

Newsletter 10/2011

Themen

Seite 1

Ergebnisse der Umfrage „Methoden des Citymarketing“

Seite 2

Kulturmarken-Award 2011

Seite 3

Vorträge zur bcsd-Herbsttagung sind abrufbar

bcsd-Akademie:
„Veranstaltungssicherheit“

Seite 4

„Umsatz trotz Baustelle – Baustellen in Geschäftsstraßen erfolgreich managen“

Seite 5

EU-Beihilferecht

Seite 6

Bürgerstiftungs-Preis erstmals verliehen

Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region

Seite 7

Metastadt- Spaziergangs-wettbewerb

bcsd-Fördermitglieder

Seite 8

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

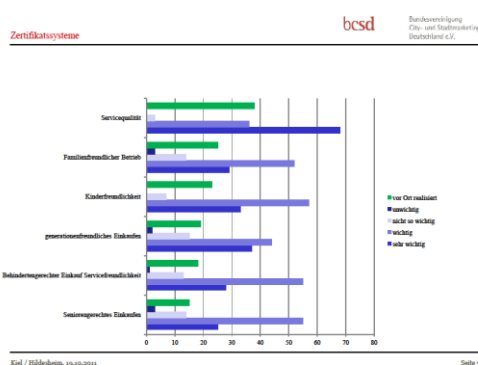
Seite 10

Terminkalender

Ergebnisse der Umfrage „Methoden des Citymarketings“ liegen vor

Trends im Citymarketing

Mit welchen Werkzeugen arbeiten die Mitglieder der bcsd im Citymarketing, für wie relevant halten sie diese Instrumente, und in welchem Maße werden sie eingesetzt? Das waren im Wesentlichen die Fragen, auf die über 100 Mitglieder antworteten.



Erwartungsgemäß zeigte sich, dass Eventmanagement und Aufgaben klassischer Werbung noch immer Dauerbrenner im operativen Stadtmarketing sind, dabei spielen verkaufsoffene Sonntage sowie Weihnachtsmärkte und klassische Stadtmärkte die größte Rolle. Zunehmende Bedeutung kommt zumindest in der erkannten Relevanz aber auch alternativen Handelsaktionen wie

Late-Night-Shoppings oder auch Stadtinstallationen zu. Im Bereich der Werbung geht an der klassischen Pressarbeit kein Weg vorbei, auch wenn Anzeigenkollektive immer noch beliebte Instrumente sind, Partner zur gemeinsamen Kommunikation zu bewegen. Im Trend liegen die Instrumente des Web 2.0, auch wenn viele selbstkritisch erkennen müssen, dass Sie die Entwicklung zwar sehen, ihr aber noch nicht gefolgt sind.

Auch wenn die Umfrage im Wesentlichen den Inhalt der „Toolbox“ beleuchtete, mit denen Stadtmarketingorganisationen arbeiten, also deutlich operativ ausgerichtet war, sind doch auch Rückschlüsse auf konzeptionelle Ansätze möglich: So sehen viele Einrichtungen nach wie vor in der Koordination und Bündelung der Akteure

eine wesentliche Aufgabe, neben den klassischen Instrumenten, die hier verbreitet sind, werden zunehmend aber auch koordinative Aufgaben im Quartiersmanagement, bei der Organisation von BIDs und ISG sowie bei der Moderation von Leitbildprozessen als relevant angesehen.

Die vollständigen Ergebnisse der Untersuchung sind in grafischer Form **hier** im Internet abrufbar.

Weitere Informationen zur Anzeige **hier**



Stadtmarketing mit Licht!

licht.wissen 16 mit 40 Seiten und dem ganzen Wissen der Lichtbranche.

Kostenloser Download auf www.licht.de/lichtwissen

Druck per Post für 9,00 Euro Schutzgebühr

Telefon: 069 6302-353
licht.de@zvei.org

licht.de

Kulturmarken-Award 2011: Die KulTourStadt Gotha GmbH ist Stadtmarke des Jahres!

