

Themen

Seite 1

[Best Christmas Cities 2019 gekürt](#)

Seite 3

[Tagungsdokumentation Deutsche Stadtmarketingbörse 2019](#)

[Digitalisierung und Stadtentwicklung](#)

[Neuordnung der Städtebauförderung](#)

Seite 4

[Hannover-GIFs](#)

Seite 5

[bcsd-Mitgliederportraits aktualisiert](#)

[Lastenfahrrad-Lieferverkehr in Fußgängerzonen](#)

Seite 6

[Dokumentation Migrants4Cities](#)

[Vorkaufsrecht in Innenstadt zur Steuerung des Branchenmix](#)

Seite 7

[Leitfaden „Einfach online“ aktualisiert](#)

[Erzgebirge wirbt mit Heidi-Song für Heimkehrer](#)

[bcsd-Seminare im Februar – jetzt noch anmelden!](#)

Seite 8

[Jobbörse](#)

Seite 9

[Fördermitglieder](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 10

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

Seite 11

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

[Terminkalender](#)

Newsletter 01-2020

Best Christmas Cities 2019 gekürt



Am vergangenen Montag glänzten auf der Messe Christmasworld in Frankfurt am Main nicht nur die Lichtinstallationen der Aussteller, sondern auch die Siegerstädte des Wettbewerbs Best Christmas City. In den Kategorien Groß-, Mittel- und Kleinstadt wurden Städte von der Fachjury für ihre ganzheitlichen Weihnachtskonzepte und außergewöhnliche

Handelsaktionen ausgezeichnet. Ein Online-Voting bestimmte den Publikumsieger. Zu gewinnen waren hochwertige Städtedekorationen von **MK Illumination** und ein professioneller „Weihnachtsmarkt-Check“ der **Gesellschaft für Markt und Absatzforschung (GMA)**.

Gewinner Kategorie Kleinstadt (bis 20.000 Einwohner): **Bad Bentheim**

Überblickt von der mittelalterlichen Burg Bentheim, bot der lauschige Bad Bentheimer Weihnachtsmarkt unter dem Motto „Fair Trade Stadt“ ausschließlich kunsthandwerkliche und regionale Produkte. Durch Aktionen wie das Anschieben der erzgebirgischen Weihnachts-Pyramide der Partnerstadt Wolkenstein wurde die Weihnachtsbotschaft der Gemeinsamkeit über die Stadtgrenze hinaus kommuniziert. Den zweiten Platz belegte **Neustadt in Holstein**, auf Platz drei schaffte es **Straelen**.

Gewinner Kategorie Mittelstadt (20.000-100.000 Einwohner): **Wolfenbüttel**

400 funkelnde Lichterbögen, Hütten im Fachwerkstil und malerische Adventshöfe ließen in der Wolfenbütteler Innenstadt eine gemütliche vorweihnachtliche Atmosphäre aufkommen. Kuschelige Sitzecken, Decken und Felle unterstrichen zusätzlich den Claim der Stadt als „Wohnzimmer der Region“. Neben der Kommunikation über die üblichen sozialen Netzwerke punktete Wolfenbüttel mit einem einzigartigen Podcast zum Weihnachtsmarkt. Platz zwei ging an **Baden-Baden**, auf Platz drei kam **Uelzen**.

Gewinner Kategorie Großstadt (ab 100.000 Einwohner): **Kassel**



Foto: Marc Jacquemin

Kassel bezieht sich in seinem Konzept auf das Erbe der Gebrüder Grimm in der Stadt, 2019 unter dem Motto Rotkäppchen. Der märchenhaft dekorierte Weihnachtsmarkt, Lesungen, Puppentheater sowie die Sonderausstellung „Rotes Käppchen, Blauer Bart“ im Grimm Museum erweckten Fantasiewelten zum Leben. Mit der „Weihnachtsbaumkanone“ begeisterte

der Künstler Leon de Bruijne die Besucher und stellte einen Bezug zu Kassel als Kunst- und Dokumenta-Stadt her. **Göttingen** durfte sich über Platz zwei freuen, **Bremen** über Platz drei.

