

# Newsletter 3/2011

bcsd-Frühjahrstagung vom 22. bis 24. Mai 2011 in Koblenz

## „Stadt 21.

### Von der kooperativen Stadtentwicklung zum Stadtmarketing“

Ob U-Bahn-Bau oder Einkaufszentrum, ob Pflasterung der Fußgängerzone oder Verkehrsberuhigung, schon lange wurde in den Städten nicht mehr so um Projekte der Stadtentwicklung gerungen wie heute. Und nicht selten wird die mangelnde Kommunikation bei größeren Projekten zum Stolperstein in der Umsetzung.

Dabei liegt genau hier eine der Kernkompetenzen des Stadtmarketings. Stadtmarketing versteht sich immer auch als Beitrag zu kooperativer Stadtentwicklung. Das Management von Anspruchsgruppen war von Anfang an eine der Kernkompetenzen des Stadtmarketings. Und wenn sich aktuell die Anforderungen an eine strategische Stadtentwicklung ändern, bedeutet dies auch neue Herausforderungen für die Stadtmarketingorganisationen. Wie lassen sich kommunale Zukunftsfragen in unserer Mediendemokratie konstruktiv angehen? Wie sind langfristige Ziele der Stadt zu planen und umzusetzen? Und mit welchen Beteiligungsformen lassen sich Großprojekte glaubwürdig der Bürgerschaft vermitteln?

Diesen Fragen wollen wir uns auf unserer nächsten Frühjahrstagung stellen. Und zwar in Koblenz, einer Stadt, die 2011 Gastgeberin für die Bundesgartenschau ist und damit ein eigenes großes Stadtumbauprojekt eröffnen wird. Wir werden wie immer zahlreiche weitere Beispiele erleben, wie Planung, Entwicklung und Stadtmarketing neue Wege in der Kooperation gegangen sind und damit ihren Stadtentwicklungsprozess erfolgreich gestalten.

Das aktuelle Programm mit dem Anmeldeformular zur Tagung finden Sie **hier**.

Die Teilnahmegebühr beträgt:

- 340,- EUR zzgl. MWST für bcsd – Mitglieder
- 440,- EUR zzgl. MWST für bcsd – Fördermitglieder
- 540,- EUR zzgl. MWST für Nichtmitglieder

## Themen

### Seite 1

bcsd-Frühjahrstagung in Koblenz

### Seite 2

Stellungnahme zum „Weißbuch  
Innenstadt“

„Zurück in die Stadt?“ BBSR-Bericht  
Kompakt

Bürgerstiftungspreis der Nationalen  
Stadtentwicklungspolitik

### Seite 3

„Innenstadt – Barrierefrei?“  
Innenstadtwettbewerb Land  
Brandenburg

Kulturmarken-Award

### Seite 4

Die bcsd-Fördermitglieder

bcsd-Jobbörse

### Seite 5

Herzlich Willkommen! Die neuen  
bcsd-Mitglieder

„BID-News“

TrendOne gibt den Ausblick in die  
Zukunft

### Seite 7

Terminkalender



## Stellungnahme zum Entwurf „Weißbuch Innenstadt“ des BMVBS

Die Idee des Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung ein Weißbuch Innenstadt zu entwickeln, kommt der Arbeit und dem Bestreben der bcsd sehr entgegen, trifft sie doch die genuinen Fragestellungen des Stadtmarketings, denen sich der Bundesverband seit mehr als 15 Jahren stellt. Daher möchten wir uns ausdrücklich für die Möglichkeit zur Mitwirkung am Entwurf bedanken und sichern dem BMVBS unsere Unterstützung für die nächsten Schritte zur Verwirklichung des Vorhabens zu.

Kein anderes Fachressort der städtischen Verwaltungen, kein Politikressort hat die Herangehensweise an so komplexe Themen wie die Innenstadtentwicklung in den letzten Jahren so strategisch ausgebaut wie die Stadtmarketingorganisationen. Die Erfahrungen in Netzwerken und die Balance zwischen strategischer Arbeit und Projektmanagement, die ein erfolgreiches Stadtmarketing auszeichnet, scheinen uns hervorragende Voraussetzungen für Akteure zu sein, die sich in der Innenstadtentwicklung engagieren. Ein Bekenntnis der Nationalen Stadtentwicklungspolitik zu erfolgreichen Stadtmarketingprozessen vor Ort ist auch für die Orientierung der Städte hilfreich.

