

# Newsletter 12/2013

## Lasst uns froh und munter sein!



Wieder geht ein Jahr voller Ereignisse, voller schöner und erfolgreicher Momente zu Ende. Die Feiertage bieten eine gute Gelegenheit sich des vergangenen Jahres zu besinnen und sich an den besonders schönen Erinnerungen zu erfreuen. Es ist auch die Zeit den Arbeitsalltag zu vergessen, die Seele baumeln zu lassen und im Kreise der Familie und Freunde froh zu sein und Kraft für das neue Jahr zu tanken.

Und für das neue Jahr steht bereits wieder einiges an: im Januar begrüßt die bcsd ihre Mitglieder beim Neujahrsempfang auf der Christmas World und die bcsd-Tagungen erstrahlen in neuem Glanz – im Frühjahr in Mannheim wird deshalb der Deutsche Stadtmarketingtag stattfinden. Wir freuen uns auf ein weiteres gutes Jahr für das Stadtmarketing!

Im Namen des Bundesvorstandes und der Geschäftsstelle der bcsd wünschen wir Ihnen schöne und erholsame Weihnachten und einen guten Start in ein erfolgreiches neues Jahr!

Michael Gerber  
Bundesvorsitzender

Jürgen Block  
Geschäftsführer

## GEMA-Verhandlungen

Während sich die Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV) mit der GEMA in Bereich der Diskotheken und Musikkneipen auf einen neuen Gesamttarif für 2014 geeinigt hat und so die schlimmsten Befürchtungen nach der angekündigten GEMA-Tarifreform 2013 endgültig abwenden konnte, sind die Verhandlungen um einen neuen Stadtfeste-Tarif im November unterbrochen worden. Dabei verhandelten sich auch hier die Delegationen, die GEMA auf der einen Seite und die BVMV auf der anderen Seite, vertreten durch die bcsd, die Dehoga, den Deutschen Städtetag, den Deutschen Landkreistag und den Deutschen Städte- und Gemeindebund, bis kurz vor das Ziel. Nun sollen die Verhandlungen im ersten Quartal 2014 fortgesetzt werden. Als



## Themen

### Seite 1

Frohe Weihnachten und einen guten Jahreswechsel

GEMA-Verhandlungen

### Seite 2

Verkaufsoffene Sonntage

### Seite 3

5 Jahre Public Marketing

Neujahrsempfang der bcsd

### Seite 4

Projekt-Pool der bcsd

Deutscher Städtetag:  
Bürgerbeteiligung stärken

Behindern ist heilbar

### Seite 5

How we shop

Historische Stadtkerne

Workshops zum  
demographischen Wandel

### Seite 6

Kongresse der Zukunft

Mission Olympic

Kooperation Zukunft Kommune

### Seite 7

Seminar Veranstaltungsleiter

Jobbörse

### Seite 8

Fördermitglieder der bcsd

### Seite 9

Willkommen - Die neuen  
Mitglieder

Pressespiegel Stadtentwicklung

### Seite 10

Bulgarische Auszubildende

Fachkräfteallianz

Altstadt-Ansichten Essen

Reiseportal zum ländlichen Raum

### Seite 11

Trend der Zukunft

### Seite 12

Terminkalender

„Zwischenlösung“ und um Planungssicherheit für 2014 zu erlangen, wird der **Stadtfestetarif aus 2012** mit einem 2%-igen Aufschlag für 2014 beibehalten. Trotz der komplexen Verhandlungssituation erhoffen wir uns weiterhin ein gutes Ergebnis, das die Urheberrechte der Komponisten genauso wie das Bemühen um die gemeinwohlorientierte Durchführung von Stadtfesten vor Ort würdigt. Bis hierhin möchte sich die bcsd bei allen Delegationspartnern für das gezeigte intensive Engagement bedanken. Als neues Mitglied in der BVMV fühlen wir uns in diesem Dachverband gut vertreten und fordern weitere Verbände auf sich dieser Solidargemeinschaft anzuschließen, um das finanziell und personell aufwendige Ringen um die angemessene Vergütung der Urheberrechte zu unterstützen. Auch an die GEMA sei der Dank für teilweise konstruktive Gespräche mit dem Wunsch gerichtet, eine transparente und faire Lösung auch für alle Beteiligten an der Organisation und Realisierung von Stadtfesten über 2014 hinaus zu ermöglichen. Weitere Informationen rund um die GEMA-Tarife finden Sie **hier** und **hier**. Wir werden uns auch im neuen Jahr wieder für die weitere Durchführbarkeit von Stadtfesten einsetzen.

