

Newsletter 02-2019

Jetzt Restplätze sichern: Deutscher Stadtmarketingtag 2019

Sehnsucht nach Hier. Stadtmarketing zwischen Regionalität und Diversität.

17. bis 19. März in Chemnitz



Der Deutsche Stadtmarketingtag ist Treffpunkt und Netzwerktagung für alle, die sich für lebenswerte und zukunftsfähige Städte engagieren. Nutzen Sie die Gelegenheit, um sich mit Kolleginnen und Kollegen aus dem gesamten Bundesgebiet auszutauschen.

In diesem Jahr treffen wir uns in Chemnitz, wo wir uns mit dem allgegenwärtigen Begriff „Heimat“ auseinandersetzen. Wie kann das Stadtmarketing dazu beitragen, dass sich Bewohner mit der Stadt identifizieren, egal ob Wahlheimat oder Geburtsort? Mit der Steigerung der Identifikation reden Bewohner positiver über die Stadt, fühlen sich verbunden und engagieren sich eher für ihren Ort, um diesen noch lebenswerter zu machen.

Wir werden uns damit beschäftigen, welche Facetten Heimat hat, was diese für das Stadtmarketing bedeuten und wie sie von diesem beeinflusst werden können. Neben Vorträgen aus unterschiedlichen Fachdisziplinen, erwarten Sie auch vier „Hands on Heimat“-Beispiele, die exemplarisch aufzeigen, wie Heimat gemacht und auch verteidigt werden kann. Vorgestellt werden der Umgang der Elmshorner Stadtgesellschaft mit Anfeindungen von rechts gegen den Lichtermarkt, interaktive Stadtgestaltung in Mannheimer Stadtlaboren, Bürgerbegegnungen in der von Vielfalt geprägten Stadt Offenbach und die gemeinschaftliche Ortsgestaltung durch Kultur im Wendland.

Abgerundet wird das Programm wie immer mit unserer informativen Fachausstellung und mit interessanten Ein- und Ausblicken in unsere Gastgeberstadt Chemnitz, die uns zeigt, wie man es schaffen kann, die Deutungshoheit nicht denjenigen zu überlassen, die den Begriff Heimat zur Aus- und Abgrenzung missbrauchen wollen.

Zu Programm und Anmeldung

[Zum Tagungstrailer](#)

Themen

Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag](#)

Seite 2

[Buch Stadtgeschichte, Stadtmarke, Stadtentwicklung](#)

Seite 3

[Seminar Digitale Stadt verstehen und gestalten](#)

[Digitalisierungskonzepte von Kommunen](#)

Seite 4

[Hotel und Tourismus der Zukunft](#)

Seite 5

[Critical Friend Review](#)

[VR-Stadtrundfahrt](#)

[Grüne Veranstaltungen](#)

Seite 6

[Warum Online-Shopping](#)

[Tag der Nachbarn](#)

Seite 7

[#Mainzgefühl](#)

[Darum Dortmund](#)

[Jobbörse](#)

Seite 8

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 9

[Fördermitglieder](#)

Seite 10

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 11

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

Seite 12

[Terminkalender](#)

ANZEIGE



contiago

Meine Stadt unterstützt mich mit innovativen Ideen auch **digital.**

city.contiango.de
06203 - 679 22 85

In Kooperation mit
dpa
dpa Deutsche Presse-Agentur

Teil der digitalen Zukunft werden. Lokale Unternehmen stärken. Bürger begeistern.
Bei Contiago können Sie und Ihre ansässigen Gewerbetreibende **Fachinhalte** von renommierten Verlagen **abonnieren** und mit wenigen Klicks direkt in die eigene Website einbinden. Nutzen Sie Contiago, um Ihre digitale Kommunikation zu erweitern, Abläufe zu vereinfachen und sich und Ihren ortsansässigen Firmen einen echten Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Informieren Sie sich jetzt auf: **city.contiango.de**

