

Newsletter 02-2017

Deutscher Stadtmarketingtag 2017 - Jetzt anmelden!

„Ich“ bin die Stadt – Partizipation und Leadership: 23. – 25. April 2017 in Mainz



Der Ruf nach intensiverer Beteiligung, Teilhabe und Partizipation, Schlagworte wie Politik auf Augenhöhe und Forderungen nach stärkerer Demokratisierung sind allgegenwärtig. Nun wissen wir alle, dass lauter berechnete Einzelinteressen in der Regel nicht das Beste für das Ganze bedeuten, und nicht zu Unrecht

werden Zweifel am Sinn von so viel Mitsprache und Beteiligung laut. Dieser Zweifel äußert sich auch in Kommunen, die ob der vielen divergierenden, oft lautstark artikulierten Einzelinteressen um die Möglichkeiten der strategischen Stadtentwicklung regelrecht bangen müssen. Das Phänomen dieser veränderten Rahmenbedingungen trifft nicht nur Städte, selbst in Unternehmen führen der Fachkräftemangel und das zunehmende Selbstbewusstsein der Mitarbeiter zu neuen Strategien. Hier scheint kooperativer Führungsstil und Leadership kein Gegensatz. Brauchen wir in den Städten ein solches Leadership-Konzept? Wie erreichen wir es und was braucht es dazu, dass die Stadt als etwas Ganzes erfahren werden kann, nennen wir es ruhig Heimat für ihre Bewohner und auch als temporäre für ihre Gäste? Der Deutsche Stadtmarketingtag ist Treffpunkt und Netzwerktagung für alle, die sich für lebenswerte und zukunftsfähige Städte engagieren. Auch in diesem Jahr haben wir wieder eine Reihe herausragender Referenten gewinnen können, unter anderem den brand eins-Mitbegründer Wolf Lotter, Peter Pirck, Gesellschafter der Brandmeyer Markenberatung und Jaakko Blomberg, Aktivist und Künstler aus Helsinki. Neben den genannten Referenten erwarten Sie zahlreiche Praxisbeispiele und eine spannende Diskussion um die Frage, wie wir auf den ungezügelt Willen, die Stadt mitzugestalten, reagieren. Besuchen Sie auch unsere vielfältige Fachaussstellung, auf der die neuesten Produkte und Dienstleistungen rund um das Stadtmarketing präsentiert werden.

Das Programm des Deutschen Stadtmarketingtags und Informationen zu Anmeldung und Hotelreservierung finden Sie **hier**. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Studieren des Programms und freuen uns darauf, Sie in Mainz begrüßen zu dürfen, einer Stadt, in der alle Mitwirkenden die Marke Mainz und das Motto „Lebenslust am Rhein“ nach außen tragen. Ein starker Zusammenhalt in der Stadt ermöglicht ein wirksames und effizientes Stadtmarketing mit gemeinsamen Visionen und zukunftsweisenden Projekten.

Themen

Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag](#)

Seite 2

[Seminare Recht und Social Web](#)

Seite 4

[Rekord Deutschlandtourismus und Messen](#)

[Auswirkungen des Onlinehandels](#)

Seite 5

[Werkstatt Stadt](#)

[Hessischer Stadtmarketingtag](#)

[Jobbörse](#)

Seite 6

[Fördermitglieder](#)

[Trends im Standortmarketing](#)

Seite 7

[Blog des Stadtmarketing Austria](#)

[BID-News 29 erschienen](#)

Seite 8

[Beteiligung im Quartier](#)

Seite 9

[Digitale Lösungen im Handel](#)

[Urban Design Thinking](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 11

[Aktuelle Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

Seite 12

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

[Terminkalender](#)

ANZEIGE

schaumlogos.de
special effects

Wir haben die Attraktion für Ihren Stadtfest - Himmel!

