

Newsletter 9/2010

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

„Stadt. Land. Wissen.

Entwicklungen und Strategien für Städte mit und ohne wissenschaftliche Einrichtungen“

Mit der Mischung als aktuellem Fachwissen, praxiserprobten Beispielen und vielseitigen Erfahrungsaustausch haben sich die bcsd-Erfa-Tagungen einen festen Platz in der Veranstaltungslandschaft geschaffen. Dazu werden die Tagungen von unseren lokalen Partner immer in einen hochwertigen Rahmen eingebunden. Mit dem Themenschwerpunkt Wissensgesellschaft und Stadtmarketing steht nun die nächste spannende bcsd-Tagung an, die aufzeigt, dass das Stadtmarketing sich immer stärker für neue Themenfelder jenseits der bekannten Kompetenzen interessieren und öffnen muss. Dies spiegelt sich auch im Tagungsprogramm wider, in dem z.B. auch neue Formate wie der „Science Slam“ und „Powerpoint-Karaoke“ gezeigt und ausprobiert werden. Erstmals wird der bcsd.Akademie Partner Q⁵ einen eigenen Workshopstrang übernehmen und Wissensthemen stadtmakingtauglich aufbereiten und vermitteln. Eine weitere Premiere für den bcsd ist die Kooperation mit dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, der diese Tagung auf vielfältige Art und Weise bereichert.

Allen unseren Kooperationspartnern danken wir herzlich für die gute Zusammenarbeit!

Und das Beste zum Schluss: Noch stehen einige „Restplätze“ für unsere Herbsttagung zur Verfügung. Das aktuelle Programm mit dem Anmeldeformular zur bcsd - finden Sie **hier**.

Die Teilnahmegebühr beträgt:

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

Themen

Seite 1

[bcsd-Herbsttagung in Magdeburg](#)

Seite 2

[Netzwerk Innenstadt NRW](#)

[REALSTADT – Wünsche als Wirklichkeit](#)

Seite 3

[Kompetenz-Netzwerke des Tourismus NRW e.V.](#)

[Kulturtourismus an der FH Potsdam](#)

Seite 4

[Neue Online Plattform „Engagiert in Deutschland“](#)

[Ab in die Mitte! Die City-Initiative NRW](#)

[Jahrbuch Kulturmarken 2011](#)

Seite 5

[Die bcsd-Fördermitglieder](#)

[bcsd Wiki – Stadtmarketing](#)

Seite 6

[Herzlich Willkommen! Die neuen bcsd-Mitglieder!](#)

[bcsd-Jobbörse](#)

Seite 7

[TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft](#)

Seite 9

[Terminkalender](#)

Seite 11

[Wie werde ich bcsd-Mitglied?](#)

Netzwerk Innenstadt NRW

Angesichts der Ankündigung von Bundesverkehrsminister Dr. Peter Ramsauer, die Bundesmittel für die Städtebauförderung ab dem Jahr 2011 zu halbieren, haben die Vorsitzenden des Netzwerk Innenstadt NRW, der Stadtbaurat der Stadt Bocholt, Ulrich Paßlick, und der Erste Beigeordnete der Stadt Solingen, Hartmut Hoferichter, einen Offenen Brief an die Abgeordneten des Deutschen Bundestages versandt. Sie betonen darin, dass sie der Auffassung sind, dass der von Herrn Dr. Ramsauer angekündigte Schritt in die falsche Richtung weist und fatale Folgen für die bundesweite Städte- und Gemeindeentwicklung hat. Sollte der Bund seine Städtebaufördermittel wie angekündigt halbieren, sinke in entsprechendem Umfang auch der Kofinanzierungsanteil der Länder und Kommunen. Für die Inanspruchnahme europäischer Fördermittel, die ebenfalls nationale Kofinanzierung voraussetzen, fehle folglich zukünftig Geld.