city.contiango.de

bcsd-Buch „Stadtgeschichte, Stadtmarke, Stadtentwicklung“ erschienen



Das von Prof. Dr. Alfons Kenkmann und Bernadette Spinnen herausgegebene Buch „Stadtgeschichte, Stadtmarke, Stadtentwicklung – zur Adaption von Geschichte im Stadtmarketing“ ist im Springer-Gabler Verlag erschienen. Die Grundlage und den Ausgangspunkt bilden die Tagung „History Sells“, die in Münster als gemeinsame Veranstaltung von Historikern und Stadtmarketingverantwortlichen stattfand und das **Positionspapier der bcsd zum Thema „Zukunft braucht Geschichte – Stadtmarketing und Geschichte“**. Anlassgebend sowohl für das Buch, das Positionspapier als auch die Tagung war die Tatsache, dass das Stadtmarketing oft die Geschichte und Geschichten der Stadt, als Anlass für Angebote wie beispielsweise Stadtführungen und Veranstaltungen nutzt, aber auch für identitätsstiftende Ansätze. Im Buch wird auf das Verhältnis zwischen Stadtmarketing und Stadtgeschichte eingegangen und mit Beispielen aus Berlin, Braunschweig, Leipzig, Magdeburg und Nürnberg aufgezeigt, wie Geschichte sachgerecht vermittelt und für Events und Markenbildungsprozesse verwendet werden kann. Es geht also darum,

aufzuzeigen, wie die Geschichte in der Gegenwart und Zukunft gedeutet und vermittelt werden kann und auch heute noch Stadtidentität stiftet. **Hier** erfahren Sie mehr und können das Buch bestellen.

Seminar „Die digitale Stadt verstehen und gestalten“ – Jetzt anmelden!



Was macht die digitale Transformation mit der Lebensqualität in unseren Städten? Welche Auswirkung hat sie auf die Arbeit der Stadtmarketingorganisationen? Wie müssen sich die Stadtmarketingorganisationen aufstellen, umbauen und fortbilden, um den neuen Herausforderungen gewachsen zu sein und die Chancen und Möglichkeiten des digitalen Wandels für sich und vor allem die Stadtbewohner und -besucher zu nutzen?

Diesen Fragen wird sich der renommierte Berater Frank Tentler gemeinsam mit den Teilnehmern im Seminar „**Die digitale Stadt verstehen und gestalten**“ am 28. und 29. März in Bochum widmen. Die Teilnehmer entwickeln am ersten Seminartag einen Masterplan für die Entwicklung der eigenen Stadt im Kontext der Digitalisierung, der den Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt. Wie dieser Masterplan durch konkrete Maßnahmen in der Praxis umgesetzt werden kann, zeigt der Referent am zweiten Seminartag an konkreten Beispielen auf. Die Anmeldung ist sowohl nur für den ersten als auch für beide Seminartage möglich. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie **hier**.

„Zukunft wird vor Ort gemacht“ – Digitalisierungskonzepte der Kommunen



Die Initiative Stadt.Land.Digital hat ihre repräsentative Studie aus dem Jahr 2015 zu den Digitalisierungsaktivitäten deutscher Kommunen aktualisiert. Im Vergleich zur vorherigen Studie hat der Anteil der Kommunen, die ein Konzept zur Digitalisierung erstellen (wollen), deutlich auf nun 60 Prozent zugenommen. Ansätze werden vor allem im Bereich der Verwaltung verfolgt. Neben einer Übersicht über den Status Quo der Digitalisierung in den Kommunen, die Beweggründe, berücksichtigte Aspekte, Hemmnisse und die Entwicklung über die Zeit werden auch einige gute Beispiele aus der Praxis vorgestellt.

Hier finden Sie die Studie. Weitere Praxisbeispiele finden Sie **hier** bei der Vorstellung der Sieger des Wettbewerbs Stadt.Land.Digital. Welcher Stellenwert der Digitalisierung mittlerweile in der Gesellschaft zukommt, zeigt der D21 Digitalindex 2018/2019, der **hier** hinterlegt ist.

ANZEIGE



**Städte als Marken
– Strategie und Management**

Praxis-Seminar
Donnerstag,
23. Mai 2019
in Hagen

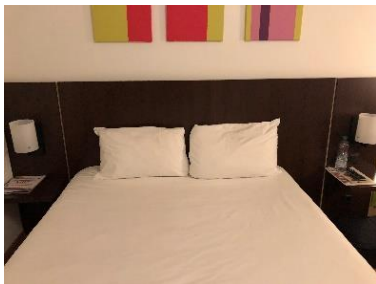
NEU VON PUBLIC MARKETING:
Eintägiges Kompakt-Seminar mit Top-Referenten
aus Praxis und Beratung.

