

Newsletter 7/2010

bcsd-Herbsttagung vom 24. – 26. Oktober in Magdeburg

„Stadt. Land. Wissen.“

Entwicklungen und Strategien für Städte mit und ohne wissenschaftliche Einrichtungen“

Kaum ein Thema hat sich in den letzten Jahren so dynamisch entwickelt wie das Themenfeld Bildung und Wissen. Und dieses Thema findet man nicht mehr nur im Elfenbeinturm der Universitäten und Forschungsinstitute. Es erobert den öffentlichen Raum und damit die Städte.

Die wissenschaftliche Kompetenz der Stadtgesellschaft, herausragende Forschungsleistungen oder Hochschulen sind wichtige Argumente im Standortwettbewerb geworden. Für das Stadtmarketing ergibt sich damit die Herausforderung, diese Potentiale zu erkennen und für die Stadt nutzbar zu machen. Das fängt mit relativ etablierten Inszenierungen wie zum Beispiel den langen Wissenschaftsnächten an, kann sich aber auch auf Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen bei Marketingkampagnen oder dem Bereitstellen von städtischer Infrastruktur für Hochschulen beziehen. Wissenschaft ist dabei keinesfalls nur ein Thema für die großen Hochschulstädte, es ist auch für kleinere Städte in Stadtregionen lohnend, denn auch diese Städte haben mit Wissensinstitutionen eine ständig wachsende Zahl möglicher Kooperationspartner.

Diesen Fragen möchten wir uns nicht irgendwo stellen, sondern in Magdeburg, der Stadt, in der 2010 mit dem Wissenschaftssommer eine der zentralen Veranstaltungen zu Stadt und Wissen erlebbar wird. Und wir werden wie immer zahlreiche Beispiele erleben, wie Wissen und Wissenschaft im Stadtmarketing neue Wege in der Zusammenarbeit gegangen sind.



(Bildquelle: Fabian Kunze)

Themen

Seite 1

bcsd-Herbsttagung in Magdeburg

Seite 2

10 Jahre Stiftung „Lebendige Stadt“

Lokale Bündnisse für Familie

Seite 3

Neues Modell „Ort schafft Mitte!“

Klimafreundlichste Kommune in Baden-Württemberg gesucht

Seite 4

„Ab in die Mitte! – Die City-Offensive Sachsen“

„Mittendrin Berlin! – Die Zentreninitiative“

OPEN SCALE – Junge Ideen vorgestellt

bcsd Wiki - Flächenmanagement

Seite 5

Herzlich Willkommen! Die neuen bcsd-Mitglieder!

bcsd –Jobbörse

Seite 6

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 7

Terminkalender

Das Tagesprogramm bestreiten neben den Kollegen und Kolleginnen, die in den Workshops Praxisbeispiele der gelungenen Verbindung von Wissensgesellschaft und Stadtmarketing erläutern, hochkarätige Gäste wie der Vorsitzende des Deutschen Verbands der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften e.V. Dr. Thomas Robbers und Gabriele Fischer, Chefredakteurin brand eins (angefragt).

Also: Save the date! Das genaue Programm erreicht Sie in Kürze.

10 Jahre Stiftung „Lebendige Stadt“

Seit dem Jahr 2000 engagiert sich die Stiftung „Lebendige Stadt“ erfolgreich für die Zukunft unserer Städte. Die urbane Vielfalt aus Arbeit, Kultur, Handel und Wohnen gilt es zu erhalten und mit zu gestalten. Themenschwerpunkte bilden die Bereiche Licht, Grün und Gestaltung öffentlicher Räume. Seit ihrem Bestehen hat die Stiftung dazu bereits eine Vielzahl von Projekten mit „Best-Practice-Charakter“ initiiert und gefördert, wobei sich das Fördervolumen auf rund 30 Mio. Euro beläuft.

Neben ihrer Funktion als Projektförderer begreift sich die Stiftung als Impulsgeber, indem sie den Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen den Städten fördert. So trägt sie mit ihren jährlichen Kongressen zu aktuellen urbanen Problemen genauso wie mit ihrem jährlich thematisch wechselnden Stiftungspreis, mit dem sie innovative Ideen und Konzepte mit besonderem kulturellen und künstlerischen Wert auszeichnet, maßgeblich zum Know-how-Austausch zwischen den kommunalpolitischen Entscheidern bei. Zudem berichtet die Stiftung in ihrem zweimal im Jahr erscheinenden Journal und in ihrer Schriftenreihe über vielfältige und interessante Themen in unseren Städten.

