

Newsletter 6/2010

Michael Gerber als Bundesvorsitzender bestätigt

Auf der ersten Sitzung nach der Mitgliederversammlung in Essen haben die Mitglieder des Bundesvorstandes am 18. Juni 2010 in Braunschweig den Bundesvorsitzenden der bcsd gewählt und zugleich Ressortverantwortlichkeiten festgelegt. Dabei wurde Michael Gerber erneut zum Bundesvorsitzenden und Sprecher der bcsd gewählt. Erste stellvertretende Bundesvorsitzenden ist Bernadette Spinnen, Münster Marketing, und zweiter stellvertretender Bundesvorsitzender ist Gerold Leppa, Braunschweig Marketing GmbH.

„Nach der Bestätigung durch die Mitgliederversammlung freue ich mich“, so Michael Gerber, „dass die Kollegen gemeinsam mit mir als Bundesvorsitzenden die Arbeit der Bundesvereinigung weiter gestalten wollen. Zusammen mit unserem Geschäftsführer Jürgen Block gilt es insbesondere den Prozess der Professionalisierung zum Nutzen unserer Mitglieder zu verstetigen. Neben der bundesweiten Vernetzung der bcsd kommt dabei vor allen den Landesverbänden eine wichtige Bedeutung zu. Ich freue mich auf die Arbeit mit den Kollegen im Vorstandsteam“.



Michael Gerber ist als Stabstelle der Geschäftsführung der Bremerhavener Wirtschaftsförderung BIS tätig. In der Innenstadtmanagementorganisation CITY SKIPPER Bremerhaven e. V. ist er als geschäftsführender Vorstand verantwortlich. Zugleich arbeitet er für die Marketinginitiative der Bremerhavener Quartiere, einem Zusammenschluss von 11 Werbegemeinschaften und Organisationen. Als Projektmanager des Europäischen Fischereifonds unterstützt er die touristische Weiterentwicklung des „Schaufenster Fischereihafen“. Im Bundesvorstand umfasst seine Ressortverantwortung Recht, Vertretung & Multiplikatoren.

Weitere bcsd-Ressortverantwortlichkeiten [hier](#).

Städtebauförderung außerhalb von Stadtregionen

Mit dem 2010 eingeführten Städtebauförderungsprogramm „Kleinere Städte und Gemeinden“ im Rahmen der „Initiative Ländliche Infrastruktur“ soll den städtebaulichen, wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen dieses Stadttypus noch gezielter begegnet werden. Das Forschungsprojekt des Bundesinstitutes für

Themen

Seite 1

Bundesvorstand gewählt

Städtebauförderung außerhalb von Stadtregionen

Seite 2

Journal of Town & City Management

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

Seite 3

Mobile Stadtinformationssysteme – Der Aalener City-Bummel

„Ab in die Mitte!“ – Die Innenstadt-Offensive NRW

Seite 4

Herzlich Willkommen! Die neuen bcsd-Mitglieder!

TrendOne gibt den Ausblick in die Zukunft

Seite 5

bcsd -Jobbörse

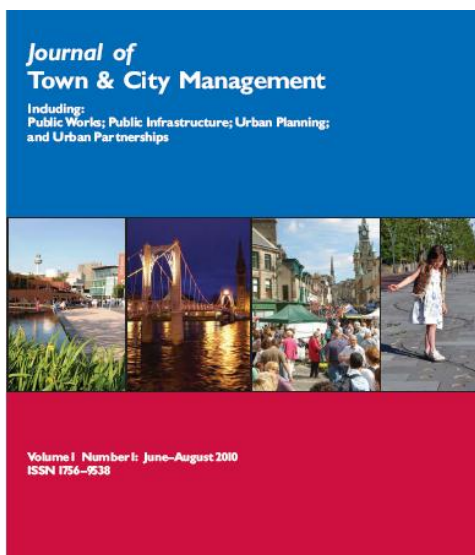
Seite 6

Terminkalender

Bau-, Stadt- und Raumforschung zielt darauf ab, die Erfahrungen bisheriger Städtebauförderung in ländlichen Räumen auszuwerten und Ansätze für deren künftige Weiterentwicklung aufzuzeigen. Die Städtebauförderung ist schon heute ein wichtiges Instrument der Entwicklung von Klein- und Mittelstädten im ländlichen Raum. Ein Charakteristikum des neuen Programms wird die bevorzugte Förderung von überörtlichen Kooperationen sein. Weiterhin sollen gebündelte kommunale und regionale Förderansätze im Rahmen überörtlich abgestimmter städtebaulicher Entwicklungskonzepte initiiert werden.

