

# Newsletter 4/2011

## Beitrag der bcsd im Kulturmanagement Magazin

Die Aprilausgabe des Kulturmanagement Magazins widmet sich dem Thema Stadt- und Regionalmarketing. Der Kultur und damit den Kulturmanagern kommt bei dieser reizvollen Aufgabe eine Schlüsselrolle zu. Kaum eine Stadt oder Region kommt inzwischen ohne ein Marketingkonzept aus. Im Wettbewerb um den Zuzug von Menschen, die Ansiedlung von Unternehmen und nicht zuletzt um Touristen ist es unverzichtbar geworden, für den Ort und ein ganzes Gebiet zu werben, das eigene Markenimage zu pflegen und die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit daraufhin abzustimmen. Viele Kulturmanager haben daher ihren Beruf und ihre Berufung im Bereich Stadt- und Regionalmarketing gefunden. Mit dem Artikel „Zum Verhältnis von Stadtmarketing und Kultur“ hat die bcsd einen Beitrag zur aktuellen Ausgabe beigesteuert. Die vollständige Ausgabe des Kulturmanagement Magazins können Sie **hier** lesen.

## Buchtipp: Wissensbasierte Stadtentwicklung

Wie können Bildung und Wissenschaft am Standort für die regionale Entwicklung genutzt werden? Welchen Beitrag können die Kommune, Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Unternehmen und Stiftungen, Vereine, Schulen und Kultureinrichtungen leisten, um die Stadt zu einem lebendigen und attraktiven Wissenschaftsstandort zu machen? Diesen Fragen geht eine Publikation des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft nach und erteilt 16 deutschen Städten das Wort. Die Städte skizzieren, wie sie sich als Wissenschaftsstädte zu positionieren versuchen und welche Wege sie gehen, um Bildung und Wissenschaft in den Fokus ihrer Stadt und der Partner in Wirtschaft und Wissenschaft zu rücken. Auch Vertreter aus ansässigen Unternehmen und den Medien kommen zu Wort und beschreiben ihren Beitrag zu der Entwicklung. Die bcsd hat ebenfalls durch einen Beitrag des Bundesvorstandes vertreten durch Frau Bernadette Spinnen an dieser Publikation mitgewirkt. **Hier** können Sie die Publikation kostenlos bestellen oder herunterladen.



## Themen

### Seite 1

Beitrag im Kulturmanagement Magazin

Buchtipp: Wissensbasierte Stadtentwicklung

### Seite 2

Umsatzbesteuerung auf Zuwendungen aus öffentlichen Kassen – kein Ende in Sicht?

### Seite 3

bcsd-Frühjahrstagung in Koblenz

bcsd-Fördermitglieder

### Seite 4

„Ab in die Mitte! Die City-Offensive“

### Seite 5

Seminarreihe „Know-how Toolbox Stadtmarketing“

Projektaufruf: Modellvorhaben zum ExWoSt-Forschungsfeld KIQ

Herzlich Willkommen! Die neuen bcsd-Mitglieder

### Seite 6

bcsd-Jobbörse

### Seite 7

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

### Seite 9

Terminkalender

## Umsatzbesteuerung auf Zuwendungen aus öffentlichen Kassen – kein Ende in Sicht?

### 1. Sach- und Rechtslage

Mit Newsletter Juli / August 2009 hat der Verband über ein maßgebliches Urteil des Bundesfinanzhofes (BFH) zur Umsatzbesteuerung öffentlicher Zuschüsse berichtet. Knapp 2 Jahre nach der Veröffentlichung dieses Urteils (Az: V R 38/06 vom 18.12.2009) im Bundessteuerblatt, dem Erlass weiterer ähnlicher Urteile (vgl. z. B. nur Beschluss des BFH vom 14.08.2008 – XIB 44/08 und 19.11.2009 V R 29/08) und wesentlicher Änderungen des Umsatzsteuererlasses zum 01.11.2010 (der die bisherigen Umsatzsteuerrichtlinien ablöste), ist bundesweit festzustellen, dass sich die Praxis der Finanzverwaltungen bei Betriebsprüfungen erheblich zu Lasten der kommunalen Gesellschaften insbesondere in den Bereichen Stadtmarketing, Tourismus und Wirtschaftsförderung verändert. Noch ist zwar keine einheitliche Praxis der Gerichte bzw. der Oberfinanzdirektionen und ihnen folgend der lokalen Finanzämter feststellbar. Dennoch steigt zunehmend das Risiko für Stadtmarketingorganisationen – gleichgültig, ob als GmbH oder als Verein organisiert – für noch nicht bestandskräftige Jahre der Vergangenheit eine Nachbesteuerung der von den Städten erhaltenen Verlustausgleichszahlungen und sonstigen Unterstützungsbeiträgen vornehmen zu müssen.

