

Newsletter 11/2010

Vorträge zur bcsd-Herbsttagung sind abrufbar

Die bcsd – Herbsttagung in Magdeburg mit dem Thema „Stadt. Land. Wissen. Entwicklungen und Strategien für Städte mit und ohne wissenschaftliche Einrichtungen“ war einer voller Erfolg.

Nun sind die Vorträge der Referenten auf unserer Homepage unter Wissenswertes > ERFA-Archiv archiviert. Eine Übersichtsliste gibt Auskunft über die Themen und Referenten. Die Beiträge sind Passwort geschützt. Als Tagungsteilnehmer ist dieser Service für Sie kostenfrei. Konnten Sie nicht an der Tagung teilnehmen, sind aber Mitglied im bcsd e.V., erhalten Sie den Zugang zu Tagungstexten gegen eine Schutzgebühr von 15,- € (zzgl. 19 % Ust.). Als Nicht-Mitglied zahlen Sie 25,- € Schutzgebühr (zzgl. 19 % Ust.).

Und so einfach funktioniert es: Sie fordern per E-mail an office@bcsd den Zugang zu den Texten der gewünschten Tagung an. Mit der Antwort erhalten Sie dann das Passwort und die Rechnung zum Vorgang.

Hier geht's zum ERFA-Archiv.

Städtebauförderung wird stark gekürzt

Die Städtebauförderung wird im Haushalt 2011 stark gekürzt. Besonders die drastische Kürzung des Programms "Soziale Stadt" steht in der Kritik.

Der Bundestags-Haushaltsausschuss war zu seiner Bereinigungssitzung zusammengekommen, um letzte Hand an den Etatentwurf zu legen. Dabei konnte eine Halbierung der Städtebauförderung auf 305 Millionen Euro abgewendet werden. Doch mit nun 455 Millionen Euro veranschlagten Mitteln bleibt der Etat deutlich hinter dem des Jahres 2010 (610 Millionen Euro) zurück. Dies ist für die Städtebauförderung eine deutliche Zäsur und wird zu verminderten Investitionen vor Ort führen. Dass die Kürzungen nicht noch deutlicher ausgefallen sind, dafür hatten sich die Bundesländer, kommunale Spitzenverbände und zahlreiche Kommunen stark gemacht. Weitere Informationen zur Städtebauförderung gibt es **hier**.



Themen

Seite 1

Vorträge der Herbsttagung abrufbar

Städtebauförderung stark gekürzt

Seite 2

Stadtmarken-Monitor 2010

Welche Daten nutzen und nützen Stadt- und Regionalmanagern wirklich?

Seite 3

Online – Umfrage: Social Media im Stadtmarketing

Reurbanisierung der Innenstadt

Stiftung „Lebendige Stadt“

Seite 4

Stadtmarke des Jahres

Seite 5

Städtenetzwerk Rheinland-Pfalz

Die bcsd-Fördermitglieder

Seite 6

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 7

Terminkalender

Stadtmarken – Monitor 2010

Eine positiv aufgeladene Stadtmarke speist sich nicht allein aus emotionalen Faktoren wie Sympathie. Wie die Wahrnehmung und Bewertung der Städte sich wandelt, wenn z. B. explizit nach der Zuzugsbereitschaft oder nach der Einschätzung der wirtschaftlichen Stärke gefragt wird, belegt die neue Marktforschungsstudie „Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2010“.

Auf die Frage, warum er ein weiteres Städteranking ins Leben gerufen hat, erwidert Peter Pirck von der Brandmeyer Markenberatung: „Weil die meisten herkömmlichen Rankings auf statistischen Daten wie z.B. Besucher-, Übernachtungs- oder Zuzugszahlen basieren. Das ist alles wichtig und aufschlussreich. Was uns aber interessiert hat, ist die Wahrnehmung der Städte durch die Bevölkerung. Welche Stadt findet sie wie attraktiv? Welche Städte werden als einzigartig wahrgenommen? Mit welchen Städten verbinden die Menschen konkrete Vorstellungen?“ Für das ergebnisorientierte Marketing ist es von großem Wert, die Wahrnehmungen der Städte durch die jeweiligen Zielgruppen (z.B. unterschieden nach Altersklassen) zu kennen. Was in anderen Branchen längst Standard ist, liegt nun auch für Stadtmarken vor. Lesen Sie **hier** mehr zum Stadtmarken-Monitor.

Welche Daten nutzen und nützen Stadt- und Regionalmanager(n) wirklich?