Weiteres **hier**.

1. Ausgabe des Journal of Town and City Management



Das Journal of Town and City Management ist eine neue Zeitschrift für Fachleute, politische Entscheidungsträger und Wissenschaftler die sich mit Stadt- und Citymanagement, Städtebau, Infrastruktur und Stadtplanung beschäftigen. In jeder Ausgabe werden ausführliche Artikel und Fallstudien zu wirkungsvollen Stadt- und Citymanagement-Initiativen aus der ganzen Welt veröffentlicht, die die wichtigsten Trends im Stadt- und Citymanagement aufzeigen und überprüfen. Weitere Informationen zu den Themen und zur Bestellung des vierteljährlichen Journals finden Sie **hier**.

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

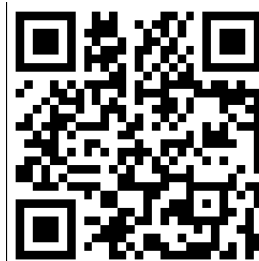
Zum traditionellen Städtetreffen sind am 18. Mai in Hannover Vertreterinnen und Vertreter der zwölf niedersächsischen Kommunen zusammen gekommen, die als Sieger aus dem Landeswettbewerb „Ab in die Mitte! - Die City-Offensive Niedersachsen" 2010 hervorgegangen sind.

Neben der Information der anwesenden Vertreter von Initiatoren und Sponsoren stand auch der gegenseitige Austausch der Kommunen untereinander im Fokus. Die neugebildeten Netzwerke der beteiligten Kommunen leisten mit ihren nachhaltigen Entwicklungskonzepten und einer Vielzahl von kreativen Projekten rund um Handel, Dienstleistung und Kultur einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg dieses Wettbewerbs. Mehr dazu finden Sie **hier**.

Mobile Stadtinformationssysteme – Aalener City-Bummel

Internetfähige Mobiltelefone sind in den letzten Jahren zum Standard geworden. Die mobile Verfügbarkeit des Internets bietet Städten und Regionen vielfältige Möglichkeiten, Informationen direkt vor Ort bereit zu stellen. Bisher waren städtische Informationssysteme oft nur „statisch“ im Netz vorhanden und wurden in der Regel am heimischen PC abgerufen. Das mobile Internet ermöglicht es Städten und Regionen, die bestehenden Informationssysteme nun auch mobil zur Verfügung zu stellen.

Die Projektgruppe „Mar.Vis–Marketing.Visualisierung“ (Lehrgebiet Computergestützte Planungs- und Entwurfsmethoden/ Technische Universität Kaiserslautern) entwickelte basierend auf der QR-Code-Technologie das mobile Informationssystem „Urban-Code“: Webinhalte lassen sich einfach und effektiv direkt vor Ort mobil verfügbar machen – jeder Besitzer eines internetfähigen Kamerahandys kann darauf zugreifen. Mit dem „Urban-Code“ können neben klassischen Webseiten auch multimediale Inhalte wie Filme und Audiospots mit realen Objekten



QR-Code für das mobile Informationssystem „Urban- Code“
(Quelle: www.mar-vis.de/uc/uc.3gp)



Der „ Spion von Aalen“
(Quelle: Stadtverwaltung Aalen)

verknüpft werden. Pilotprojekt für den Einsatz im Bereich des Stadtmarketings ist der Aalener City-Bummel. Hier werden ab Juli 2010 an etwa zwanzig Stationen Informationen über QR-Code-Abruf öffentlich zur Verfügung gestellt. Mithilfe von 3D-Software kann zum Beispiel die Statue des „Spions von Aalen“ zum Leben erweckt werden und dem Nutzer Anekdoten aus der Aalener Stadtgeschichte erzählen. Mehr dazu **hier**.

