

Newsletter 4/2010

In eigener Sache:

!!! Die Geschäftsstelle der bcsd hat eine neue Postadresse !!!

Geschäftsstelle bcsd e.V.
Tieckstr. 38
10115 Berlin

bcsd-Erfa-Tagung in Essen



Die bcsd-Frühjahrstagung in der Kulturhauptstadt Ruhr 2010 Essen war für 140 Teilnehmer ein beeindruckendes Erlebnis. Hervorragend organisiert durch den lokalen Partner, die Essen Marketing GmbH, konnten sich die Besucher bei der bcsd-Tagung mit der gewohnt ausgewogenen Mischung aus interessantem Rahmenprogramm, neuen Anregungen und Trends aus der Szene, sowie Best Practice Beispielen

informieren. Auch die Begleitausstellung zur Tagung konnte wieder zur gezielten Kontaktaufnahme genutzt werden.

Die Leitfrage in allen Vorträgen war die, ob die Beziehung zwischen Kultur und Stadtmarketing eher einer Zwangsehe oder einer fruchtbaren Beziehung gleicht? Deutlich wurde im Verlauf der Tagung, dass Stadtmarketingbeauftragte und kulturschaffende Kreative unterschiedliche Sprachen sprechen und unterschiedliche Zielerwartungen nicht nur bei gemeinsamen Projekten haben. Eine erste Einsicht, die zum Aufbau einer Beziehung ebenso banal wie notwendig ist. Gestehen sich die Partner unterschiedliche „Macken“ und „Kanten“ ein, wird die Wahrscheinlichkeit einer fruchtbaren Beziehung immer größer. Stadtmarketing darf sich nicht nur an der Vermarktung und überregionalen Positionierung von kulturellen Leuchttürmen ausrichten, sondern sollte sich vielmehr auf seine Querschnittsfunktion berufen, um überzeugend die Stadtkultur und ihre Vielfalt zu berücksichtigen und zu vertreten. Stadtmarketing sollte sich auch immer vor Augen führen, dass eine



Themen

Seite 1

Rückblick: bcsd-Erfa-Tagung

Seite 2

Stadtmarketingtag in Hessen

Bessere Aussichten für den Einzelhandel

Seite 3

Herzlich Willkommen! - Die neuen Mitglieder der bcsd

Erster Stadtmarketingtag in Rheinland-Pfalz

Seite 4

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 5

Terminkalender

lebendige Stadt in ihrer Entwicklung sich einer Festlegung auf Bilder entzieht, ohne die ein Marketing seinerseits nicht arbeiten kann. Zu einer fruchtbaren Zusammenarbeit zwischen beiden gehört also der Mut zum Experiment, und das Einlassen auf besondere Partner sowie Beharrlichkeit in den kommunikativen Prozessen vor Ort. Die Tagung zeigte deutlich, welches Know How und welche Instrumente notwendig sind, damit Kulturmarketing gelingen kann. Jeder Teilnehmer sollte nun in der Lage sein besser entscheiden zu können, wie er seine Beziehung zum Partner gestalten möchte und welche Gründe es auch für die bekannten Probleme gibt. (Fotoquelle Georg Bandarau)

Stadtmarketingtag Hessen



Fotoquelle: Frank Racker

Am Donnerstag, den 22. April 2010 fand im Congress Park Hanau bereits zum vierten Mal der Hessische Stadtmarketingtag in der Brüder-Grimm-Stadt statt. Über 180 Anmeldungen sprachen für ein spannendes und informatives Programm, welches für die Teilnehmer neue Impulse aus Theorie und Praxis bereit hielt. „Kultur zieht – auch in

Zeiten knapper Haushaltskassen“ war das Thema des Vormittags, bei dem es unter anderem auch um die Verbindung von Kultur und Tourismus, die Brüder Grimm sowie die Verbesserung von Servicequalität ging.