Publikumspreis: **Meiningen**

In der Online-Abstimmung konnte Meiningen mit 4.509 Stimmen besonders begeistern. Der „Meininger Weihnachtszauber“ ließ mit einem neuen Beleuchtungs- und Gestaltungskonzept die Altstadt und den Schlosshof Elisabethenburg erstrahlen. Die 450 Quadratmeter große Eis-Arena, eine Leuchtlokomotive als Fotopoint sowie ein abwechslungsreiches Weihnachtsprogramm mit einheimischen Chören lockten zusätzlich die Besucher an. Auf Platz zwei landete **Fulda** mit 3.902 Stimmen, auf Platz drei **Meppen** mit 1.327 Stimmen.

ANZEIGE

Themen-App

Virtuelle Stadtführung

Was glauben Sie, wie gut Sie Ihre Stadt kennen?

Tauchen Sie in die Kunst und Kultur Ihrer Heimat ein und gestalten Sie Ihre individuelle Stadtführung!

Mit unserer Themen-App können Bürger und Besucher Ihre Stadt erkunden und auf dem Smartphone ein Stückchen Geschichte erleben. Ob Volksfeste, kulinarische Reisen, Geheimtipps oder kinderfreundliche Angebote – alle Themen sind frei gestaltbar und runden den Stadtaufenthalt für Freunde und Familie ab.

Entdecken Sie Ihre Stadt aus einer völlig neuen Perspektive!

Wir zeigen Ihnen wie!

innenstadt3.0
powered by SinkaCom

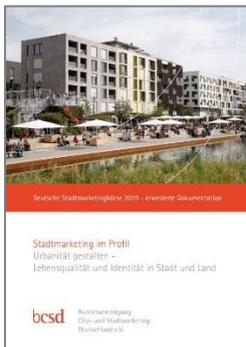
Borsigstraße 32
65205 Wiesbaden

Tel.: 06122 - 5982 - 0
Fax: 06122 - 5982 - 50

www.innenstadt30.de
www.sinkacom.de

www.sinkacom.de

Erweiterte Tagungsdokumentation Deutsche Stadtmarketingbörse 2019 – „Urbanität gestalten – Lebensqualität und Identität in Stadt und Land“



Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2019 in Heilbronn setzte sich mit dem neuen Verständnis von Lebensqualität in Stadt und Land sowie der zunehmenden Verwischung der Grenze zwischen den beiden, ehemals gegensätzlichen Lebensräumen auseinander. Nun liegt eine unter Mitwirkung von Anja Barlen-Herbig entstandene Dokumentation der Veranstaltung vor. Diese beinhaltet eine Zusammenfassung der wichtigsten Tagungsinhalte sowie darüber hinaus gehende Mehrwerte: Interviews mit Tristan Horx vom Zukunftsinstitut sowie Boris Palmer, Oberbürgermeister der Stadt Tübingen, sind hier zu nennen. Wie die Deutsche Stadtmarketingbörse ist auch die Publikation, die in der Reihe „Stadtmarketing im Profil“ erscheint, stark praxisorientiert und liefert entsprechend viele Beispiele für Projekte, die zur Steigerung von Lebensqualität und Identität in Stadt und Land beitragen können, indem das Land „urbaner“ wird oder die Stadt ein Stück „ländlicher“. Neben den auf der Deutschen Stadtmarketingbörse vorgestellten Projekten finden sich darin zahlreiche weitere Beispiele aus Groß- und Kleinstädten aus ganz Deutschland und darüber hinaus. **Hier** finden Sie die Broschüre.

Stadtentwicklungsplanung in Zeiten voranschreitender Digitalisierung



Das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) wurde von der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen des Landes Berlin beauftragt, aufzuzeigen, wie eine Stadtentwicklungsplanung in Berlin vor dem Hintergrund der räumlich-funktionalen Auswirkungen von Digitalisierung und Smart-City-Anwendungen im städtischen Raum aussehen könnte. Fokus der Studie war somit unter anderem, welche veränderten Raumwahrnehmungen mit der Digitalisierung einhergehen und was dies für die Stadtentwicklungsplanung bedeutet. Die Ergebnisse des Projekts sind in dieser **Difu-Sonderveröffentlichung** aufbereitet.