Die Städtebauförderung gehört zu den nationalen Programmen, die eine ausgesprochen hohe regionale Wirkung erzielen. Städtebauförderung initiiert nicht nur im hohen Umfang Beschäftigung, sondern verstetigt auch Prozesse der notwendigen Anpassung räumlicher Nutzungsstrukturen an sich verändernde ökonomische und gesellschaftliche Anforderungen. Die Vorsitzenden bitten in ihrem Brief von den geplanten Kürzungen der Städtebauförderungsmittel Abstand zu nehmen. Den vollständigen Brief finden Sie **hier**.

„REALSTADT – Wünsche als Wirklichkeit“

Im Herbst 2010 ist Berlin Schauplatz der großen Stadtausstellung „REALSTADT. Wünsche als Wirklichkeit“. Die Ausstellung handelt nicht nur von der Stadt selbst, sondern auch vom Umgang mit ihr. Sie tut dies anhand der Wünsche unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure, die darin wirksam werden: alltägliche Wünsche und spektakuläre, idealistische und ökonomische, lokale und weltumspannende. Rund 300 Modelle in allen Maßstäben und 80 beispielhafte Projekte in Wort und Bild erzählen vom Wunsch nach Veränderung und Bereicherung des städtischen Lebens und von den Energien, die dafür nötig sind. Ausgewählt wurden die Modelle nach einem bundesweiten Aufruf aus den Einreichungen von Kommunen,



Planungsbüros und Hochschulen, aber auch von Initiativen und Einzelpersonen. Großflächige Stadtumbauten gehören ebenso dazu wie punktuelle Interventionen, realisierte Konzepte und gescheiterte Wettbewerbe, Partizipationsprozesse oder kühne Einzelthesen. Maßstabssprünge und verschiedene Blickwinkel nehmen Bezug auf die zentrale Rolle der Städte in unserer Gesellschaft. Deutlich wird hier auch, welche Möglichkeiten den vielen Akteuren in der Stadtentwicklung offen stehen. Die Ausstellung ist vom 2. Oktober bis 28. November 2010 täglich geöffnet.

Weitere Informationen finden Sie **hier**. (Foto: Robert Burghardt)

Kompetenz-Netzwerke des Tourismus NRW e.V.

Der Tourismus NRW e.V. geht mit fünf landesweit aufgestellten Kompetenz-Netzwerken an den Start. Damit beginnt ein wesentlicher Teil der Umsetzung des Masterplans Tourismus Nordrhein-Westfalen. Die Zusammenschlüsse zu den nordrhein-westfälischen Kernthemen Aktiv, Business, Stadt & Events, Kultur und Gesundheit setzen sich aus herausragenden Vertretern dieser Bereiche zusammen. Strategisches Ziel ist die Entwicklung innovativer und erfolgreicher Angebote auf Landesebene. Die Netzwerke sollen zukünftig erstmals landesweit Ressourcen und Know-how bündeln und werden so zu Innovationsgeneratoren im nordrhein-westfälischen Tourismus. Ziel ist es, das Wachstum des nordrhein-westfälischen Tourismus weiter voranzutreiben. Weiteres dazu gibt es **hier**.

Kulturtourismus an der FH Potsdam

Ende Oktober 2010 startet die Fachhochschule Potsdam im Kompetenzverbund mit renommierten Partnerinnen und Partnern aus Kultur und Tourismuswirtschaft den zweiten Durchgang ihrer berufsbegleitenden Weiterbildung „Kulturtourismus“. Das interdisziplinär angelegte Programm richtet sich an Fach- und Führungskräfte in Kultureinrichtungen, von klassischen Kulturträgern bis zu Eventanbietern, zu deren Aufgaben der professionelle Auf- und Ausbau kulturtouristischer Angebote gehören. Angesprochen sind ebenfalls Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Einrichtungen und Verwaltungen an der Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Weiterbildung werden für die komplexen Anforderungen im Kulturtourismus qualifiziert. Sie lernen, den kulturtouristischen Markt zu analysieren und erwerben fundierte Fach- und Methodenkenntnisse, um für diese Produkte und Projekte zu entwickeln und gezielt zu vermarkten. Den Teilnehmenden werden Strategien vermittelt, effektive Kooperationen – insbesondere mit der Tourismuswirtschaft – zu initiieren und zu gestalten. Weitere Informationen zum Veranstaltungsprogramm und zur Anmeldung erhalten Sie **hier**.