Jetzt frühzeitig reservieren und kostengünstig buchen
Hotline: +49 179 90 77 380

Mehr unter: www.schaumlogos.de

DEKOMANN
DECORATION NETWORK · CONSULTING · FULL SERVICE

100%
umweltfreundlich
100%
Schwimmring

NEON LIGHTING
neon

www.schaumlogos.de

Letzte Plätze zu vergeben – Seminare zu Rechtsgrundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing und Social Media vom 22.-24. März 2017 in Düsseldorf



Bereits Ende März geht das Seminarprogramm der bcsd in eine neue Runde: In Düsseldorf geht es am 22. März 2017 im Seminar „**Recht kompakt - Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**“ zunächst um aktuelle rechtliche Fragestellungen und Rahmenbedingungen für Stadt- und Tourismusmarketingorganisationen. Das Seminar findet in Kooperation mit dem anwaltsKontor Schriefers Rechtsanwälte statt. Am 23. und 24. März widmet sich Frank Tentler dem Thema Social Media. Im Seminar „**Stadtmarketing im Social Web – ein Leitfaden-Workshop**“ am 23. März 2017 werden zunächst grundlegende Fragen rund um den Social Media-Auftritt behandelt. Am 24. März 2017 geht das **AufbauSeminar „Stadtmarketing im Social Web - Digital 2020 - Was kommt nach Social Media?“** neuen Entwicklungen im Social-Media-Bereich auf den Grund. Die

Entwicklung hin zu einer Social Sphere und dadurch bedingte neue Ansprüche an das Stadtmarketing werden im Mittelpunkt des Seminars stehen. Die Seminare sind Bestandteile des berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengangs „**City-, Stadt- und Regionalmanagement**“, können jedoch auch einzeln gebucht werden. Sichern Sie sich jetzt einen der letzten Plätze! Die Buchung ist auf der Homepage der **bcsd** sowie auf der **ICR-Website** oder über die Anmeldeformulare am Ende der Seminarbeschreibungen möglich. Bei der Buchung von mehreren Seminaren erhalten Sie einen attraktiven Rabatt auf das zweite bzw. dritte Seminar. Die Seminare finden in Düsseldorf in den Räumlichkeiten und mit freundlicher Unterstützung des Studieninstitutes für Kommunikation statt.

ANZEIGE



 **STUDIENINSTITUT**
FÜR KOMMUNIKATION

BRANCHENEXPERTEN MACHEN SIE FIT

- Online-Marketing
- Event- und Messemanagement
- Marketing und Kommunikation
- Wirtschaft und Management

Aus- und Weiterbildungen
Inhouse-Schulungen und Coachings

JETZT STARTEN!

kostenfreie Hotline: 0800/77 92 37-0
www.studieninstitut.de

www.studieninstitut.de

Deutschlandtourismus und Messen mit neuem Rekord



Der Deutschlandtourismus hat 2016 erneut eine Rekordgröße erreicht: Bereits zum siebten Mal in Folge konnten die Übernachtungszahlen auf nun 447,3 Millionen gesteigert werden. Das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um drei Prozent. **Hier** erfahren Sie mehr dazu. Dass trotz der überzeugenden Zahlen Optimierungsbedarf besteht, formulierte der Deutsche Tourismusverband (DTV) auf seinem Parlamentarischen Abend am 14. Februar. Der DTV fordert eine koordinierte Strategie zur Förderung des Deutschlandtourismus, die insbesondere auch die (Verkehrs-)Infrastruktur berücksichtigt. Die Belange des Tourismus würden durch viele Entscheidungen der Politik berührt, dabei aber nur selten berücksichtigt. Das Statement des DTV lesen Sie **hier**. Auch die Messeplätze in Deutschland können neue Höchstwerte vermelden: Mehr Aussteller (191.000) und gebuchte Flächen (7,5 Millionen Quadratmeter) gab es noch nie. Lediglich die Zahl der Besucher lag 2001 über dem Wert für 2016, als 10,5 Millionen Gäste begrüßt werden konnten. Mehr dazu erfahren Sie **hier**. Für Touristiker, die sich auf Messen präsentieren, hat die Tourismusmesse ITB (Internationale Tourismusbörse, vom 08. bis 12. März in Berlin) einen Leitfaden für die Aussteller herausgegeben, den Sie **hier** finden. Neben konkreten Informationen zur ITB finden sich auch generelle Tipps zur Präsenz auf (touristischen) Messen.