Weitere Informationen erhalten Sie **hier** .

Lokale Bündnisse für Familie

Familien sind die soziale Mitte unserer Gesellschaft. Für eine nachhaltige Sicherung ihrer Stabilität, ihrer Lebensbedingungen ist das Engagement der gesamten Gesellschaft erforderlich. Nachhaltige Familienpolitik beinhaltet als wesentliches Element vor Ort Allianzen von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Die Lokalen Bündnisse für Familie machen vor, dass und wie Netzwerke funktionieren, nachhaltige Wirkungen erzielen und sich der demografische Wandel vor Ort gestalten lässt. Die Bündnisse sind freiwillige Zusammenschlüsse von Vertreterinnen und Vertretern aus möglichst vielen gesellschaftlichen Gruppen. An über 600 Standorten im gesamten Bundesgebiet gibt es Lokale Bündnisse für Familie. Man kann in den bestehenden Bündnissen aktiv werden oder gemeinsam mit anderen Partnern ein Lokales Bündnis für Familie in der eigenen Stadt oder Gemeinde gründen. Durch konkrete, auf den

unmittelbaren Bedarf zugeschnittene Angebote tragen die Lokalen Bündnisse für Familie dazu bei, die Infrastruktur für Familien in den Städten und Gemeinden weiter zu verbessern und Zeit für Familien zu schaffen.

Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

Neues Modellvorhaben „Ort schafft Mitte“

Nach "Leben findet Innenstadt" hat die Oberste Baubehörde im Bayrischen Staatsministerium des Innern nun ein neues Modellvorhaben ausgetobt, welches sich diesmal an strukturschwache bayerische Städte und Gemeinden im ländlichen Raum richtet, die gemeinsam mit Immobilieneigentümern, Gewerbetreibenden und Bewohnern die Initiative ergreifen und ihre Ortsmitten neu beleben wollen. Städte und Gemeinden im ländlichen Raum stehen vor den Herausforderungen der demografischen Entwicklung unserer Gesellschaft sowie wirtschaftsstruktureller Veränderungen. Die individuelle Anpassung der örtlichen Situation an den künftigen Bedarf erfordert auch beim Planen und Bauen innovative Ansätze. Die Programme der Städtebauförderung unterstützen die Kommunen, ihre Ortskerne zukunftsfähig zu gestalten und damit auch ihre wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte zu stärken. Neu ist die Einrichtung eines kommunalen Entwicklungsfonds für Erwerb, Reaktivierung und Veräußerung von innerörtlichen Grundstücken und Gebäuden im Interesse der gemeindlichen Entwicklung. (Bildquelle: <http://www.innenministerium.bayern.de>)



Mehr dazu gibt es **hier**.

Klimafreundlichste Kommune in Baden-Württemberg gesucht

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt immer mehr an Bedeutung für die Städte und Kommunen. Das Land Baden-Württemberg hat einen Wettbewerb initiiert, bei dem Städte und Kommunen des Landes die Möglichkeit haben, den Weg zur CO₂-neutralen Kommune zu beschreiten. In einem ersten Durchgang können die Bewerber Konzepte einreichen, die aufzeigen sollen mit welchen Maßnahmen sie den CO₂-Ausstoß kosteneffizient vermindern wollen. Im konkreten Fall sollte die jeweilige Kommune bis spätestens 2050 den Energieverbrauch für Strom, Wärme und Verkehr auf ein CO₂-neutrales Niveau stellen können. Die Prämierung erfolgt in drei Größenkategorien: Kommunen mit weniger als 10.000 Einwohnern, Kommunen mit 10.000 bis 50.000 Einwohnern und Kommunen mit mehr als 50.000 Einwohnern. Für die jeweils drei besten einer Kategorie will das Land die Studien mit bis zu 70 Prozent der Kosten finanzieren. Weiteres dazu finden Sie **hier**.

