

# Newsletter 05-2017

## Leitfaden Verkaufsoffene Sonntage

Verkaufsoffene Sonntage beschäftigen derzeit die Stadtmarketingszene in ganz Deutschland. Die Allianz für den freien Sonntag, die vor allem von der Gewerkschaft ver.di und den Kirchen getragen wird, lässt reihenweise Verkaufsoffene Sonntage durch eine Klage prüfen. Viele Verkaufsoffene Sonntage werden deshalb abgesagt und die Veranstalter und Händler bleiben auf den entstandenen Kosten sitzen. Um Verkaufsoffene Sonntage möglichst präzise vorzubereiten hat die bcsd in Zusammenarbeit mit dem anwaltsKontor Schriefers einen allgemeinen Leitfaden zur Beantragung von besonderen Events mit Sonntagsöffnung erstellt. Dieser ist nun erschienen und steht Mitgliedern **hier** zum Download zur Verfügung.

## EU-Beihilferecht

Zur Thematik der Beihilfenrelevanz für Tourismusorganisationen hat das für Beihilfen zuständige Referat des Bundeswirtschaftsministeriums mit Schreiben vom 18.05.2017 zu den Ergebnissen der Abstimmung zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der EU-Kommission Stellung genommen. Die Ergebnisse der Abstimmung werden von der bcsd natürlich begrüßt, bedeuten sie doch für die allermeisten Tourismus- und Stadtmarketingorganisationen wesentliche Erleichterungen. Im Rahmen der Initiative des DTV waren Institutionen aus dem Mitgliederkreis der bcsd in Gespräche eingebunden und haben die Sichtweise der Stadtmarketing- und Tourismus-Organisationen einbringen können. Im Fall ‚Zweckverband Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz‘ sind die vom Zweckverband vorgenommenen Tätigkeiten im Kontext des Destinations- und Regionalmarketings als sog. „nichtwirtschaftliche Tätigkeiten“ qualifiziert worden, bzw. stellt sich dessen Verwirklichung nur als „lokaler Sachverhalt“ dar. ‚Nichtwirtschaftliche Tätigkeiten‘ sind ebenso wie ‚lokale Sachverhalte‘ ohne Beihilferelevanz. Der Zweckverband Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz wurde im Beschwerdeverfahren von unserem Fördermitglied, der Kanzlei anwaltsKontor Schriefers Rechtsanwälte, beraten. Es gilt jedoch weiterhin, den Einzelfall zu überprüfen. Wesentlich ist und bleibt die Einführung einer Trennungsrechnung im beihilferechtlichen Sinne, denn ohne eine solche Trennungsrechnung wird eine Klassifizierung von Tätigkeiten als ‚nichtwirtschaftliche Tätigkeiten‘ nicht möglich sein. Eine weitergehende, wenn auch nicht abschließende, Einordnung zu den neuen Sachverhalten finden Mitglieder der bcsd **hier**.