Anzeige

[www.ast.at](http://www.ast.at)



**Weltmeistereis**  
auch für Ihre City-Eisbahn!

AST - MIETEISBAHNEN  
in mehr als 70 deutschen Städten jährlich...  
Für Angebote einfach anfragen!

AST Eissport- und Solaranlagenbau GmbH  
Lechhalde 1 ½  
D-87629 Füssen  
Tel.: 08362/909-180 • Fax: 08362/909-199  
[www.ast.at](http://www.ast.at)

## Verkaufsoffene Sonntage



Verkaufsoffene Sonntage sind ein Dauerbrenner im Stadtmarketing. Bei einer Befragung der bcsd zu den im Citymanagement eingesetzten Instrumenten landete der verkaufsoffene Sonntag weit vorne. Dennoch ist das Instrument keineswegs unumstritten und in einigen Bundesländern in der Diskussion. Die Kirchen und Gewerkschaften gehören zu den lautesten Kritikern.

In diesem Jahr wurde eine überarbeitete Version der Mitgliederbefragung von 2004 durchgeführt und konnte mit 82 ausgefüllten Bögen einen respektablem Rücklauf verzeichnen. Ziel war herauszufinden, wie in den Kommunen der typische verkaufsoffene Sonntag abläuft, wie häufig er veranstaltet wird, welche Bedeutung er einnimmt, welche Ziele verfolgt werden und wie idealerweise die gesetzlichen Regelungen aussehen sollten. Erste Ergebnisse wurden bereits auf der Herbsttagung in Karlsruhe präsentiert. Nun erscheint ein darauf aufbauendes Positionspapier zum verkaufsoffenen Sonntag, das auf einer soliden und aktuellen Datengrundlage basiert.

Die **Auswertung der Mitgliederbefragung** ist auf der Homepage der bcsd veröffentlicht. Unsere Mitglieder werden darüber hinaus eine detaillierte Auswertung sowie das aus der Umfrage entstandene Positionspapier der bcsd und eine Pressemitteilung als Argumentationshilfe gegenüber kommunalen Instanzen vor Ort erhalten.

### 5 Jahre Public Marketing

Die bcsd gratuliert ihrem Medienpartner Public Marketing zum 5-jährigen Bestehen und wünscht für die Zukunft nur das Beste. Mit Public Marketing - der Zeitschrift für öffentliches Marketing - haben wir eine starke Partnerschaft, von der beide Seiten profitieren. Nicht zuletzt profitieren auch unsere Mitglieder, die 20% Rabatt auf das Jahres-Abo erhalten. Wir freuen uns über die informativen Newsletter und das monatlich erscheinende Heft mit Themen des City-, Stadt-, Regional- und Tourismusmarketings und den neuesten Personalien und Veranstaltungen. So bleiben wir gut informiert und finden neue Ideen für unsere Arbeit. Für die gute Zusammenarbeit möchten wir uns an dieser Stelle bedanken. **Hier** erfahren Sie mehr über die Zeitschrift. Die aktuelle Ausgabe beschäftigt sich unter anderem mit den Herausforderungen, die das wachsende Online-Geschäft dem Innenstadt-Handel stellt.



### Neujahrsempfang der bcsd – Jetzt anmelden!



Die bcsd lädt ihre Mitglieder 2014 in Kooperation mit der Messe Frankfurt zum Neujahrsempfang auf das Gelände der Frankfurter Messe ein. Mit Blick über die Skyline der Stadt, werden wir einen Vortrag von Michael Batz zum Thema „**Licht im Fokus des Stadtmarketings**“ hören. Am Folgetag ist ein Besuch der Christmasworld 2014 angesetzt. Mitglieder der bcsd nehmen kostenfrei teil und können sich für das Premium-Programm anmelden, das unter anderem interessante Vorträge und eine Führung beinhaltet. Mehr zum Programm der Christmasworld erfahren Sie **hier**. Die Anmeldung ist noch bis zum 8. Januar möglich. Die Einladungen sind Ihnen bereits postalisch zugegangen. Sollten Sie Mitglied sein und keine Einladung erhalten haben, melden Sie sich bitte bei der Geschäftsstelle.