Ausgezeichnet wurde die KulTourStadt Gotha GmbH für die beste integrative Strategie und den professionellen Markenaufbau mit Kultur als Markenkern. Die 2009 geschaffene KulTourStadt Gotha GmbH erhielt als städtische Tochter den Auftrag, Kompetenzprofil und Erscheinungsbild Gothas zu bündeln und dabei die Einstellungen und das Handeln aller Bewohner zugrunde zu legen. Das Ergebnis ist die neue Stadtmarke „Gotha adelt“, die als Claim genutzt wird und – mit den entsprechenden Inhalten untersetzt – in der eigenen Bevölkerung Identität stiftet, aber auch in der überregionalen Vermarktung als Alleinstellungsmerkmal erfolgreich punktet. Quick Response-Codes, die mit Smartphones abgerufen werden können,

helfen den Nutzern, zielgerichtet an die konkret gewünschten Informationen zu gelangen.

Wir gratulieren dem bcsd-Mitglied, der KulTourStadt Gotha GmbH und dem Geschäftsführer Mario Schiefelbein zur Auszeichnung „Stadtmarke des Jahres 2011“.

Vorträge zur bcsd-Herbsttagung in Kiel sind abrufbar!



Die bcsd-Herbsttagung in Kiel mit dem Thema „Stadt ohne Handel? Handel ohne Stadt? Neue Ansätze für die Innenstadt“ war ein voller Erfolg. Die Vorträge der Referenten sind ab sofort auf unserer Homepage unter Wissenswertes > ERFA-Archiv abrufbar. Über die Referenten und die Themen ihrer Vorträge gibt eine kurze Übersicht Auskunft.

Die Beiträge sind passwortgeschützt. Für Tagungsteilnehmer ist dieser Service kostenfrei. Konnten Sie nicht an der Tagung teilnehmen, sind aber Mitglied im bcsd e.V., erhalten Sie den Zugang zu den 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.de den Zugang zu den Texten der gewünschten Tagung an. In der Antwort erhalten Sie dann das Passwort und die Rechnung zum Vorgang. **Hier** geht's zum ERFA-Archiv.

bcsd-Akademie: „Veranstaltungssicherheit“

In dem dreitägigen bcsd-Seminar zum Thema „Veranstaltungssicherheit“ informierten die Referenten Anke Lohmann (Deutsche Event Akademie Hannover) und Thomas Severin (Geschäftsführer der Peine Marketing GmbH) die Teilnehmer in einer gelungenen Mischung aus Theorie und Praxis darüber, was beim Thema Sicherheit bei Veranstaltungen unbedingt beachtet werden muss.

Seminarinhalte waren unter anderem die Verantwortung und Haftung bei Veranstaltungen, das Erstellen einer Gefährdungsbeurteilung, Inhalte eines Sicherheitskonzeptes, Unterweisung und Mitwirken durch die Aufsicht führende Person, sowie die gesetzlichen Bestimmungen und Regeln der Technik zur Durchführung von Veranstaltungen. Anhand eines „Fehlerparcours“ konnten die Seminarteilnehmer in der Praxis üben, Gefährdungen zu erkennen und zu beurteilen sowie im Anschluss daran Schutzziele und die entsprechenden Schutzmaßnahmen zu erarbeiten.



Teilnehmer bei der Sichtung des „Gefahrenparcours“

Darüber hinaus gab es eine Vorführung verschiedener Typen von Pyrotechnik, um den Seminarteilnehmern die Risiken des Einsatzes von Feuerwerkskörpern und Co. bei Veranstaltungen zu demonstrieren.

Das Seminar war speziell auf Veranstaltungen im öffentlichen Raum ausgerichtet. Jeder Teilnehmer wurde zur „Aufsichtsführenden Person“ weitergebildet, die unter Leitung und Aufsicht einer Bühnenfachkraft die Durchführung der Arbeiten in Veranstaltungsstätten überwachen kann und in der Lage ist, für eine arbeitssichere Ausführung zu sorgen. Diese Qualifizierung wird von den Berufsgenossenschaften und den Unfallkassen anerkannt.