Der Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN) plant im März 2011 eine Tagung, die sich u.a. darüber auseinandersetzen möchte, wie die amtliche Statistik Niedersachsens und Deutschlands ihr regionalstatistisches Angebot den Bedürfnissen der (potenziellen) Nutzer ihrer Daten anpassen kann. Stadt- und Regionalmanager gehören in diesem Sinne als wichtige Multiplikatoren zur "Zielgruppe" der amtlichen Statistik. Die bcsd beteiligt sich mit einem Beitrag an der Tagung, in dem die Daten- und Analysebedürfnisse des Verbandes bzw. der Stadtmanager in Deutschland dargestellt werden sollen. Dabei stellen wir uns folgende Fragen: Welche „vernünftigen“ (statistischen) Vergleichsmaßstäbe gibt es für Städte und ihr Stadtmanagement? Gibt es ein sinnvolles Städte-Ranking und wie könnte es aussehen? Welche Bedürfnisse haben hier die Stadtmarketingorganisationen? Die bcsd möchte Sie hiermit aufrufen sich an der geeigneten Fragestellung zu beteiligen und uns zu diesem Themenfeld Anregungen und Hinweise unter **info@bcsd.de** zu liefern. Vielen Dank!

Online – Umfrage: Social Media im Stadtmarketing

Social Media ist in aller Munde und das Web 2.0 bietet seinen Nutzern eine Vielzahl an Möglichkeiten wie Facebook, Twitter & Co. Immer mehr Unternehmen und öffentliche Einrichtungen beteiligen sich an sozialen Netzwerken. Aber welche Möglichkeiten und Chancen ergeben sich im Stadtmarketing?



Damit setzt sich Andrea Schneider im Rahmen Ihrer Masterarbeit (Social Media im Stadtmarketing) auseinander. Grundlage bildet ein kurzer Fragebogen (5 Minuten), der einen ersten Überblick über den Stellenwert von Social Media im Stadtmarketing, Aktivitäten, Gründe, Sinnhaftigkeit zeigen soll. Die bcsd möchte Sie bitten, sich ein paar Minuten Zeit zu nehmen, um sich an der Online-Umfrage zu beteiligen. Die Umfrage läuft noch bis zum Freitag, 10.12.2010. **Hier** geht´s zum Fragebogen.

Reurbanisierung der Innenstadt

Eine Studie zur "Reurbanisierung der Innenstadt" ist im Rahmen des Experimentellen Wohnungs- und Städtebaus (ExWoSt), einem Ressortforschungsprogramm des BMVBS und des BBSR durchgeführt worden und liegt nun als Download vor. Die Studie gibt einen Überblick zur Lage der Innenstädte. Dabei werden die Hauptfunktionen wie z.B. Wohnen, Handel, Dienstleistung und Kultur sowie die räumlichen und qualitativen Dimensionen einbezogen. Die Studie beschäftigt sich mit den Problemen und Potenzialen von Innenstädten, betrachtet die konzeptionellen Ansätze und laufenden Initiativen der Praxis auf der Suche nach Erfolg versprechenden Handlungsansätzen für eine qualitätsorientierte und nachhaltige Innenstadtentwicklung. So ist der Begriff der Reurbanisierung hier als programmatische Orientierung für eine ganzheitliche Innenstadtentwicklung zu verstehen und weder als theoretische noch als empirische Kategorie. Weiteres dazu **hier**.

Stiftung „Lebendige Stadt“ – Seniorenfreundlichste Stadt

Anfang November 2010 hat die Stiftung „Lebendige Stadt“ in München ihren mit 15.000 Euro dotierten Stiftungspreis zum Thema „seniorenfreundlichste Stadt“ verliehen. Preiswürdig waren Konzepte, die die Teilnahme von Senioren am öffentlichen Leben verbessern, altersgerechte Angebote machen, ihnen im Alltag

Unterstützung geben und zum generationenübergreifenden Miteinander beitragen. Gewinner des diesjährigen Wettbewerbs ist die sauerländische Stadt Arnsberg. Mit ihrem ganzheitlichen Konzept verfolgt die Stadt das Ziel, der alternden Gesellschaft gerecht zu werden. Es zielt auf die sich verändernden Bedürfnisse der älteren Generation verbunden mit einem umfangreichen Pflege- und Hilfsnetzwerk sowie einem differenzierten Angebot für eine Integration und Aktivierung.