„Ab in die Mitte!“ – Die City-Offensive Sachsen

„Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“ geht in die siebte Runde. Das Motto des diesjährigen Wettbewerbs lautet: "Treffpunkt Stadt - Leben und Verweilen" Es lohnt sich in jedem Fall, bei der City-Offensive mitzumachen. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie vom Lehrstuhl für Marketing und Internationalen Handel der TU Bergakademie Freiberg. Der Wettbewerb wirkt wie eine Art Katalysator für kreative Stadtentwicklung. Drei Viertel aller Projekte konnten ganz oder teilweise realisiert werden. Und nicht zuletzt: Die Vernetzung verschiedener Aktivitäten und Gruppen in einer Stadt hat in den meisten Fällen funktioniert. Mehr dazu **hier**.

„Mittendrin Berlin! – Die Zentreninitiative“

Beim diesjährigen Wettbewerb „Mittendrin Berlin! - Die Zentren-Initiative“ ist eine Vorentscheidung gefallen. Für die Finalrunde der gemeinsamen Aktion des Landes Berlin, der IHK Berlin und der privaten Wirtschaft zur Stärkung der Berliner Zentren und Geschäftsstraßen wurden von einer Jury acht Beiträge ausgewählt und mit jeweils 5.000 Euro ausgezeichnet. Nunmehr sollen die Ideen weiter vertieft werden. Der bereits zum fünften Mal ausgelobte Wettbewerb unter dem Motto „Vielfalt auf den Punkt gebracht“ für neue Ideen und kreative Vorhaben zur Entwicklung von Geschäftsstandorten hatte mit 35 Projektideen eine Rekordbeteiligung verzeichnet. Näheres dazu **hier**.

Open Scale – Junge Ideen vorgestellt

Mit einem Aufruf zu innovativen Ideen des Wettbewerbes OPEN SCALE 2009 wandte sich die Stadt München explizit an junge, interdisziplinär zusammengesetzte Teams. Insgesamt wurden 50 spannende Beiträge mit unkonventionellen Ideen eingereicht, wie etwa zur effizienteren Flächennutzung und Verdichtung, zu zukunftsweisenden Verkehrskonzepten und zur besseren Kommunikation der Stadtviertel untereinander. Mit dem 1. Preis ausgezeichnet wurde Agropolis München. Das Team entwarf Vorstellungen einer urbanen Landwirtschaft, die die Lebensqualität in der Stadt nachhaltig verbessern können.

Aktuell gibt es **hier** das Magazin, das alle Einreichungen vorstellt und die außergewöhnlichen Ideen zusammenträgt.

bcsd Wiki - Flächenmanagement

Mit bcsd Wiki möchten wir unseren Mitgliedern helfen, den Überblick über verschiedene Trends, innovative Projekte und spezialisiertem Fachwissen zu behalten. Das

Prinzip ist einfach, jedes Mitglied kann dort Texte lesen, einstellen, erweitern und verändern. So entsteht ein Autorenkollektiv, das sich aus vielen einzelnen Spezialisten zusammensetzt und die Branche insgesamt widerspiegelt.

Neu bei bcsd Wiki ist ein umfassender Beitrag zum Thema Flächenmanagement. Die Aufgaben des Flächenmanagement sind vielseitig und sollten immer ganzheitlich betrachtet werden. Ein Flächenmanager muss vorausschauend handeln und Leerstände frühzeitig erkennen, so dass rechtzeitig Gegenmaßnahmen ergriffen werden können. Leerstehende Geschäfte bzw. Räumlichkeiten in der Innenstadt bieten kein ansprechendes und attraktives Erscheinungsbild für Anwohner und Besucher. Es bedarf kreativer und innovativer Ideen und Maßnahmen, um die Innenstadt zu revitalisieren. Eine vollständige Analyse des Standortes auf der Angebots- und Nachfrageseite ist unerlässlich. So verschafft man sich einen Überblick über die Gesamtsituation der Leerstandsproblematik und leitet daraus bestimmte Handlungsfelder ab.