- Bewährte Erfolgsprinzipien für starke Stadtmarken
- Von der Analyse zur nachhaltigen Realisierung
- Oberbürgermeister Thomas Eiskirch berichtet,
wie sich die Stadt Bochum neu positioniert

INFO UND ANMELDUNG:
www.publicmarketing.eu/seminare

www.publicmarketing.eu/seminare

Trend Guide Hotel und Tourismus der Zukunft



Das Zukunftsinstitut hat den frei verfügbaren „Trend Guide Mensch – Hotel der Zukunft“ veröffentlicht. Wie der Titel bereits vermuten lässt, stehen dabei der Mensch und seine sich wandelnden Ansprüche im Mittelpunkt der Betrachtungen – die Inhaber, die Mitarbeiter und die Gäste. So geht es beispielsweise um die Einstellung und Serviceorientierung der Betreiber, Führungsstil und Unternehmenskultur, neue Lebensstile und Zielgruppen unter den Mitarbeitern und Gästen und wie diese genutzt bzw. berücksichtigt werden können. Darüber hinaus werden besondere Unterkünfte vorgestellt und Checklisten zum Umgang mit Mitarbeitern, Fachkräften und Gästen bereitgestellt. **Hier** finden Sie die Publikation und **hier** weitere Arbeitshilfen zum Thema. Eine Übersicht der häufigsten Hotelbuchungskanäle finden Sie **hier**.

Handbuch Critical Friend Review

Die Peer-Review ist ein beliebtes Instrument und wird auch im Stadtmarketing eingesetzt, um eine Einschätzung der Stärken und Schwächen der eigenen Innenstadt durch einen Blick von außen zu erhalten. Der Stadtmarketing Austria e.V. bietet das Format beispielsweise unter dem Namen Soundingboard explizit an, auch von unseren Mitgliedern wissen wir, dass es teilweise genutzt wird. Dabei kommen Stadtmarketingverantwortliche aus unterschiedlichen Städten zusammen, die sich gegenseitig besuchen und bei individuellen Rundgängen durch die Stadt je nach Aufgabenstellung beispielsweise Mystery Shopping betreiben, Service und Qualität in Hotels und Restaurants testen und Wegeleitsysteme und Informationen bewerten. Die dabei gewonnenen Eindrücke, unvoreingenommen, aber mit professionellem Hintergrund zustande gekommen, werden dann in gemeinsamer Runde diskutiert. Zu einem anderen Termin können dann Gegenbesuche erfolgen. Nicht explizit zum Stadtmarketing, sondern allgemein mit dem Instrument Critical Friend Review, beschäftigt sich das Handbuch des Netzwerk Eurocities, das Sie **hier** finden.

Mit Virtual Reality (VR) durch Luxemburg Stadt im Jahr 1867 fahren



Das auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2018 vorgestellte Projekt Urban Timetravel in Luxemburg ist nun in den Regelbetrieb gestartet. Bei der mobilen Virtual-Reality-Stadtführung sitzen die Teilnehmer in einem Kleinbus und erleben auf ihren VR-Brillen eine Kutschfahrt durch die Stadt des Jahres 1867, die sie in das Pfaffenthal und durch die Altstadt führt. Durch die Brille sehen Besucher die heute abgerissene Festung und historische Gebäude, die teilweise längst nicht mehr stehen. Währenddessen informiert der Kutscher je nach Wunsch auf Luxemburgisch, Deutsch, Französisch oder Englisch über das damalige Leben. Die Tour wird derzeit jeweils sonntags für bis zu fünf Teilnehmer pro Tour angeboten und kostet für Erwachsene 15 €. Eine App ermöglicht zudem einen Rundgang durch die Innenstadt mit Augmented Reality, bei dem Gebäude mit historischen Informationen überblendet werden. **Hier** erfahren Sie mehr. Die finnische Hauptstadt Helsinki ist künftig von zu Hause aus in VR zu erleben. Dazu finden Sie **hier** erste Eindrücke und Informationen.

