

# STADTMARKETING TRENDREPORT HYPERCITIES

6.09

**OUT NOW**



BESUCHER  
INFORMATIONEN

**STADT**

BEWOHNER  
VIELE  
SMS

LEBEN  
ENTDECKEN  
MEHR  
SERVICE

CITY  
INTERESSEN

STADTMARKETING  
ZUKUNFT  
OFFEN

GUIDE  
MÖGLICHKEITEN

UNTERNEHMEN  
ERFAHRUNGEN

BIETEN  
NUTZEN

QR-CODE

BESSER

ZEIGEN  
MÖGLICH

BESUCHERN  
GESTALTEN

WETTBEWERB

PER

MOTIVIEREN  
STELLT

LOCAL  
ENTWICKELN

BEREIT'S  
PLATZ

FRIEND  
LASSEN

STÄDTE  
STELLEN  
EINWOHNER

MÖGLICHKEIT  
EMPFEHLUNG

SUCHEN  
TWITTER  
SERVICES

MOBILTELEFON  
MÜSSEN  
ZUKUNFTIGEN

VERFÜGUNG  
AUFENTHALT

FINDEN

REISE  
STETIG  
URLAUB

INTERNET

CHANCE

BESCHREIBUNG  
EIGENEN  
KOMMUNIKATION  
NÄCHSTEN

**GÄSTE**

TOURISTEN  
BÜRGER  
FORM

TRENDS

PLÄTZE

VERSCHIEDENEN

ERSTE  
WISSEN  
REALITY  
FRAGEN  
ABRUUF

GÄSTEN

WISSEN

RECHNEN

MODERNE  
BÜRGER  
GEWISSEN

SCHAFFEN

ZUKUNFT  
FOLLOWER



## STADTMARKETING TRENDREPORT

### HYPERCITIES

Smart City Guides, Augmented Cities, Hyperlocality – Städte stehen vor großen zukünftigen Herausforderungen. Städte stehen im Wettbewerb um Unternehmen und Arbeitskräfte, wollen attraktiv sein für Bewohner und Touristen, und müssen eine nachhaltig geplante Infrastruktur und Verkehrswege bieten. Gleichzeitig darf der „Charakter“ der Stadt nicht leiden während zukünftige Entwicklungen antizipiert werden.

Stadtentwickler auf der ganzen Welt beschäftigen sich mit einer Vielzahl an Bereichen zugleich. Jedoch ist es schwer auf allen Gebieten auf dem neuesten Stand zu bleiben. Denn wer im Wettbewerb auch zukünftig mitspielen will, muss aktuelle Entwicklungen und Trends sofort erkennen, um daraus die richtigen Schlüsse für die Zukunft der Städte zu ziehen.

Zukünftig möchte TrendONE Sie dabei begleiten, wichtige Schlüsselrends im Stadtmarketing frühzeitig zu erkennen und zu antizipieren.

Dieser erste Trendreport zum Thema "HYPERCITIES" beschäftigt sich mit dem Einfluss, den moderne Kommunikationsmittel und -methoden schon heute auf die Attraktivität des Lebens einer Stadt haben. Anhand von Trends, also aus ausgewählten konkreten Angeboten und Projekten, zeigen wir Ihnen die Richtung, in die sich die Vernetzung der Städte entwickeln wird. Machen Sie den Versuch und denken Sie die Entwicklungen noch ein Stück weiter – Sie werden feststellen, welch ungeheures Potential in diesen steckt, um die Stadt von morgen attraktiv zu machen für Einwohner, Unternehmen und Touristen.

Viele neue Erkenntnisse und Inspirationen wünscht Ihnen das Team von TrendONE und unsere 80 Trendscouts auf der ganzen Welt!