„Ab in die Mitte!“ – Die Innenstadt-Offensive NRW

Mit dem Städtetreffen der im Landeswettbewerb erfolgreichen Städte ist „Ab in die Mitte!“ 2010 Anfang Mai in seine „heiße Phase“ gestartet. Vertreterinnen und Vertreter aller 20 siegreichen Kommunen trafen sich mit den Initiatoren und Sponsoren der City-Offensive NRW in der Hauptverwaltung der GALERIA Kaufhof GmbH in Köln. Im Fokus des Treffens standen das Kennenlernen und die Vorstellung der siegreichen Konzepte.

Unter dem Motto „Stadt: Kern: Gesund“ hatte die City-Offensive „Ab in die Mitte!“ für das Jahr 2010 alle Kommunen in NRW aufgerufen, vor Ort Projekte und Prozesse zu initiieren und/oder zu fördern, die geeignet sind, Innenstädte, Ortskerne und Stadtteilzentren in ihren städtischen Funktionen zu sichern bzw. zu optimieren. Ziel ist die Sicherung und Entwicklung zukunftsfähiger und attraktiver Innenstädte und Ortszentren in NRW. Informationen zu den Projekten gibt es **hier**.

Herzlich Willkommen! Hier sind die neuen bcsd-Mitglieder!

Die rheinland-pfälzische Stadt Bendorf betreibt seit 1998 Stadtmarketing und seither wurden unterschiedliche Projekte und Maßnahmen umgesetzt. Das Stadtmarketing Bendorf macht sich zur Aufgabe die Stadtentwicklung und die Stadtsanierung zu begleiten, sowie die Kommunikation mit verschiedenen Innenstadtakteuren und dem Einzelhandel durch strukturierte Gesprächsrunden mit der Kommunalpolitik und der Verwaltung zu stärken. Im Jahr 2009 wurde gemeinsam mit der CIMA ein neues Innenstadtentwicklungskonzept geschaffen, dessen Umsetzung die Aufgabenstellung der nächsten Jahre ist. Mehr Informationen zur Stadt Bendorf gibt es **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-Erfahrungstagungen 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**

ONLINE STADTGEHEIMNISSE ENTDECKEN

Die Webseite MyCitysecret.com ist ein Zusammenschluss kleiner, lokaler Produkt- und Dienstleistungsanbieter, die hier die Möglichkeit erhalten, Marketingtools wie etwa Kundenbindungsprogramme oder aufwendige Werbeaktivitäten im Kollektiv zu finanzieren, um sich somit gegen große Ketten behaupten zu können. Dabei soll das Label "MyCitysecret" auch als Gütesiegel für kleinwirtschaftliche und regionale Anbieter verstanden werden, die mit ihrem besonderen Produkt- und Dienstleistungsangebot für das eigentliche Flair ihrer Stadt stehen. Mehr dazu **hier**.



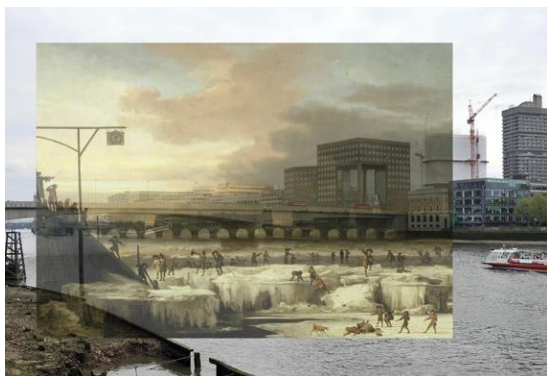
KLANGGESCHICHTEN VON DER ELBE



Die Philharmoniker Hamburg ermöglichen es Nutzern, auf ihrer interaktiven Webseite zum Dirigenten zu werden und die Hansestadt und deren Bevölkerung in ein riesiges Orchester zu verwandeln: Das alltägliche Geschehen an fünf markanten Orten