Untersuchung zu räumlichen Auswirkungen des Onlinehandels



Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung präsentiert die Ergebnisse einer Studie zu den räumlichen Auswirkungen des Onlinehandels auf die Städte. Aufgrund der Vielfalt der Städte, den zahlreichen weiteren Faktoren im Handel bzw. der Gesellschaft und der Dynamik der Entwicklung des Onlinehandels, die für die unterschiedlichen Branchen nur schwer vorhergesagt werden kann, wird kein eindeutiges Bild ersichtlich. Der Onlinehandel wirkt sich als weiterer „Standort“ bzw. Betriebstyp negativ auf die anderen Standorte und Betriebstypen aus, ist aber nicht alleine Ursache der Probleme im inhabergeführten Handel. Tendenziell werden Kleinstädte ein größeres Problem mit Leerstand bekommen, die Versorgung der Landbevölkerung verbessert bzw. stabilisiert sich jedoch durch Lieferdienste. Großstädte werden als widerstandsfähiger angesehen, aber vor allem in den B- und C-Lagen Probleme bekommen. Die Handlungsoptionen, welche eine Kommune ergreifen kann, werden in regulative/planerische, investive sowie kommunikative/kooperative Ansätze aufgeteilt. Multichannel wird als Pflicht für den Handel der Zukunft gesehen, um den Verbraucher dort abzuholen, wo er sich gerade befindet: entweder im Internet oder im Ladengeschäft. Auch das Ladengeschäft selbst sollte ansprechend gestaltet sein. Insgesamt wird der Qualität des Einkaufserlebnisses eine große Rolle zugeschrieben. Weitere Maßnahmen, die genannt werden, um den Handel bzw. die Stadt

gegen negative Auswirkungen des Onlinehandels zu wappnen, sind Marketing, Verbesserung der Erreichbarkeit, ansprechende Baukultur, Einzelhandelskonzepte, Business Improvement Districts und Serviceangebote der Händler wie verlängerte Öffnungszeiten. **Hier** finden Sie die Ergebnisse der Studie, die auf Literaturrecherchen sowie Expertengesprächen und einem Workshop basiert.

Werkstatt Stadt ist umgezogen



Die Projektdatenbank Werkstatt Stadt, in der gute Beispiele aus dem Städtebau versammelt sind, findet sich zukünftig in neuem Design auf der Homepage der Nationalen Stadtentwicklungspolitik. Nach und nach werden die Projekte von der alten Homepage auf die neue Adresse umgezogen und können dann dort abgerufen werden. Die Projekte stammen aus den Handlungsfeldern Baukultur, Innovative Stadt, Zivilgesellschaft, Klimaschutz, Regionalisierung sowie Soziale Stadt und werden ständig um neue Beispiele ergänzt. Zu den Projekten zählen beispielsweise die Nutzung einer Baulücke als Park und Wegeverbindung in **Luckenwalde** und ein Kunstprojekt mit internationalem Garten auf einer Brachfläche in **Dietzenbach**. **Hier** gelangen Sie zur Projektübersicht.

Jetzt anmelden: Hessischer Stadtmarketingtag am 9. Mai 2017



„Digital.Vital.Regional – Anforderungen an Stadtmarketing“: Unter diesem Tagesmotto findet am 9. Mai 2017 zum elften Mal der Hessische Stadtmarketingtag im Congress Park (CPH) in Hanau statt. Die Teilnehmer erwarten fundierte Erfahrungsberichte, kreative Strategien und Stadtmarketing-Ideen sowie versierte Referenten. Das Tagesprogramm ist gewohnt vielfältig: Herausforderungen einer „Digitalen Stadt“, Auswertung der IFH-Studie „Vitale Innenstädte 2016“ sowie neue Aufgaben des Stadtmarketings im Zeitalter der Digitalisierung. Mitglieder der bcsd erhalten einen Preisnachlass. Alle Infos und Anmeldung: www.stadtmarketingtag.hanau.de. Organisation: Arbeitsgemeinschaft Hessischer IHKs, Handelsverband Hessen, Stadt Hanau/Hanau Marketing GmbH; Sponsoren: Sparkassenverband Hessen-Thüringen, Sparkasse Hanau, MK Illumination

Jobbörse

Kaufmännische Bürokräft (m/w) in Teilzeit, Stadtmarketing „Würzburg macht Spaß“ e.V.