„Grüne“ Veranstaltungen



Der Stadtmarketing Austria e.V. hat auf seinem Blog einen Beitrag zur Organisation und Durchführung nachhaltiger Veranstaltungen veröffentlicht. Darin werden im Stil eines Leitfadens Hinweise zur Berücksichtigung für sieben Themenbereiche gegeben: Veranstaltungsort und Unterkünfte, Mobilität, Ressourceneinsatz (Strom, Wasser), Catering, Abfallmanagement, soziale Verantwortung und Kommunikation. Zusätzlich werden drei Praxisbeispiele aus Österreich vorgestellt sowie zahlreiche weiterführende Informationsquellen zur Verfügung gestellt. **Hier** finden Sie den Blogbeitrag.

Wichtigste Gründe für Online-Shopping



Der Onlineeinkauf erfreut sich anhaltend großer Beliebtheit. Der Verband der Digitalbranche, Bitkom, hat kürzlich eine Umfrage zu den wichtigsten Beweggründen durchgeführt. Dafür wurden 1.086 Internetnutzer ab 14 Jahren repräsentativ befragt. Am bedeutendsten für die Entscheidung, online einzukaufen, waren demnach die Unabhängigkeit von den Öffnungszeiten des Einzelhandels (77%), die Möglichkeit der Lieferung nach Hause (76%) sowie die Zeitersparnis (67%). **Hier** finden Sie eine Übersicht der Beweggründe und **hier** eine kurze Auswertung der Umfrage.

Save the Date: Tag der Nachbarn



Wenn es um das Thema Heimat geht, ist die Assoziation zur unmittelbaren Nachbarschaft nicht weit. Der Tag der Nachbarn hat das Ziel, Menschen aus der Nachbarschaft zu vernetzen und wird am 24. Mai 2019 das nächste Mal stattfinden. Im letzten Jahr haben deutschlandweit über 1.000 Nachbarschaftsfeste stattgefunden – in diesem Jahr sollen es mit Ihrer Hilfe noch mehr werden. Zusammen mit der nebenan.de Stiftung rufen wir dazu auf, ein kleines oder großes Fest mit den Nachbarn zu feiern und gemeinsam ein Zeichen für mehr Gemeinschaft zu setzen. Wir freuen uns, wenn Sie mitmachen und ein eigenes Fest in der Nachbarschaft organisieren. **Hier** finden Sie weitere Informationen dazu und **hier** erhalten Sie einige Eindrücke von der Veranstaltung. Ähnliche Initiativen sind der **Tag des guten Lebens** sowie der **Tag der offenen Gesellschaft**.

Auf der Plattform nebenan.de sind 900.000 private Nutzer in etwa 7.000 Nachbarschaften organisiert. Seit letztem Jahr können auch lokale Gewerbetreibende sowie lokale Initiativen wie Gemeinschaftsgärten, soziale Einrichtungen und Vereine Profile anlegen. Auch das Quartiersmanagement und städtische Ämter können beispielsweise die Plattform nutzen. Die kostenfreie Registrierung zu nebenan.de für Organisationen ist **hier** möglich. **Hier** finden Sie zudem weitere Informationen dazu.

#Mainzgefühl



Mainz hat ein besonderes Lebensgefühl, das steht außer Frage. Aber wie fühlt sich die Stadt genau für die Bewohner an? Wie wird die Heimat wahrgenommen und welche Emotionen werden damit verbunden? Das wollte der **Tourismusfonds Mainz e.V.** wissen und hat die Bewohner in einer umfangreichen Aktion unter dem #Mainzgefühl online und im öffentlichen Raum danach gefragt. Eine Übersicht der Ergebnisse finden Sie **hier**. Die Kampagnen-Website finden Sie **hier**. Zudem ist das Lebensgefühl in der Innenstadt live zu erleben und auf einer speziell eingerichteten Video-Wall zu betrachten.