„Umsatz trotz Baustelle – Baustellen in Geschäftsstraßen erfolgreich managen“

Ein Leitfaden herausgegeben von der IHK Gießen-Friedberg

Viele Kunden trotz Baustelle? „Toll! Aber unmöglich!?“ Wie Baustellen gar nicht erst zum Umsatzkiller werden, lesen Sie im „Baustellen-Leitfaden“ der Industrie- und Handelskammer Gießen-Friedberg. Mit Unterstützung von Experten ist ein Fachbuch für Praktiker entstanden, das zeigt, wie durch intelligentes Baustellenmanagement Umsatzeinbußen deutlich reduziert werden können. Beispiele von konkreten Baumaßnahmen aus der Region zeigen darüber hinaus, wie das Konfliktpotential reduziert werden kann. Betroffene Unternehmen können mit Hilfe des Leitfadens die Baustelle gemeinsam mit den Planenden und Ausführenden optimal vorbereiten. Zusätzlich enthält das Buch Vorschläge, wie ein pfeffiges Baustellenmarketing die Baustelle für die Kunden attraktiv gestaltet. Geldwerte Tipps runden den Leitfaden ab. Das Produkt schafft Verständnis zwischen Wirtschaft und Kommune. Es fördert die Kommunikation aller Betroffenen während der Baumaßnahme und stärkt so die Zusammenarbeit unter den Beteiligten. Es erleichtert das Management von Baustellen, spart somit zusätzliche Werbekosten, bringt Kundenfrequenz und verhindert Umsatzeinbußen.

Weitere Informationen mit Textbeispielen und ein online-Bestellformular finden Sie **hier**.

Zu dieser Thematik hat auch die CIMA in Zusammenarbeit mit der IHK Baden-Württemberg einen Best-Practice Leitfaden Baustellenmarketing herausgegeben. Neben konkreten Beispielen aus Baden-Württemberg beinhaltet der Leitfaden eine Checkliste sowie eine Bildersammlung als Ideengeber für weitere Einzelmaßnahmen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

EU-Beihilferecht? Verlustausgleichszahlungen? Betrauungsakt? Handlungsbedarf!

Das Beihilfenverbot (Art 107 AEUV (ex-Art. 87 EGV) besagt, dass durch die Gewährung von bestimmten Beihilfen gleich welcher Art eine Begünstigung bestimmter Unternehmen insoweit als mit dem Binnenmarkt unvereinbar anzusehen sind, als dass solche Zahlungen der öffentlichen Hand zu einer Wettbewerbsverfälschung führen oder führen können.

Als solche Beihilfen sind auch Verlustausgleichszahlungen der Städte und Gemeinden an Gesellschaften in den Bereichen Stadtmarketing, Tourismus und Wirtschaftsförderung anzusehen, denn letztlich fällt zunächst nahezu „jeder wirtschaftliche Vorteil ohne angemessene Gegenleistung, den das Unternehmen unter marktüblichen Bedingungen nicht erhalten hätte“, in den Anwendungsbereich.

Eine Beihilfe liegt danach vor, soweit „aus staatlichen Mitteln“ „ein wirtschaftlicher Vorteil“ „an ein bestimmtes Unternehmen fließt“ und „dies Wirkung auf Wettbewerb und Handel hat“.

Solcherart anzusehende Beihilfen sind vor ihrer Gewährung bei der EU-Kommission zu notifizieren (anzumelden / zu genehmigen) nach Art. 108 AEUV (ex-Art. 88 EGV). Vor einer Entscheidung der Kommission besteht ein Durchführungsverbot, dessen Verletzung zu einer Nichtigkeit oder zur Rechtswidrigkeit der Zahlung selbst nach § 134 BGB (Verstoß gegen ein gesetzliches Verbot) führt. Mangels nachträglicher Genehmigungsfähigkeit für abgelaufene oder laufende Jahre handelt es sich mithin nicht um einen Fall der „Wo-kein-Kläger-da-kein-Richter-Politik“.

Die Konsequenzen fehlender „Betrachtung“ sind mannigfaltig: Sie reichen von Klagen von Wettbewerbern (etwa Reiseagenturen, Werbeagenturen, Fördermittelberatern etc.) vor den nationalen Gerichten über die persönliche Haftung von Geschäftsführern und Aufsichtsratsmitgliedern bis hin zur Anordnung der Rückforderung durch die EU-Kommission bis zu 10 Jahre nach Gewährung der jeweiligen Beihilfe.

Ohne Vornahme eines Betrauungsaktes nach EU-Beihilfenrecht sind Verlustausgleichszahlungen an Kommunalorganisationen nichtig bzw. rechtswidrig. Soweit noch nicht vorgenommen, besteht eine Handlungsaufforderung vor dem Jahreswechsel 2011/2012.

Den vollständigen Text mit weiteren Handlungsempfehlungen von Herrn RA. Schriefers mit Einzelheiten und Hinweisen für Geschäftsführer lesen Sie **hier**.