Sie wirken an Veranstaltungen, Events und Projekten mit und übernehmen die eigenverantwortliche Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung. Zudem zählen die IT-gestützte kaufmännische Bearbeitung unseres Kundenbindungsinstruments CityGutschein

Würzburg sowie die Akquise und Betreuung der Annahme- und Verkaufsstellen für den CityGutschein zu Ihren Aufgaben. Weiterhin übernehmen Sie allgemeine und organisatorische Büro- und Verwaltungsarbeiten. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**. Bewerbungsschluss ist der 10. März 2017.

Projektmanager/-in, Gütersloh Marketing GmbH

GüterslohMarketing  Die Tätigkeit im Projektmanagement umfasst die Mitarbeit im Tourismusmanagement (Organisation von Stadtführungen, Betreuung von Rad- und Wanderwegen, Netzwerkarbeit mit den touristischen Leistungsträgern, etc.) und Citymanagement (Betreuung von Immobilien- und Standortgemeinschaften, Quartiersmanagement, Passantenfrequenzmessungen und -befragungen, Einzelhandelsentwicklung, etc.) und ist eingebunden in einen kooperativen Stadtmarketing-Prozess eines harmonischen und begeisterungsfähigen Teams. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd

pep-up Werbegestaltung GmbH & Co. KG

pep up Werbegestaltung GmbH & Co. KG wurde 1989 in Bremen gegründet und hat sich zum erfolgreichen Dienstleister im Bereich Werbegestaltung in ganz Deutschland etabliert. Weihnachtsbeleuchtung und -dekorationen für Städte, Gemeinden und Einkaufcenter, Beschriftungen, Veranstaltungen, Dekorationen, Ballons, Promotion-Aktionen, Textildruck und Mediendesign – mit der gesamten Palette moderner Werbegestaltung aus einer Hand bietet pep up eine beeindruckende Vielfalt gestalterischer Möglichkeiten für die Umsetzung jedes individuellen Kundenprojektes, egal ob groß oder klein. Dank mehrjähriger Erfahrung, dem professionellen Team und unglaublicher Kreativität wird absolut jede Idee von Geschäfts- und Privatkunden verwirklicht. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Trends im Standortmarketing 2017



Die index Agentur für strategische Öffentlichkeitsarbeit und Werbung GmbH hat die Auswertung der diesjährigen Expertenbefragung zum Thema Trends im Standortmarketing veröffentlicht. Als größte Herausforderung sehen die 239 befragten Wirtschaftsförderer nach wie vor das knappe Budget. An zweiter Stelle folgt die Fachkräftegewinnung. Zudem wird deutlich, dass bei der Kommunikation vor allem auf bewährte Maßnahmen, also klassische Druckerzeugnisse, gesetzt wird. Deren Nutzung nimmt im Vergleich zum Vorjahr sogar noch zu. Ein Drittel der befragten Wirtschaftsförderer gab an keine eigene Website zu betreiben, während gleichzeitig die Nutzung sozialer Medien, vor allem von

Facebook und Instagram, angestiegen ist. Der Bereich Social Media ist auch ganz vorne, wenn es um die geplanten Maßnahmen geht und wird vor Videos und Standortmarketing genannt. Wichtigstes Ziel der Befragten ist es, die Bekanntheit des Standortes zu steigern. Die Bedeutung der Flüchtlingsthematik wird eher gering eingeschätzt, während der Digitalisierung eine sehr hohe Relevanz zugemessen wird. Immerhin ein Viertel der Befragten sieht sich dort jedoch noch eher schlecht aufgestellt. Die vollständige Auswertung mit vielen weiteren Details, beispielsweise zur Fachkräftegewinnung, können Sie **hier** bestellen.