Am Nachmittag wurden neue Ideen und Wege zu Konsumententrends im Stadtmarketing vorgestellt sowie Praxisbeispiele aus Gießen und Gelnhausen präsentiert. Ein Kulturprojekt aus Rödermark, eine filmische Dokumentation des Rödermark-Festivals, lockerte die informationsreiche Veranstaltung auf. Im Anschluss an die Fachtagung fand, wie in den Vorjahren, das bcsd-Treffen des hessischen Landesverbandes statt.

2010 hellen sich die Aussichten für den Einzelhandel auf

Auf der Frühjahrs-Konjunktur-Presskonferenz des Handelsverbands Deutschland (HDE) zeigte sich der Hauptgeschäftsführer Stefan Genth angesichts der neuen Zahlen aus der aktuellen HDE-Umfrage unter den Einzelhandelsunternehmen aller Branchen zuversichtlich, dass sich die Geschäftslage des Einzelhandels in 2010 spürbar verbessere. Ausgehend von einem schwachen Niveau haben sich die Erwartungen des Einzelhandels deutlich verbessert. Besondere Effekte erwarten Händler von Schuhen, Uhren oder Schmuck. Auch „dort, wo die Kunden modische Trends, innovative Produkte und Artikel für ein schönes Wohnumfeld finden, könnte 2010 der ein oder andere Euro mehr in den Einzelhandel wandern“. Gefahren für die Konsumstimmung sieht der HDE vor allem von Seiten der finanzschwachen Kommunen, die Steuern und Abgaben nicht maßlos erhöhen dürften.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

reeger

Die Firma reeger GmbH ist neues Fördermitglied in der bcsd. Das breite Sortiment aus Tannenproduktionen, Schmuck- und Lichtelementen gibt Spielraum für Individualität und Exklusivität; ergänzt durch perfekten Service: vom termingerechten Auf- und Abbau bis zur sicheren Einlagerung für die nächste Saison. Qualität und Exklusivität – aber auch Liefertreue, Solidität und Know-how sind seit jeher wesentliche Pfeiler ihres unternehmerischen Erfolgs. Das gilt selbstverständlich in gleichem Maße für die weiteren Unternehmensaktivitäten Deko und Floristik, Display und Shopdesign.

Bruchköbel

Die hessische Stadt Bruchköbel will mit vielen Köpfen und aus einer Hand die langfristige Stadtentwicklung sichern. Projekt und Leitziele werden aktuell von Bürgern und Verwaltung gemeinsam erarbeitet. Zur professionellen Umsetzung wird dann eine Stadtmarketing GmbH gegründet.

Erster Stadtmarketingtag Rheinland-Pfalz in Ludwigshafen war ein großer Erfolg

Am 16. März 2010 war Ludwigshafen am Rhein Schauplatz des ersten Stadtmarketingtages Rheinland-Pfalz. Organisatoren waren das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau und die Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Kooperation mit dem Landesverband Einzelhandel und dem bcsd Landesverband Rheinland-Pfalz. Die Veranstaltung befasste sich unter dem Leitthema „Stadtmarketing mit rotem Faden - Ziele formulieren und verfolgen“ mit dem Wettbewerb der Geschäfte in zentralen Einkaufslagen und Anbietern außerhalb der Innenstädte.

Unter der fachkundigen Moderation von Christian Döring vom Südwestrundfunk SWR erläuterte der Handelsexperte Dr. Andreas Kaapke, Sprecher der Geschäftsführung des Instituts für Handelsforschung Köln, wie Service und Dienstleistungsqualität zu einem roten Faden des Stadtmarketing werden können. Ihm folgten zwei Stadtmarketingpraktiker: Die Geschäftsführerin des City-Vereins Nagold e.V., Angela Nisch, stellte dar, wie es im 20.000 Einwohner zählenden Nagold durch freiwillige Vereinbarungen gelingt, die Innenstadt wie ein Shopping-Center zu vermarkten. Gerold Leppa, Vorsitzender der Geschäftsführung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und stellvertretender Bundesvorsitzender der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland, informierte über die Erfolgsfaktoren des Innenstadtmarketings im Oberzentrum Braunschweig.