Mehr zum Thema Flächenmanagement gibt es [hier](#) bei bcsd Wiki.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Der Stadtmarketing Hattingen e.V. ist ein wirtschaftlich handelnder Verein, der im Frühjahr 2006 gegründet wurde. Nach dem Public Privat Partnership - Prinzip wird der Verein von der örtlichen Wirtschaft und der Stadt



Hattingen getragen. Das Stadtmarketing Hattingen macht sich das Citymanagement, Freizeit und Tourismus, verschiedene Veranstaltungen, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zur Aufgabe. Weitere Informationen zum Stadtmarketing in Hattingen gibt es [hier](#).

bcsd-Jobbörse

Der **City Marketing Vegesack e.V.** sucht gemeinsam mit seinen privaten und öffentlichen Kooperationspartnern einen Geschäftsführer (m/w). Vegesack ist das Zentrum des Bremer Nordens mit seinen rd. 100.000 Einwohnern und nach der Innenstadt der zweitgrößte Handelsstandort der Hansestadt. Direkt an der Weser gelegen verbindet Vegesack Einkaufserlebnis und maritimes Flair. Die operativen Aufgaben liegen gemeinsam mit einem qualifizierten Arbeiterteam in der professionellen Umsetzung von Projekten in den Feldern Einzelhandel, Tourismus, Veranstaltungen und Werbung. Weiteres zur Stellenausschreibung finden Sie [hier](#).



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

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**

BLUMENAKTION VERSCHÖNERT DEN TAG



Das Gartenprojekt "Woolly School Garden" macht in New York City mit einer grünen Aktion auf sich aufmerksam: In ausgewählten Stadtvierteln wurden Blumenkörbe an Häuserwänden angebracht. Die Körbe sind als Geschenk von und für die

Nachbarschaft deklariert und sollen den Anwohnern den Tag versüßen. Die Aktion unterstützt das Gemeinschaftsgefühl der Bürger innerhalb der Stadtteile und dient darüber hinaus als effektives City Branding für Großstädte.

Weiteres zum „Woolly School Garden“ - Projekt gibt es **hier**.

SENSATION-MARKETING BEIM PUBLIC VIEWING

Die Versicherungsagentur Central Beheer, die nach jahrelanger Werbeaktivität unter dem Namen "Apeldoorn" bekannt ist, und DDB Amsterdam realisierten während des WM-Finales einen Marketing-Stunt beim Public Viewing in Rotterdam: Tausende Menschen blickten auf den Bildschirm und beobachteten, wie die niederländische Nationalmannschaft



ins Stadion einlief. Plötzlich fiel der Bildschirm aus; es ging ein Raunen durch die Menge. Doch dann tauchte der altbekannte Slogan "Even Apeldoorn bellen", "Schnell mal Apeldoorn anrufen", auf und die Situation wurde aufmerksamkeitswirksam aufgelöst.

Mehr dazu [hier](#).

50.000 LEDS ERLEUCHTEN OSAKA



Die japanische Stadt Osaka hat sich für das traditionelle japanische Sternfest "Tanabata", das immer am 7. Juli stattfindet, etwas besonderes einfallen lassen: statt Wünsche auf ein Blatt Papier zu schreiben und an einen Bambuszweig zu hängen, wurden diese auf Panasonic LED-Lampen befestigt und abends von der

Okawa Tenma-Brücke zu Wasser gelassen. Circa 50.000 Lampen schwammen auf dem Fluss durch die Stadt. Das Fest beruht auf der Liebesgeschichte der beiden Sterne Altair und Wega, die durch die Milchstraße getrennt werden und sich nur an diesem Tag am Himmel treffen können.

Terminkalender

15. September 2010, 16. IHK-Forum Stadtmarketing, IHK Niedersachsen, Hannover

Die IHK Niedersachsen lädt u.a. in Kooperation mit dem bcsd e.V. zum 16. IHK-Forum Stadtmarketing in Hannover ein. Die Veranstaltung befasst sich in diesem Jahr mit unterschiedlichen Aspekten der Themen „Medien/Kampagnen“, „Nachhaltigkeit“ und „Standortprofilierung“. Ergänzend werden Workshops zu diesen Themen angeboten. Neben verwertbarem Know-how, Ideen und Impulsen für die Stadtmarketing-Praxis bietet das IHK-Forum den Teilnehmern viele Möglichkeiten zu Kontakten und zum Austausch mit Teilnehmern und Ausstellern. Mehr dazu [hier](#).