## Neue Projekte im Pool

Im Projekt-Pool der bcsd sind in letzter Zeit wieder neue Best-Practice-Beispiele hinzugekommen. Dazu zählen:

- Aktion FN (Friedrichshafen): Hier werden unter anderem Fortbildungen für die örtlichen Einzelhändler angeboten
- QR-Code-Rallye (Friedrichshafen): Kinder entdecken spielerisch die Lebensgeschichte des Grafen Zeppelin
- Ausbildungsmesse (Teltow): Eine regionale Ausbildungsmesse hilft bei der Vermittlung von Lehrstellen
- Integrationsprojekt Willkommensfrühstück (Teltow): Flüchtlinge und Einheimische frühstücken gemeinsam und lernen die jeweils anderen Kulturen kennen

Der Projekt-Pool lebt davon, dass er von Ihnen reichlich gefüttert wird. Also schicken Sie uns Ihre originellen und kreativen Projekte vor Ort und tragen Sie dazu bei, die Qualität des Stadtmarketings und die Lebensqualität vor Ort insgesamt zu verbessern.

## Deutscher Städtetag will Bürgerbeteiligung stärken



Der Deutsche Städtetag fordert in seinem neuen Thesenpapier „Thesen zur Weiterentwicklung der lokalen Demokratie“, Bürgerbeteiligung als Chance zu begreifen. Insbesondere solle Wert auf umfassende Information, Möglichkeiten der Kommunikation und transparente Verfahren gelegt werden. So sollten beispielsweise auch Migranten oder Personen ohne Internetzugang Beteiligungsmöglichkeiten erhalten. Dennoch könne

und solle die Bürgerbeteiligung repräsentative Demokratie nicht ersetzen, sondern verbessern und ergänzen. Durch Lösungen, die im Dialog entstehen, wird eine größere Akzeptanz von Entscheidungen erreicht. Die bcsd sieht Bürgerbeteiligung ebenfalls als wichtigen Beitrag zu einer funktionierenden Demokratie und die Bürgerkommunikation und -aktivierung als Kernaufgabe des Stadtmarketings. Hier finden Sie das **Thesenpapier** des Deutschen Städtetags und die entsprechende **Pressemeldung**.

## Behindern ist heilbar

Um breiten Bevölkerungsschichten Beteiligungsmöglichkeiten zu bieten, ist eine verständliche Kommunikation unerlässlich. Häufig sind Texte der Verwaltung leider von zwar präzisen, dafür aber komplizierten Formulierungen geprägt. Die Initiative „einfach machen“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales bietet auf ihrem Portal nun einen Ratgeber zur leichten Sprache an. Diesen finden Sie **hier**. Darüber hinaus finden sich dort auch diverse lokale Aktionspläne zur Inklusion beeinträchtigter Menschen und zur Barrierefreiheit. Diese sind **hier** zu finden.



## How we shop



CBRE hat Konsumenten in zehn europäischen Ländern quer durch alle Altersklassen nach ihren Einkaufsgewohnheiten befragt. Obwohl sich der Trend zum Crosschannel-Einkauf gerade bei der jüngeren Generation zeigt, besitzen die Läden vor Ort immer noch eine hohe Bedeutung für die Versorgung. Der Wandel hin zu den neuen Technologien geht im Alltag langsam vonstatten. Die Ware zu fühlen und auszuprobieren ist nach wie vor wichtig. Der Studie zufolge entscheiden immer noch die klassischen Kriterien Sauberkeit, Sicherheit, Erreichbarkeit und Preise über den Einkaufsort. Dabei spielt auch die Mobilität eine Rolle: Jüngere Generationen (16 bis 24-jährige) besitzen seltener ein Auto und kaufen daher häufiger in der Innenstadt statt auf der grünen Wiese ein. Der Trend weg vom eigenen Auto bei jüngeren Menschen und der Alterungsprozess der Gesellschaft sind gute Zeichen für die Zukunft der Nahversorgung. Unter den untersuchten Ländern kauften jedoch die Deutschen am häufigsten online ein. **Hier** und **hier** finden Sie eine Zusammenfassung der Studie.

## Historische Stadtkerne – integriert denken und handeln

Im Wettbewerb „Historische Stadtkerne – integriert denken und handeln“ waren bundesweit Kommunen aufgerufen, Projekte einzureichen. Dabei wurden integrierte, nachhaltige städtebauliche Ansätze gesucht und mit einer Auszeichnung oder einer Anerkennung prämiert. Eine Übersicht der 76 Beiträge aus (fast) ganz Deutschland finden Sie **hier**.