Die bcsd wird sich in Zusammenarbeit mit Herrn RA Schriefers u.a. dieser Spezialmaterie in einem halbtägigen Seminar mit Erfahrungsaustausch für Vereine und Stadtmarketing GmbH's unter dem Arbeitstitel „Organisationsrecht und Organisationsentwicklung“ annehmen. Weitere Informationen hierzu in den folgenden bcsd-Newsletter-Ausgaben.

Bürgerstiftungs-Preis Nationale Stadtentwicklungspolitik erstmals verliehen

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung hat gemeinsam mit den Partnern der Nationalen Stadtentwicklungspolitik in diesem Jahr erstmals den Bürgerstiftungs-Preis verliehen, um damit die Anerkennungskultur in unseren Städten und Gemeinden zu stärken. Über 70 Bürgerstiftungen aus Klein-, Mittel- und Großstädten des gesamten Bundesgebietes hatten ihre Beiträge eingereicht. 15 von ihnen (Achim, Bielefeld, Bönen, Breuberg, Dresden, Erfurt, Halle, Heilbronn, Lörrach, Ludwigshafen, Melsungen, Mindelheim, der Region Neumarkt, dem Spreewald und Wiesbaden) wurden auf dem 5. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik am 12. und 13. Oktober in Kassel ausgezeichnet. Sie dürfen sich über ein Preisgeld in Höhe von je 3.000 Euro freuen, das nun wieder in neue Projekte fließen kann.

Die ausgezeichneten Bürgerstiftungen verfolgen durchweg innovative Ansätze, die auch auf andere Städte und Gemeinden übertragbar und damit vorbildlich sind. Neben den Leitmotiven "Innovation" und "Übertragbarkeit" steht auch der Aspekt der "Kooperation", also die Zusammenarbeit mit Vereinen, Institutionen, Kirchen, Unternehmen oder auch Verbänden, im Mittelpunkt der Stiftungsarbeit. Weitere Informationen zu der Preisverleihung und den Preisträgern finden Sie **hier**.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region

Welche Möglichkeiten haben Städte und Stadtregionen, Elemente der Kultur- und Kreativwirtschaft in die Stadtentwicklungsplanung einzubeziehen? Dieser Frage widmet sich die vorliegende Veröffentlichung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR): Ist die kreative Stadtentwicklung eine Modeerscheinung oder ein zukunftsgerichtetes Handlungsfeld für eine Identität stiftende Planung; ein Werkzeug zur Herausarbeitung lokaler Besonderheiten? Fachübergreifend diskutieren Experten die Wechselwirkungen dieser Disziplinen. Die Broschüre widmet sich den rechtlichen und organisatorischen Grundlagen für eine Einbindung der Kultur- und Kreativwirtschaft in räumliche Planung und wirtschaftliche Standortentwicklung. Sie beleuchtet Chancen, Grenzen und Visionen der interdisziplinären Kooperation. Die Veröffentlichung richtet sich an alle, die an einer kreativen Zukunftsgestaltung unserer

Städte und Regionen arbeiten und sich für diese interessieren. Weitere Informationen zu dieser Publikation finden sie **hier**.

Metastadt - Spaziergangswettbewerb

Der Metastadt-Spaziergangswettbewerb 2011 steht unter dem Motto STADTERFAHRUNGEN. Die Teilnehmer sollen Erfahrungen mit und in der Stadt sammeln, persönliche Wege erschließen und den Spaziergang unter den eigenen Sohlen – getreu dem Motto „der Weg entsteht beim Gehen“ – finden. Die Eindrücke sollen in einen Zusammenhang gebracht, decodiert und etwas persönliches daraus abgeleitet werden, sei es eine Erinnerung, eine Bemerkung, ein Bild oder eine Erkenntnis. Was sagt die Stadt, welche Überraschungen hält sie für uns bereit, was wird sichtbar, das bislang verborgen war? Die Teilnehmer sollen Ihren Gedanken freien Lauf und andere an ihren Erfahrungen teilhaben lassen – durch Texte, aber beispielsweise auch durch Fotos und Wegeverlaufspläne.

Der Wettbewerb richtet sich an Privatpersonen die nicht-kommerziell und nicht-professionell Spazieren oder Flanieren. Jede/r die oder der Freude an Entdeckungen hat, die sich nur durch die Tätigkeit des aufmerksamen Spazierens erschließen lassen, ist herzlich eingeladen an dem Wettbewerb teilzunehmen. Weitere Informationen zur Teilnahme finden Sie **hier**.