Hamburgs, beispielsweise den Landungsbrücken, wird per Webcam live übertragen. Der Nutzer kann online an beliebigen Stellen im übertragenen Bild Instrumente platzieren, die durch Motion-Tracking, zum Beispiel, wenn ein Fußgänger die Straße überquert, jeden Tag aufs Neue ihre ganz eigene Komposition bilden. Weiteres [hier](#).

KUNSTWERKE IN LONDONS STRASSEN ENTDECKEN



Das Museum of London hat in Zusammenarbeit mit der Agentur "Brothers and Sisters" ein Programm für das iPhone veröffentlicht, mit dem per Geotagging und Augmented Reality die verschiedenen Werke des Museums in einen Kontext mit der Stadt gebracht werden. Die Anwendung mit Namen "Street Museum" assoziiert Stadtansichten

aus dem Archiv des Museums mit den realen Orten. Auf einer Karte der Stadt werden so die Ursprünge der verschiedenen Bilder angezeigt. Ist der Nutzer vor Ort, wird das Werk über das Telefondisplay eingeblendet, sodass dieser es mit der heutigen Ansicht vergleichen kann. Weitere Informationen gibt es [hier](#).

bcsd-Jobbörse

Die **complan Kommunalberatung GmbH in Potsdam** sucht zur Verstärkung ihres Teams eine(n) Mitarbeiter(in) City-Management.

Das Beratungsunternehmen, das im Auftrag von Stadtverwaltungen unterschiedliche Dienstleistungen zur Stärkung von Innenstädten erbringt, ist der festen Überzeugung, dass eine wirksame und dauerhafte Belebung unserer Stadtzentren nur im Dialog mit Einzelhändlern, Anbietern kultureller und sozialer Angebote und sonstigen Partnern gewährleistet werden kann. Weitere Informationen [hier](#).

Zur Stärkung der Innenstadt des Mittelzentrums **Mühlacker**, attraktiver Lebens-, Kultur- und Arbeitsplatzstandort mit ca. 26.000 Einwohnern, ist ein neues Citymanagement konzipiert worden. Für den in öffentlich-privater Partnerschaft entwickelten Verein wird zur Umsetzung und Weiterentwicklung der beschlossenen GMA-Citymanagement-Konzeption eine fachlich versierte Führungskraft gesucht. 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. Der Staffelpreis für die gleichzeitige Aufgabe von 3 Stellenanzeigen für 4 Wochen beträgt 100 Euro netto (Laufzeit 1 bis 6 Monate) an. Die Anzeigenaufgabe erfolgt online auf Rechnung. Bitte wenden Sie sich an die bcsd-Geschäftsstelle unter **office@bcsd.de**.

Terminkalender

14. Juli 2010, „Herausforderungen des demografischen Wandels für ostdeutsche Klein- und Mittelstädte im ländlichen Raum“, Fachveranstaltung des BBSR, Stendal

Für Stendal gilt es die regionale Entwicklung der Altmark zu stärken; denn alle Bevölkerungsprognosen sagen vorher, dass diese Region mit ihren vielen kleinen Gemeinden weiter stark an Bevölkerung verlieren wird. Vor dem Hintergrund dieser Problemlage führt das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) eine Veranstaltung zu den demografischen Herausforderungen für ostdeutsche Klein- und Mittelstädte im ländlichen Raum durch. Mehr dazu finden Sie **hier**.

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 bietet Beiträge zur Nachhaltigkeit im Stadtmarketing, Medienarchitektur und Medieneffizienz im Stadtmarketing und diskutiert Ansätze und praktische Beispiele zur Profilierung im Standortwettbewerb.

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**.

24. bis 26. Oktober 2010, bcsd-Herbsttagung, „Stadt. Land. Wissen.“ , Magdeburg

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 und Regionen.

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.