

Newsletter 03-2017

Jetzt noch Restplätze sichern: Deutscher Stadtmarketingtag 2017

„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. Das Phänomen der 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?

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 spannende Diskussionen. Besuchen Sie auch unsere vielfältige Fachausstellung, 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.

Zu Programm und Anmeldung

Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag

Seite 2

Ausbildung Aufsichtführende Person

Stellungnahme lokale Gutscheinsysteme

Seite 3

Stellungnahme BID Niedersachsen

Neue Bürgerbeteiligung 1

Neue Bürgerbeteiligung 2

Seite 4

Neue Projekte im Projektpool

Seite 5

Neue digitale Bequemlichkeiten und die Stadt

Jobbörse

Seite 7

Fördermitglieder

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder der bcsd

Seite 9

Kundenanforderungen im Handel

Gemeinsam online?

Seite 10

Neue Tourismus-Studien

Leitfaden Gestaltung Hotelwebsites

Seite 11

Bielefeld sucht Fan-Ideen

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe / Ausschreibungen

Seite 13

Termine des Weiterbildungsangebotes ICR

Seite 14

Terminkalender

Sicher ist sicher! Seminar zur Sicherheit bei Veranstaltungen im öffentlichen Raum mit Ausbildung zur Aufsichtführenden Person

Der Frühling ist allerorten zu spüren und der nächste Sommer steht schon in den Startlöchern. Damit beginnt in vielen Städten wieder die Saison der Open-Air Veranstaltungen und Stadtfeste. Doch jede Veranstaltung birgt Risiken. Je gründlicher die Vorbereitung ist, je besser die Verantwortlichen im Erkennen möglicher Gefahren geschult und über bestehende Gesetze informiert sind, desto eher können Sicherheits- und nicht zuletzt auch Haftungsrisiken minimiert werden. Eine umfassende Auseinandersetzung mit Sicherheitsbestimmungen, Gefährdungsbeurteilungen und Schutzmaßnahmen bietet die von den Berufsgenossenschaften sowie den gesetzlichen Unfallversicherungsträgern anerkannte Ausbildung zur Aufsichtführenden Person.



Hier finden Sie Informationen und Anmeldemöglichkeiten zum nächsten Seminartermin "Ausbildung zur Aufsichtführenden Person nach den Vorschriften der Berufsgenossenschaften und zum Veranstaltungsleiter bcsd" (15. bis 18. Mai 2017) in Peine.

Nutzen Sie jetzt die Chance und machen Sie sich fit in Sachen Veranstaltungssicherheit!

Informationen zum berufsbegleitenden Weiterbildungsstudium „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ finden Sie auch **hier**.

Stellungnahme bcsd zu Zahlungsdienstrichtlinien / lokalen Gutscheinsystemen

Vor dem Hintergrund des Gesetzesentwurfs zur Umsetzung der zweiten Zahlungsdienstrichtlinie (EU) 2015/2366 in deutsches Recht haben sich die bcsd, der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) sowie die Firma delastone mit Vertretern des Bundesministeriums für Finanzen getroffen. Dem Treffen ging eine mit dem DIHK abgestimmte schriftliche Stellungnahme voraus, die Sie **hier** einsehen können. Regionale / lokale Gutscheinsysteme sind ein wichtiges Instrument zur Einbindung externer Partner, tragen zur Refinanzierung des Stadtmarketings bei und sind ein erfolgreiches Mittel zur Kunden- und Kaufkraftbindung vor Ort. Zudem können die Gutscheinsysteme zur Legitimation des Stadtmarketings beitragen. Besonders beliebt ist auch die Form des Arbeitgebergeschenkgutscheins, bei dem Mitarbeiter einen steuerfreien, lokalen Gutschein mit dem Maximalbetrag von 44 Euro zur Einlösung in den örtlichen Geschäften erhalten. Informationen zu diesem Modell finden Mitglieder in unserem **Projektpool**.