Neuordnung der Städtebauförderung – neue Programme und Inhalte



Bundesinnenminister Seehofer hat die Verwaltungsvereinbarung Städtebauförderung unterzeichnet. Gemeinsam haben Bund und Länder eine neue Struktur der Städtebauförderung ab diesem Jahr erarbeitet. Besonderer Wert wurde auf die Schaffung von Möglichkeiten der interkommunalen Kooperation gelegt. Fördervoraussetzung für die Programme ist die Beachtung von Nachhaltigkeit im Hinblick auf den Klimaschutz. Fast eine Milliarde Euro Bundesmittel stehen in den neuen Bund-Länder-Programmen „Lebendige Zentren“ für die Innenstadtentwicklung und historische Stadtkerne, „sozialer Zusammenhalt“ zur Förderung des Zusammenlebens in den Quartieren und „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ zur Anpassung an den demographisch-strukturellen Wandel zur

Verfügung. Hinzu kommt der Investitionspakt soziale Integration im Quartier. Nun müssen die Bundesländer das Abkommen noch gegenzeichnen. Mehr Informationen zum Vorhaben finden Sie **hier**.

Hannover-GIFs werben für die Stadt und tragen zur Identifikation bei



Die Hannover Marketing und Tourismus GmbH (HTMG) entwickelte im Dezember 2019 zehn Stadt-GIFs mit Motiven wie der Kröpcke-Uhr, der Hannoveraner Skyline, einem Segelboot auf dem Steinhuder Meer und einem „I love Hannover“-Schriftzug. Die Animationen wurden im GIPHY-Archiv von Instagram online gestellt und generierten 576.900 Views in den Stories der Hannoveraner. Auf Wunsch der Instagram-Follower hat die HTMG bereits zwei neue GIFs entwickelt. Mehr dazu **hier**. Eine Aufstellung der GIFs finden Sie **hier**.

ANZEIGE



Geschichte.
Macht den Unterschied.

Historisches Stadtmarketing für
Ihren Ort - Sprechen Sie uns an.

 **HISTORICITY**
Geschichte macht den Unterschied.

Historicity GbR • David-Gilly-Str. 1 • 14469 Potsdam
+ 49 331 581 162 59 • info@historicity.de •
www.historicity.de

www.historicity.de

bcsd-Mitgliederportraits



Unser Verband lebt von seinen Mitgliedern. Daher ist es uns ein besonderes Anliegen, den Mitgliedern eine Plattform zu bieten, auf der sie sich ansprechend präsentieren können. Dafür haben wir unsere **Mitgliederseite** neu gestaltet. Alle ordentlichen Mitglieder finden Sie nun in einer übersichtlichen, alphabetisch geordneten Tabelle. Mit der Suchfunktion lassen sich Mitglieder durch Schlagwort-, Orts- oder Postleitzahlsuche auffinden. Zusätzlich werden alle Mitgliedsstädte in einer interaktiven OpenStreetMap angezeigt. So können Sie mit nur wenigen Klicks Mitglieder in Ihrer Nähe finden und erfahren vieles über Aufgabengebiete, Ziele und

Organisationsstrukturen. Wenn Sie im Mitgliederbereich der bcsd-Homepage eingeloggt sind, haben Sie zudem Zugang zu den Kontaktdaten Ihrer Kollegen, um einen direkten Erfahrungsaustausch angehen zu können.

Falls Sie sich ebenfalls vorstellen wollen, schicken sie gerne einen Text (max. 500 Wörter), ein Bild (bevorzugt Quer- oder Panoramaformat), Ihr Logo und, falls vorhanden, ein Imagevideo (bevorzugt als YouTube-Link) an office@bcsd.de.

Lieferverkehr in Fußgängerzonen während der Ladenöffnungszeiten mit Lastenrad



Die großen Online-Plattformen wie Amazon oder Zalando gehen vermehrt Kooperationen mit lokalen Einzelhändlern ein, da diese mit ihren Produkten räumlich meist näher am Kunden sind. Der stationäre Handel hat also einen Standortvorteil. Zu den Ladenöffnungszeiten bestehen jedoch Einfahrbeschränkungen in den Fußgängerzonen, die die Übergabe der Pakete an Spediteure erschweren und den Standortvorteil relativieren. Motorisierte Lieferfahrzeuge in den Fußgängerzonen mindern jedoch die Aufenthaltsqualität erheblich. Ein Lösungsansatz könnte daher Fahrradlieferverkehr sein. Im Zusammenhang mit dem Fahrradlieferverkehr ist ein neues Verkehrszeichen „Lastenfahrrad“ vorgesehen. Die **Novelle** soll im Februar 2020