Neue Online-Plattform „Engagiert in Deutschland“

Auf der Plattform „engagiert-in-deutschland“ können Organisationen ihr bürgerschaftliches Engagement bundesweit sichtbar machen und sich mit anderen Akteuren online vernetzen. Gleichzeitig können aktuelle Nachrichten, Fachinformationen und Veranstaltungen eingestellt werden. Die Internetplattform wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert und vom Deutschen Verein für öffentliche und private Fürsorge betreut. Die virtuellen Räume sind spezifischen Themen zugeordnet. Im Themenraum „Meine Stadt – meine Kommune“ werden beispielsweise Projekte, individuelle Personen, aber auch Unternehmen oder Stadtvertreter vorgestellt, die an Ideen und Konzepten für ihre Städte und Kommunen arbeiten. Weiteres dazu gibt es **hier**.

Ab in die Mitte! Die City-Initiative NRW

"INNEN handeln – STADT gestalten" ist das diesjährige Motto der Initiative "Ab in die Mitte! Die City-Offensive NRW". Erneut sind alle Städte und Kommunen in Nordrhein-Westfalen aufgerufen, Ideen und Konzepte gemeinsam zu entwickeln, die geeignet sind, Innenstädte, Ortskerne und Stadtteilzentren in ihren städtischen Funktionen zu optimieren. Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung und Entwicklung zukunftsfähiger und attraktiver Innenstädte im Land. Dabei ist eine enge Kooperation mit Akteuren aus Immobilien-, Standort- und Werbegemeinschaften vor Ort sowie die Thematisierung der Problematik leer stehender Handels- und Wohnimmobilien beziehungsweise "schwieriger" Immobilien ausdrücklich erwünscht. Die Bewerbungsfrist endet am 5. November 2010. Weitere Informationen und die Ausschreibungsunterlagen finden sie **hier**.

Jahrbuch Kulturmarken 2011 jetzt erhältlich

Der Wegweiser für Kulturmarketing und Kultursponsoring ist ab sofort erhältlich. Das Jahrbuch Kulturmarken 2011 befasst sich als wichtiges Nachschlagewerk für Kulturmarketing und Kultursponsoring in diesem Jahr mit den Themen "Investments in Kultur" und "Markenbildung in Kultureinrichtungen". Best Practice kulturfördernder Unternehmen und die Porträts interessanter Kulturanbieter aus dem gesamten deutschsprachigen Raum informieren über die neuesten Trends im Kultursponsoring - Markt. Das Jahrbuch kann **hier** bestellt werden.

Die bcsd-Fördermitglieder – 50 Jahre Firmenjubiläum bei Jelitto Star

In einer neuen Serie möchten wir unseren Lesern an dieser Stelle jeden Monat eines unserer Fördermitglieder etwas genauer vorstellen. Den Anfang macht die Firma Jelitto Star, die aktuell Ihr 50jähriges Jubiläum feiert.

Herzlichen Glückwunsch!

Am 1. Oktober 1960 gründete der Elektromeister Wilfried Jelitto in Bremen Blumenthal seinen Elektrofachbetrieb. Weihnachtsbeleuchtung stand zu diesem Zeitpunkt noch nicht auf der Angebotsliste. Erst als ein Kunde von Ihm nach einer Fassadendekoration seines Textilgeschäftes fragte, die dann in