Wir fühlen uns bestärkt im Grundverständnis der europäischen Stadt und werben dafür, die Stadtmarketingorganisationen aktiv in die Entwicklung vor Ort einzubeziehen. Unsere Thesen und Hinweise zu den Inhalten des „Weißbuch Innenstadt“ können Sie in der vollständigen Stellungnahme der bcsd **hier** nachlesen.

## Zurück in die Stadt oder: Gibt es eine neue Attraktivität der Städte?

In den vergangenen zehn Jahren haben zahlreiche deutsche Großstädte einen Einwohnerzuwachs verzeichnet. Zugleich ist eine abnehmende, in einigen Fällen sogar gestoppte Suburbanisierung zu beobachten. Welche Faktoren beeinflussen das Bevölkerungswachstum? Was macht die Attraktivität der Städte aus? Diese und weitere Fragen stehen im Mittelpunkt des Forschungsprojekts „Zurück in die Stadt?“, dessen Zwischenergebnisse im zweiten Heft der Reihe BBSR-Berichte KOMPAKT 2011 vorgestellt werden.

**Hier** geht es zum Download des BBSR-Berichtes Kompakt 2/2011.

## Bürgerstiftungspreis der Nationalen Stadtentwicklungspolitik

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung vergibt gemeinsam mit den Ländern, dem Deutschen Städtetag, dem Deutschen Städte- und Gemeindebund sowie dem Bundesverband Deutscher Stiftungen den „Bürgerstiftungs-Preis 2011 der Nationalen Stadtentwicklungspolitik“. Mit dem Preis soll das Verständnis für das

Gemeinwesen, die Kooperation für die Stadtentwicklung und für den sozialen Zusammenhalt sowie die Anerkennungskultur in unseren Städten und Gemeinden gestärkt werden. Bürgerstiftungen sollen als bürgerschaftliches Instrument in der Stadtentwicklung noch besser bekannt gemacht und verankert werden. Ausgezeichnet werden Bürgerstiftungen, die in ihrer Kommune beispielhaft aktiv geworden sind: kooperativ und interdisziplinär, umsetzungsorientiert und innovativ und damit vorbildhaft im Sinne der Nationalen Stadtentwicklungspolitik. Die Beiträge sollen drei ausgewählten Handlungsfeldern der Nationalen Stadtentwicklungspolitik zuzuordnen sein: dem Bürgerschaftlichen Engagement – Bürger für ihre Stadt aktivieren, dem Sozialen Zusammenhalt – Chancen schaffen und Zusammenhalt bewahren und der Baukultur – Städte besser gestalten. **Hier** finden Sie weitere Informationen und das Bewerbungsformular.

### **Innenstadtettbewerb Land Brandenburg: „Innenstadt – Barrierefrei?“**

Unter dem Motto „Innenstadt! - Barrierefrei?“ lobt das Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft den 4. Innenstadtettbewerb im Land Brandenburg aus. Gesucht sind beispielgebende und kreative Maßnahmen zur Umsetzung barrierefreier Innenstädte. Unter barrierefrei im Sinne des Wettbewerbs ist die uneingeschränkte Beweglichkeit aller Menschen in der Innenstadt und die mögliche Wahrnehmung aller Angebote der Innenstadt zu verstehen. Öffentliche Räume und Angebote der Innenstadt sollen für ALLE erreichbar, verständlich und sinnfällig sein. Um barrierefreie Innenstädte zu erhalten, müssen folgende unterschiedliche Handlungsfelder betrachtet werden: der Verkehr und die Mobilität, der gebaute Raum, der Handel und die Dienstleistungen, der Tourismus und die Naherholung, die Kommunikation und Information, die sozialen und mentalen Barrieren sowie die Formen der Konzeption und Beteiligung. Die Beiträge können sich auf die gesamte Innenstadt, auf Teilbereiche der Innenstadt bzw. auf integrierte Standorte beziehen. Wichtig ist die Einbettung der Maßnahmen in eine Gesamtstrategie. Die Teilnahme ist für alle Akteure offen, die sich mit der Entwicklung von Innenstädten beschäftigen. Den informativen Wettbewerbsflyer finden Sie **hier**.