im Bundesrat verabschiedet werden. In diesem Zusammenhang fragen wir Sie als Newsletter-Leser, ob Sie dieses Zeichen nutzen würden, um Lieferverkehr in Ihren Fußgängerzonen während der Öffnungszeiten zuzulassen? Bitte kontaktieren Sie uns unter office@bcsd.de, wenn Sie bereit sind, eine solche Lösung zu testen oder andere, innovative Lösungen für den Lieferverkehr in der Fußgängerzone verfolgen.

Urban Design Thinking Projekt „Migrants 4 Cities“ – Dokumentation erschienen



Mit ihrem hohen Anteil an Bürgern mit Migrationshintergrund und ihrer aktiven Beteiligungspolitik eignete sich die Stadt Mannheim optimal als Partner für das Forschungsprojekt Migrants4Cities. Wissenschaftler des Inter 3 Instituts und der Technischen Universität Berlin erprobten gemeinsam mit hochqualifizierten Migranten, ob diese aufgrund ihrer Erfahrungen neuartige Ideen für Vorhaben der nachhaltigen Stadtentwicklung auf Augenhöhe mit städtischen Verantwortlichen entwickeln können. Gefördert wurde das

Projekt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.

Vor dem Hintergrund der Frage „Wie wollen wir in Mannheim in Zukunft wohnen, arbeiten, mobil sein und zusammenleben?“ wurden mit der Methode des Urban Design Thinking in den Themenfeldern „Wohnen“, „Arbeiten“, „Mobilität“, „Zusammenleben“ und „Mitmachen“ innovative Konzepte für die Stadt erdacht. Beispielsweise eine „KulturTram“, die Gelegenheit für Bürgerbegegnungen schafft, indem wechselnde kulturelle Aktionen wie Filme, Musik und Theater in der Straßenbahn organisiert werden. Die Konzepte wurden zum Teil bereits realisiert oder befinden sich in der Planungsphase. Die Dokumentation zum Projekt finden Sie [hier](#).

Städtebauliche Maßnahmen für eine bessere Innenstadtentwicklung in Hanau



In Hanau konnten in den vergangenen Jahren durch einen umfassenden **Umbau und die Neugestaltung der Innenstadt** neue Geschäfte angesiedelt und damit dem Abzug der Kaufkraft entgegengesteuert werden. Dennoch beginnen sich gegenläufige Tendenzen in Form von schließenden Läden und Leerständen abzuzeichnen. Ausgelöst werden diese Entwicklungen unter anderem durch rein gewinnorientierte Immobilienkäufe und -

vermarktungen, die keine Rücksicht auf die Gesamtattraktivität der Stadt nehmen. Die Stadt möchte diesen Entwicklungen entgegenwirken, indem sie mehr Einfluss auf die Eigentümer und Nutzer von Immobilien gewinnt. Das Baugesetzbuch ermöglicht Kommunen, in Gebieten, in denen städtebauliche Maßnahmen in Betracht gezogen werden, per Satzung ein Vorkaufsrecht festzulegen. Die Stadt Hanau will von dieser Regelung Gebrauch machen und konkrete Maßnahmen in der Innenstadt einleiten. Die Voruntersuchungen hierfür sollen von der stadteigenen Bauprojekt Hanau GmbH bis Ende 2020 durchgeführt werden.

Sinn und Zweck dieser Strategie ist es, gezielt Handels- und Gastronomie-Konzepte zu unterstützen, die die Innenstadt aufwerten, also passgenau selbst den Branchenmix zu steuern und gegebenenfalls auch als Vermieter aufzutreten. Die Vorkaufsrechtssatzung gehört zu einem größeren Maßnahmenbündel, das von der Hanau Marketing GmbH zusammen mit Einzelhandel, dem Hanau Marketing Verein, der IHK und der Eigentümervertretung Haus und Grund diskutiert wird. Mehr dazu [hier](#) und [hier](#).