NILS WULF  
CHEFREDAKTEUR  
STADTMARKETING@TRENDONE.DE

HERAUSGEBER  
NILS MÜLLER  
CEO TRENDONE  
MUELLER@TRENDONE.DE



# TEASER

EDITORIAL	01
AUGMENTED CITIES	05
MAPVERTISING*	09*
SMART CITY GUIDES*	13*
LOCAL FRIENDS*	17*
MULTICULTURALISM*	21*
TWITTER*	25*
CONNECTED CITIES*	29*
CODING*	33*
LOCAL TOURISTS*	37*
FRIENDLY SERVICES*	41*
RECOMMENDATION*	45*
PRE-ARRIVAL: PLANNING*	49*
PREVIEW*	53*

\* Nicht im vorliegenden Teaser enthalten.  
Diese Kapitel werden nur im vollständigen Stadtmarketing  
Trendreport ausgeliefert.

**AUGMENTED**

**CITY**

LOCAL

TWITTER  
CONNECTED

TOURIST

FRIENDLY

CODING  
GUIDE

MULTICULTURALISM

PRE-ARRIVAL  
MAPVERTISING  
RECOMMENDATION

PLANNING  
SERVICES

FRIEND

## AUGMENTED CITY

Unter Augmented Reality versteht man die Verknüpfung von realer und virtueller Welt. Es handelt sich dabei meist um eine Überblendung oder Vermischung der realen Umgebung durch Zusatzinformationen. Über das reale Umfeld wird ein zusätzlicher Layer gelegt, mit dem der User interagieren kann. Die Anwendungsmöglichkeiten sind nahezu unbegrenzt. So können sich Besucher eines Museums ihre Handykamera auf ein Ausstellungsstück richten und auf dem Display zusätzliche Informationen zum betrachteten Objekt abrufen. Eine Stadtführung ohne Stadtführer wäre somit denkbar. Die Stadt kann so zum Erlebnis- und Quiz-Stadtrundgang einladen und das Wissen über die Stadt so spielerisch vermitteln.

Die folgenden Best Practice Trends sollen Sie inspirieren die Stadt der Zukunft zu gestalten.

### Best Practice Trends:

#### Geschichte live auf dem iPhone erlebbar



Das Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung IGD hat eine neue iPhone-Applikation entwickelt, mit der "Geschichte live erlebbar" wird. Die neu entwickelte Technologie ermöglicht es, die aufgenommenen Bilder der Sehenswürdigkeiten mit Hilfe von historischem Bildmaterial und entsprechenden Erläuterungen zu überblenden. Damit lässt sich die Geschichte eines Gebäudes oder eines Platzes über Jahrzehnte hinweg verfolgen.

Quelle: <http://cebit2009.portel.de/> (direkter Link)  
Initiator: Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung (IGD), Deutschland

## ATM finden per Handykamera



ING Wegwijzer ist eine Applikation für Android-Handys, mit der Nutzer den nächsten Geldautomaten der ING finden können. Die Applikation nutzt dafür die Handykamera und den eingebauten Kompass. Der User wählt den Kameramodus und richtet das Handy so aus, als würde er ein Foto seiner Umgebung aufnehmen. Das Programm legt einen Layer über das Bild, auf dem der Weg zum nächsten Geldautomaten angezeigt wird.

Quelle: <http://wegwijzer.ing.nl/> (direkter Link)  
Initiator: ING Groep N.V., Niederlande

## Augmented Reality im Unterwassereinsatz



Das Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik weitet das Einsatzfeld von Augmented-Reality-Technologie auf die Unterwasserwelt aus. Durch den Einsatz einer speziellen Taucherbrille kann sie um virtuelle Objekte bereichert werden, sodass sich jedes Hallenbad in ein Korallenriff verwandeln lässt. Als erste Anwendung hat das Institut ein Unterwasserspiel realisiert, bei dem der Taucher auf virtuelle Schatzsuche geht. Denkbar sind auch Anwendungen für Berufstaucher, die Reparaturen an Brücken oder Staudämmen durchführen müssen.

Quelle: <http://www.izb.fraunhofer.de/> (direkter Link)  
Initiator: Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik, Deutschland

### **Empfehlung:**

Was ist faszinierender, als die Vergangenheit, die Historie der Stadt zum Leben zu erwecken. Die Stadtgeschichte kann per Augmented Reality zum virtuellen Leben erweckt werden, wenn beispielsweise ein mittelalterlicher Ritter durch die moderne Stadtszenerie reitet und dem Besucher Informationen zum Leben im Mittelalter gibt. Oder stellen Sie sich vor Sie gehen durch Hamburg auf den Spuren der Beatles, besuchen den Star-Club, die Reeperbahn und plötzlich steht neben Ihnen ein Wegbegleiter der Fab Four, ein Zeitzeuge, der seine eigene Sicht der Dinge schildert. Kann Geschichte eindrucksvoller zum Leben erweckt werden?