Stellungnahme des bcsd-Landesverbandes Niedersachsen-Bremen zum niedersächsischen BID-Gesetz (NQPIG)



Der bcsd-Landesverband Niedersachsen-Bremen hat sich im Rahmen der Verbandsanhörung im Vorfeld der Verabschiedung eines neuen Gesetzes zur Einführung von BID in Niedersachsen (Gesetz zur Stärkung der Quartiere durch private Initiativen - NQPIG) mit einer Stellungnahme beteiligt. Darin wird die Einführung der BID ausdrücklich als Erweiterung des Instrumentenkastens des Stadtmarketings begrüßt. Die bcsd fordert aus den Erfahrungen anderer Länder zu profitieren und einen darauf basierenden Leitfaden für Niedersachsen zu entwickeln. Zudem sollen die Einrichtung von BID öffentlich unterstützt und die Verlängerung / Verstetigung erleichtert werden. Sie finden die Stellungnahme **hier** zum Download.

Neue Wege in der Bürgerbeteiligung 1 – Barcamp München

Die Stadt München sieht Transparenz, Partizipation und Koproduktion als wichtige Bestandteile der Digitalisierung und trifft sich daher mit Bürgern im Rahmen eines Barcamps, um über Ideen, Projekte und Apps für die digitale Stadt zu sprechen. Zum einen geht es darum, welche digitalen Services die Landeshauptstadt München selbst anbieten sollte, um den Bürgern das Leben zu erleichtern, zum anderen um allgemeine Ansätze zur Verbesserung der Lebensqualität. Ein Barcamp ist eine Veranstaltung, die keine vorab festgelegte Tagesordnung hat. Der Ablauf wird demokratisch auf der Tagung bestimmt, wobei jeder dazu berechtigt ist ein eigenes Vortrags- oder Diskussionsthema vorzuschlagen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Neue Wege in der Bürgerbeteiligung 2 – Salz & Suppe Stuttgart



Das Projekt der Nationalen Stadtentwicklungspolitik „Salz & Suppe“ aus der Landeshauptstadt Stuttgart hatte zum Ziel Menschen verschiedener Schichten, Altersgruppen und Nationalitäten am Esstisch zusammen und miteinander ins Gespräch zu bringen. Dabei wurde in heterogen zusammengesetzten Gruppen von sechs Personen über das Leben in Stuttgart, die Stadt an sich, das jeweilige Quartier und Verbesserungsmöglichkeiten diskutiert. Zum Teil wurden Stadtteilspaziergänge inkludiert, die dazu beitragen sollten, die Stadt besser kennenzulernen. Als Treffpunkt fungierten Stadtteilzentren oder auch die Wohnungen der Teilnehmer. Moderation und Dokumentation wurden von lokalen Persönlichkeiten übernommen. Die Ergebnisse sollen nun der Stuttgarter Stadtverwaltung präsentiert werden. **Hier** erfahren Sie mehr.

Neue Projekte im Projektpool

Im bcsd-Projektpool stellen Stadtmarketingorganisationen besonders gelungene Ansätze und Projekte vor. Neben einer Beschreibung des Projektes, einem Fazit und Bildern enthalten die Projektblätter jeweils auch die Kontaktdaten der Ansprechpartner, um den Erfahrungsaustausch zu erleichtern. Die Sammlung, die mittlerweile über 150 Beispiele umfasst, ist **hier** für unsere Mitglieder zugänglich. Im Folgenden stellen wir Ihnen drei neue, gekürzte Beiträge vor.

Mayen – Offline und Online zusammen denken: Die Digital-Initiative für die Innenstadt



Die Stadt Mayen (19.000 Einwohner) verfolgt das Ziel durch die Digitalisierungsstrategie die Innenstadt und die Händler zu stärken. In einem ersten Schritt wurde die Einrichtung eines flächendeckenden, kostenfreien WLAN-Netzes durch die Initiative Freifunk unterstützt. Zudem wurde eine Mayen-App entwickelt, die bereits über 2.500 Mal heruntergeladen wurde. Im nächsten Schritt soll ein virtuelles Kaufhaus den Kunden die Möglichkeit geben,

Waren bei lokalen Händlern zu bestellen und diese entweder abzuholen oder liefern zu lassen. Durch die Integration eines Lebensmittelvollsortimenters soll auch die Nahversorgung für weniger mobile Menschen gewährleistet werden.