### **Ausschreibung des Kulturmarken-Award 2011**

Am 04. April 2011 startet die Ausschreibung des Kulturmarketing-Wettbewerbes in den Kategorien Kulturmarke, Trendmarke, Kulturmanager, Stadtmarke und Kulturinvestor des Jahres. In der neuen Kategorie „Förderkreis des Jahres“ können sich erstmalig Förder- und Freundeskreise von Kultureinrichtungen bewerben, die sich durch die engagierte, innovative und nachhaltige Förderung „ihrer“ Einrichtungen auszeichnen. Ausgeschrieben wird der Wettbewerb von der Agentur Causales und

zeichnet damit besonders innovative Marketingkommunikation, professionelles Markenmanagement, erfolgreiches Kulturmanagement und herausragende Kulturinvestments aus. Weitere Informationen zum Wettbewerb finden Sie **hier**.

### Die bcsd – Fördermitglieder: GRUPPE DREI GmbH Standortmarketing

Heute stellt Standortmarketing weltweit die Herausforderung im Wettbewerb der Städte, Gemeinden, Landkreise dar. Wo gehen Menschen hin? Wo fühlen sie sich wohl? Wo sehen sie die Zukunftsperspektive, eine Familie zu gründen und Kinder aufzuziehen? Im Grunde sind es genau die gleichen Abwägungen wie vor 5.000 Jahren. Verändert hat sich allerdings die Geschwindigkeit, mit der der moderne Mensch seine Ziele erreichen kann.

**GRUPPE DREI® STANDORTMARKETING** steht für starke Markenbildung von Standorten. Sie ermitteln sowohl das rationale Potenzial, vor allem aber kümmern sie sich um das emotionale Potenzial von Standorten: Wie unternehmerfreundlich ist der Standort wirklich? Welche ökologischen Aspekte sind tatsächlich vorhanden? Welche Vorteile haben junge Familien? Die wichtigsten Fachkompetenzen bei GRUPPE DREI® sind umfassende Analysen und Befragungen, STANDORT-MONITOR, detaillierte Checks (city-check, store-check), Marketingpläne, Eventpläne, Organisationsmanagement und sämtliche Kommunikationsmittel. Lesen Sie **hier** weiteres zu unserem Fördermitglied.

### bcsd- Jobbörse

Der **Ulmer City Marketing e.V.** hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Kräfte Ulms aus den Bereichen Handel, Dienstleistungen, Gewerbe, Stadt, Grundeigentum und der Gesellschaft durch ein aktives Netzwerkmanagement zu bündeln. Der Verein sucht zum 20. April 2011 eine(n) neue(n) Citymanager/in. Detaillierte Informationen zur Stellenausschreibung finden Sie **hier**.



### Die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH

ist die Gesellschaft zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung des Standortes Sindelfingen.

Unter unserem Dach bündeln sie die Kompetenzen aus den Bereichen Wirtschaftsförderung, City-Marketing und Tourismus. Zur Förderung der Innenstadtentwicklung und zur Betreuung des Vereins



City-Marketing Sindelfingen e.V. wird ab dem 23. Mai 2011 befristet bis zum 30. September 2012 zur Elternzeitvertretung einen/eine City-Manager/ City-Managerin gesucht. Lesen Sie **hier** weiteres zur Stellenausschreibung.

### Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Die **PAX location rating GmbH** ist ein junges Unternehmen das angetreten ist, um die Bewertung von Einzelhandelsstandorten auf eine solide Grundlage zu stellen. PAX misst Passantenfrequenzen in Einkaufsstraßen, Fußgängerzonen und Innenstädten. Die PAX-Technologie liefert dabei hochgenaue Daten, mit deren Hilfe sich die potenzielle Kaufkraft eines Einzelhandelsstandorts exakt abbilden lässt. Durch den Einsatz moderner Mess- und Datentechnologien bietet PAX eine Vielzahl von Auswertungen an, die für ganz unterschiedliche Anwendungen genutzt werden können: Standortbewertung, Performance-Controlling, Stadtplanung, POS-Marketing, Personaleinsatzplanung, Events/Sicherheit. Besonders interessant ist PAX für das Stadtmarketing, denn durch PAX kann die Attraktivität einer Innenstadt beurteilt werden und nachhaltig festgestellt werden, welche Wirkung Stadtmarketingaktivitäten auf die Passantenfrequenzen haben. Erstmals können Passantenfrequenzen nicht nur jährlich, sondern auch monatlich, wöchentlich, täglich oder sogar stündlich ausgewertet werden. Lesen Sie **hier** mehr zu unserem neuen Fördermitglied.