Bei der Fachkräftegewinnung sind Studienabbrecher eine relevante Zielgruppe, wie **dieses** Projekt aus dem Osnabrücker Land zeigt. Ein Beispiel der zunehmenden Nutzung sozialer Medien im Standortmarketing ist der Wirtschaftsblog der Stadt Nürnberg, der den Standort, die Akteure und die Leistungen der Wirtschaftsförderung vorstellt. Sie finden diesen **hier**. Die Stadt Sonthofen geht den Bereich Digitalisierung beispielsweise durch die Gründung eines regionalen Netzwerks Industrie 4.0 an. **Hier** finden Sie mehr Informationen dazu. Einige weitere Beispiele für digitales Standortmarketing finden Sie **hier** auf dem Blog des Stadtmarketing Austria zusammengestellt.

Blog des Stadtmarketing Austria



Der Blog des Stadtmarketing Austria bietet Inspiration zu den vielfältigen Fragestellungen des Stadtmarketings, stellt Projekte vor und liefert Tipps zu häufigen Problemstellungen. So werden beispielsweise Kriterien zur Gestaltung **öffentlicher Plätze**, **gastronomischer Außenbereiche** oder von **Parkgaragen** genannt. Das Thema **Veranstaltungssicherheit** wird in einem Interview aufgegriffen. Vorgestellte Projekte sind unter anderem **konsumfreie Zonen** oder **Stadtstrände**.

Darüber hinaus ergänzen hintergründige Artikel zu übergeordneten Themen wie zur **Partizipativen Stadtentwicklung** oder **Kunst im öffentlichen Raum** das Angebot. Die Artikel sind teilweise auch von externen Autoren verfasst, wie etwa dem ehemals für das Bregenzer Stadtmarketing verantwortlichen Christoph Thoma, der heute als Berater im Kulturtourismus bzw. an der Schnittstelle von Stadtmarketing und Kultur tätig ist und über den passenden **Kulturmix für Städte** schreibt. Ein weiterer empfehlenswerter Blog, der sich immer wieder mit Stadtmarketing-Themen beschäftigt kommt ebenfalls aus Österreich: Der von Andreas Reiter verantwortete Blog Future Spirit des Zukunftsbüros Wien, den Sie **hier** finden.

BID-News 29 erschienen

Die neue Ausgabe der BID-News des Deutschen Industrie- und Handelskammertages stellt einige Praxis-Beispiele vor. Darunter befindet sich auch der Sieger des erstmals europaweit ausgeschriebenen BID-Awards 2016, der BID NE1 in Newcastle. Der NE1 hat es geschafft, die abends meist leeren Straßen Newcastles durch diverse Aktionen und Maßnahmen im Rahmen der Initiative „Alive after Five“ mit Leben zu füllen und neue Veranstaltungsformate einzuführen. In



Flensburg konnte im Zuge des PACT kostenfreies öffentliches WLAN in der Innenstadt eingeführt werden. Zukünftig werden sicher noch viele neue BIDs hinzukommen, denn das Land Niedersachsen wird ebenfalls ein BID-Gesetz verabschieden. In Baden-Württemberg ist unterdessen mit dem Quartiersgemeinschaft Tübinger Straße e.V. in Stuttgart das erste innerstädtische BID des Bundeslandes gestartet, nachdem vor rund zwei Jahren die rechtlichen

Grundlagen dazu geschaffen wurden. **Hier** finden Sie Informationen zu diesem Projekt. Die 29. Ausgabe der BID-News finden Sie **hier**. Eine Broschüre zu zehn Jahren BID in Hamburg mit Handlungsempfehlungen finden Sie **hier**. Der nächste BID-Kongress findet am 11./12. Juli in Berlin statt.

Forschungsprojekte zur Beteiligung im Quartier



Der Bundesverband Wohnen und Stadtentwicklung e.V. erforscht die Kommunikation von Nachbarschaften in Zeiten der Digitalisierung. Das Forschungsprojekt Vernetzte Nachbarn fragt, wie sich digitale Nachbarschaftsplattformen wie nebenan.de auf das analoge und digitale Zusammenleben im Quartier auswirken. Aktuell läuft eine Online-Befragung hierzu, im nächsten Schritt sollen Fallstudien die Potenziale der

digitalen Kommunikation für das zivilgesellschaftliche Engagement, den Zusammenhalt und die lokale Demokratie erforschen. **Hier** finden Sie die Plattform des Projekts, die auch Artikel rund um das Thema bietet.