## Deutschlandweites Beratungsangebot ab 2014: Individuelle Workshops zum demographischen Wandel



Ab 2014 wird die Deutsche Vernetzungsstelle ländliche Räume (DVS) individuelle Workshops zum Thema Demographischer Wandel anbieten. Da der Demographische Wandel vielfältig ist und je nach Region andere Problemstellungen aufwirft, wird die eintägige Veranstaltung gemeinsam mit lokalen Akteuren durchgeführt. Die Verantwortlichen vor Ort können zwischen den Themenschwerpunkten Siedlungs- und Innenentwicklung, Nahversorgung und Partizipation wählen. Dabei wird zunächst ein Best-Practice vorgestellt und anschließend auf die Übertragbarkeit vor Ort hin überprüft. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

## Kongresse der Zukunft

Das German Convention Bureau (GCB) hat sich gemeinsam mit dem Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung Berlin die Frage gestellt, wie die Tagungen und Kongresse der Zukunft aussehen werden. Welche Faktoren werden bis zum Jahr 2030 an Bedeutung gewinnen? Verschiedene Trends (etwa in der Mobilität, im Datenschutz oder der Demografie) werden berücksichtigt und nach ihren möglichen Auswirkungen auf die zukünftige Organisation von Kongressen bewertet. Das Management Summary ist **hier** zum freien Download verfügbar.



## Mission Olympic: Bocholt, Montabaur und Rottenburg a.N. zu Siegern gekürt



Bocholt, Montabaur und Rottenburg am Neckar heißen die Gewinner des diesjährigen Wettbewerbs Mission Olympic 2013. Sie siegten jeweils in ihrer Größenklasse und dürfen sich nun mit dem Titel „Deutschlands aktivste Stadt“ schmücken. Hinzu kommen Preisgelder zwischen 20.000€ und 50.000€, die zur Förderung des Breitensports vor Ort eingesetzt werden. Gewürdigt werden in dem Wettbewerb Initiativen zur Förderung der Bewegung im Alltag und auf

Vereinsebene. Im Finale organisierten die Sieger-Städte Sportevents in ihren Städten, die 129.000 Personen auf die Beine brachten. Die Aktion wird seit 2007 vom Deutschen Olympischen Sportbund gemeinsam mit Coca-Cola durchgeführt. **Hier** finden Sie die Pressemitteilung und **hier** mehr Informationen zur Aktion und zum nächsten Wettbewerb 2014.

## Kooperation der bcsd mit Zukunft Kommune

Im Rahmen der Herbsttagung in Karlsruhe wurde eine Kooperation der bcsd mit der Messe „Zukunft Kommune – Fachmesse für Verwaltungsmanagement, Finanzierung und öffentliche Dienstleistungen“ beschlossen. Veranstaltungsort der Messe ist Karlsruhe. Das nächste Mal wird die Messe vom 30. September bis 01. Oktober 2014 stattfinden. Die bcsd wird vor Ort mit einem eigenen Vortragsprogramm präsent sein und lädt alle Leser des Newsletters herzlich zum Besuch ein. Weitere Informationen folgen 2014. **Hier** erfahren Sie mehr über die Messe.

## Seminar bcsd-Veranstaltungsleiter



Die Weiterbildung **bcsd-Veranstaltungsleiter** wird vom 17.- 20. März 2014 in Peine stattfinden und qualifiziert zur Durchführung öffentlicher Veranstaltungen als aufsichtführende Person. Bestandteile des Seminars sind unter anderem Gefährdungsbeurteilungen, Arbeitsrecht, und Haftungsfragen. Die Dozenten bringen jahrelange praktische Erfahrungen aus der Veranstaltungsorganisation mit und vermitteln die nötigen

Kenntnisse anschaulich. Praxisbezug entsteht auch durch vor Ort vorhandene Bühnenelemente und Pyrotechnik. Mehr dazu erfahren Sie **hier**. Wir empfehlen eine rechtzeitige Anmeldung, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist.

## Jobbörse

Der Lüdinghausen Marketing e.V. sucht eine/n Geschäftsführer/in Stadtmarketing. Der Verein vertritt 250 Mitglieder aus Handel, Gewerbe, Tourismus sowie Institutionen und betreibt bereits seit zehn Jahren einen integrierten Ansatz des Stadtmarketings. Zu Ihren Aufgaben vor Ort zählen das Citymanagement, Tourismusmanagement mit Leitung der Tourist-Information, die Organisation von Veranstaltungen und Märkten, die Bestandspflege der Gewerbebetrieben vor Ort sowie die Öffentlichkeitsarbeit inklusive Internetauftritt. Weitere Informationen finden Sie **hier**.