Die mit der Spezialmaterie verbundenen Fragestellungen sind zumeist für die Geschäftsführer von Stadtmarketingorganisationen und deren steuerliche Berater im Grundsatz nicht neu. Zur erleichterten Bewertung des eigenen Falls sind mitunter die Kenntnisse der bundesweiten noch sehr divergenten Sicht- und Vorgehensweisen der Finanzbehörden hilfreich.

RA Schriefers bietet als Rechtsbeistand des bcsd e.V. daher die Durchführung eines jeweils halbtägigen Spezialseminars mit Erfahrungsaustausch für Vereine und Stadtmarketing-GmbHs an. (Unverbindliche) Interessensbekundungen über eine Teilnahme werden zum Zwecke der weiteren Planung und Organisation bis zum Ende der Frühjahrstagung in Koblenz an die Geschäftsstelle oder unter [stadtmarketing@anwaltskontor-schriefers.de](mailto:stadtmarketing@anwaltskontor-schriefers.de) bis zum 27.05.2011 erbeten.

Den vollständigen Artikel mit folgenden weiteren Abschnitten können sind **hier** lesen.

2. Allheilmittel „verbindliche Auskunft“?
3. Förderzahlungen der Städte als steuerneutrale „allgemeinpolitische Tätigkeit“?
4. Aktueller Hinweis für Geschäftsführer:
5. Sonderankündigung

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

### „Stadt 21.

#### **Von der kooperativen Stadtentwicklung zum Stadtmarketing“**

Stadtmarketing versteht sich immer auch als Beitrag zu kooperativer Stadtentwicklung. Das Management von Anspruchsgruppen war von Anfang an eine der Kernkompetenzen des Stadtmarketings. 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 seit dem 15. April 2011 Gastgeberin für die Bundesgartenschau ist und damit ein eigenes großes Stadtumbauprojekt umsetzt. 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.

Und das Beste zum Schluss: Noch stehen einige wenige „Restplätze“ für unsere Frühjahrstagung zur Verfügung. Das Programm und das Anmeldeformular finden Sie **hier**.

### Die bcsd – Fördermitglieder:

#### **GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Beratung und Umsetzung: diese Kombination beschreibt die Grundintension der GMA in der Wirtschafts- und Kommunalentwicklung. Mit Büros in Ludwigsburg, Hamburg, Dresden, Köln, München und Salzburg verfügt die GMA über ein dichtes Netzwerk und intensive Regionalkenntnisse – unabdingbar für die nachhaltige Unterstützung von Marketing-, Management- und Wirtschaftsförderungsprozessen auf kommunaler Ebene. Mit einem interdisziplinären Team bearbeitet die GMA seit drei Jahrzehnten aktuelle Fragen der Stadt- und Standortentwicklung. Die Identifikation von standortspezifischen Stärken und Entwicklungsperspektiven in Verbindung mit umsetzungsorientierten Entscheidungs- und Managementprozessen steht im Fokus. Zu den Tätigkeitsbereichen gehören u. a. Stadt- und Citymarketing, integrierte Stadtentwicklung, Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte, Wirtschaftsförderung, Gewerbeflächenentwicklung, Immobilienentwicklung und –bewertung, Standortanalysen, Kunden- und Verbraucherbefragungen. Ein aktueller Schwerpunkt: Die Renaissance der Innenstadt – Chancen und Voraussetzungen.