Die bcsd – Fördermitglieder: anwaltsKONTOR Schriefers

Als Beratungskanzlei liegt der Schwerpunkt der anwaltlichen Tätigkeit unseres Fördermitglieds anwaltsKONTOR Schriefers im kommunalen Bereich und im allgemeinen Wirtschaftsrecht. Die Rechtsanwaltskanzlei steht insbesondere bei der Gründung und der Begleitung von Stadtmarketing-, PPP- und BID-Prozessen oder im Rahmen von kommunalen Ansiedlungs- und Wirtschaftsförderungsvorhaben den kommunalen und privaten Akteuren zur Seite. Die Mandanten werden in den einzelnen Phasen der Gründung, Durchführung oder Neuausrichtung ihrer Geschäftsfelder im Bereich des Public Private Partnerships und des Gesellschaftsrechts begleitet.

Das Angebot der Kanzlei reicht von der Informationsvermittlung durch eine Vortrags- oder Seminartätigkeit bis hin zur Erstellung der jeweils benötigten GmbH-, Vereins- oder Genossenschaftssatzungen und Verträge. Zusätzlich bietet die Kanzlei an, die jeweiligen rechtlichen Rahmenbedingungen eines Projektes in Ergänzung mit der für die inhaltliche Gestaltung verantwortlichen Projektleitung zu moderieren. Die Beratung erfolgt bundesweit und soweit gewünscht in Ergänzung oder unter Einbeziehung lokaler Berater und Institutionen. Falls dies erforderlich ist, kann für ein Projektvorhaben zudem auf ein Netzwerk von Steuerberatern und spezialisierten



Rechtsanwälten zurückgegriffen werden. Bcsd-Mitglieder erhalten ermäßigte Beratungssätze.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

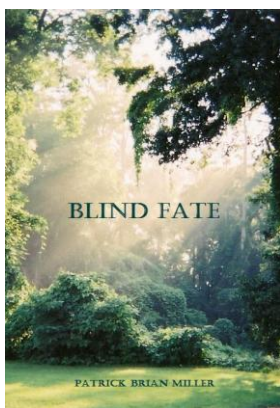
Die **Gießen Marketing GmbH** verfolgt ein ganzheitliches Stadtmarketing mit den Schwerpunkten Eventmarketing, Innenstadt- und Einzelhandelsentwicklung, Tourismusförderung sowie Wissenschaftskommunikation. Die GmbH wurde als Public-Private-Partnership 2008 gegründet, Gesellschafter sind die Stadt Gießen, der Verein Gießen Aktiv sowie die vier innerstädtischen BIDs in den Gießener Innenstadtquartieren Seltersweg, Katharinenviertel, Theaterpark und Marktquartier. Neben ihren operativen Feldern moderiert und unterstützt die Gießen Marketing GmbH den Stadtmarketingprozess durch strategische, konzeptionelle und koordinierende Aktivitäten. Weitere Informationen zu unserem neuen Mitglied 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-Erfahrungen 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**.

INTERAKTIVER ROMAN ALS REISEFÜHRER



Die in Alabama beheimatete Southeastern Literary Tourism Initiative unterstützt lokale Autoren darin, ihre Romane in elektronischer Form zu publizieren und sie mit Links zu den realen Orten des Romangeschehens zu versehen. Die Romane sollen als Reiseführer dienen, mit denen Touristen Sehenswürdigkeiten in Alabama auf eine besondere Weise entdecken können. Die ersten Romane "Blind Date" und "Dixie Noire" stammen von Patrick Brian Miller. Hier werden die Leser durch Links zu Museen oder Restaurants neugierig gemacht und so zu einem Besuch jener Orte animiert. Weiteres dazu erfahren Sie **hier**.

BÜRGER LEIHEN KOMMUNEN GELD

Das Start-up LeihDeinerStadtGeld hat eine Internetplattform aufgebaut, auf der Bürger Kommunen Geld für bestimmte Projekte leihen können. Hat bei vorherigen Projekten ähnlicher Art die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) noch das Fehlen einer Bank im Abwicklungsprozess moniert, so hat das Start-up dieses Problem beseitigt. Dabei sollen Kommunen von wesentlich niedrigeren Zinsen als bei Kommunalkrediten gewöhnlicher Banken profitieren, während Anlegern trotzdem marktübliche Zinsen für ihre gewährten Darlehen geboten werden sollen, so die Gründer. Lesen Sie **hier** mehr dazu.