Ein/e Abteilungsgleiter/in Citymanagement wird in Bocholt von der dortigen Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft gesucht. Zu Ihren Aufgaben gehören die Ausgestaltung von Citymanagement-Projekten in Absprache mit der Geschäftsführung, die Kommunikation und Kooperation mit sämtlichen relevanten Akteuren vor Ort sowie die Entwicklung neuer Ideen im Team. Sie profitieren bei Ihrer Arbeit von einem jungen, dynamischen Team, kurzen Entscheidungswegen und flachen Hierarchien, die Ihnen erlauben Verantwortung zu übernehmen und aktiv an der Mitgestaltung der Strukturen vor Ort mitzuwirken. Mehr erfahren Sie **hier**.



Ebenfalls in der Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt ist eine Stelle in der Wirtschaftsförderung im Ressort Unternehmensservice/Unternehmensbetreuung zu besetzen. Der Schwerpunkt der Aufgaben liegt in den Bereichen Junge Menschen, Fach- und Führungskräfte sowie Standortmarketing. Gesucht wird eine Persönlichkeit mit wirtschaftlich ausgerichtetem Studium oder einschlägiger Berufserfahrung. Sie sollten mit Projektmanagement vertraut sein, betriebliche Prozesse und Organisationsstrukturen nachvollziehen können und Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit kleinen und mittleren Unternehmen mitbringen. **Hier** gelangen Sie zur Stellenausschreibung.

Die Koblenz-Stadtmarketing GmbH sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n neue/n Citymanager/in. Zu Ihren Aufgaben gehören die Konzeption, Vermarktung und Durchführung von Veranstaltungen, die Fortsetzung des Leerstandsmanagements, Öffentlichkeitsarbeit und die Erstellung von Wirtschaftsplänen. Zum Erreichen Ihrer Ziele kooperieren Sie mit Leistungsträgern und Partnern vor Ort. Unterstützt werden Sie von einem kleinen Team, das Sie führen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

**KOBLENZ**  
VERBINDET.

**Koblenz-Stadtmarketing**



**VVV Nordhorn**

*Erlebe die Wasserstadt*

Der VVV Stadt- und Citymarketing Nordhorn e.V. sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n stellvertretende/n Geschäftsführer/in. Die Aufgaben sind vielfältig und umfassen das Erstellen eines Marketingplans, die Weiterentwicklung des Stadt- und Citymarketingkonzeptes sowie die Optimierung interner Abläufe. Planung, Durchführung und Kontrolle touristischer und das Stadtimage fördernder Projekte sowie Pressearbeit, Gremienarbeit und das Beschaffen von Drittmitteln fallen ebenfalls in den Aufgabenbereich. **Hier** gelangen Sie zur Stellenanzeige.

Die Große Kreisstadt Horb am Neckar führt in Kooperation mit dem Verein HORB AKTIV e.V. das Citymanagement der Stadt durch. Dazu wird ein/e Citymanager/in gesucht, der/die von der Stadt eingestellt wird und die Geschäftsführung des Vereins HORB AKTIV übernimmt. Die Stelle wird zu 75% aus Citymanagement-Aufgaben und zu 25% aus Stadtmarketing-Aufgaben bestehen. Zu Ihren Zuständigkeiten zählt die Erstellung eines Marketingkonzeptes, die Profilierung der ansässigen Händler, Gastronomen und Dienstleister nach innen und außen sowie die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Zudem arbeiten Sie an einer Optimierung des Branchenmix in Horb. Sie bündeln die Kräfte der beteiligten Akteure und Gruppen in Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing, vertreten deren Interessen nach außen und beraten Ihre Mitglieder. Die Stellenausschreibung finden Sie in Kürze **hier**.



### Fördermitglieder der bcsd



**FRANK MANFRAHS**  
Stadtmarketing & Citymanagement  
*Mitgehendes Ansprechpartner, Könnener.*

Die erfolgreiche Entwicklung von Innenstädten, Einkaufsquartieren und Geschäftsstraßen ist eine hochkreative und komplexe Aufgabe. Vielseitige Themenstellungen, zunehmend professionelle Ansprüche und immens schwierige Wettbewerbssituationen erfordern individuelle Lösungen von hoher fachlicher Qualität. Mit der Erfahrung aus zehn Berufsjahren sowie erfolgreicher Projektarbeit an verschiedenen Standorten bietet **Frank Manfrahs** von der Idee bis zur Umsetzung eine fachgerechte, erfolgsorientierte und persönliche Betreuung im Bereich Citymarketing und -management. **Hier** erfahren Sie mehr.