Form eines 4-zackigen Weihnachtssternes den Weg an die Hauswand fand, wurde sein Interesse geweckt. Eine neue Geschäftsidee war geboren, dem Namen Jelitto wurde „Star“ angehängt und fortan wurden von der Firma Jelitto Star beleuchtete Sterne und weitere Weihnachtssymbole hergestellt. Die Produktpalette umfasst inzwischen Hunderte von Standardbeleuchtungen und Tausende von Entwürfen, die nur auf ihre Umsetzung warten. Spezialanfertigungen wie Stadtwappen, Centerlogos und Schriftzüge gehören heute zum Alltagsgeschäft. Zu den Kunden gehören Städte, Gemeinden, Werbegemeinschaften und Einkaufscenter in ganz Europa. Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

bcsd Wiki - Stadtmarketing

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 Stadtmarketing. Es wird ein Überblick über das Stadtmarketing und seine Entwicklung in den letzten 25 Jahren gebracht. Dabei stehen die Ziele und Aufgaben, die Handlungs- und Themenfelder, Akteure, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, die Organisation und Finanzierung eines Stadtmarketings im Vordergrund. Lesen Sie **hier** mehr zum Thema.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Im nordrhein-westfälischen **Langenfeld** zieht der Einzelhandel an einem Strang. Alle relevanten Interessengemeinschaften des Einzelhandels und des bürgerschaftlichen und städtischen Lebens haben zu diesem Zweck im Jahr 2001 den **Marketingverbund KOMMIT e.V.** gegründet. Das Citymanagement ist Teil der städtischen Wirtschaftsförderung. Zum Dienstleistungsangebot des Citymanagements gehören Koordinierung des Stadtmarketings, Leerstandsmanagement, Eventmanagement, Parkraumbewirtschaftung sowie die Aufgaben als Schnittstelle zwischen Einzelhandel und Stadtverwaltung. Weiteres zum Verband gibt es **hier**.

Der Erhalt und die Weiterentwicklung als Einkaufsort ist eine der wichtigsten Aufgaben der Stadtmarketingstelle der **Stadt Mosbach**. Zusammen mit „Mosbach Aktiv“, einer Werbegemeinschaft der Innenstadt-Fachgeschäfte und dem „Aktiven Gewerbe Neckar und Elz, Mosbach“ werden innovative Wege beschritten, um den Einkaufs-, Handels- und Gewerbestandort Mosbach wettbewerbsfähig, kundenfreundlich und serviceorientiert zu gestalten. Mehr Informationen zur großen Kreisstadt erhalten Sie **hier**.

BVB-Verlagsgesellschaft mbH ist ein führender Verlag im Bereich der Erstellung werbegetragener Publikationen für Städte, Gemeinden und Kreise sowie für sonstige regionale Einrichtungen. Zu dem Verlagsprogramm gehören Informationsbroschüren, Magazine und Journale, Gesundheitspublikationen, kartographische Erzeugnisse und spezielle Internet-Präsentationen. Seit der Gründung des Unternehmens im Juli 1990 prägen zwei Leitmotive die Firmenphilosophie. Erstens, die Produkte müssen den Bedürfnissen der Auftraggeber entsprechen, qualitativ hochwertig und repräsentativ sein. Und zweitens, der Erfolg und der entscheidende Vorsprung sind das Ergebnis aus Kundennähe, Offenheit, Flexibilität und Teamwork – für die Öffentlichkeitsarbeit. Weiteres zum Fördermitglied erfahren Sie **hier**.



bcsd-Jobbörse

Zum Aufbau einer grafischen Abteilung sucht die **Pro Herford GmbH Stadtmarketing** zum 1. Januar 2011 einen Grafiker/Produktioner (m/w) in Vollzeit. Es erwartet Sie eine Zusammenarbeit in einem netten, dynamischen und engagierten Team mit einem abwechslungsreichen Job mit Entwicklungspotential. Weiteres zur Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Die **Wirtschaftsförderung der Stadt Salzgitter** sucht für den zweitgrößten Stadtteil Salzgitter-Bad mit ca. 21.000 Einwohnern einen Altstadtkoordinator. Die historische Altstadt verfügt über ein breites aber kleinstrukturiertes Angebot an Handel, Gastronomie und Kultur. Zur Weiterentwicklung des Einzelhandels und der Belebung der Altstadt suchen wir eine motivierte und teamorientierte Persönlichkeit mit ausgeprägtem Gestaltungssinn und hohe kommunikative Fähigkeiten. Das vollständige Stellenangebot finden Sie **hier**.