Leitfaden „Einfach online“ aktualisiert



Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie bietet dem stationären Einzelhandel einen Leitfaden mit Ratschlägen in Zeiten des „digitalisierten Shoppings“, denn das Internet stellt nicht nur Konkurrenz für den stationären Einzelhandel dar, sondern bietet diesem auch viele Möglichkeiten. Wichtig für den stationären Anbieter ist es, diese Chancen zu erkennen und für sich nutzbar zu machen. Eine Hilfestellung bietet die neue Publikation Einfach Online – Praxis-Tipps für kleine Einzelhändler in Bayern. Den Leitfaden finden Sie **hier**.

Erzgebirge wirbt mit Heidi-Song für Heimkehrer

Wie das Nachrichtenmagazin Spiegel berichtet, verschärft sich die **Landflucht junger Menschen**. Gleichzeitig werben viele, insbesondere ländliche Regionen um Heimkehrer, die vor Ort geboren wurden und zum Teil dort immer noch verwurzelt sind. Das Land Brandenburg bietet solchen Initiativen gezielt **Förderungen** an. So hat unter anderem die Region Elbe-Elster mit **Comeback Elbe-Elster** eine eigene Willkommensagentur für Ausgewanderte ins Leben gerufen, die Hilfestellungen bei der Rückkehr bietet. Die Stadt Halle an der Saale und weitere Städte organisierten zur Weihnachtszeit, wenn viele sowieso in der alten Heimat sind, **Rückkehrermessen**, auf denen unter anderem Unternehmen Jobangebote unterbreiten. Am Weihnachtsmarkt Finsterwalde bot die „**Heimathütte**“ Informationsangebote. Das Regionalmanagement Erzgebirge hat sich neben seinen sonstigen umfangreichen Aktivitäten mit hERZmenschen eine neue Aktion einfallen lassen. Auf der Internetseite der Kampagne kann das Heidi-Lied personalisiert als Aufforderung zur Rückkehr in die Heimat versandt werden. **Hier** erfahren Sie mehr.

Letzte Chance – Jetzt noch zu den Februar-Seminaren in Berlin anmelden



Nutzen Sie noch die Chance, von dem wertvollen Weiterbildungsangebot der bcsd zu profitieren und melden Sie sich für die Seminare „Grundlagen City-, Stadt- und Regional-Marketing“ und „Projektmanagement“ am 19. und 20. Februar in Berlin an. Ein erfolgreiches Stadtmarketing aufzubauen, zu etablieren und ständig weiterzuentwickeln ist eine agile, sich ständig wandelnde Aufgabe, bei deren Bewältigung Sie die Stadtmarketing-Experten Roland Wölfel, Geschäftsführer CIMA Beratung + Management GmbH, und Jürgen Block, Geschäftsführer bcsd e.V., gerne unterstützen. Gemeinsam mit Ihnen beleuchten sie im Seminar „**Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**“ am **19. Februar** grundlegende Voraussetzungen und aktuelle Trends für ein überzeugendes Stadtmarketing. Am darauffolgenden Tag führt Sie Michael Metzler, Geschäftsführer Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH, in die Geheimnisse der perfekten Weihnachtsmarktorganisation ein. Im Seminar „**Projektmanagement**“ erläutert der erfahrene Referent, wie typische Arbeitsabläufe- und prozesse bei der Projektplanung optimiert werden können. Die Anmeldefrist wurde bis zum 4. Februar 2020 verlängert! **Hier** geht es zur Anmeldung.

Jobbörse

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Vreden Stadtmarketing GmbH	Mitarbeiter/in (m/w/d) Stadtmarketing für Projekt- und Contentmanagement	01. März 2020
CIMA Beratung + Management GmbH	Berater/in (m/w/d) für den Bereich Stadt- und Quartiersentwicklung	17. Februar 2020
Coburg Marketing	Abteilungsleitung (m/w/d) für das Kongresshaus Rosengarten	15. Februar 2020
Stadtmarketing Bocholt	Projektkoordination Stadtjubiläum (m/w/d)	15. Februar 2020
Deutscher Tourismusverband (DTV)	Pressesprecher / Tourismuspoltischer Referent (m/w/d)	10. Februar 2020
Stadt Monheim am Rhein	Altstadt-Manager/in (m/w/d)	09. Februar 2020
Stadt Fellbach	Einzelhandelskoordinator/in (m/w/d)	07. Februar 2020
Stadt Oberkirch	Mitarbeiter/in (m/w/d) für den Bereich Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung	07. Februar 2020
Stadt Borken (Hessen)	Leiter/in (m/w/d) für den Fachbereich Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Betriebsleitung „Borkener Seenland“	30. Januar 2020 (Bewerbung noch möglich)
Wirtschaftsförderungsgesellschaft Tübingen mbH	Projektmanager/in (m/w/d)	24. Januar 2020 (Bewerbung noch möglich)