## Herzlich Willkommen – Die neuen bcsd-Mitglieder!

Als Handelsunternehmen der Verkehrstechnik und Stadtmöblierung gestartet, beraten wir unsere Kunden seit über 140 Jahren mit Augenmaß und Marktüberblick.

Als Innovationsträger legen wir Wert auf Funktion und Design und haben für den öffentlichen Raum eigens das Stadt-Leit- und Kommunikationssystem ProForm™ entwickelt, das sich durch seinen modularen Charakter ästhetisch und funktionell an die jeweiligen Erfordernisse vor Ort anpasst: Haustafeln, Pultanlagen, Informationsstehlen, Wegeleitung, etc. in der Formsprache Ihrer Stadt.

Darüber hinaus bieten wir Dienstleistungen und Beratung rund um die Bereiche Planung und Gestaltung von Infrastruktur- und Entwicklungsmaßnahmen an. Bei Bedarf übernehmen wir das Projektmanagement von der Analyse bis zur Sicherstellung von Nachhaltigkeit.

Besuchen Sie uns unter: [www.goetschgbh.de](http://www.goetschgbh.de). Gemeinsam bringen wir innovatives Denken auf den Weg.



**airLIGHT e.K.** entstammt der Lichtbranche und ist aus dieser als Marketingspezialist, auch für dekorative Raumlichtgestaltung und Architekturbeleuchtung in der Eventbranche, mit seinen



airLIGHT-Raumlichtobjekten innerhalb weniger Jahre maßgeblicher Entwickler und Hersteller für luftgefüllte Raumlichtobjekte geworden. Neben vielen anderen Modellen ist vor allem der airLIGHT-Lichtkegel inzwischen zu einem Markensymbol mit hohem Wiedererkennungswert für nahezu jede Veranstaltung geworden. Richtungsweisend aus dem Hause airLIGHT entwickelt, sind hier auch die „airLIGHT-Nights“, die von der Küste bis zu den Alpen zu den unterschiedlichsten Anlässen die Besucher immer wieder neu begeistern und die Städte airLEBEN lassen.

## Stadt um zehn



Das Magazin „Stadtaspekte – die dritte Seite der Stadt“ liefert mit der Rubrik „Stadt um zehn“ einen interessanten Service. In einer Art Pressespiegel werden Nachrichten aus wichtigen nationalen und internationalen Medien zum Thema Stadtentwicklung zusammengefasst. Dadurch kommt eine sehr bunte Vielfalt an Einblicken in verschiedene Städte und stadtbezogene Themen zustande. Machen Sie sich **hier** selbst einen Eindruck.

### Unbesetzte Ausbildungsplätze - Bulgarische Auszubildende gezielt angeworben

Der Fachkräftemangel ist in aller Munde und glaubt man der Statistik sind auch immer mehr Lehrstellen unbesetzt. Qualifizierte Mitarbeiter an den eigenen Standort zu lotsen und dort zu binden ist keine einfache Aufgabe, die zum Teil auch vom Stadtmarketing übernommen wird. Im Landkreis Deggendorf ist zu diesem Zweck eine ungewöhnliche Partnerschaft zur Sicherung von Fachkräften



entstanden: Der Landkreis wirbt gezielt bulgarische Jugendliche an, die dann bei Betrieben vor Ort eine Ausbildung beginnen. Im August 2011 wurden die ersten Ausbildungsverträge abgeschlossen. Pro Jahr konnten rund 20 Lehrstellen mit Bulgaren besetzt werden. Eine Präsentation des Projektes finden Sie **hier**.

### Fachkräfteallianz Ostwürttemberg

Im Landkreis Ostalb wird mit einem anderen Ansatz ebenfalls versucht Fachkräfte zu gewinnen und zu binden. Dazu trägt etwa ein internationaler Club bei, der beim eingewöhnen in die neue Heimat Hilfestellung leistet oder ein Programm, das die Partner der zugezogenen Arbeitnehmer bei der Jobsuche unterstützt. Weitere Maßnahmen finden Sie **hier**.

### Essen lässt historische Altstadt wieder aufleben

Ein neues Konzept der Stadtführung hat sich die Essener Marketing GmbH ausgedacht. In Kooperation mit zahlreichen Partnern werden Führungen angeboten, bei denen Fotos abgerissener oder im Krieg zerstörter mittelalterlicher Häuser an die Wände der nun dort platzierten Häuser projiziert werden. **Hier** sehen Sie einen Film zu der Führung, **hier** können Sie mehr über das Projekt erfahren.