In der abschließenden Podiumsdiskussion beleuchtete Birgit Neuhardt, Vizepräsidentin der IHK Pfalz und Inhaberin der Firma Sport-Franck Zweibrücken, gemeinsam mit dem Geschäftsführer der Zukunfts-Initiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) e.V., Dr. Joe Weingarten und Ernst-Uwe Bernard, Geschäftsführer der Modehaus Zahn GmbH Grünstadt, Strategien und Handlungsfelder für Stadtmarketing-Kooperationen in Innenstädten.

Die Vorträge stehen zum Download **hier** bereit.

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**

INTERAKTIVE BOJEN INFORMIEREN STÄDTER



Die Bewohner New Yorks finden seit einigen Monaten auf den Wasserstraßen der Stadt kleine, leuchtende Bojen, die Aufschluss über die Wasserqualität, das Fischvorkommen und das allgemeine Interesse an dem jeweiligen Flussabschnitt geben. Die Künstler versuchen auf diese Weise, die Städter in Interaktion mit ihrem Lebensraum zu bringen und zeigen auf, wie einzelne Initiativen mithilfe interaktiver Kunst in Zukunft das Stadtleben und das öffentliche

Interesse prägen können. Mehr Informationen gibt es **hier**.

MOBILE AUDIOGUIDES FÜR SEHENSWÜRDIGKEITEN

Der deutsche Audioguide-Anbieter Pausanio bietet mit der gleichnamigen mobilen Applikation die Möglichkeit, direkt an interessanten Orten Audioguides für Sehenswürdigkeiten auszuwählen und abzuspielen. Im Archiv der Anwendung befinden sich unzählige Guides für ganze Länder, Regionen oder Städte, einzelne Sehenswürdigkeiten und bestimmte Themen. Mit der Applikation kann der Nutzer bequem den gewünschten Audioguide auswählen und anhören; oder aber er nutzt die GPS-Standortbestimmung und lässt sich eine Sehenswürdigkeit in der Umgebung anzeigen. Mehr Informationen gibt es **hier**.



INTELLIGENTE STRASSENLATERNEN IN BARCELONA



Der Stadtrat Barcelonas installierte in Zusammenarbeit mit IBM und dem Energieversorger ENDESA ein kabelloses, stromsparendes Straßenlaternen-System mit Hilfe von LED-Technik. Dank integrierter Videosensoren leuchten die Straßenlaternen automatisch auf, wenn diese eine Person in unmittelbarer Nähe wahrnehmen. Zusätzlich wird die Lichtintensität in Abhängigkeit von der Entfernung der Passanten und

der Jahreszeit reguliert. Damit soll Licht nur dann effektiv verfügbar gemacht werden, wenn es wirklich gebraucht wird.

bcsd-Jobbörse

Sie suchen qualifizierte Bewerber? Diese Aufgabe übernehmen wir für Sie: Das Einstellen von Stellenangeboten bieten wir zum Preis von 50 Euro netto je Stellenangebot. Der Staffelpreis für die gleichzeitige Aufgabe von 3 Stellenanzeigen für 4 Wochen beträgt 100 Euro netto (Laufzeit 1 bis 6 Monate) an. Die Anzeigenaufgabe erfolgt online auf Rechnung. Bitte wenden Sie sich an die bcsd-Geschäftsstelle unter office@bcsd.de.

Terminkalender

07. Mai 2010, „Forum Einzelhandel“, GMA München, München

Die ökonomischen Turbulenzen in den vergangenen beiden Jahren haben gezeigt, dass der Grundsatz „think global, act local“ mehr denn je an Bedeutung gewinnt. GMA und Taylor Wessing laden Sie ein, zusammen mit Experten aus Stadtplanung, Wirtschaftsförderung, Einzelhandel, Projektentwicklung sowie Investoren die aktuellen Themen der Einzelhandels- und Standortentwicklung zu erörtern.

