existenzgründungen: überdurchschnittlich viele Arbeitsplätze

Der DIHK-Gründerreport analysiert das Gründungsgeschehen in Deutschland. Eine Sonderauswertung kam nun zu dem Ergebnis, dass Migranten einen ganz wesentlichen Beitrag zur Schaffung von Arbeitsplätzen leisten und sehr aktiv am Gründergeschehen beteiligt sind. Für das Jahr 2015 werden insgesamt 200.000 Arbeitsplätze durch Neugründungen erwartet, von denen 50.000 auf Migranten zurückzuführen sind. Dem Bericht zufolge gründen Migranten

besonders häufig im Haupterwerb, schaffen überdurchschnittlich viele Stellen bei Gründungen und sind eher bereit, ein unternehmerisches Risiko einzugehen. Mehr Informationen finden Sie **hier**. Eine Ausgabe der Zeitschrift Gründerzeiten zum Thema Migranten und Migrantinnen als Existenzgründer gibt Informationen zu Beratungszentren, der Anerkennung von Abschlüssen sowie der Rolle von Migranten im Wirtschaftsgeschehen. Zudem werden die besonderen Herausforderungen betrachtet und ein Leitfaden für den Weg in die Selbstständigkeit an die Hand gegeben. Die Zeitschrift finden Sie **hier**. An Existenzgründer im Allgemeinen richtet sich das Portal **www.existenzgruender.de**. Dort finden angehende Unternehmer wichtige Informationen zum Unternehmensstart, aber auch zur Unternehmensnachfolge.

Ideenwettbewerb der NRW.BANK

Der NRW.BANK.Ideenwettbewerb geht in eine neue Runde. Im Unterschied zu den vorherigen Auflagen können sich nun auch Bürgerinitiativen bewerben und auch nicht realisierte Ideen können ausgezeichnet werden. Es gibt Preisgelder in Höhe von insgesamt 30.000 Euro Preisgelder sowie 15 Kreativworkshops der Universität Münster zum umsetzungsorientierten Ausbau der Ideen zu gewinnen. Gesucht werden vornehmlich Ideen aus den Bereichen Quartiersentwicklung, Integration, Wirtschaftsförderung und Entwicklung des ländlichen Raumes. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Kreativpiloten