Niebüll – Stadtmagazin prisma



Die Stadt Niebüll (10.000 Einwohner) hat sich mit dem kostenfreien Stadtmagazin einen neuen Kommunikationsweg erschlossen, um die eigenen Inhalte zu vermitteln und Besuchern und Bürgern die Stadt, das Stadtgeschehen und die Akteure vor Ort über Storytelling näherzubringen. Das Magazin richtet sich vor allem an junge Menschen und soll die emotionale Bindung zur Stadt stärken. Nicht zuletzt geschieht dies dadurch, dass Jugendliche an der Erstellung beteiligt werden.

Wittlich: alwin – Aktives Leerstandsmanagement in der Wittlicher Innenstadt



Die Gemeinschaftsinitiative alwin fördert die Ansiedlung von Gastronomie, Handel, Handwerk und Kreativwirtschaft in Wittlich (19.000 Einwohner). Existenzgründer und bestehende Unternehmen erhalten Förderungen über unterschiedliche Bausteine, beispielsweise Beratung durch ein Experten-Netzwerk oder ein Angebot von flexiblen und vielfältigen Flächen in der Altstadt. Seit März 2017 besteht auch die Möglichkeit, Räume für Pop-up-Stores anzumieten. Mit dem „Männerladen“ wurde bereits der erste temporäre Laden erfolgreich angesiedelt.

Ihr Projekt

Ihnen fallen sicher ebenfalls gelungene Beispiele aus dem Stadtmarketing in Ihrer Stadt ein. Wir würden uns freuen, wenn Sie diese mit uns teilen und uns über **office@bcsd.de** eine kurze Projektbeschreibung zukommen lassen, damit wir daraus einen Beitrag zu unserem Projektpool erstellen können.

Neue digitale Bequemlichkeiten und die europäische Stadt

Dass es für Standorte nicht unerheblich ist, welche Verkehrsinfrastrukturen vorhanden sind und dass beispielsweise das Vorhandensein einer Bahnanbindung Auswirkungen auf die Entwicklung der räumlichen Strukturen hat, ist bereits bekannt und erforscht. Eine neue Veröffentlichung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) beschäftigt sich nun jedoch damit, welche räumlichen Auswirkungen die Digitalisierung und die digitalen Infrastrukturen haben. Klassischerweise in den Innerstädten angesiedelte Funktionen (Einkaufen, Kultur, Bildung oder Verwaltung) verlieren ihre Bindung an einen Ort. Anhand der Themen CarSharing und autonomes Fahren, Online-Shopping und Big Data werden kurz aktuelle Entwicklungen und mögliche Auswirkungen auf (städtische) Räume skizziert. Gleichzeitig stellt sich dabei immer auch die Frage, welche (ggf. unerwünschten) Nebeneffekte die Digitalisierung mit sich bringt und noch bringen wird.

Die Publikation können Sie **hier** herunterladen.

Mit dem Thema beschäftigt sich auch die Dokumentation „**Der Daten-Dschungel - Fantastische Freiheit oder smarte Sklaverei?**“ in der Reihe *ZDFzoom* (Sendung vom 29.03.2017).

Jobbörse

Online Marketing Manager/in, Stadtmarketing Mannheim GmbH



Als Online Marketing Manager/in der Stadtmarketing Mannheim GmbH obliegt Ihnen die Strategische Konzeption, Entwicklung und operative Umsetzung sowie technische Betreuung einer crossmedialen Onlinestrategie in Kooperationen mit den dafür benötigten Dienstleistern. Dazu zählen auch die Entwicklung, Planung und Umsetzung von Konzepten für Web & Social Media sowie Entwicklung, Planung und Durchführung sämtlicher Online-Marketingaktivitäten. Zu diesem Zweck konzeptionieren Sie zudem ein Content Management System für das Stadtmarketing und setzen dieses um. Auch die Pflege aller Web- & Social Mediaauftritte des Stadtmarketings fällt in Ihren Aufgabenbereich. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Berater (m/w) für die Geschäftsfelder Einzelhandel und Wirtschaftsförderung, CIMA Beratung + Management GmbH