Die anspruchsvolle und vielseitige Tätigkeit im Citymanagement des Mittelzentrums Wolfenbüttel mit seinen rund 53.000 Einwohnern findet bei der **Stadtmarketing-gesellschaft Wolfenbüttel mbH & Co. KG** statt. Zu den Zielgruppen gehören neben den Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben auch deren Kunden sowie die Eigentümer/innen der Immobilien. Im Rahmen der Tätigkeit berichten Sie direkt der Geschäftsführung. Zur breiten Akzeptanz des Citymanagements berichten sie außerdem in den Ausschüssen und Fraktionen des Rates der Stadt sowie den Gremien des Einzelhandels. Weiteres zum Stellenangebot 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**

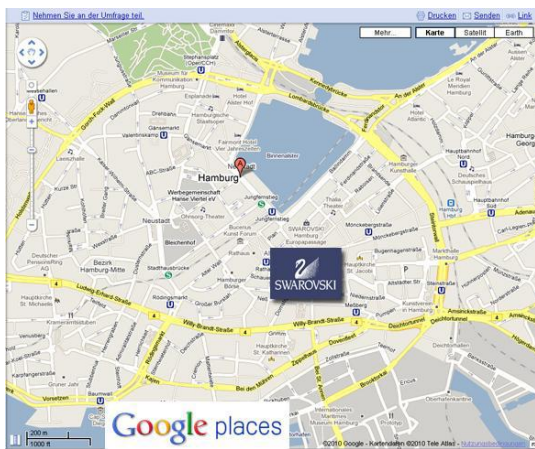
IN INTERAKTIVEN HÖRSPIELEN SOUND-SPUREN ERFORSCHEN

Einige Künstlergruppen in Berlin haben mobile Handyhörspiele entwickelt, die eine neue Form von Klangerlebnis bieten: "Radioortung-Hörspiele für Selbstläufer" nennt sich das Projekt, bei dem Teilnehmer via Handy an Schauplätzen zwischen Humboldtforum und Alexanderplatz verschiedene Soundclips vorgespielt bekommen. Benötigt wird hierfür lediglich ein



mobiles Endgerät mit MP3-Player, Internetzugang und GPS, das auch von den Veranstaltern geliehen werden kann. Derzeit gibt es 13 verschiedene MiniHörspiele, die von Schauspielern gesprochen sowie mit Musik untermalt sind und an diversen Orten des Spaziergangs automatisch abgespielt werden. Mehr dazu [hier](#).

GUTSCHEINE VIA GOOGLE MAPS VERTEILEN



"GooglePlaces" ist ein weltweites Branchenadressbuch, über das Unternehmen jetzt auch Gutscheine bei ihrem Brancheneintrag hinterlegen können. Nach der Anmeldung bei dem Dienst können Anwender in wenigen Schritten ihre eigenen Gutscheine erstellen. Diese werden anschließend zusätzlich zum Unternehmenseintrag auf GoogleMaps angezeigt. Außerdem findet die Gutschein-Funktion auch im mobilen Bereich Anwendung, da die selbsterstellten Gutscheine als MobileCoupons verwendet werden können und somit einen optimalen Mehrwert für Handynutzer darstellen. Weiteres dazu [hier](#).

MIT EINER APP DURCH DIE ZEIT REISEN

"SatNav" ist eine iPhone-Applikation, mit der es Nutzern möglich ist, durch das Edinburgh der Jahre 1849 bis 1960 zu spazieren. Die Applikation für iPhone und iPodTouch ist von Studenten der Universität der Künste in Edinburgh entwickelt worden. Sie kombiniert GPS-Technologie mit alten Straßenkarten vergangener Epochen und ermöglicht so eine Zeitreise. Die Spaziergänge durch die alte Kartenlandschaft werden durch antikes Kartenmaterial der Nationalbibliothek von Schottland und der Landmark-Informationsgruppe ermöglicht. Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#).