### Neuigkeiten aus den Business Improvement Districts

Über Neuigkeiten aus den Business Improvement Districts informiert der DIHK mit seinen "BID-News". Die neueste Ausgabe der BID News vom DIHK ist erschienen. In der aktuellen Ausgabe wird wieder über den Stand der Umsetzung und Planung von BID Projekten in Deutschland berichtet. Die jüngsten Ausgaben der "BID-News" stehen **hier** im PDF-Format zum Download bereit.

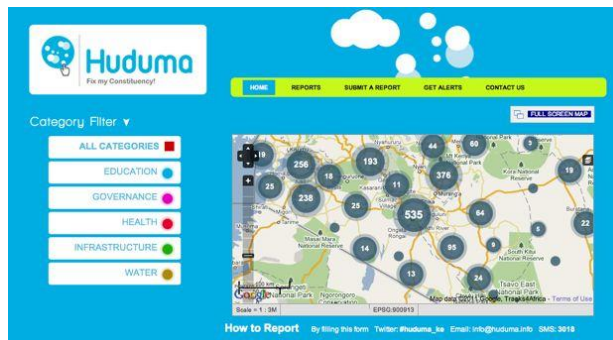
### Der Trend der Zukunft

*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**.

## MOBILER KANAL FÜR DIREKTES BÜRGERFEEDBACK

Im Rahmen der UN Millenniumskampagne wurde mit der Huduma Initiative ein mobiler Kommunikationskanal eingerichtet, der Bürgern die Möglichkeit gibt, politische Repräsentanten von unzureichenden Hilfsleistungen zu unterrichten. Abgeordnete in Kenia werden so unmittelbar per SMS informiert, falls Schulen oder Arztpraxen geschlossen bleiben, und sind so unmittelbar handlungsfähig. Lange bürokratische Prozesse können durch das direkte Feedback der Bürger vermieden werden und vorhandene Ressourcen können dort effizient eingesetzt werden, wo sie gebraucht werden. Mehr dazu [hier](#).



## EINE NACHT MIT DEM WAHRZEICHEN SINGAPURS



Der japanische Künstler Tatzu Nishi hat anlässlich der „Singapore Biennale“ eine temporäre Luxussuite rund um ein Wahrzeichen der Stadt installiert. „The Merlion Hotel“ wurde um die gleichnamige Statue, die einen großen Löwen darstellt, errichtet. Es ist eine rote Box mit Doppelbett, Badezimmer und Butler. Allerdings ist die Statue nicht komplett verschwunden, denn

durch ein Fenster ist der Löwenkopf sichtbar. Um einen Blick auf das Innere des Hotels werfen zu können, ist es tagsüber für Besucher geöffnet, nachts wird es vermietet. Zusätzlich gab es ein Gewinnspiel, bei dem eine Nacht in diesem besonderen Hotel verlost wurde. Weiteres dazu [hier](#).

## KÜNSTLERISCHE STROMKÄSTEN

Die schwedische Werbeagentur Garbergs hat für den Energiekonzern Fortum den Wettbewerb "Art on electrical boxes" entwickelt, in dem Nutzer über Stromkästen ihre Kunstwerke veröffentlichen. Da die jährlichen Kosten durch Graffiti-Vandalismus hoch ausfallen,



fordert das Unternehmen Künstler auf, die Kästen zu verschönern, indem sie Motive auf der Internetseite der Agentur hochladen. Dreißig Kunstwerke wurden über das soziale Netzwerk ermittelt. Fortum veröffentlicht in einer Zeitung und im Internet einen Führer für die städtische Kunst-Tour, der Kunstinteressierte durch Stockholm begleitet.