Standortkampagne #DarumDortmund

Der Wirtschaftsstandort Dortmund wirbt mit der Kampagne #DarumDortmund um Unternehmen und Fachkräfte. Initiiert hat die Kampagne der Verein Initiative Dortmund e.V., der 2015 von 44 Unternehmen der Stadt zur besseren Standortvermarktung, zur Verbesserung des Images, zur Aktivierung, zur Initiierung von Dialogen und zur neu verstandenen Heimatpflege gegründet wurde. Zudem fungieren die Mitglieder als Dortmund-Botschafter. Die ersten Plakate von #DarumDortmund werden zunächst in der Stadt selbst platziert, sollen später aber auch in anderen Städten hängen. Bürger konnten sich bei einer Fotoaktion vor Dortmunder Wahrzeichen fotografieren lassen und ihre Gründe für Dortmund zeigen. Um die Wirkung ihrer Maßnahmen zu überprüfen, hat die Initiative Dortmund zuvor eine bundesweite **Image-Analyse** durchführen lassen. Mit #DarumDortmund wird eine weitere Imagekampagne, nämlich **Dortmund überrascht. Dich**, in den Bereichen Wirtschaft und Wissenschaft vertieft, die ebenfalls einen Wandel des Dortmund-Bilds weg von Kohle, Stahl und Bier zum Ziel hat. **Hier** erfahren Sie mehr.

Jobbörse

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Lutherstadt Wittenberg	Geschäftsführung (m/w/d) für die Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH	01. April 2019
Landeshauptstadt Saarbrücken	Geschäftsführung (m/w/d) für die City-Marketing Saarbrücken GmbH und den Verkehrsverein Saarbrücken e.V.	31. März 2019
CIMA Beratung + Management GmbH, Standort Köln	Berater (m/w/d) für den Bereich Stadtmarketing / Quartiersmanagement	31. März 2019

Stadt Eutin	Geschäftsführung (m/w/d) für die Eutin Tourismus GmbH	31. März 2019
Erlebnis Bremerhaven GmbH	Abteilungsleitung Stadtmarketing (m/w/d) (vollständige Stellenausschreibung ab 06. März 2019 online verfügbar)	25. März 2019
Große Kreisstadt Leonberg	Citymanager (m/w/d)	17. März 2019
Stadt Zella-Mehlis	Stelle Stadtmarketing & Bürgerbeteiligung (m/w/d)	15. März 2019
Stadt Lüdinghausen	Geschäftsführung (m/w/d) für den Lüdinghausen Marketing e.V.	15. März 2019
Stadt Gelsenkirchen	Abteilungsleitung Dienstleistungen, Vertrieb, Standortmarketing (m/w/d)	15. März 2019

Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:

An dieser Stelle finden Sie jeweils eine kurze Vorstellung unserer neuen Mitglieder. Eine ausführlichere Vorstellung unserer ordentlichen Mitglieder finden Sie **hier**. Unsere Fördermitglieder stellen sich **hier** vor.

Stadtagentur Stadt Dorsten

Stadt Dorsten



Die Stadtagentur Dorsten ist ein eigenes Stadamt innerhalb der Stadtverwaltung und direkt dem Bürgermeister unterstellt. Zur Stadtagentur gehören die Aufgabenbereiche Stadtinfo, Kultur, Tourismus,

Stadtmarketing, Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit.

Das Ziel der Stadtagentur ist es, die Stadt Dorsten -„kleine Hansestadt an der Lippe“- und Brücke zwischen Münsterland und Ruhrgebiet überregional zu positionieren und entsprechende Angebote für Besucher*innen, Touristen*innen, Einwohner*innen und Akteur*innen aufzuzeigen bzw. zu entwickeln. Die Stadt ist stolz auf ihr vielfältiges Bürgerengagement, das sich im Image Dorstens wiederfinden und die Identifikation der Dorstener*innen mit ihrer Stadt stärken soll. Aktuell startet die Stadtagentur einen Marketingprozess, der den städtischen und ländlichen Bereich gleichermaßen einbinden und die jeweiligen Vorteile herausarbeiten soll. **Hier** erfahren Sie mehr.

Contiango GmbH

Teil der digitalen Zukunft werden. Lokale Unternehmen stärken. Bürger begeistern.