Fördermitglieder der bcsd

Ice-World Ice-Business GmbH

ICE-WORLD Ice Business



Im Bereich Kunsteisbahnen mit echtem Eis verfügen wir über das leistungsstärkste Lieferprogramm für mobile Eisbahnen in Deutschland und darüber hinaus. Wir vermieten und verkaufen mobile Eisbahnen

inklusive des notwendigen Zubehörs und kompletter technischer Umsetzung. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie eine Gala-Eisbahn im Premium-Segment, eine Stadteisbahn, eine Profi-Eishockeybahn oder eine gesellige Eisstock-Bahn wünschen. Wir planen Ihr Projekt mit Herz und Verstand und finden für Sie die beste Lösung mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir freuen uns mit Ihnen auf unvergessliche Momente auf und neben dem Eis. See you on the ice :-)

Wir können auch Sommer! Von den Erfindern der mobilen Aluminium-Eisbahn gibt es nun auch das Marketing-Instrument für Innenstädte im Sommer. die PlayFountain® - noch nie hat Wasser so viel Spaß gemacht. Der mobile Spielbrunnen - PlayFountain® wird ab sofort angeboten. Er eignet sich für Sommerveranstaltungen und wird die Besucher durch seine spritzige Art spielerisch begeistern. Der Brunnen besteht aus einer Bühne 10 x 10 m aus künstlichem Holz und hat 20 vorprogrammierte Spiele. 16 einzeln ansteuerbare Wasserdüsen spitzen nach oben. Und wir entwickeln laufend neue Spiele. Let's play :-)

Mehr erfahren 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-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendexplorer. Nähere Informationen zum Trendexplorer finden Sie [hier](#). Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: schomburg@trendone.com.

Sicher nach Hause kommen



Der Navigations-Dienstleister Citymapper hat in der neuesten Version der mobilen Applikation eine Möglichkeit implementiert, sichere und gut beleuchtete Routen für Fußgänger anzeigen zu lassen. Mehrere Nutzerinnen hatten online darüber geklagt, dass der Algorithmus nach dem effizientesten statt nach dem sichersten Weg sucht. Nachts kann das besonders für Frauen, die alleine in der Großstadt unterwegs sind, problematisch sein. In der neuen Version können sich alle Nutzer deshalb mit der Funktion „Main Road“ primär Verbindungen anzeigen lassen, die an viel befahrenen Straßen liegen, anstatt etwa durch dunkle Parks zu führen.

Concept-Store lädt ins Café und zum Yoga ein



Die Textilkette H&M hat in Berlin einen Laden namens „Mitte Garten“ eröffnet, der als Community-Treffpunkt fungieren soll. Neben einem ausgewählten Sortiment von H&M-Produkten können sich Besucher auf Vintage-Mode, Events, ein Café und einen Garten freuen. In dem Concept-Store sollen auch Yoga-Kurse angeboten und Ausstellungen veranstaltet werden. Im Showroom des Geschäfts können Kunden H&M-Neuheiten entdecken, die etwas später in die regulären Filialen kommen sollen. Zudem werden in „Mitte Garten“ Produkte von lokalen Marken, wie etwa Socken von Jungfeld und Hautpflege von Daluma angeboten.

Ein ganzes Haus für Co-Living



Das deutsche Start-up Homefully bietet innovative Co-Living-Wohnmöglichkeiten in Großstädten und hat in Stuttgart nun das erste komplette Haus ins Sortiment aufgenommen. Co-Living beschreibt eine Art des Zusammenlebens, ähnlich wie in einer WG, jedoch mit einer Art Verwaltung. Diese agiert ähnlich wie eine Partnervermittlung. Nachdem Interessierte ihre Präferenzen zu Wohnort und Mitbewohnern angegeben haben, ermittelt Homefully die am besten geeignete Wohnmöglichkeit. Das

Angebot ist speziell für digitale Nomaden interessant, da neben einem voll möblierten Zimmer und Services wie der Reinigung auch für die soziale Integration gesorgt wird.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen, Förderprogramme und Wettbewerbe, an welchen Städte oder BürgerInnen teilnehmen können. Eine ausführlichere Liste finden Sie [hier](#).