Terminkalender

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](#).

7. Oktober 2010, Städtenetzwerk Rheinland-Pfalz, „Innenstadt hat Zukunft – Höhere Frequenzen durch neue Nutzungen“, Montabaur

Der bcsd Landesverband Rheinland-Pfalz, unterstützt durch das Wirtschaftsministerium, die CIMA Beratung + Management GmbH und die Verbandsgemeinde Montabaur, bietet auf seiner diesjährigen Herbsttagung einen Erfahrungsaustausch zu den Möglichkeiten, durch neue Nutzungen Innenstädte zu beleben. Einige Praktiker berichten von Projekten aus Andernach, Montabaur und Ludwigshafen.

20. Oktober 2010, 8. Bayerischer Stadtmarketingtag, „Stadtmarketing – kreativ, innovativ, initiativ“, München

Finanzkrise und Strukturumbrüche stellen auch an das Stadtmarketing neue Anforderungen. Das diesjährige Programm widmet sich daher neuen Ideen und Impulsen und läuft unter dem Titel „Stadtmarketing – kreativ, innovativ, initiativ“. In der bewährten Mischung aus fundierten Grundlagen und erfolgreichen Praxisbeispielen zeigt der 8. Bayerische Stadtmarketingtag neue Wege auf und bietet ausreichend Platz zum Erfahrungsaustausch. Das Programm und die Anmeldung 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](#).

28. bis 29. Oktober 2010, KulturInvest Kongress 2010, Berlin

Causales und die Europäische Sponsoring-Börse laden gemeinsam zum Internationalen Kongress für Kulturmanagement, -marketing und -investment ein. Die globalen ökonomischen und sozialen Entwicklungen stellen große Herausforderungen an Kulturpolitiker, Kulturanbieter und deren Kooperationspartner dar. Namhafte Referenten reflektieren in diesem Jahr Entwicklungsperspektiven für das Zusammenwirken von Kultur, Wirtschaft, Öffentlicher Hand und Medien.

Weiteres gibt es **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**.

26. November 2010, „Neue Orte am Wasser - Wie Kommunen und Entwickler neue Standorte am Wasser im Bewusstsein der Menschen verankern“, Bremen

Hafenareale, Uferpromenaden, neu angelegte Seen und freigelegte Bäche – viele Städte und Gemeinden haben in den vergangenen 30 Jahren ihre Wasserlagen entdeckt oder neu geschaffen und städtebaulich entwickelt. Im Rahmen dieser Fachtagung werden neue Orte am Wasser in Bremen, Hamburg, Münster und im brandenburgischen „Fürst-Pückler-Land“ vorgestellt. Es soll aufgezeigt werden, welche Bedeutung sie für die Entwicklung der jeweiligen Stadt oder Region haben und welche Strategien des Standortmarketings die Kommunen und Entwickler verfolgen, um diese Standorte im Bewusstsein der Menschen zu verankern.

29. November 2010, Stadtmarketingtag Baden-Württemberg, „Neue Lust auf Stadt“, Stuttgart

Die Qualität einer Kommune als Handels- und Dienstleistungsstandort hängt letztlich entscheidend von der Standortqualität der einzelnen Stadtviertel, -quartiere und Geschäftsstraßen ab. Modernes Stadtmarketing darf sich deshalb nicht auf globale Konzepte beschränken, die vor allem die Kommune insgesamt in den Blick nehmen, sondern muss gerade auch an den Quartieren als Bezugsgröße ansetzen. Diese und andere spannende Themen werden im Rahmen des „Stadtmarketingtages 2010“ aufgegriffen. Renommiertere Fachleute aus dem In- und Ausland stellen aktuelle Lösungsansätze vor und stehen für vertiefende Fragen und Gespräche zur Verfügung. Weiteres zur Veranstaltung finden Sie **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.