Bürger wollen sich online über ihre Stadt oder ansässige Unternehmen informieren. Erfolgreich digital zu kommunizieren bedeutet daher, einen attraktiven und aktuellen Webauftritt anzubieten. Die Contiango GmbH unterstützt Städte, Kommunen und kleine/mittelständische Unternehmen dabei, hochwertige Fachinhalte auf der eigenen Homepage zu veröffentlichen, ohne diese selbst erstellen zu müssen. Neben Artikeln renommierter Fachverlage können auch eigene Meldungen unkompliziert online eingebunden werden. Dadurch präsentieren sich Städte, Kommunen und Gewerbetreibende als kompetente Ansprechpartner für die Anwohner. Lokale Wirtschaftsförderung und modernes Stadtmarketing gehen so Hand in Hand. Wie das genau funktioniert, **erfahren Sie in unserer PDF-Präsentation für Städte und Kommunen »**

Tobit.Software AG

Tobit®Software™ Seit über 30 Jahren gehört Tobit.Software, mit Sitz im westfälischen Ahaus, zu den Treibern der Digitalisierung. Die schnelle und effiziente Kommunikation sowie die Vernetzung der Menschen ist dabei eine der Kernaufgaben des Unternehmens. Für die vielen mittelgroßen Städte und Gemeinden bietet Tobit.Software digitale Lösungen, die ihnen helfen, sich attraktiv und innovativ zu präsentieren. Mit der Zusammenführung und Vermarktung von Angeboten aus Handel, Wirtschaft, Freizeit, Kultur und Gastronomie schaffen sie Mehrwerte für Bürger und Besucher und unterstützen das Stadtmarketing und die Wirtschaftsförderung der Städte. Zu den Angeboten gehören u.a.:

- Digitale Stadtgutscheine
- Online-Ticketing
- Webshops
- Car-Sharing
- Parkplatzlösungen
- Stadtportale

Beispiele für die Einsatzmöglichkeiten gibt es in vielen Städten, tausenden Unternehmen, Vereinen und Organisationen zu sehen, und ganz kompakt auch in der Stadt Ahaus selbst. In Smart City Touren können Interessierte einen Einblick bekommen und sich Inspiration und konkrete Anwendungen für die eigene Digitalisierung holen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Fördermitglieder der bcsd

dwif Consulting GmbH - Tourismusberatung



Die dwif-Tourismusberatung mit Standorten in Berlin und München ist seit ihrer Gründung 1950 Partner zahlreicher Städte in strategischen Fragen des Tourismus- und Stadtmarketings. Durch innovative und kreative Ansätze geben wir den Verantwortlichen vor Ort neue Impulse und

konkrete Handlungsempfehlungen. Unsere Kernkompetenzen im Stadtmarketing sind individuelle Berechnungen des Wirtschaftsfaktor Tourismus, fundierte Marktforschungsanalysen, Bedarfsanalysen für die Ansiedlung von Betrieben, zukunftsfähige Tourismusstrategien sowie passfähige Organisationsstrukturen und Finanzierungskonzepte. 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**.

Kleidungsproduktion auf Abruf



Das in Brooklyn ansässige Start-up Tailored Industry stellt je nach Nachfrage Strickwaren für seine Kunden aus der Modebranche her. Das Prinzip, erst bei Bestellung zu produzieren, soll der massenweisen Vernichtung unverkäuflicher Neuware entgegenwirken. Ferner spart das On-Demand-Modell Lagerkosten. Das Start-up nutzt eine Software, um Kunden aus dem E-Commerce mit seinen 3D-Strickmaschinen zu verbinden. Sie starten erst nach Eingang einer Bestellung die Produktion. Die japanischen Maschinen fertigen die Kleidung in einem Stück, sodass keine Materialreste entstehen, die entsorgt werden müssten.

Mobiler Laden ohne Verkäufer



Das chinesische Start-up Moby hat ein mobiles Ladengeschäft vorgestellt, das sich in zwei Stunden aufbauen lässt und ohne Verkäufer und Stromanschluss auskommt. Das 2,20 mal 4,60 Meter große und 2,50 Meter hohe Modell "Psi" wird durch Solarzellen und Batterien betrieben und kann daher überall aufgestellt werden. Gesteuert wird der Container über die Cloud. Die Kunden erhalten über eine Smartphone-App Zutritt. Damit können sie ihre Einkäufe scannen und anschließend bezahlen. Überwachungskameras und Sensoren sollen vor Dieben schützen. Auch das Warenmanagement wird über die Cloud gesteuert.