Ihr Wettbewerb darf auf keinen Fall fehlen? Schreiben Sie uns eine Nachricht an office@bcsd.de!

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Ideenwettbewerb „Kultur + Nachhaltigkeit = Heimat“, Rat für Nachhaltige Entwicklung, Deutscher Kulturrat, bis 5. Februar 2020.

Polis Award, Verlagsgesellschaft Müller + Busmann GmbH & Co. KG, bis 28. Februar 2020

Deutscher Preis für Denkmalschutz, Deutsches Nationalkomitee für Denkmalschutz, bis 31. März 2020

LandVersorgt – neue Wege in der Nahversorgung im ländlichen Raum, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, bis 31. März 2020

Klimaaktive Kommune 2020, Bundesumweltministerium, bis 31. März 2020

Bundespreis Stadtgrün, Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat, bis 09. April 2020

Deutscher Städtebaupreis, Deutsche Akademie für Städtebau und Landesplanung (DASL), bis 15. April 2020.

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

Weitere Termine und Informationen: www.icr-studium.de.

19. Februar 2020, **Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing – Voraussetzungen und Trends für ein erfolgreiches Stadtmarketing**, Berlin

20. Februar 2020, **Projektmanagement im Stadtmarketing – erfolgreiche Projekte optimiert organisieren**, Berlin

4. bis 6. März 2020, **Veranstaltungsleiter bcsd öffentlicher Raum**, Bremen

9. März 2020, **Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

10.-11. März 2020, **Die digitale Stadt verstehen und gestalten**, Düsseldorf.

11. Mai 2020, **Die Stadt/Region als Marke**, Darmstadt

28. Mai 2020, **Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau

22. Juni 2020, **Eventmanagement**, Berlin

23. Juni 2020, **Tourismus**, Berlin (weitere Informationen folgen)

14. Juli 2020, **Integrierte Stadtentwicklung**, München

15. Oktober 2020, **Finanzierung und Förderung**, München

16. Oktober 2020, **Partizipation und Moderation**, München

Terminkalender

10. März 2020, Konferenz „**Kommunen aktiv für den Klimaschutz**“, Deutscher Städte- und Gemeindebund, Bonn

17. – 18. März 2020, **11. Tagung Innenstadt: Zukunft Innenstadt**, Netzwerk Innenstadt NRW, Mönchengladbach

17. – 19. März 2020, Konferenz Tourismus des Deutschen Städtetags, Deutscher Städtetag, Heilbronn

20. März 2020, **Kümmern 2.0 – lokale/regionale Online-Marktplätze managen und moderieren**, Rid-Stiftung, Augsburg

20. März 2020, **DVAG-Handelssymposium „Transformation im Handel“**, Deutscher Verband für Angewandte Geographie, Frankfurt am Main

26. – 28. April 2020, **Deutscher Stadtmarketingtag 2020: Urban Fiction – Denkanstöße für die Stadt des 21. Jahrhunderts**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Darmstadt

11. – 12. Mai 2020, **43. Urbanicom-Studientagung: Auswirkungen der Digitalisierung auf die Nachbarn des Handels**, urbanicom – Deutscher Verein für Handel und Stadtentwicklung e.V., Fürth

16. Mai 2020, **Tag der Städtebauförderung**, deutschlandweit

28. Mai 2020, **Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH u.a., Hanau

29. Mai 2020, **Tag der Nachbarn**, nebenan.de Stiftung gGmbH, deutschlandweit

Weitere Termine finden Sie im **Terminkalender** auf unserer Homepage.

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, office@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister Berlin 35492, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen

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.

Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf www.bcsd.de dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an office@bcsd.de.

Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e.V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie **hier**.

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.

Gender-Hinweis: Die männliche Form ist in dieser Veröffentlichung als inkludierend zu verstehen. Wir möchten darauf hinweisen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.