Im Londoner Bezirk Lambeth, genauer im Ortsteil West Norwood, wurde mit „The Open Works“ ein Projekt zur Erforschung lokaler Partizipation in großem, breit angelegtem Maßstab realisiert. Über 1.000 Personen beteiligten sich während der zwölfmonatigen Laufzeit an 20 Projekten um herauszufinden, ob eine solch umfangreiche Beteiligung möglich ist und ob sie zur Steigerung der Lebensqualität beitragen kann. Beide Fragen konnten mit „Ja“ beantwortet werden. Die Projektpartner gehen davon aus, dass sich für eine effektive Kooperation zwischen zehn und 15 Prozent der Bevölkerung beteiligen sollten und der Aufbau eines effektiven Netzwerks ca. drei Jahre in Anspruch nimmt. Die Ergebnisse sollen auch dazu beitragen, die nicht nur großstädtischen Probleme Vereinzelung, Verarmung und Krankheit zu bewältigen. Zudem erwarten die Wissenschaftler Kosteneinsparungen, eine erhöhte Widerstands- und Anpassungsfähigkeit sowie Nachhaltigkeit als Ergebnisse des Prozesses. Zu den Aktivitäten zählen unter anderem ein Festival der Ideen, ein sechswöchiges Veranstaltungsprogramm, Näh- und Handwerkertruffs, Ansätze der essbaren Stadt, gemeinsames Kochen und Essen, ein Gründerberatungszentrum, Co-Working-Treffs, Crowd Funding Events, ein Laden mit Flächen zum

Verkauf selbstgemachter Produkte, temporäre Spielstraßen, gemeinschaftliche Sportkurse, eine Verleihstation für Dinge des täglichen Bedarfs und eine offene Schule. Den umfangreichen Bericht, der zahlreiche weitere Beispiele lokaler Ökonomie und Beteiligung enthält, finden Sie **hier**. **Hier** finden Sie weitere Informationen zur Initiative.

Preisträger „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ aus NRW

Im Rahmen des zweiten eCommerce-Tag NRW wurden die Preisträger des landesweiten Förderaufrufs „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ geehrt. Zehn Projekte können sich über eine Förderung von insgesamt einer Millionen Euro freuen. Die Gewinner sind ONLEIN versorgt (Düren), das F.O.R.U.M. Wuppertal, die **Digitalisierung Ibbenbüren**, die **Bochumer Originale**, der digitale Erlebniseinkaufsführer Lippstadt, der **stationär-digitale Erlebnisraum Langenfeld**, **Bad Honnef hat's!**, **shopping lab Aachen**, HERNE.urban.digital und die **Digitalisierungsstrategie Solingen**. Weitere Informationen, auch zu den einzelnen Projekten, finden Sie **hier**.

Mannheim fragt Migranten zur Zukunft der Stadt



Mit der Methode *Urban Design Thinking* geht die Stadt Mannheim im Rahmen eines Forschungsprojektes der Frage nach, wie sich Migranten das Mannheim der Zukunft vorstellen. 25 Migranten entwickeln gemeinsam mit Experten Visionen für die Stadt der nahen und fernen Zukunft, formulieren ihre Erwartungen und schätzen ein, welche eigenen Beiträge sie dazu leisten können. Die entwickelten Konzepte und Projekte sollen der Stadtgesellschaft präsentiert, die gelungensten auch umgesetzt werden. So profitiert die Stadt von neuen Ideen und Einsichten in die Bedürfnisse ihrer Bürger, während die beteiligten Migranten ihre Stadt mitprägen können und zielgenauere Ansprache erhalten. Mehr zum Projekt finden Sie **hier**.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

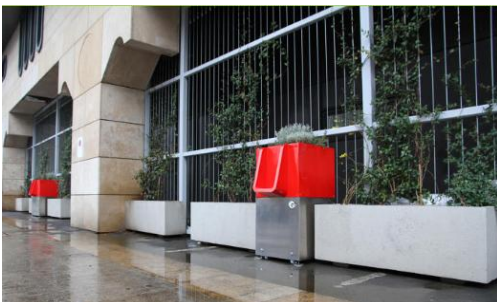
Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcsd-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. 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**.