Sie arbeiten im Kölner Team mit erfahrenen Kollegen aus den Bereichen Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Einzelhandel und übernehmen Mitverantwortung in verschiedenen Projekten in den Geschäftsfeldern Einzelhandel (kommunale Einzelhandelsuntersuchungen, Verträglichkeitsuntersuchungen zu Einzelhandelsansiedlungen) und Wirtschaftsförderung (kommunale bzw. regionale Gewerbeflächenkonzepte,

Wirtschaftsförderungskonzepte). Sie sind häufig bei unseren Kunden vor Ort präsent und arbeiten vorwiegend für Städte und Gemeinden. Sie präsentieren sich, Ihre Arbeitsergebnisse und die *cima* kompetent, sympathisch und gewinnend und verfügen über die erforderlichen fachlichen Grundlagen. Sie schätzen und wahren die totale Unabhängigkeit der *cima*. Ihre Analysen und Gutachten erstellen Sie eigenverantwortlich. Bei besonders anspruchsvollen Fragestellungen suchen Sie den kollegialen Austausch innerhalb des Teams. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**. Bewerbungsschluss ist der 10. April 2017.

Fachkraft für Veranstaltungsorganisation (m/w), Stadtmarketing Bruchköbel GmbH



Als Fachkraft für Veranstaltungsorganisation verantworten Sie die Organisation und Weiterentwicklung von Veranstaltungen und Märkten (u.a. Ostermarkt, Mais- und Kürbisfest, Stadtdinner, Weihnachtsmarkt, Stadtgespräch, Aktionstag Ausbildung). Dazu zählen insbesondere die folgenden Aufgaben: Planung und Konzeption, Werbung, Teilnehmerakquise und

Kundenbetreuung, Programm- und Standplanung, Zeit- und Budgetplanung, Nachbearbeitung und Dokumentation. Mit Vereinen und Teilnehmern stimmen Sie sich regelmäßig ab. Sie unterstützen darüber hinaus das Team und die Akteure vor Ort bei der Durchführung weiterer Stadtmarketingaktivitäten. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**. Bewerbungsschluss ist der 15. April 2017.

Geschäftsführer (m/w) für die Bad Orb Kur GmbH und die Bad Orb Marketing GmbH, Stadt Bad Orb



Die Bad Orb Kur GmbH und die Bad Orb Marketing GmbH sind für die Förderung von Kur sowie Tourismus zuständig und beschäftigen 12 Mitarbeiter/-innen. Als touristische Dienstleistungsunternehmen sind die Bereiche Information und Service, Marketing, Veranstaltungen und Liegenschaften die Schwerpunkte dieser Gesellschaften. Wir suchen eine führungsstarke Persönlichkeit mit fundierten Erfahrungen in den Bereichen Kur und Tourismus einschließlich Gesundheitstourismus. Wünschenswert ist ein abgeschlossenes Studium mit dem Schwerpunkt Betriebswirtschaft und/oder Tourismus und/oder Gesundheit oder gleichwertige Qualifikation sowie Führungserfahrung in vergleichbaren Unternehmen. Wir erwarten soziale Kompetenz, Organisationsvermögen, Kreativität, zielorientiertes Handeln, eine hohe Einsatzbereitschaft, Begeisterungsfähigkeit, rhetorische Sicherheit, Integrations- und Kompromissfähigkeit und die Bereitschaft zum Wohnortwechsel nach Bad Orb. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**. Bewerbungsschluss ist der 02. Mai 2017.

Fördermitglieder der bcsd

Sator Events GmbH

„Veranstaltungen die begeistern“ – unter diesem Motto setzt die Sator Events GmbH schon seit über 20 Jahren als Alleinausstatter und einer der flexibelsten Dienstleister in der Eventbranche Akzente. Aus dem badischen Bühl betreuen sie heute eine große Zahl zufriedener Stammkunden in ganz Europa. Kundennähe wird hier großgeschrieben. Angefangen von der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, der Vermietung von Zelten samt Heizungen, Böden und



Beleuchtung, Bühnen- und Veranstaltungstechnik über Eventequipment inklusive Geschirr, Mobiliar, Deko, Toilettenwagen, Spülstraßen und Absperrzäune, bis hin zum kompletten Catering-Service ist alles vorhanden, was für die verschiedensten Events benötigt wird. Geliefert wird schnell, zuverlässig und pünktlich mit den Fahrzeugen des eigenen Fuhrparks. Unternehmen, die ein Firmenjubiläum, eine Messe, ein Open-Air-Konzert, ein Sommerfest, ein Stadtfest, eine Präsentation uvm.

planen, werden qualifiziert und ausführlich beraten und die Vor-Ort-Besichtigung ist vor einem Abschluss immer ein absolutes Muss. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

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.