EMISSIONSFREIER BUS FÜR NAHVERKEHRSNETZ



Die Fraunhofer-Gesellschaft präsentiert mit "AutoTram" eine umweltfreundliche Mischung aus Bus und Straßenbahn für den öffentlichen Nahverkehr der Zukunft. Der emissionsfreie Elektrozug auf Rädern folgt anstelle von Schienen automatisch weißen Linien auf der Straße. Die Energieversorgung erfolgt sowohl über Batterien als auch über Kondensatoren. Auf diese Weise kann das Gefährt bis zur nächsten Ladepause an einer Haltestelle eine Strecke von knapp zwei Kilometern zurücklegen und auch ausreichend schnell anfahren. Wer mehr über die „AutoTram“ erfahren möchte, findet **hier** weitere Informationen.

Terminkalender

3. bis 4. November 2011, Seminar „Indikatoren, Benchmarks, Städterankings – Zahlenspielererei als Grundlage informierter Stadtpolitik?“, Berlin

Das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) bietet vom 3. bis zum 4. November ein Seminar an, das über die Möglichkeiten und Grenzen einer indikatoren-gestützten vergleichenden Stadtpolitik informiert. Indikatoren-gestützte Formen des Monitoring, des Städtevergleichs oder des kommunalen Benchmarks haben in den letzten Jahren aus unterschiedlicher Perspektive an Bedeutung gewonnen und werden zunehmend genutzt, um politische Argumentationen zu stützen. Dabei ist eine Erweiterung von früher beherrschenden Themen wie Wirtschaftskraft und Innovationsfähigkeit etwa auf soziale Kohäsion oder Umweltfragen – also die Dimensionen nachhaltiger Entwicklung – zu beobachten. Zur Anmeldung und weiteren Informationen geht es **hier**.

4. November 2011, Fachtagung „Stadtregionale Kooperationen – Zukunftschance oder Identitätsverlust?“, Salzgitter

In den vergangenen Jahren hat die qualifizierte stadtregionale Zusammenarbeit stark an Bedeutung gewonnen. Die Schonung der kommunalen Haushalte und der Austausch von Know-how sind Potentiale, die regional effektiver ausgeschöpft werden können. Zu diesem Thema findet am 4. November 2011 eine Fachtagung statt, die von Studierenden des Studiengangs „Stadt- und Regionalmanagement“ der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften in Salzgitter organisiert wird. Ziel der Veranstaltung ist es, ein Diskussionsforum zu schaffen, um sich mit Experten aus Praxis, Verwaltung und Wissenschaft auszutauschen. Zum Tagungsprogramm und zur Anmeldung geht es **hier**.

9. bis 11. November 2011, Städte-Kongress „Die neue Stadt“, Dortmund

Die Stiftung „Lebendige Stadt“ veranstaltet vom 9. bis 11. November 2011 ihren diesjährigen europäischen Städtekongress mit dem Titel „Die neue Stadt“ im Dortmunder „U“. Themen sind „neue Nutzungen“, „neue Infrastruktur“ und „neue Beteiligungskultur?“. Diskutiert werden soll, wie Städte vom Strukturwandel andernorts lernen und welche Fehler sie vermeiden können, welche Infrastruktur für die neuen Herausforderungen – von IT bis E-Mobilität – geschaffen werden muss und wie die Städte auf den Wunsch nach mehr Bürgerbeteiligung reagieren können. Im Rahmen des Kongresses verleiht die Stiftung am 9. November zum elften Mal ihren Stiftungspreis – dieses Jahr zum Thema „Die unverwechselbare Stadt: Identität – Heimat – Marke“. Das gesamte Programm und eine Anmelde-möglichkeit sind **hier** zu finden.

10. bis 11. November 2011, Seminar „Die Geister, die ich rief: Stadtentwicklung als bürgerschaftliche Aufgabe“, Berlin

Bürgerbeteiligung und Partizipation sind Kernelemente eines modernen Politikverständnisses und Grundvoraussetzungen für eine nachhaltige Gestaltung von Lebenswelten. Auch Stadtentwicklung wird zunehmend zu einem Aufgabenfeld bürgerschaftlicher Beteiligung, die von den Kommunen gezielt gefördert wird. Von einer verstärkten Öffentlichkeitsbeteiligung verspricht man sich eine höhere Akzeptanz von Entscheidungen, ausgewogenere Lösungen und eine stärkere Identifikation der Bevölkerung mit ihrem Lebensumfeld. Werden diese Erwartungen eingelöst oder verursacht die Partizipation in der Stadtentwicklung gar neue Probleme? Dieser Fragestellung soll in einem Seminar des Deutschen Instituts für Urbanistik (Difu) anhand von Fallbeispielen nachgegangen werden. Zum Programm und zur Anmeldung geht es **hier**.