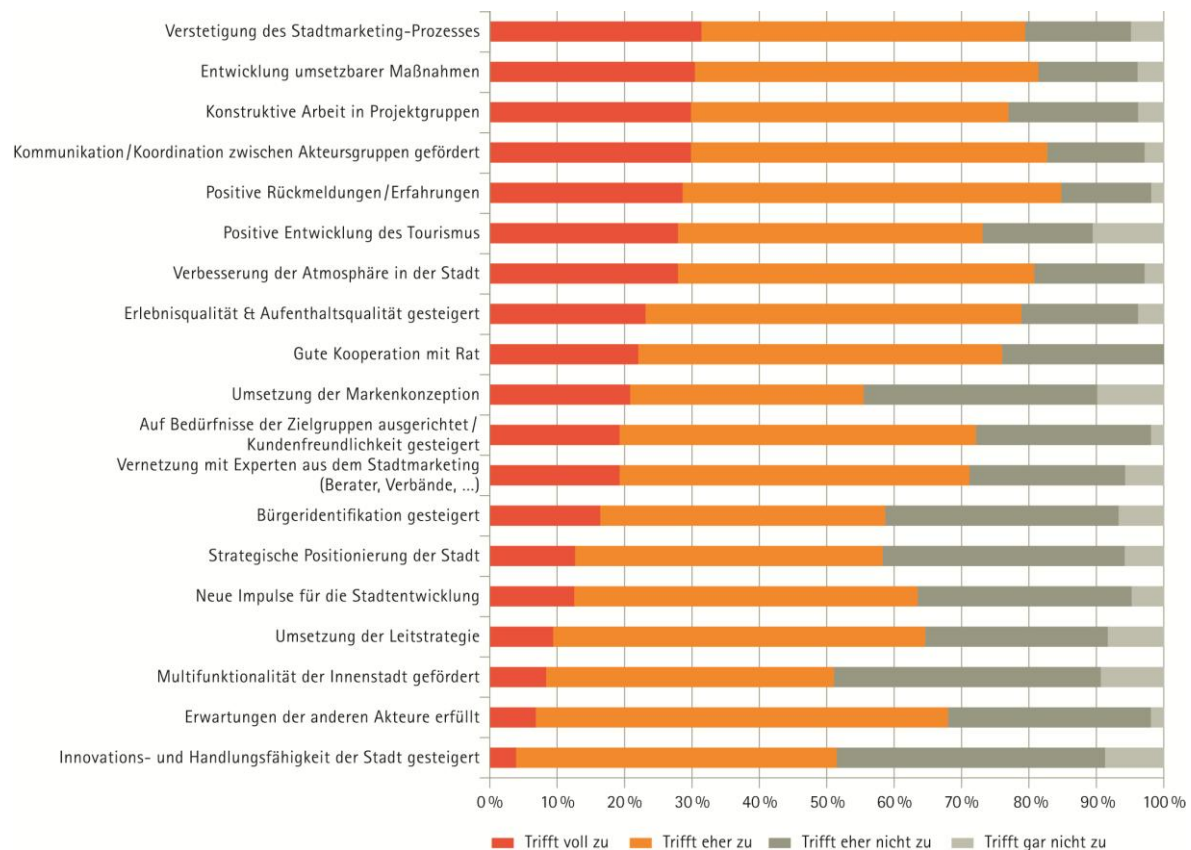
Im Auftrag der Bundesregierung werden seit 2010 in jedem Jahr 32 außergewöhnliche Ideen und Menschen als Kultur- und Kreativpiloten ausgezeichnet. Dadurch bildet sich ein Netzwerk besonders kreativer Unternehmer/-innen, das durch weitere Experten und Mentoren gestärkt wird. Zu den Titelträgern zählen ganz unterschiedliche Firmen wie das Modelabel Fräulein Prusselise aus Trier, der Medienbunker Marxloh oder das Undergrounddinner. In diesem Jahr wurde ein Projekt ausgezeichnet, das sich auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2014 in Kleve präsentiert hat: Literaturwegen. Literaturwegen macht Menschen zu Autoren und hilft ihnen über Workshops und professionelle Betreuung Kurzgeschichten mit lokalem Bezug (Sehenswürdigkeiten, Denkmäler, Natur als Inspiration) zu erzählen. Diese werden dann durch das Team sowie Kooperationspartner ansprechend aufbereitet und zum Beispiel mittels Landkarten erlebbar gemacht. Storytelling durch lokale Autoren / Bürger also. Mehr Informationen zu den Kultur- und Kreativpiloten finden Sie **hier**. Informationen zu Literaturwegen finden Sie **hier**.

Serie: „Stadtmarketing im Profil“

An dieser Stelle wollen wir Ihnen in den künftigen Ausgaben Ergebnisse unserer Studie „Stadtmarketing im Profil – Aufgabe, Bedeutung und Entwicklung“ vorstellen. Stadtmarketing im Profil beruht auf einer Mitgliederumfrage im Jahr 2014, an der sich 138 Mitglieder beteiligt haben und ist zur Verwendung gegenüber Politik sowie Wirtschafts- und Sozialpartnern vor Ort gedacht. Die komplette Auswertung finden Sie **hier**.

Erfolge des Stadtmarketings

Fehlende Kontinuität stellt im Stadtmarketing kein Problem mehr dar und so wird folgerichtig die Verstetigung des Stadtmarketingprozesses am häufigsten als Erfolg gewertet. Da Stadtmarketing interdisziplinär ausgerichtet ist und große Stärken in der Kommunikation und Kooperation besitzt, werden zur Erreichung der Ziele Partner benötigt. Hinzu kommen die häufig begrenzten Ressourcen des Stadtmarketings, bezüglich Finanzen, Macht und Personal. Entsprechend sind die Erfolge des Stadtmarketings nie Erfolge des Stadtmarketings alleine. Hier muss zwischen dem Stadtmarketing als Organisation und dem Stadtmarketing als Prozess unterschieden werden. Folglich werden häufig Erfolge in der Moderation und Initiierung von Projekten und Strategien genannt. Insbesondere die konstruktive Arbeit in Projektgruppen hat seit 2005 an Bedeutung gewonnen. Auch zur Verbesserung der Atmosphäre und der Aufenthaltsqualität trägt das Stadtmarketing viel bei. Hingegen werden bei der Förderung der Multifunktionalität der Innenstadt sowie der Steigerung der Innovations- und Handlungsfähigkeit der Stadt noch Nachholbedarf gesehen.