Läufer werden zu Detektiven



Der Sportartikelhersteller Asics hat ausgewählte Läufer in Los Angeles in die Ära des Film noir versetzt, wobei sie einen Kriminalfall zu lösen hatten. Bei den Läufern handelte es sich um Journalisten und einflussreiche Blogger, deren Erlebnislaufer in einem Video festgehalten wurde. Während des Events wurde ein System verwendet, das die Läufer lokalisierte, sodass die an verschiedenen Stationen wartenden Erlebnisse zeitlich aufeinander abgestimmt werden konnten. Zu den Stationen gehörten Gebäude wie das Roxie Theatre und das Bank Reserve Building, in denen theatralische Darbietungen Anhaltspunkte für die Lösung des Kriminalfalls lieferten.

Urinal und Minigarten in einem



In der französischen Hauptstadt Paris sind „Uritrottoirs“ – öffentliche Urinale – aufgestellt worden, die gleichzeitig als Minigarten fungieren. Das von der Designagentur Faltazi entwickelte multifunktionale Urinal besteht im unteren Teil aus einer roten Plastikbox, die mit Stroh oder Holzspänen gefüllt ist, damit die Flüssigkeit aufgesaugt und der Uringestank reduziert wird. Der obere Teil ist mit Blumen bepflanzt und hat eine pissoirähnliche Öffnung mit einem Ablauf in die Sägemehltonne. Die Container können regelmäßig geleert werden und der Inhalt wird zu Kompost verarbeitet.

Liverpool mit einer eigenen Blockchain-Währung



Die Stadt Liverpool hat in Zusammenarbeit mit dem israelischen Start-up Colu ihre erste lokale Blockchain-Währung vorgestellt. Der „Liverpool Local Pound“ (LLP) soll unabhängige Händler vor Ort unterstützen. Auch die Einwohner profitieren, da sie bis zu 15 Prozent sparen können, wenn sie mit dem Guthaben aus der App „Colu“ in lokalen Geschäften bezahlen. Diesen Betrag mussten die Händler bislang für Geldkarten- und Kreditkartengebühren aufwenden. Bereits 24 ansässige Händler nehmen an dem Programm teil, und die App, die auch dafür verwendet werden kann, Geld an Freunde und die Familie zu versenden, erfreut sich rasant steigender Beliebtheit.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über neue oder laufende Aktionen und Wettbewerbe, an welchen Städte oder BürgerInnen teilnehmen können. Eine ausführlichere Liste finden Sie **hier**.

Sie kennen einen interessanten Wettbewerb, der nicht fehlen darf? Schreiben Sie uns an **office@bcsd.de!**

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Werkstatt Vielfalt, Robert Bosch Stiftung, Stiftung Mitarbeit, bis 15. März 2017

Digitale Stadt, Bitkom e.V. und Deutscher Städte- und Gemeindebund, bis 15. März 2017

500 LandInitiativen, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, bis 31. März 2017

Kerniges Dorf, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, bis 31. März 2017

Good Practice Call, URBACT – Connecting Cities. Building Successes., bis 31. März 2017

Tag der Städtebauförderung, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), bis 31. März 2017

Wettbewerb Lebendigste Städtepartnerschaft, Stiftung Lebendige Stadt, bis 31. März 2017

eGovernment-Wettbewerb, Bearing Point und Cisco, bis 03. April

Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen – Offen denken, damit sich neues entfalten kann, Initiative „Deutschland – Land der Ideen“, bis 03. April 2017

Bundeswettbewerb Klimaaktive Kommune, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und Deutsches Institut für Urbanistik, bis 15. April 2017

Urban Innovative Actions – Call for Proposals, Förderprogramm im Rahmen von EFRE zu Kreislaufwirtschaft, städtischer Mobilität oder Integration von Migranten und Flüchtlingen, bis 16. April 2017

Förderung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben zur „Nachhaltigen Entwicklung urbaner Regionen“, Bundesministerium für Bildung und Forschung, bis 25. April 2017

E-VOLI (Wettbewerb für digitale Tourismuseiden), Tourismuszukunft, bis 30. April 2017