Wie in dem Film ‚Nachts im Museum‘, könnten auch die Ausstellungsstücke zum Leben erwachen. Was für eine grandiose Vorstellung, den Gästen Ihrer Stadt im wahrsten Sinne vor Augen zu führen, wie das Leben, die Gebäude und die Plätze Ihrer Stadt im vorigen Jahrhundert aussahen – und das im Museum oder direkt vor Ort.

Schaffen Sie die technischen Voraussetzungen, indem Sie Ihr Stadtarchiv digital zur Verfügung stellen. Insbesondere Schüler nähern sich so der Stadtgeschichte auf jugendgerechte Art und entwickeln eine interaktive Verbindung zur Stadtgeschichte. Nicht nur Besucher erfahren so mehr über die Stadt, auch die Bewohner fühlen sich durch mehr Wissen heimischer und verbundener mit der Heimatstadt.

Daneben bietet sich den ansässigen Unternehmen, Restaurants und Geschäften die Möglichkeit die Besucher über die Geschäftstätigkeit zu informieren und bestenfalls neugierig auf das Angebot zu machen. Statt Kunden über Anzeigen in regionalen Printmedien oder auf Touristenflyer anzusprechen, werden mit diesen auf dem Wege durch die Stadt durch die lokale Nähe kommuniziert.

Warum stellen Sie Ihren Gästen nicht einmal Ihre Zukunftsvision Ihrer Stadt vor. Lassen Sie Ihre Gäste einen Blick in die Zukunft werfen. Wie sehen die Straßenzüge in 20 Jahren aus, welche Architektur wird die Stadt bestimmen, wie sind die Plätze der Stadt angelegt? Spannende Fragen, die hohe Relevanz für die Besucher Ihrer Stadt haben. Denn ein Stadtbesuch ist nicht nur rückwärtsgerichtet – es interessiert mehr als nur die Vergangenheit.

Sie und Ihre Bürger können diese Erlebnisse inszenieren – die Augmented Reality unterstützt Sie dabei.

**Weitere spannende Themen finden Sie im kompletten Stadtmarketing Trendreport.**

Im nächsten Stadtmarketing Trendreport erwarten Sie u.a. folgende Themen:

Green Cities  
Creative Cities

Steigen Sie mit ein in die Zukunft des Stadtmarketings.  
Ich freue mich auf Ihre Anfragen und ihr Feedback!



JASMIN NAUBER  
Travel Trend Unit TrendONE  
Klopstockstrasse 27  
22765 Hamburg / Germany  
[stadtmarketing@trendone.de](mailto:stadtmarketing@trendone.de)  
Fon: +49 (0)40 – 238 038 – 33  
Fax: +49 (0)40 – 238 038 - 36

#### Redaktionsteam Stadtmarketing Trendreport:

Nils Wulf, Chefredakteur  
Chang-Hwan Kim, Global Trendscout TrendONE  
Nils, Müller, CEO TrendONE, Herausgeber  
Oliver Puhe, Head of Travel Trend Unit  
Roman Weishäupl, Head of Global Trendscouting  
Daniel Bischoff, TrendONE Berlin  
Konstanze Kossack, Senior Trend Analyst



#### DISCLAIMER

COPYRIGHT 2009: ALLE RECHTE VORBEHALTEN.

DIE IN DIESER PRÄSENTATION DOKUMENTIERTEN TRENDS UND THESEN SIND GEISTIGES EIGENTUM VON TRENDONE UND UNTERLIEGEN DEN GELTENDEN URHEBERGESETZEN. DIE VERWENDETEN BILDER DIENEN LEDIGLICH RESEARCH- UND ILLUSTRATIONSZWECKEN. SIE STEHEN NICHT ZUR PUBLIKATION FREI.