AVS GmbH: Ihr erfahrener Partner für lokale Kundenbindung



Data Management
& Customer Care

Wie schafft man es, die Innenstadt als lebendiges Zentrum zu erhalten – als Ökosystem in dem lokaler Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister zusammenarbeiten und die Bewohner gerne einkaufen?

Die intelligenten Lösungen der AVS unterstützen Sie dabei:

- **CityCard**: Das Bonussystem für Ihre Stadt
- **CityGutschein**: Das elektronische Gutscheinkartensystem
- **mobile Service-App**: Ihre Stadt-App mit echtem Mehrwert

Die AVS GmbH aus Bayreuth ist Ihr kompetenter Partner für lokale Kundenbindung. Wir sind seit mehr als 50 Jahren auf das Thema Kundenbindung spezialisiert. Profitieren Sie von unseren Full-Service-Lösungen zur lokalen Kundenbindung: Wir begleiten Sie von der Beratung im Vorfeld, über die System-Implementierung, der technischen Ausstattung vor Ort bis hin zu Lettershop und

Fullfilment. Mehr als 100 erfolgreich umgesetzte Kundenbindungs- und Kundenkartenprojekte aus allen Bereichen sprechen für uns. Mehr erfahren Sie **hier**.

Stadt Ochtrup



Das Mittelzentrum Ochtrup (20.000 Einwohner) liegt im nordwestlichen Münsterland an der Grenze zu den Niederlanden. Das Stadtzentrum der Töpferstadt ist geprägt von einem mittelalterlichen Stadtgrundriss. Im eindrucksvollen Beltman-Bau und auf dem Betriebsgelände eines ehemaligen Textilunternehmens befindet sich das 11.500 m² große internationale Designer Outlet Center. Die Tourismusaufgabe und die Tourist Info Ochtrup werden seit vielen Jahren von der Veranstaltungs- und Werbegemeinschaft Ochtrup e.V. (VWO) im Auftrag der Stadt Ochtrup durchgeführt. Die

VWO veranstaltet die Verkaufsoffenen Sonntage und ist gleichzeitig das „Sprachrohr“ von Handel, Dienstleistern, Gastronomie und Hotellerie. Die in 2010 geschaffene Stabstelle Wirtschaftsförderung nimmt ebenfalls die Aufgaben im Bereich Wirtschaftsförderung (inkl. City- und Stadtmarketing) wahr. Vor dem Hintergrund der positiven Entwicklungen des Standortes Ochtrup werden das Stadtmarketing und die Tourismusförderung neu aufgestellt. Derzeit arbeitet ein Arbeitskreis bestehend aus Politik und Verwaltung gemeinsam neue Ideen und neue Organisationsstrukturen aus, um ein zukunftsfähiges Modell für die Aufgaben Stadtmarketing, Tourismusförderung und Kultur in der Stadt Ochtrup aufzustellen. Mehr erfahren Sie **hier**.

CCV Deutschland GmbH



CCV Deutschland ist seit mehr als 20 Jahren einer der führenden Anbieter für Lösungen rund um den Point-of-Sale. Neben modernen Terminals, Kassensystemen und Webshoplösungen hat CCV auch den Handel als Ganzes im Blick: Mit „CCV Community“ bietet CCV Städten, Stadtmarketing, Kommunen oder Behörden ein individuell

ausgearbeitetes Konzept für mehr Frequenz und Erlebniswert in ihren Shoppingbereichen. Im Mittelpunkt steht eine Kundenkarte (auch digital), die ausschließlich in Geschäften der Stadt gültig ist. Sehr erfolgreich ist CCV Community bereits in den Städten Neuchatel (Schweiz), Arnheim (NL) und St. Truiden (BE). In St. Truiden ist die Zahl der Nutzer der eigens kreierten „Shop & The City“-Karte bereits größer als die Einwohnerzahl und in den 320 teilnehmenden Geschäften wurden seit Projektstart 2015 mehr als drei Millionen Transaktionen allein mit der Kundenkarte verzeichnet. Mehr erfahren Sie **hier**.