### Portal zu Reisen im ländlichen Raum: Landio



Mit landio ist aus einem studentischen Projekt ein Portal entstanden, das den ländlichen Tourismus bewirbt. Jedermann kann dort von seinen Ausflügen berichten, geheime oder nicht ganz so geheime Tipps z.B. zu Hofläden oder Gastronomie geben, Routen veröffentlichen und Bilder posten. Die Ausflugsziele und Einträge werden dann in einer Deutschland-

Karte verortet und gesammelt dargestellt. Zudem gibt es eine Sortierung nach Bundesländern. Dort werden einige (aber nicht alle) Ferienregionen der Länder durch die regionalen Tourismusorganisationen vorgestellt. Standard-Einträge für Firmen sowie Veranstaltungshinweise sind kostenlos möglich. Mehr Informationen erhalten 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 an: **kossak@trendone.com**

### LÄRMKARTEN VIA CROWDSOURCING ERSTELLEN



Australische Wissenschaftler der Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation wollen Karten anbieten, die den Lärmpegel an Orten anzeigen, wobei die entsprechenden Daten von Smartphone-Nutzern erhoben werden. Die Nutzer sollen dafür eine Applikation erhalten, die über das Mikrofon Außengeräusche misst und zudem über GPS den aktuellen Standort übermittelt. Das Problem besteht bislang noch darin, dass das Mikrofon Geräusche wie nahe Gespräche als laut empfindet, obwohl sie für eine Lärmpegelkarte irrelevant sind. Die Forscher arbeiten daran, solche Geräusche zu filtern, um präzise Lärmpegelkarten liefern zu können.

### LOKALE DÜNGERGEWINNUNG AUS URIN

Um Aufmerksamkeit auf die Gewinnung von Dünger aus Urin zu lenken, sind vor der Amsterdamer Börse öffentliche Urinale aufgestellt worden, die von den männlichen Passanten für einen guten Zweck benutzt werden sollen: Ihr Urin soll dabei helfen, Dachgärten in Amsterdam zum Blühen zu bringen. Teilnehmer der Aktion konnten an einem Miniaturaufbau den chemischen Prozess kennenlernen, bei dem aus Urin Phosphate extrahiert werden, um daraus das Mineral Struvit zu gewinnen, das wiederum als Dünger genutzt wird. Über die Wichtigkeit dieser natürlichen Dünger für die Landwirtschaft klärten ein Fernsehmoderator und mehrere Promoter auf.



### FERNGESTEUERTE TOURISTEN ENTDECKEN MELBOURNE



BBDO Clemenger hat im Auftrag von Tourism Victoria vier buchstäblich ferngesteuerte Touristen losgeschickt, um anhand von Vorgaben aus sozialen Netzwerken Melbourne zu entdecken. Die Kampagne „Remote Control Tourists“ lud weltweit Personen dazu ein, durch die Augen der mit Kameras, GPS und Mikrofonen ausgestatteten Touristen für sie interessante Orte sowie Menschen in der Stadt kennenzulernen. Ihre Wünsche konnten sie per Facebook und Twitter einreichen und die fünftägige Erlebnistour der „Remote Control Tourists“ auf der Kampagnenwebseite per Livestream mitverfolgen.

## Terminkalender

### **22./23. Januar, 3. Cross-Channel-Kongress, Bonn**

Die Tagung in Bonn wird vom managementforum der Verlagsgruppe Handelsblatt durchgeführt. Sie beschäftigt sich mit den jüngsten Entwicklungen des (Online-)Einzelhandels, stellt gelungene Cross-Channel-Strategien vor und gibt einen Ausblick in die Zukunft. Mehr erfahren Sie **hier**.

### **22./23. Januar, Zukunftsforum ländliche Entwicklung, Berlin**

Gemeinsam für den ländlichen Raum lautet der Untertitel der Veranstaltung, die mit 21 Begleitprogrammen ein breites Themenspektrum abdeckt. Behandelt werden etwa Mobilität, Naturschutz, Innenentwicklung, Wertschöpfung, Existenzgründung, Infrastruktur, Förderprogramme, demographischer Wandel, Nahversorgung, Bürgerbeteiligung. Im Rahmen der Abschlussveranstaltung wird der Preis „Kerniges Dorf“ verliehen. Mehr erfahren Sie **hier**.