Über aktuelle Bürgerentscheide in Baden-Württemberg berichtet der Infodienst der GMA in seiner März Ausgabe. Die GMA hat aktuell u. a. in den Gemeinden

Baltmannsweiler (Landkreis Esslingen) und Dettenhausen (Landkreis Tübingen) Konzepte zur nachhaltigen Sicherung der Nahversorgung erarbeitet, über deren mögliche Realisierung letztlich per Bürgerentscheid befunden wurde. In beiden Prozessen wurden drei Dinge deutlich: Erstens: Das Thema Nahversorgung geht alle etwas an. Zweitens: Die Bürger wollen umfassend über die Chancen und Risiken von Neuplanungen informiert werden. Und Drittens: Die Bürger wollen am Entscheidungsprozess beteiligt werden und diesen auch aktiv mitgestalten. Nachlesen können Sie den Artikel **hier**. Weitere Informationen zur GMA und zum kostenlosen GMA-InfoDienst, erhalten Sie **hier**.

### „Ab in die Mitte! Die City-Offensive“

Anlässlich des fünften Durchgangs von „Mittendrin Berlin! Die Zentren-Initiative“ fand die Veranstaltung „Zentren. Handel. Netzwerke“ statt. In Fachverträgen und einer Podiumsdiskussion wurden aktuelle und zukünftige Möglichkeiten der Zentrenentwicklung und die Rolle der beteiligten Akteure diskutiert. Außerdem wurden die Preisträger des Wettbewerbs 2010/11 ausgezeichnet. Weiteres dazu **hier**.

Auch in Hessen stehen die Preisträger im Wettbewerb „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ fest. In diesem Jahr haben 17 Kommunen und 10 private Initiativen die Chance genutzt und Projektideen eingereicht. Wer gewonnen hat und Weiteres lesen Sie **hier**.

„Kreatives Stadt(Er)Leben“ – unter diesem Motto steht 2011 der „Ab in die Mitte!“-Wettbewerb in Sachsen. Anfang März hat Sachsens Innenminister Markus Ulbig in Stollberg/Erzgebirge den Startschuss für die City-Offensive Sachsen 2011 gegeben. Bereits seit sieben Jahren gibt es den Wettbewerb. Bis zum 31. August läuft die Bewerbungsphase. Die Unterlagen zur Teilnahme am Wettbewerb sind **hier** abrufbar.

Im Handelshaus in Hannover treffen sich am 12. Mai die beteiligten Städte und Kommunen des „Ab in die Mitte!“-Wettbewerbs Niedersachsen 2011. Anlass ist das diesjährige Städtetreffen, das den offiziellen Startpunkt des laufenden Wettbewerbsjahres markiert. Im Rahmen von zwei parallel stattfindenden Workshops werden die Projektleiter Fragen zu den geplanten Aktionen in ihren Innenstädten und Ortszentren beantworten und ihre Projektideen und -konzepte vorstellen. Weiteres dazu **hier**.

Elf Städte in Nordrhein-Westfalen laden in diesem Jahr ein zur City-Offensive „Ab in die Mitte“. Der Wettbewerb steht 2011 unter dem Motto „INNENhandeln-STADTverwandeln“. Neben den elf „Ab in die Mitte!“-Preisträgern werden vier weitere

Wettbewerbsbeiträge im Rahmen der bereits bestehenden integrierten Handlungskonzepte Fördermittel erhalten. Lesen Sie **hier** mehr.