## Terminkalender

**01. April 2011, „Einkaufsstadt Leipzig – Tradition und Moderne“**, Leipzig  
urbanicom e. V. lädt gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer zu Leipzig und der Universität Leipzig in die Messestadt ein, um wichtige Themen der Einzelhandelsentwicklung zu diskutieren. Im Focus stehen neben der Einzelhandelsentwicklung der Gastgeberstadt ebenso die bundesweit relevanten Themen und Diskussionsprozesse zu Warenhäusern und Shopping Centern. Mit dem Begleitprogramm wird dabei der Bogen zwischen Tradition (Passagenrundgang) und Moderne (BMW Werkführung) gespannt. **Hier** geht es zum Programm.

**04. April 2011, 38. Jahrestagung der Werbegemeinschaften und Stadtmarketingorganisationen**, Ansbach. Zur Anmeldung geht es **hier**.

**12. April 2011, „Erfolgreiches Stadtmarketing und Tourismusentwicklung“**, Hannover

In dem Seminar des Bundesverbandes für Wohnen und Stadtentwicklung e.V. werden zahlreiche Ansätze vorgestellt, wie Sie Ihre Stadt besser positionieren, ein individuelles und überzeugendes Profil entwickeln und Ihre Stadt dann erfolgreich vermarkten und bewerben können. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

**12. bis 13. April 2011, 3. Internationale Fachmesse für Stadtplanung und öffentliche Raumgestaltung, Düsseldorf**

Die Zukunft Kommune bildet als Dachmarke die Plattform für fachlich zugespitzte und inhaltlich vertiefende Fachmessen für den Public Sector. Das thematisch gestaffelte und inhaltlich aufeinander abgestimmte Messekonzept beantwortet nicht nur die Nachfrage der Kommunen nach vertiefenden Fachinformationen und themenspezifischen Produkt- und Dienstleistungsangeboten durch spezialisierte Aussteller, sondern ermöglicht es zudem, die zuständigen Fachabteilungen, Ämter und verantwortlichen Personen gezielt anzusprechen und zu mobilisieren. Weiteres **hier**.

**2. Mai 2011, Kongress „Belebung der Innenstädte: Quartierserneuerung durch private Initiativen“, Hannover**

Das Niedersächsische Ministerium für Soziales, Frauen, Familie, Gesundheit und Integration lädt zum Kongress „Belebung der Innenstädte: Quartierserneuerung durch private Initiativen“ ein. In den Podien „Handels- und Dienstleistungszentren“, „öffentlicher und privater Raum“ sowie „kooperative Stadtentwicklung“ werden Leitgedanken und Ergebnisse der Modellförderung in der Diskussion mit kommunalen und privaten Akteuren der QiN-Projekte vorgestellt. Weitere Informationen und die Anmeldung finden Sie **hier**.

**9. bis 10. Mai 2011, Tagung „Städtebau und Handel“, Berlin**

Angeht die tatsächlichen wie rechtlichen Ausgangsbedingungen gestalten sich die planerische Förderung integrierter Handelsstandorte sowie die Beeinflussung nicht integrierter Standorte immer schwieriger. Im Spannungsfeld dieser unterschiedlichen und zum Teil gegensätzlichen Entwicklungen greift die Tagung aktuelle Fragestellungen an den Schnittstellen zwischen Handel, Stadtentwicklung und Rechtsprechung auf, die anhand von Beispielen aus Sicht der beteiligten Akteure erörtert und diskutiert werden. Weitere Informationen zur Tagung finden Sie **hier**.

**18. bis 20. Mai 2011, Tagung „Potenziale und Grenzen der Innenstadtentwicklung“, Berlin**

Die große Bedeutung der Innenstädte spiegelt sich in der öffentlichen Diskussion, den Fördermaßnahmen des Bundes und der Gesetzgebung wieder. Anhand verschiedener Beispiele soll der praktische Umgang mit dem Thema vorgestellt werden. Dazu wird einerseits präsentiert, wie angesichts veränderter Rahmenbedingungen die Praxis reagieren kann und andererseits, wie mit Hilfe staatlicher Unterstützung durch Förderprogramme und Initiativen zur Innenstadtentwicklung Maßnahmen umgesetzt werden können und welche Anforderungen hierbei gestellt werden. Weiteres dazu **hier**.