Studie zu Anforderungen der Kunden an den Einzelhandel



Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), das IFH Köln und cisco haben gemeinsam eine Studie zum Einkaufsverhalten der Kunden stationärer Händler durchgeführt für die 2.500 Personen im stationären Einzelhandel nach ihrem Einkaufsverhalten befragt wurden. Unter anderem zeigt sich, dass viele Käufe in stationären Geschäften nicht vorab geplant werden, sondern spontan bei einem Einkaufsbummel getätigt werden. Obwohl die Loyalität gegenüber den lokalen Händlern hoch ist, wird auch gerne online gekauft. Gründe sind vor allem der Fahrtaufwand in die Innenstadt, die mangelnde Produktverfügbarkeit und unpassende Öffnungszeiten. Die Kunden wurden für bestimmte Einzelhandelsbranchen nach ihren Erwartungen befragt und danach, ob diese erfüllt werden. Eine gute Beratung ist den Kunden wichtig - die befragten Kunden informieren sich gezielt im Voraus und erwarten von den Händlern, dass diese besser informiert sind als sie selbst. Weiterhin wird Wert auf eine große Auswahl, Schnelligkeit und ein positives Einkaufserlebnis gelegt. Besonders bei der Verfügbarkeit von Produkten und der Information der Händler besteht noch Nachholbedarf. Die Studie zeichnet auf Basis der Gap-Analysen Zukunftsszenarien für die Händler. **Hier** finden Sie die komplette Veröffentlichung.

Gemeinsam online? – Digitale City-Initiativen in Niedersachsen



Die CIMA Beratung + Management GmbH hat 2016 eine Befragung zum Stand der Digitalisierung im Handel unter Werbegemeinschaften, Stadtmarketingorganisationen sowie Kommunen durchgeführt, an der 126 Akteure teilgenommen haben. Zusätzlich wurden als Fallbeispiele Buchholz in der Nordheide und Stade genauer unter die Lupe genommen. Dort wurden auch lokale Einzelhändler nach dem Stand der Digitalisierungsbemühungen befragt. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass sowohl bei den Werbegemeinschaften als auch bei den Händlern noch lange nicht alle Möglichkeiten der Digitalisierung ausgeschöpft werden und der Handel ganz überwiegend noch nicht „online“ ist. Als Auswirkung der Digitalisierung rechnen die Befragten mit einer Zunahme von Leerständen und der Bedeutungszunahme von Dienstleistungen, Gastronomie und Freizeit in der Innenstadt. Der am häufigsten genannte Grund für fehlende Online-Aktivitäten ist mit Abstand die knappe Ressource Zeit bzw. das Fehlen eines Kümmerers. Die Finanzierung der Aktivitäten erfolgt meist aus dem bestehenden Budget aus Mitgliedsbeiträgen und kommunalen Zuschüssen und wird eher selten aus zusätzlichen Mitteln bestritten. Damit kann für die klassischen Aufgaben weniger Budget eingeplant werden. Auch den Händlern fehlt es meist an Know-How und den nötigen Mitteln. Die CIMA sieht das Stadtmarketing in der Verantwortung, passende Strategien für den jeweiligen Standort zu erarbeiten und Aktivitäten zu initiieren. Auch

die Städte sollen in die Verantwortung gehen und gerade für die Anfangszeit einen Kümmerer stellen. Die vollständige Auswertung der Umfrage finden Sie **hier** zum Download.