### **CIMA Seminarreihe „Know-how Toolbox Stadtmarketing“**

Nach dem erfolgreichen Verlauf der vierteiligen Seminarreihe „Know-how Toolbox Stadtmarketing“, die von der Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel gefördert und vom HBE unterstützt wird, gibt es eine zweite Auflage. Ehrenamtlich Verantwortliche in Werbegemeinschaften und Stadtmarketingorganisationen aus Bayern, die bisher noch nicht dabei sind, haben die Chance sich ab sofort für die zweite Auflage der Seminarreihe 2011/2012 zu bewerben. Die insgesamt vierteilige Seminarreihe startet mit zwei Terminen im Juni/Juli 2011 in Bayern Nord (HBE-Bezirke Oberfranken, Unterfranken und Mittelfranken) und Bayern Süd (HBE Bezirke Oberbayern, Oberpfalz/Niederbayern und Schwaben) mit einer ganztägigen Veranstaltung unter dem Titel „Strategische Bilanz“. Die Teilnehmer werden über die wichtigsten Trends für lokale Stadt-, Werbe- und Aktionsgemeinschaften informiert. Weitere Informationen zur Seminarreihe der CIMA erhalten Sie **hier**.

### **Projektaufruf: Modellvorhaben zum ExWoSt-Forschungsfeld KIQ**

Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) beabsichtigt im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) Modellvorhaben im Rahmen des neuen ExWoSt-Forschungsfeldes „Kooperation im Quartier (KIQ)“ durchzuführen. Zur Aufwertung innerstädtischer Wohnquartiere und zur Wertsicherung der Immobilien sind eine stärkere Aktivierung der privaten Eigentümer und engere Kooperation zwischen Kommunen und Eigentümern erforderlich. Anhand von Modellvorhaben sollen verschiedene Formen der Kooperation von privaten Eigentümern und Kommunen praktisch erprobt werden, die eine Aufwertung innerstädtischer Wohnquartiere und zukunftsgerichtete Anpassung der Wohnungsbestände zum Ziel haben. Die Modellvorhaben sollen Impulse für private, gemeinschaftlich getragene Initiativen in Kooperation mit den Kommunen vermitteln und beispielhafte, bezahlbare und alltagstaugliche Lösungen finden helfen. Weiteres zum Projektaufruf erfahren Sie **hier**.

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

Die **Interessengemeinschaft Köln-Deutz e.V.** möchte gemeinsam mit ansässigen Unternehmen aus Dienstleistung, Handel und Gewerbe eine Verbesserung der Infrastruktur, des Umsatzes und der Qualität der Geschäfte erreichen. Dazu gehören der Informationsaustausch untereinander und die Schaffung neuer Strukturen und

Möglichkeiten für den gemeinsamen Standort und Stadtteil, denn gemeinsam lassen sich viele Angelegenheiten für den Stadtteil Köln-Deutz besser angehen. Vor allem der Erfahrungsaustausch untereinander soll durch Formen der Kommunikation wie z.B. Newsletter, E-Mails erneuert und nach vorne gebracht werden. Lesen Sie **hier** mehr zu unserem neuen Mitglied.

Die **City-Management und Tourismus Chemnitz GmbH (CMT)** wurde am 1. Januar 2002 als  City-Management und  
Tourismus Chemnitz GmbH Tochtergesellschaft der Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH (CWE) und des City- und Tourismus Marketing Chemnitz e.V. gegründet. Die Aufgaben liegen in den Bereichen Tourismusmanagement, Tourist-Information sowie Citymanagement. Die GmbH möchte Chemnitz nach innen und außen erfolgreich als „Stadt der Moderne“ etablieren, ihre Gäste durch die Tourist-Information informieren und Synergien zur Vermarktung der Stadt schaffen. Dabei steht ein regionales und nationales Marketing für Chemnitz in enger Kooperation mit den Partnern, ebenso wie die Bündelung der Kräfte der Partner aus Kultur, Tourismus und Wirtschaft, im Vordergrund. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