### **23./24. Januar, bcsd-Neujahrsempfang und Christmasworld Premium, Frankfurt am Main**

Die bcsd lädt ihre Mitglieder zum Neujahrsempfang auf der Frankfurter Messe ein. Im Torhaus der Messe wird neben Getränken und Fingerfood auch ein Vortrag von Michael Batz zum Thema „Licht im Fokus des Stadtmarketings“ geboten. Am nächsten Tag besteht die Möglichkeit an der Christmasworld Premium teilzunehmen. Dort können Vorträge gehört und Networking betrieben werden. Eine Führung durch die Sonderausstellung „Newstalgia“ kann ebenfalls besucht werden. Der Eintritt auf die Messe ist an allen Tagen frei. Mehr dazu **hier**.

### **28./29. Januar, Deutscher Handelsimmobilien-Kongress, Berlin**

Beim diesjährigen Deutschen Handelsimmobilien-Kongress in Berlin werden unter anderem Konsumtrends, Multi-Channel-Strategien, Expansionsstrategien und die Zukunft des innerstädtischen Einzelhandels thematisiert. Zudem werden auch Nachhaltigkeit und politische Rahmenbedingungen behandelt. Mehr erfahren Sie **hier**.

### **26./27. Februar, Internationaler Stadtmarketing Citymanagement Kongress 2014, Salzburg**

Der Kongress in Salzburg richtet sich an die Akteure des Stadtmarketing und Citymanagement vor Ort: Bürgermeister, Werbegemeinschaften, Citymanager, Stadtmarketingbeauftragte etc.. Auf dem Kongress wird ein breiter Querschnitt an Themen behandelt, der unter anderem Organisation, Markenführung, Veranstaltungssicherheit und Leerstandsmanagement umfasst. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

### **5. März, Green Cities – Nachhaltige Stadtentwicklung, Wolfsburg**

Nachhaltige Stadt- bzw. Ortsentwicklung ist eine Zukunftsaufgabe für große Metropolen gleichermaßen wie für ländliche Gemeinden. Innovative und vorausschauende Ideen sind deshalb im Bereich der Mobilität ebenso gefragt wie in der Gebäudeplanung und -sanierung, in der Stadtplanung und im Ressourcenmanagement der Industrie.

**13./14. März, Stadtmarketing – Kontinuität oder Neuorientierung, Berlin**

Das Seminar versucht eine Standortbestimmung des Stadtmarketings: Was hat sich in den letzten Jahren getan, wie steht es um die Legitimation des Stadtmarketings, welche Themen sind zukünftig wichtig, wie verhält es sich zu anderen Disziplinen? Mehr erfahren Sie **hier**.

**17. bis 20. März, Seminar „bcsd-Veranstaltungsleiter“, Peine**

In dem Seminar in Peine werden Ihnen kompetente Referenten praxisnah vermitteln, was bei der Organisation von Veranstaltungen, insbesondere im öffentlichen Raum, zu beachten ist. Dabei liegt der Schwerpunkt auf Veranstaltungssicherheit. Das in Peine vorhandene Material (Bühnen, Pyrotechnik, etc.) ermöglicht eine besonders anschauliche Vermittlung und die direkte Anwendung des Erlernten. Die Fortbildung ist von den Berufsgenossenschaften anerkannt und berechtigt zur Beaufsichtigung öffentlicher Veranstaltungen.

**20. März, Stadtmarketing-Forum der IHK und des bcsd-Landesverbandes Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen: Perspektiven und Strukturen für Stadtmarketing in den neuen Bundesländern, Halle an der Saale**

Das Stadtmarketing-Forum richtet sich vor allem an ostdeutsche Kommunen. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf den Aufgaben und der Organisation des Stadtmarketings und der Vorstellung von Beispielen aus der Praxis liegen.

**20. März, 1. Deutsches Weihnachtsmarkt Forum 2014, Frankfurt am Main**

Eine Tagung auf der die Organisatoren einiger der größten Weihnachtsmärkte Deutschlands und des angrenzenden Auslands, unter anderem die Veranstalter aus Basel, Ludwigsburg, Köln und Wien zu Wort kommen werden. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

**25. – 27. Mai, Deutscher Stadtmarketingtag 2014, bcsd, Mannheim**

Die Tagung im Rosengarten in Mannheim richtet sich an alle, die sich mit den Themen Stadtmarketing, Citymanagement und Wirtschaftsförderung beschäftigen. Unter dem Titel „Ziemlich beste Freunde“ wird die Rolle des Standortmarketings an der Schnittstelle von Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung beleuchtet. Mehr dazu finden Sie in Kürze **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.