**22. bis 24. Mai 2011, bcsd-Frühjahrstagung, Stadt 21 – Von der kooperativen Stadtentwicklung zum Stadtmarketing, Koblenz**

Stadtmarketing versteht sich auch als Beitrag zu kooperativer Stadtentwicklung. Das Management von Anspruchsgruppen war von Anfang an eine der Kernkompetenzen des Stadtmarketings. Und wenn sich aktuell die Anforderungen an eine strategische Stadtentwicklung ändern, bedeutet dies auch neue Herausforderungen für die Stadtmarketingorganisationen. Wie lassen sich kommunale Zukunftsfragen in unserer Mediendemokratie konstruktiv angehen? Wie sind langfristige Ziele der Stadt zu planen und umzusetzen? Und mit welchen Beteiligungsformen lassen sich Großprojekte glaubwürdig der Bürgerschaft vermitteln? Diesen Fragen wollen wir uns auf unserer nächsten Frühjahrstagung stellen. Weiteres zur Tagung auf Seite 1 und **hier** finden Sie das Programm und die Anmeldung.

**25. Mai 2011, 5. Hessischer Stadtmarketingtag, „Bewährtes pflegen oder neue Wege gehen?“, Hanau**

Die Arbeitsgemeinschaft der hessischen Industrie- und Handelskammern, der Landesverband des Hessischen Einzelhandels e.V., die Stadt Hanau und die Hanau Marketing GmbH veranstalten gemeinsam mit der Hessen-Agentur diese landesweite Fachtagung. In diesem Jahr ist das Thema der Tagung "Bewährtes pflegen oder neue Wege gehen". Hierbei werden sowohl die Nachhaltigkeit von Stadtmarketing als auch deren Grenzen betrachtet. Förderprogramme des Landes werden in best practice Beispielen vorgestellt und diskutiert. Zentrale Themen der Fachtagung, sind die Nutzung der neuen Kommunikationsmedien -und möglichkeiten und deren Chancen für Stadtmarketing. **Hier** lesen Sie mehr.

**29. bis 31. Mai 2011, 34. Studientagung urbanicom: „Die Städte, die Bürger und ihre Lenker - Neue Nachhaltigkeit und Demokratie in der Stadtentwicklung“, Wiesbaden**

Nicht erst seit der Diskussion um Stuttgart 21 stehen nur große Infrastrukturprojekte, sondern auch die Beteiligung der Bürger bei Entscheidungen zur Stadtentwicklung im Scheinwerferlicht, im Spagat zwischen Schlichter und Richter. Urbanicom möchte auf seiner 34. Studientagung als Bühne und Plattform eines Netzwerkes Beispiele und Ansätze vorstellen und diskutieren, wie Bürger ihre Rolle finden, um sich aktiv und mit Macht in städtische Themen einschalten zu können. Lesen Sie **hier** Weiteres zur Veranstaltung.

**8. Juni 2011, Vorankündigung: Abschlusskongress „Weißbuch Innenstadt“, Berlin**

Am 8. Juni 2011 findet im Auditorium Friedrichstrasse – Quartier 110 der Abschlusskongress Weißbuch Innenstadt statt. Weitere Informationen zum Programm sind demnächst auf der Internetseite [www.bmvbs.de](http://www.bmvbs.de) abrufbar.

**20. bis 21. Juni 2011, „Kommunale Wirtschaftsförderung: Bestandsicherung und –entwicklung“, Berlin**

Die Betreuung und Unterstützung der örtlichen Unternehmen gehört zu den klassischen Handlungsfeldern der kommunalen Wirtschaftsförderung. Im Unterschied zu Aktivitäten des Standortmarketings oder der Unternehmensakquisition erfolgt sie oftmals im Hintergrund und – abgesehen von krisenhaften Zuspitzungen, wie drohenden Standortschließungen – meist außerhalb der politischen Wahrnehmung. In diesem Seminar des Deutschen Instituts für Urbanistik sollen unter anderem die folgenden Fragen diskutiert werden: Welche Anforderungen und Instrumente stehen für eine effektive Bestandspflege zur Verfügung? Wie lässt sich die Betreuung der örtlichen Unternehmen erfolgreich organisieren? Weiteres zum Seminar **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.