Drei Bewerber erhielten eine Anerkennung. Hierzu zählt das Konzept „Wohnen mit Hilfe – Wohnpartnerschaften“ aus Köln, das von der Universität Köln initiiert und gemeinsam mit dem Studentenwerk der Stadt Köln und dem Kölner Seniorenbeirat getragen wird. Studenten finden bei Senioren preiswerten Wohnraum und bieten Senioren im Gegenzug Hilfe im Alltag. Ebenfalls eine Anerkennung sprach die Fachjury dem „Park der Generationen“ in der Stadt Sinzheim in Baden-Württemberg zu. Das Konzept verbindet die Aufwertung des Wohnumfelds einer Seniorenwohnanlage mit Elementen unterschiedlicher Zielgruppen. Hierzu zählen Sonnenterrassen, auf denen Betten geschoben werden können, ein Demenzgarten, Schulgärten, Tiergehege und ein Bewegungsparcours. Eine weitere Anerkennung erhielt der Seniorenplan „Älter werden in Tübingen“. Schwerpunkt des Konzepts ist die Stärkung der wohnortnahen Infrastruktur. Durch Stadtteilspaziergänge mit Bewohnern, eine Migrantenbefragung und Workshops zum Thema Pflege wurden die Bürger an der Entscheidungsfindung beteiligt. Ziel ist es, die Senioren mit ihrem Wissen und ihrer Kompetenz abzuholen und aktiv zu integrieren. Mehr dazu gibt es [hier](#).

Stadtmarke des Jahres - Hameln

Die Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing & Kultursponsoring mbH veranstaltete Ende Oktober 2010 in Berlin den KulturInvest-Kongress. Auf dem Kongress wurde die Hameln Marketing und Tourismus GmbH für die beste integrative Strategie und den professionellen Markenaufbau mit Kultur als Markenkern ausgezeichnet. Im Jahr 2009 feierte Hameln „725 Jahre Rattenfänger“. Strategie und Konzeption des Jubiläumsjahres lautete „Geheimnis, Magie und Verführung“. Das Stadtmarketing Hameln konzipierte vier erlebnisorientierte Haupt-Events in Kooperation mit einheimischen Kultureinrichtungen und Institutionen. Durch eine konsequente Markenstrategie, die sich durch eine überzeugende Werbekampagne trug, konnte der Tourismus gesteigert und das Markenimage verjüngt werden. Die Kampagne wurde überregional bekannt und führte zu einer größeren Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt. Mehr zur Hameln Marketing und Tourismus GmbH finden Sie [hier](#).

Städtenetzwerk Rheinland-Pfalz

Der bcsd Landesverband Rheinland-Pfalz führte am 7.10.2010 auf Einladung der Verbandsgemeinde Montabaur seine Herbsttagung des Städtenetzwerkes Rheinland-Pfalz durch. Im Vorfeld der Tagung trafen sich die bcsd - Mitglieder zur Landesverbandssitzung, bei der Nicole Volmer / Stadtmarketing Koblenz für weitere zwei Jahre zur Sprecherin des Landesverbandes gewählt wurde. Yann



Fürst / Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft führt das Amt des stellvertretenden Sprechers ebenfalls weiter. Die Wahl erfolgte einstimmig.

Der Begrüßung der Tagungsbesucher durch Stadtbürgermeister Klaus Mies und bcsd - Landesverbandssprecherin Nicole Volmer folgten Vorträge und Diskussion über aktuelle Stadtmarketingthemen, wie den Einzelhandelsstandort Innenstadt oder die Revitalisierung von innerstädtischen Warenhäusern. Fachgeleitet moderiert wurde die Veranstaltung von Dr. Wolfgang Haensch (Cima).

Die nächste Sitzung des Städtenetzwerkes Rheinland-Pfalz ist für Herbst 2011 in Bad Kreuznach geplant.

Die bcsd-Fördermitglieder – CIMA Beratung + Management GmbH

Die CIMA GmbH ist das Kompetenzzentrum für Stadt- und Regionalentwicklung und für Marketing im öffentlichen Sektor im gesamten deutschsprachigen Raum. Ihre Stärken sind die Kommunikation und die Kooperation an der



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTGART

Schnittstelle zwischen öffentlicher Hand, privater Wirtschaft und den aktiven Teilen der Stadtgesellschaft. Als Koordinator von öffentlichen und privaten Interessen sind sie ein methodensicherer kooperativer Partner, der gemeinsam mit den Akteuren in den Städten und Regionen Problemlösungen erarbeitet und ihnen Wissen und Instrumente vermittelt. Die CIMA GmbH bekennt sich zur kompakten europäischen Stadt mit kurzen Wegen und gewachsenen Strukturen. Zu ihren Aufgabengebieten zählen: Stadt- & Regionalmarketing, City-Management, Stadtentwicklung, Einzelhandel, Markt- & Standortanalysen, Wirtschafts- & Technologieförderung, Immobilien- & Projektentwicklung, Tourismus, Organisations- & Personalberatung. Weitere Informationen zur CIMA 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-Erfa-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd liefert weiterhin mit jedem Newsletter Anregungen, 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. Der Preis richtet sich nach der Einwohnerzahl (in Tausend) Ihrer Stadt. Bestellungen und Fragen unter **Stadtmarketing@trendone.de**.