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland, Reiseanalyse, Radreiseanalyse



Der Ostdeutsche Sparkassenverband (OSV) hat das neue Tourismusbarometer für Ostdeutschland (ohne Berlin) auf der ITB vorgestellt. Demnach hat der Tourismus in Ostdeutschland immer bessere Kennzahlen vorzuweisen – die Zahl der Übernachtungen steigt, die Eigenkapitalquote konnte gesteigert werden und die Zufriedenheit und das Vertrauen der Gäste sind hoch. Dennoch ist das Wachstum im Verhältnis zum Westen der Republik deutlich geringer, was auch an den dort getätigten Investitionen in den Tourismus liegt. Der OSV betont die Bedeutung, die Qualität entlang der Servicekette / Customer Journey zu beachten und fordert die ostdeutschen Destinationsmanagementorganisationen dazu auf, hier gezielt nachzubessern, denn Qualität, die sich auch in guten Online-Bewertungen niederschlägt, ist ein wichtiges Kriterium für die Kunden. **Hier** finden Sie die Studie. Ebenfalls auf der ITB wurden erste Ergebnisse der neuen Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen vorgestellt. Demnach kann Deutschland einen Zuwachs um drei Prozent im Vergleich zu 2016 verzeichnen. Zwar wurden 2016 mehr Kurzurlaube als 2015 durchgeführt, die Ausgaben pro Kurzurlaub und Person sanken jedoch von 274 € auf 253 €. Das häufigste Ziel der Kurzreisen der Deutschen sind (Groß)Städte im Inland, bei denen bevorzugt im Hotel übernachtet wird. Mehr Informationen finden Sie **hier**. Ebenfalls auf der ITB wurde die neue Radreiseanalyse des ADFC vorgestellt. Radtourismus ist demnach ein sehr stark wachsendes Segment (30% Wachstum zu 2014), Deutschland ist der eindeutig bevorzugte Urlaubsort. Die Reisen werden meist individuell über das Internet organisiert. Bayern, das Münsterland und die Bodensee Region sind die beliebtesten Gegenden. Jeder fünfte findet ein Pedelec-Angebot vor Ort wichtig. **Hier** finden Sie die Studie zum Download. Ein Beispiel für Fahrradmarketing ist das E-Bike-Festival in der Dortmunder Innenstadt, das mit buntem Rahmenprogramm wie Konzerten, Probefahrten und Shows im letzten Jahr 50.000 Besucher angezogen hat und ab 07. April erneut stattfindet. Dazu erfahren Sie **hier** mehr.

Leitfaden zur Gestaltung von Hotel Websites

Das österreichische Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft hat einen umfangreichen Leitfaden zur Gestaltung von Hotelwebseiten herausgegeben. Der Leitfaden soll den Beherbergungsbetrieben dabei helfen, klar strukturierte, moderne und vor allem gut zu findende Homepages zu erstellen, um somit der Marktdominanz von Buchungsplattformen entgegen treten zu können und mehr direkte Buchungen zu akquirieren. Nach einem einführenden, zusammenfassenden Beitrag folgen zehn Fachkapitel, beispielsweise zu Design, Barrierefreiheit, Integration des Social Web, Suchmaschinen, Datenanalyse und E-Commerce. Eine Checkliste und Begriffserklärungen runden das Angebot ab. **Hier** finden Sie die Veröffentlichung.

Bielefeld sucht Fan-Ideen



Die Bielefeld Marketing GmbH und das Sponsoren- und Unterstützer-Netzwerk Bielefeld Partner suchen Fan-Ideen für die Stadt. Die drei besten Einreichungen werden mit jeweils 5.000 € unterstützt. Die Vorschläge können Konzepte für Events, Veranstaltungen oder Projekte sein und sollen sich positiv mit den definierten Stärken der Stadt auseinandersetzen. Die Bewerbung steht sowohl Bürgern als auch Vereinen, Institutionen oder Unternehmen offen. Eine Jury trifft die Auswahl

aufgrund der Kriterien Inhalt (Lebensqualität, Stärken), Kreativität (neu, noch nicht vorhanden), Attraktivität (große Zielgruppe) und Praxisbezug (bis Ende September 2018 von den Bewerbern umsetzbar). Bereits seit letztem Jahr können Bürger und Unternehmen durch die Verwendung des neu gestalteten Stadtlogos ihre Verbundenheit zur Stadt zeigen. Mehr Informationen 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**.