14. bis 15. November 2011, Seminar „Attraktionen inszenieren und vermarkten“, Berlin

Erlebniswelten, Freizeiteinrichtungen, Museen und Schlösser sind oft wichtige Anziehungspunkte für Touristen, speziell im ländlichen Raum. Doch die Kundenansprüche und der Wettbewerbsdruck steigen. Um sich aus der Masse abzuheben, bedarf es interessanter Angebote, innovativer Ideen und besonderem Service. Das Deutsche Seminar für Tourismus informiert und diskutiert mit Anbietern und Betreibern touristischer Attraktionen über Möglichkeiten, wie sie diese besser inszenieren und vermarkten können. Weitere Informationen und das Seminarprogramm finden Sie **hier**.

17. November 2011, Vortrags- und Diskussionsveranstaltung „Zukunft findet statt“, München

Der Förderverein BauKultur, die Wüstenrot Haus- und Städtebau GmbH, Taylor Wessing und die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH laden gemeinsam zu einer Vortrags- und Diskussionsveranstaltung zu aktuellen Fragen und Perspektiven der Stadt- und Standortentwicklung ein. Die sich permanent ändernden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen bieten Chancen aber auch Herausforderungen für die Kommunalentwicklung, die Privatwirtschaft, die öffentliche Hand und die Bürger. Weitere Informationen und eine Anmeldemöglichkeit finden Sie **hier**.

17. bis 18. November 2011, Forum deutscher Wirtschaftsförderer – „Wirtschaftsförderung 2011 – Renaissance der Bestandsentwicklung“, Berlin

Der 4. Jahreskongress Forum deutscher Wirtschaftsförderer findet am 17. und 18. November 2011 in Berlin statt. Das Kongress-Thema lautet: „Wirtschaftsförderung 2011 – Renaissance der Bestandsentwicklung“. Neben dem Hauptprogramm mit

verschiedenen Referenten/innen aus Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Wirtschaftsförderung werden wieder 12 Praxisbeispiele in den Workshops präsentiert. Weitere Details demnächst **hier**.

17. bis 18. November 2011, BID-Bundeskongress, Gießen

Die IHK Gießen Friedberg/DIHK lädt am 17. und 18. November 2011 zum 3. bundesweiten BID-Kongress nach Gießen ein. Das Modell der "Business Improvement Districts" stößt bundesweit auf großes Interesse. An zahlreichen Standorten versucht man, Hauseigentümer und Geschäftstreibende für eine BID-Gründung zu gewinnen, um mit eigenem Engagement und in enger Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand das Quartier aufwerten, attraktiv halten und seine Zukunft gestalten zu können. Auf dem Kongress soll eine erste Bilanz gezogen und über Erfahrungen mit verschiedenen BID-Projekten berichtet werden. Darüber hinaus bietet der Kongress Hintergrundwissen zu fachlichen und gesetzlichen Aspekten, internationale Perspektiven durch Vorträge von Gastrednern aus Kanada und Italien sowie Anregungen zu marketingstrategischen und organisatorischen Leitsätzen. Im Rahmenprogramm wird außerdem zum dritten Mal der „BID-Award 2011“ verliehen. Weitere Informationen sowie das Anmeldeformular finden Sie **hier**.

28. bis 29. November 2011, Politikkongress „Schöne neue Partizipation“, Berlin

Was haben Stuttgart 21, die Piratenpartei, der politische Umsturz in Ägypten, "GuttenPlag" und virale Kampagnen gegen Großkonzerne gemein? Sie alle sind Ausdruck der Forderung nach gelebter Partizipation. Die frühzeitige Identifizierung, gekonnte und zielgerichtete Mobilisierung und die geschickte Interaktion mit Interessengruppen ist sicherlich der strategische Kern einer erfolgreichen politischen Kommunikation. Deshalb steht der Politikkongress ganz im Zeichen dieser neuen Partizipationsbegeisterung. Es erwarten Sie eine Vielzahl spannender Themen und renommierter Referenten. Weitere Informationen zum Kongress finden Sie **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, 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.