### **bcsd-Jobbörse**

Die **Stadtmanagement Schleswig-Schlei GmbH** hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Kräfte Schleswigs aus den Bereichen Handel, Dienstleistungen, Gewerbe, Stadt, Grundeigentum und der Gesellschaft durch ein aktives Netzwerk zu bündeln. Ziel der Aufgabe ist es, mit vereinten Kräften und Know-how, das starke positive Bild des Standortes Schleswigs weiterzuentwickeln und Vermarktungsinitiativen zu starten bzw. fortzuführen, welche im Rahmen des Standortwettbewerbs die Wettbewerbsfähigkeit noch erhöhen. Aus dem Grund sucht die Gesellschaft eine(n) Stadtmanager(in). Genauere Informationen zur Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Für die **Tourismus- und Stadtmarketing Celle GmbH (TSC)** sucht die CIMA zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen/e Geschäftsführer/in. Gefordert werden nachweisbare Erfahrung und Erfolge in der verantwortlichen kaufmännischen Leitung und Steuerung eines Unternehmens (bevorzugt GmbH), nachweisbare Erfahrung in der Führung von mindestens 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie andere Qualifikationen. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Die Porzellan- und Weinstadt Meißen ist eine lebens- und lebenswerte Stadt mit 27.500 Einwohnern. Sie bietet neben einer guten Infrastruktur und ihrer Nähe zu Dresden den Charme einer liebevoll sanierten, urbanen Altstadt mit einem interessanten, ausgefallenen Einzelhandelsangebot. Meißen ist von einer vielfältigen wertvollen Kulturlandschaft umgeben. Es besteht ein abwechslungsreiches und

individuelles Freizeitangebot. Die Stadt bietet alle Schulformen bis zur Hochschulreife und die Fachhochschule der Sächsischen Verwaltung hat ihren Sitz in Meißen. Ab dem 01.07.2011 ist die Stelle „Stadtmarketing“ in der **Stadt Meißen** neu zu besetzen. Lesen Sie **hier** die vollständige Stellenausschreibung.

Die **Landeshauptstadt München - Referat für Stadtplanung und Bauordnung** – schreibt für das Stadterweiterungsgebiet Freiham im Münchner Westen die Entwicklung eines Marken- und Positionierungskonzept aus. Stadtmarketing-spezialisten sind aufgefordert, bis zum 16. Mai 2011 ein Angebot für die Entwicklung eines Marken- und Positionierungskonzeptes für Freiham abzugeben. Die Bekanntmachung wurde am 15.04.2011 auf der Seite der Vergabestelle der Landeshauptstadt München veröffentlicht. Die komplette Ausschreibung finden 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**.

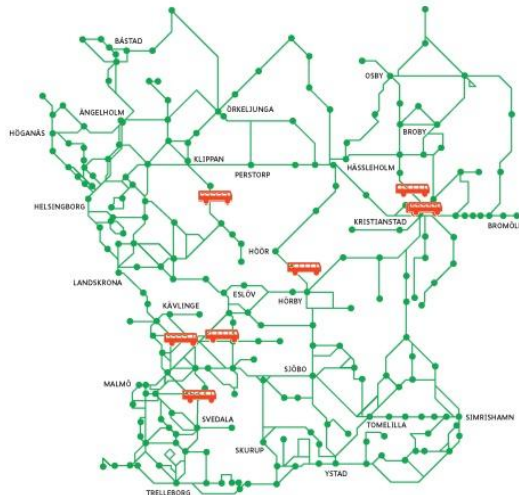
### DER DIGITALE WEGWEISER ZU EVENTS

Das Product Design Research Studio, der schottischen Universität von Dundee, hat mit dem "Wayfinder" einen digitalen Wegweiser zu Veranstaltungen für Gemeinden entwickelt. Die lokalen Gemeindegruppen können die digitalen Weganzeigen durch Updates auf den neusten Stand bringen, sodass immer die neusten Events angezeigt werden und diese so beworben und für die Einwohner ersichtlicher werden. Ein drehbarer Metallpfeil, im Stile herkömmlicher Windpfeile, zeigt zudem die geografische Richtung an, in der sich die Veranstaltung befindet. Lesen Sie **hier** mehr.