INTELLIGENTE GRÜNPHASEN

Forscher der Technischen Universität Dresden und der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich arbeiten an einer intelligenten Ampelschaltung, die den Verkehrsfluss optimiert sowie die Wartezeiten minimiert. Bei dieser neuen



Verkehrsregulierung werden Ampeln mit Sensoren ausgestattet, die das aktuelle Verkehrsaufkommen erfassen. Ein integrierter Prozessor berechnet dann den zukünftigen Verkehr sowie die Länge der Grünphase, damit der Verkehrsdruck einen bestimmten Grenzwert nicht überschreitet. Erste Feldtests in Dresden zeigen, dass mit dieser Methode die Fahrtzeit bis zu dreißig Prozent verringert werden kann.

SAFARI MIT AUGMENTED REALITY



Sander Veenhof präsentierte im Rahmen der niederländischen Designwoche mitten in der Stadt Eindhoven eine Augmented Reality-Safari. Die Teilnehmer konnten dabei mit ihren Smartphones und der darauf installierten Applikation Layar afrikanische Tiere in der Stadt erleben. Während der Tour mussten die über die gesamte

Stadt verteilten Marker gefunden werden. Um das Erlebnis einer wirklichen Safari nachzuahmen, werden außerdem geführte Touren angeboten. In einem Jeep wurden die Teilnehmer durch die Stadt gefahren und erhielten Informationen über die Tiere, während sie diese auf dem Smartphone erblicken und dank passender CD auch hören konnten. Mehr dazu [hier](#).

STADT WIRD DIGITALISIERT UND INTELLIGENT

Die in der australischen Region New South Wales gelegene Kleinstadt Parramatta soll die erste vollständig digitalisierte Stadt in der Welt werden. Die Integration verschiedener digitaler Services beinhaltet die Installation eines intelligenten Stromnetzes für die Energieversorgung. Weitere Komponenten des „Parra Connect“-Projekts sehen die Ausstattung der gesamten Fläche mit freien WLAN-Netzen, Applikationen für die Verfügbarkeit von Parkplätzen, einen SMS-Service für die Kommunikation mit der Stadtverwaltung und eine verbesserte Gesundheitsversorgung über das Internet vor. Weitere Informationen zu dem „Parra Connect“-Projekt finden Sie [hier](#).



Terminkalender

7. Dezember 2010, Symposium „Stadtmarken-Monitor 2010“, Hamburg

Auf dem Symposium werden die Ergebnisse der Befragung zum „Stadtmarken-Monitor 2010“ vorgestellt. Über den Stadtmarken-Monitor hinaus werden in der Praxis bewährte Methoden und Strategien behandelt, mit denen die Attraktivität von Stadtmarken systematisch erhöht werden kann. Die Anmeldung zur Veranstaltung finden Sie [hier](#).

7. bis 8. Dezember 2010, Konferenz „Die Hochschulstadt: ein Modell für die Zukunft Deutschlands“, Jena

Welche Chancen, welche Potenziale bieten Hochschulen, Studentenwerke und Studierende für Deutschlands Städte? Welchen wirtschaftlichen, demografischen, planerischen, touristischen, sozialen, kulturellen, zivilgesellschaftlichen Nutzen können Städte aus ihrer Funktion als Hochschulstädte ziehen? Wie können Städte ihrerseits zur Profilierung der Hochschulen beitragen? Welche Erfolgsmodelle und Vorbilder gibt es – in Deutschland und im Ausland? Mit diesen Fragen befasst sich die

gemeinsame Fachkonferenz von Deutschem Städtetag, Hochschulrektorenkonferenz und Deutschem Studentenwerk. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

9. bis 10. Dezember 2010, internationale Fachkonferenz „Making Places Profitable MP4“, Hamburg

Im Rahmen des transnationalen EU Projektes „Making Places Profitable MP4“ findet am 9. und 10.12.2010 eine internationale Fachkonferenz in Hamburg statt. Neben der Vorstellung von Zwischenergebnissen der Zusammenarbeit von neun Partnern aus sechs Ländern der Nordseeregion werden verschiedene Modelle und Praxisbeispiele für das „Management öffentlicher Räume“ vorgestellt und diskutiert. Nähere Informationen zum Programm dieser Konferenz und zur Anmeldung erhalten Sie **hier**.

25. Januar 2011, Tagung des bcsd Landesverbandes Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen in Zusammenarbeit mit der IHK-Leipzig, Was kann Stadtmarketing? Ideen, Chancen und Erfahrungen, Leipzig

22. bis 24. Mai 2011, bcsd-Frühjahrstagung, Stadt 21 – Stuttgart ist überall - Erfordernisse einer kooperativen Stadtentwicklung in den Städten, Koblenz

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 71 73, info@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.