360° Fonds für Kulturen der neuen Stadtgesellschaft, Kulturstiftung des Bundes, bis 30. Juni 2017

Deutscher SPIELRAUM Preis, STADT und RAUM Messe und Medien Gesellschaft mbH, bis 08. September 2017

Förderung für Ladeinfrastruktur für Elektromobilität (Ladesäulen etc.), Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, ab 01. März 2017

WiFi4EU, EU-Förderung zur Einrichtung öffentlicher WLAN Zugänge, ab Sommer 2017

Hier finden Sie regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

22. März, **Recht kompakt - Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Düsseldorf

23. März, **Stadtmarketing im Social Web**, Düsseldorf

24. März, **Vertiefungsseminar Stadtmarketing im Social Web**, Düsseldorf

23. - 25. April, **Deutscher Stadtmarketingtag 2017**, Mainz

15. - 18. Mai, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und zum
„Veranstaltungsleiter bcscd“**, Peine

21. Juni, **Partizipation und Moderation**, München

22. Juni, **Die digitale Stadt**, München

23. Juni, **Integrierte Stadtentwicklung**, München

13. Juli, **Geschäfte führen und kalkulieren**, Stein bei Nürnberg

14. Juli, **Finanzierung und Förderung**, Stein bei Nürnberg

20. September, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, München

29. September, **Präsenthorik**, München

11. Oktober, **Wirtschaftsförderung und Standortmarketing**, Stein bei Nürnberg

12. Oktober, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Stein bei Nürnberg

13. Oktober, **Tourismus und Willkommenskultur**, Stein bei Nürnberg

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

Terminkalender

08. – 12. März 2017, **Internationale Tourismusbörse**, Messe Berlin GmbH, Berlin

08. – 10. März 2017, **Culture Lounge auf der Internationalen Tourismusbörse**, z.B. EVI.LICHTUNGEN - Ein internationales Lichtkunstprojekt im Kontext von Stadtidentität und Weltkulturerbe in Hildesheim (08.03.2017, 15 Uhr), Messe Berlin GmbH, Berlin

20. März 2017, **Treffen des bcscd-Landesverbandes Schleswig-Holstein**, bcscd e.V., Neumünster

20. März 2017, **Zukunft und Potenziale von Kleinstädten**, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Berlin

21./22. März 2017, **TAGUNG INNENSTADT 2017: Die bewegte Stadt – Ansprüche und Raum neu denken!**, Netzwerk Innenstadt NRW, Moers

22. März 2017, **4. Deutsches Weihnachtsmarkt Forum**, CCI Congresse, Frankfurt am Main

28. März 2017, **Symposium Stadtmarketing – „Wohnst du noch oder lebst du schon?“**, IKV – Institut für Kommunal- und Verwaltungswissenschaften NRW, Südwestfälisches Studieninstitut für kommunale Verwaltung und Verwaltungsakademie für Westfalen Hagen, Hagen

23. – 25. April 2017, **Deutscher Stadtmarketingtag 2017**, bcsd e.V., Mainz

07. – 09. Mai 2017, **Germany Travel Mart**, Deutsche Zentrale für Tourismus, Nürnberg

09. Mai 2017, **11. Hessischer Stadtmarketingtag – Digital. Vital. Regional.**, Hanau Marketing GmbH, Hanau; bcsd-Mitglieder erhalten 10% Preisnachlass

12. Mai 2017, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Baden-Württemberg**, bcsd e.V., Reutlingen

13. Mai 2017, **Tag der Städtebauförderung**, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), bundesweit

17. Mai 2017, **12. Bielefelder Stadtentwicklungstage - Stadt 4.0 – Smarte Städte durch Digitalisierung?**, Bielefeld Marketing GmbH, Bielefeld

22./23. Mai 2017, **40. urbanicom Studientagung**, urbanicom – Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V., Düsseldorf

12. – 14. Juni 2017, **11. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)**, Hamburg

13./14. Juni 2017, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband e.V., Essen

22./23. Juni 2017, **Wirtschaft M/macht Stadt!? Oder: Wer ist der "König" der Stadt?**, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin

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.

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.