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**

Gegensprechanlagen sprechen Passanten an



Die Werbeagentur McCann hat für das italienische Kulturevent FAIMarathon mehrere Gegensprechanlagen historischer Häuser so umgebaut, dass über sie aktiv Passanten angesprochen werden konnten. Gingen Personen daran vorbei, meldete sich ein Schauspieler zu Wort, der etwa in der Rolle des Vorbesitzers oder Architekten des jeweiligen Gebäudes die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich zog. Geling es ihm, sie in ein Gespräch zu verwickeln und ihre Neugier für die Geschichte des Gebäudes zu wecken, öffnete sich eine Tür zum Hinterhof. Dort standen Tourguides bereit, die bewegende Geschichten über die Gebäude und ihre berühmten Vorbesitzer erzählten.

Kurzgeschichten aus dem Automaten beziehen

Die französische Stadt Grenoble hat in Zusammenarbeit mit dem Start-up Short Édition an ihren Bahnhöfen Automaten errichtet, an denen sich Reisende kostenlos mit Kurzgeschichten für unterwegs versorgen können. Die Automaten verfügen nur über drei Knöpfe, die für die Anzahl der Minuten stehen, die für das Lesen der Geschichten benötigt werden. Die Geschichten, die von Short-Édition-Autoren stammen, werden dann per Zufall und ähnlich wie ein Beleg ausgedruckt. Ziel dieses Projekts ist es, die Menschen dazu zu bringen, sich für einige Minuten vom Smartphone abzuwenden und ihre Wartezeit mit dem Lesen einer Geschichte zu verbringen.



Finnland entwickelt eigene Emojis



Der Art-Direktor Bruno Leo Ribeiro hat im Auftrag des finnischen Außenministeriums Emojis für Finnland entwickelt. Zu den 30 Motiven gehören unter anderem ein Mann und eine Frau in der Sauna, ein Headbanger, der auf die Vorliebe vieler Finnen für Heavy-Metal-Musik anspielt, und ein Nokia 3310, bei dem es sich um ein

klassisches Handy der berühmten finnischen Marke handelt. Die weiteren Motive werden im Rahmen einer Adventskalenderaktion auf der Webseite „thisisFINLAND“ vorgestellt. Den Initiatoren zufolge passen Emojis gut zur Mentalität der Finnen, da diese eher wortkarg seien und sich deshalb gern visuell ausdrücken würden.

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

18. Januar, **Integration und Willkommenskultur**, Mannheim

22. Februar, **Ausbildung zur Aufsichtsführenden Person und zum "Veranstaltungsleiter bcsd"**, Peine

25. Februar, **Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**, Stein bei Nürnberg

26. Februar, **Integrierte Stadtentwicklung**, Stein bei Nürnberg

07. März, **Recht kompakt - Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

08. März, **Sicherheitsfallschirm – oder: das „richtige“ Nebeneinander von Vergaberecht, Beihilferecht und Steuerrecht in den Handlungsfeldern Wirtschaftsförderung, Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

07. April, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Stein bei Nürnberg

08. April, **Partizipation und Moderation**, Stein bei Nürnberg

09. April, **Rhetorik für Frauen**, Stein bei Nürnberg

24. – 26. April, **Deutscher Stadtmarketingtag 2016**, Berlin

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

Terminkalender

20./21. Januar, 4. Integrationskonferenz "Städte I(i)eben Vielfalt", Deutscher Städtetag, Bochum

27./28. Januar, Museum und Stadt – Stadt und Museum, Dortmund

29. Januar – 02. Februar, **Messe Christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main

29. Januar, **bcsd-Neujahrsempfang und Preisverleihung Best Christmas City**, Frankfurt am Main

02./03. März, **Urban Future**, URBAN FUTURE Global Conference, Graz

24. – 26. April, Deutscher Stadtmarketingtag 2016, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Berlin

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.

Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf www.bcsd.de dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an office@bcsd.de.

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.