Inhaltlich haben wir zwei aktuelle Schwerpunkte ausgewählt: Der erste Teil beschäftigt sich mit der Renaissance der Innenstadt. Im zweiten Teil befassen wir uns mit der Nah- und Quartiersversorgung im ländlichen Raum und in städtischen Gebieten. Die Frage der „richtigen“ Versorgung wird aus verschiedenen Blickwinkeln im Spannungsfeld von Wunsch, Wirklichkeit und Wirtschaftlichkeit beleuchtet.

Das Programm gibt es [hier](#).

18. und 19. Mai 2010, Zukunft Kommune 2010, Landesmesse Stuttgart

Marktneuheiten, intelligente Dienstleistungen, bewährte Produkte und Best Practice für den öffentlichen Sektor – die Zukunft Kommune ist ein einzigartiger Handelsplatz für all das. Hier finden kommunale Entscheidungsträger genau die Informationen und Hilfsmittel, die sie zum Stemmen ihrer Aufgaben benötigen. Die siebte Zukunft Kommune in der Landeshauptstadt Stuttgart findet eine ideale Ergänzung in der

public10, internationale Fachmesse für Stadtplanung und öffentliche Raumgestaltung. Beide Veranstaltungen zusammen bilden Deutschlands größtes Messe-Ereignis für kommunale Belange. Mehr Informationen gibt es [hier](#).

01. bis 02. Juni 2010, „Stadtmarketing: Ein Leistungsfähiges Instrument auch in Krisenzeiten?“, Deutsches Institut für Urbanistik in Kooperation mit dem bcsd e.V.

Wie sehr die Globalisierung, die weltweite Verflechtung der Wirtschafts- und Finanzmärkte Auswirkungen auf die Städte und Gemeinden hat, ist inzwischen jedem deutlich geworden. Der demografische Wandel, ökonomische Entwicklungsprozesse und neue technologische Trends, soziale Veränderungen, aber auch der Klimawandel sind die Herausforderungen, denen sich die Städte aktuell und in der Zukunft gegenübersehen. Stadtmarketing muss zeigen, ob es in Zeiten der Veränderung wichtiger Rahmenbedingungen ein leistungsfähiges Instrument der Stadtentwicklung bleiben kann.

06. bis 08. Juni 2010, „Spieglein, Spieglein..., wie geht es weiter in Stadt und Land?“, Studientag vom Urbanicom e.V., Braunschweig

Unter dem Leitthema "Spieglein, Spieglein..., wie geht es weiter in Stadt und Land? - Stadtentwicklung und Handel nach der Krise" beschäftigen wir uns im Rahmen der Tagung mit der Entwicklung von Handel, Stadtentwicklung und Politik nach der Zeit der Wirtschafts- und Finanzkrise. Was soll bleiben, was soll und was muss sich ändern? Welche neuen Trends werden das Handeln und Entscheiden von morgen in Architektur, Stadtentwicklung und Handel prägen? Welche Konsequenzen hat das für unsere Städte und ihre Menschen?

Das Programm ist [hier](#) abrufbar.

24. bis 26. Oktober 2010, bcsd-Herbsttagung in Magdeburg, „Stadtmarketing und die Wissensgesellschaft“

GEMA und bcsd

Mitglieder der bcsd erhalten über unsere mit der GEMA geschlossene Rahmenvereinbarung einen Rabatt in Höhe von 20 Prozent. Die Rahmenvereinbarung können Sie bei der bcsd-Geschäftsstelle anfordern office@bcsd.de. Sie sind kein Mitglied der bcsd? Sie möchten gerne einen Antrag auf Aufnahme in die bcsd stellen? Laden Sie sich den bcsd-Mitgliedschaft-Antrag herunter und faxen diesen ausgefüllt an 030 / 28 04 26 73.

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.