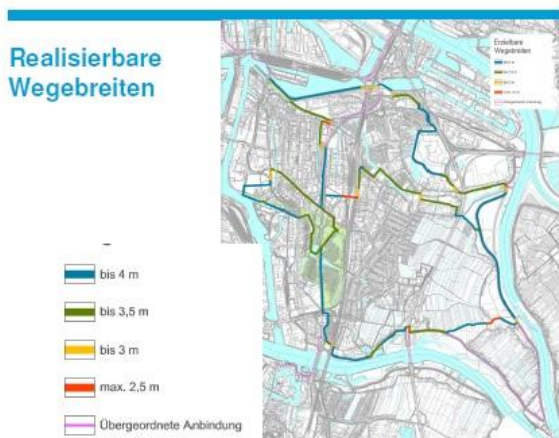
## MIT DEM BUS ZU NATUR UND KULTUR

Das Projekt „Naturomkulturbussen“ des gleichnamigen schwedischen Unternehmens will den Zugang zu Natur und Kultur vereinfachen, auch für Menschen, die kein Auto besitzen. Die Erfinder arbeiten mit verschiedenen Anbietern von Natur- und Kultur-Erlebnissen sowie dem öffentlichen Personennahverkehr zusammen und bieten ihren Kunden verschiedene Ausflugsprogramme. Der Naturbus fährt seine Fahrgäste zum Beispiel zu geführten Touren oder Kunst- und Design-Projekten. **Hier** gibt es weitere Informationen zum Projekt.



## MEHRZWECK-WEG DURCH HAMBURG

Die Internationale Bauausstellung Hamburg plant, in Anlehnung an ähnliche Projekte in den USA, einen so genannter "Multi-Purpose-Way". Der insgesamt 30 Kilometer lange Pfad wird durch den Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg führen und dank seines extra glatten Belags für Fußgänger, Radfahrer und Skater gleichermaßen geeignet sein. In Planung sind drei Routen verschiedener Länge, die an Wasser, Deichen, Hafenkulisse, Grünflächen und Industrie vorbeiführen. Weitere Informationen dazu **hier**.



Die Internationale Bauausstellung Hamburg plant, in Anlehnung an ähnliche Projekte in den USA, einen so genannter "Multi-Purpose-Way". Der insgesamt 30 Kilometer lange Pfad wird durch den Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg führen und dank seines extra glatten Belags für Fußgänger, Radfahrer und Skater gleichermaßen geeignet sein. In Planung sind drei Routen verschiedener Länge, die an Wasser, Deichen, Hafenkulisse, Grünflächen und Industrie vorbeiführen. Weitere Informationen dazu **hier**.



## Terminkalender

### **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**

Angesichts der 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. **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.

**17. bis 18. Juni 2011, Fachtagung „Wissen schaf(f)t Arbeit“, Aachen**

Der DVAG-Arbeitskreis Wirtschaftsförderung in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Aachen veranstaltet eine Fachtagung zum Thema Technologie und Wissenschaft im Fokus der Wirtschaftsförderung. Wissen ist in unserem rohstoffarmen Land der wichtigste Faktor für eine positive Entwicklung. Neben der „freien“ Wissenschaft an den Hochschulen kommt der Forschung und Entwicklung in Unternehmen oder unternehmensnahen Forschungseinrichtungen eine sehr große Bedeutung zu. Im Rahmen der Tagung soll sich mit den Strukturen und

Förderansätzen der Stadt Aachen auseinander gesetzt werden. Ein Blick auf die Aktivitäten anderer Städte und eine Exkursion zum neuen RWTH Campus runden die Veranstaltung ab. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

**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**.

**13. bis 14. Oktober 2011, 5. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik, Kassel**

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung lädt gemeinsam mit der Bauministerkonferenz, dem Deutschen Städtetag und dem Deutschen Städte- und Gemeindebund zum Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik ein.

In einem kompakten zweitägigen Programm sollen aktuelle stadtentwicklungspolitische Themen mit Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Planung, Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft diskutiert werden. 2011 ist das Jahr, in dem die Städtebauförderung, ein wichtiger Baustein der Nationalen Stadtentwicklungspolitik, 40 Jahre alt wird. Die Leistungen dieser Programme als gute Praxis der Nationalen Stadtentwicklungspolitik werden deswegen auch auf dem 5. Bundeskongress besonders gewürdigt und ein Ausblick in die Zukunft der Städtebauförderung gegeben. Weiteres zur Veranstaltung **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.