27. bis 28. September 2010, 4. Bundeskongress zur Nationalen Stadtentwicklungspolitik 2010, Nürnberg

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung lädt gemeinsam mit der Bauministerkonferenz der Länder, dem Deutschen Städtetag und dem Deutschen Städte- und Gemeindebund zum 4. Bundeskongress zur Nationalen

Stadtentwicklungspolitik 2010 in Nürnberg ein. Auf dem ehemaligen Quelle-Areal sollen Akteure und Interessierte aus Politik, Verwaltung, planenden Berufen, Wirtschaft und Wissenschaft zusammenkommen und über Perspektiven und Herausforderungen städtischer Themen diskutieren. Weitere Informationen [hier](#).

30. September bis 01. Oktober 2010, 2. BID-Bundeskongress der IHK-Organisation, Bochum

Der 2. BID-Bundeskongress der Industrie- und Handelskammern informiert über die aktuelle Situation bei Business Improvement Districts. So wird über die weltweite Entwicklung bei den BIDs berichtet und neue Entwicklungen bei den BIDs in Deutschland werden diskutiert. Die Veranstaltung richtet sich an die Gewerbetreibenden des Handels, der Gastronomie und Dienstleistungen, Immobilieneigentümer und –wirtschaft, Berater, Planer, Entwickler, Investoren, Industrie- und Handelskammern, Verbände, Städte und Gemeinden, Bundes- und Landesministerien.

Weiteres dazu gibt es [hier](#).

24. bis 26. Oktober 2010, bcsd-Herbsttagung, „Stadt. Land. Wissen.“ - Entwicklungen und Strategien für Städte mit und ohne wissenschaftliche Einrichtungen, Magdeburg

Die bcsd widmet sich bei ihrer diesjährigen Herbsttagung mit Erfahrungsaustausch dem Themenfeld Bildung und Wissen. Denn dieses Thema findet man nicht mehr nur im Elfenbeinturm der Universitäten und Forschungsinstitute. Es erobert den öffentlichen Raum und damit die Städte und Regionen.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

03. bis 05. November 2010, „Pulsierende Stadt: Ideen – Geld – Lärm“ Kongress der Stiftung Lebendige Stadt, München

Einmal im Jahr veranstaltet die Stiftung ein Symposium zu aktuellen Themen der Städte. Zukunftsthemen, Lösungsansätze für aktuelle Probleme und die Ergebnisse von Untersuchungen der Stiftung werden diskutiert und einem breiten Fachpublikum zugänglich gemacht. In diesem Rahmen wird auch jeweils der Stiftungspreis verliehen. Mehr dazu [hier](#).

Was kostet die bcsd-Mitgliedschaft – was bringt sie?

Der jährliche bcsd-Mitgliederbeitrag dient der Deckung von Grundkosten, die im Rahmen einer aktiven Arbeit der Bundesvereinigung entstehen. Ohne eine zusätzliche Beitragshürde etablieren zu wollen, sind sie eine finanzielle Notwendigkeit, um den Aufwand an Man-Power auszugleichen, der nicht von der ehrenamtlichen Tätigkeit des Vorstandes umfasst wird. Dazu gehört insbesondere die Vertretung der Bundesvereinigung nach innen und außen, etwa gegenüber externen Institutionen,

Gesetzgebern, Fachbehörden, Politikern oder Medien. Der Beitritt zur bcsd ist sowohl als ordentliches Mitglied mit der Staffelung des Beitrages in drei Klassen, die sich nach Kriterien wie Stadtgröße in Einwohnern, zur Verfügung stehenden Budget und Anzahl der Mitarbeiter richtet, als auch als förderndes Mitglied möglich. Mit der Mitgliedschaft ergeben sich Zugangsmöglichkeiten zum bcsd-Informationstransfer und die verbilligte Teilnahme an Veranstaltungen der bcsd, insbesondere an den zweimal im Jahr stattfindenden Tagungen. Mitglieder der bcsd erhalten darüber hinaus bei der GEMA einen Rabatt in Höhe von 20 Prozent.

Aktiver Erfahrungsaustausch und aktuelle Meinungsbildung stärkt das Band der Mitglieder der Bundesvereinigung. Jetzt Mitglied werden! Das Anmeldeformular 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 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.