Bahnhof wird zum öffentlichen Wohnzimmer



Das niederländische Architekturbüro Mecanoo hat ein altes Bahnhofsgebäude in Tilburg, in der einst Züge deponiert wurden, zu einem „urbanen Wohnzimmer“ umgebaut. Das auf „LochHal Library“ getaufte Gebäude in der Nähe des neuen City Campus beherbergt mit seiner offenen Architektur Co-Working-Plätze, eine Bibliothek, ein Café sowie Kunstzentren wie das „Kunstloc“ und „Brabant“. Damit soll eine Begegnungsstätte für Jung und Alt geschaffen werden, in der

Besucher in einer modernen und imposanten Umgebung lesen, arbeiten, lernen und durch gegenseitigen Austausch kreativ werden können.

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

Werkstatt Vielfalt – Projekte für eine lebendige Nachbarschaft, Robert Bosch Stiftung, bis 15. März 2019

Klimaaktive Kommune, Bundesumweltministerium und Deutsches Institut für Urbanistik, bis 31. März 2019

Standort Award, REE Real Estate Events GmbH, bis 15. April 2019

Deutscher Nachhaltigkeitspreis, Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V., bis 18. April 2019

Innovationspreis des Handels, Handelsverband Deutschland e.V., bis 30. September 2019

Action Grants European Culture, European Culture Foundation, bis Mittel ausgeschöpft wurden

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

17. – 19. März 2019, **Deutscher Stadtmarketingtag 2019**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz

28. – 29. März 2019, **Die digitale Stadt verstehen und gestalten**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bochum

11. April 2019, **Geschäfte führen und kalkulieren – Praxiswissen für Quereinsteiger**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Stein bei Nürnberg

12. April 2019, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Stein bei Nürnberg

16. Mai 2019, **Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH, Hanau

22. – 24. September 2019, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2019**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Heilbronn

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

Terminkalender

12. März 2019, **Stadt.LEBEN**, Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung Nordrhein-Westfalen, Dortmund

17. – 19. März 2019, **Deutscher Stadtmarketingtag 2019**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz

25. – 26. März 2019, **St. Pölten 2024 – Der Titel „Kulturhauptstadt Europas“ als Stadt- und Regionalentwicklungsinstrument**, St. Pölten, Österreich

02. April 2019, **Lichterwerkstatt**, MK Illumination GmbH, Königsbronn

03. April 2019, **Lichterwerkstatt**, MK Illumination GmbH, Königsbronn

03. April 2019, **Nordic Place Branding Conference 2019: Creating better places for people and business**, Future Place Leadership, Stadt Stockholm, Stockholm, Schweden

03. April 2019, **Die Stadt als Bühne – Räume als Erlebnisorte im Stadtmarketing inszenieren**, Stadtmanufaktur, München

10. April 2019, **Lichterwerkstatt**, MK Illumination GmbH, Dortmund

11. April 2019, **Lichterwerkstatt**, MK Illumination GmbH, Dortmund

12. April 2019, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Balingen

08. Mai 2019, **Vitale Zentren in Klein- und Mittelstädten**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen München, Dinkelsbühl

11. Mai 2019, **Tag der Städtebauförderung**, Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung u.a., deutschlandweit

13. – 14. Mai 2019, **42. urbanicom-Studientagung**, urbanicom – Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel, Aachen

16. Mai 2019, **Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH, Hanau

24. Mai 2019, **Tag der Nachbarn**, nebenan.de Stiftung, deutschlandweit

28. – 29. Mai 2019, **Städtebau und Handel**, Institut für Städtebau Berlin, Berlin

28. – 29. Mai 2019, **Stadt- und Außenbeleuchtung Dresden 2019**, Technische Universität Dresden u.a., Dresden

22. – 24. September 2019, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2019**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Heilbronn

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.