Einkauf am Schaufenster nach Ladenschluss



Das Heidelberger Start-up POSeidon hat mit dem lokalen Zahlungsdienstleister Heidelpay kooperiert und ein System entwickelt, mit dessen Hilfe Kunden auch nach Ladenschluss noch einkaufen können. Eine dabei erzeugte Projektion macht das Schaufenster zum Multitouch-Bildschirm, über den die Nutzer Produktinformationen abrufen, das Sortiment durchsuchen und Produkte in den

Warenkorb legen können. Durch die Verbindung zu einem Smartphone wird es möglich, die Auswahl für später abzuspeichern, Zahlungen sofort zu tätigen und sich den Einkauf nach Hause liefern oder im Laden zur Abholung bereitstellen zu lassen.

Umweltfreundliche Lieferung aus lokalen Buchläden



Der Wiener Lieferdienst Lobu, gegründet von zwei österreichischen Schülern, liefert Bücher noch am Tag der Bestellung direkt nach Hause. Kunden können die Bücher per SMS bestellen. Sie werden dann bei einem lokalen Buchhändler abgeholt und mit dem Fahrrad CO₂-neutral zwischen 19 und 21 Uhr am Abend zugestellt. Lobu soll kleinen, lokalen Buchhändlern dabei helfen, sich gegen große Versandhändler durchzusetzen und so ihr Geschäft weiterzuführen. Die Testphase ist auf den 18. Wiener Bezirk beschränkt. Die Lieferung ist zunächst kostenlos, später soll sie rund zwei Euro kosten.

Stadt nutzt smarte Straßenlaternen



Die US-amerikanische Stadt San Diego nutzt smarte Straßenlaternen, um das Parken und den Verkehr zu optimieren, die Sicherheit von Fußgängern zu verbessern und die Qualität der Luft zu überwachen. Dafür wurde die Stadt in Zusammenarbeit mit dem Energiekonzern General Electric mit 3200 intelligenten Sensoren ausgestattet, die in Echtzeit eine Vielzahl von Informationen liefern. So können etwa Autofahrer zu freien

Parkplätzen geleitet werden. Die Informationen werden anonymisiert bereitgestellt und können von IT-Entwicklern genutzt werden, um neue Apps und Programme zu entwickeln.

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 noch einen interessanten Wettbewerb, der in dieser Newsletter-Rubrik und auf unserer Homepage auf keinen Fall fehlen darf? Schreiben Sie uns eine Nachricht an office@bcsd.de!

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

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 zum Thema „Nachhaltige Entwicklung urbaner Regionen“, Bundesministerium für Bildung und Forschung, bis 25. April 2017

Förderung für Ladeinfrastruktur für Elektromobilität (Ladesäulen etc.), Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 28. April 2017

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

Deutscher Tourismuspreis 2017, Deutscher Tourismusverband (DTV), 23. Juni 2017

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

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

WiFi4EU, EU-Förderung zur Einrichtung öffentlicher WLAN Zugänge an öffentlichen Plätzen und Gebäuden, ab Sommer 2017

Prozess für die Anerkennung einer kulturellen Ausdrucksform als Immaterielles Kulturerbe, Deutsche UNESCO-Kommission, bis 30. Oktober 2017

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

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

09. Mai, **11. Hessischer Stadtmarketingtag – Digital. Vital. Regional.**, Hanau

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

23. – 25. April 2017, **Deutscher Stadtmarketingtag 2017**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mainz

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

08. Mai 2017, **Stadtentwicklung und Einzelhandel in NRW**, IHK Mittlerer Niederrhein und Deutsches Institut für Stadt und Raum e.V., Krefeld

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**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Reutlingen

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

16. Mai 2017, **Wirtschaftsförderung und (digitale) Innovation – Standort und Unternehmen in die Zukunft führen**, Deutscher Landkreistag und ExperConsult, Berlin

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. Juni 2017, **4. newDeal Forum**, reccom KG, Münster

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

11./12. Juli 2017, **BID-Kongress der IHK-Organisationen: Next Generation BID**, Deutscher Industrie- und Handelskammertag, 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

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.