## Themen

### Seite 1

Leitfaden Verkaufsoffene Sonntage

EU-Beihilferecht

### Seite 2

Neues aus den Landesverbänden

### Seite 3

Local Commerce

Nutzungsmischung

### Seite 4

Digitalisierung, Akteursgefüge, Stadtökonomie und Bürgerbeteiligung

### Seite 5

Leitfaden Nachtschicht

Jobbörse

### Seite 7

Fördermitglieder

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

### Seite 9

Fahrradklimatest

### Seite 10

Kleinstädte der Zukunft

Retail Lab Geldern

Leitfaden stationärer Einzelhandel

### Seite 11

Social Media Kompass

Logbuch international

### Seite 12

Tourismuspolitischer Bericht und Stadtentwicklungsbericht

Der Trend der Zukunft

### Seite 14

Aktuelle Wettbewerbe / Ausschreibungen

Termine des Weiterbildungsangebotes ICR

### Seite 15

Terminkalender

## Neues aus den Landesverbänden



Der **Landesverband Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen** hat in Kooperation mit dem City-Management-Verband Ost und den Beratungsunternehmen complan Kommunalberatung GmbH und Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) einen Workshop zum Stadtmarketing in Ostdeutschland durchgeführt. 24 geladene Teilnehmer diskutierten in Berlin die spezifischen Fragestellungen des Stadtmarketings in den Neuen Bundesländern. Grundlage der Diskussion war eine von den vier Partnern durchgeführte Umfrage zum Stand des Stadtmarketings in Ostdeutschland, deren Ergebnisse vorgestellt wurden. Im Mittelpunkt des Workshops standen der Erfahrungsaustausch, die Bestandsaufnahme sowie der Entwurf von Lösungsansätzen. In den Diskussionen im Format World Café wurde deutlich, dass die Aufgabenstellungen und Probleme sich kaum nach Stadtgröße oder Organisationsform unterscheiden lassen. Insbesondere die Finanzierung von Stadtmarketing sowie die Eingliederung im städtischen Gefüge bzw. der Stadtgesellschaft beschäftigen die Organisationen.



Der **Landesverband Baden-Württemberg** hat sich am 12. Mai in Reutlingen zum Erfahrungsaustausch und zur Wahl der Landesbeauftragten getroffen. Michael Metzler trat nicht mehr an und wurde nach einer sehr erfolgreichen, sechsjährigen Amtszeit als Landesbeauftragter verabschiedet. Wir danken für den überragenden Einsatz! Als neuer Landesbeauftragter wurde einstimmig Thomas Goldschmidt, Geschäftsführer der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH, gewählt. Sein Stellvertreter, Sascha Binoth, Prokurist und Citymanager der Stadtmarketing Karlsruhe GmbH, wurde ebenfalls einstimmig in seinem Amt bestätigt. Wir gratulieren beiden herzlich zur Wahl und freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit! Thematisch standen innovative Finanzierungsansätze im Stadtmarketing im Vordergrund. Das nächste Treffen des Landesverbandes findet am 27. Oktober in Stuttgart statt.

Der **Landesverband Hessen** hat sich am 09. Mai zum Hessischen Stadtmarketingtag in Hanau getroffen, der mit über 200 Teilnehmern wie jedes Jahr sehr gut besucht war. Das nächste Landesverbandstreffen findet am 07. Juni in Marburg statt. Neben dem Erfahrungsaustausch steht der durch den Online-Handel zunehmende Innenstadtverkehr im Mittelpunkt. Wer sich für diese Themen interessiert, dem seien die Difu-Publikationen **Commercial Transport in Urban Areas** zum Wirtschaftsverkehr in der Stadt sowie **Push & Pull** zum Parkraummanagement empfohlen.

Der **Landesverband Niedersachsen-Bremen** wird sich am 21. Juni in Braunschweig treffen.

## Local Commerce

Das Thema Local Commerce wird derzeit heiß diskutiert. Wie sehr sollte dem stationären Einzelhandel vom Stadtmarketing geholfen werden? Ist Multichannel die Lösung oder sollte sich der Einzelhandel auf seine Stärken im stationären Geschäft konzentrieren? Die Local Commerce Alliance hat hierzu eine klare Meinung und fasst ihre Positionen im Local Commerce Manifest zusammen. Darin wird die soziale Bedeutung der Innenstadt und des stationären Handels als Treffpunkt hervorgehoben und anerkannt. Händler müssen ihren Service im Laden selbst optimieren, gleichzeitig aber auch die Aufenthaltsqualität im digitalen Raum verbessern. Dazu braucht es laut Manifest die Zusammenarbeit mit anderen Händlern in einem gemeinsamen lokalen Onlinemarktplatz. Dessen Einrichtung erfordert aufgrund der technischen Entwicklung mittlerweile vor allem Überzeugungsarbeit bei den Händlern und Werbegemeinschaften. Unterstützung sollte von einem professionellen Kümmerer kommen. Die Local Commerce Alliance fordert ein breites Bündnis der Akteure, um so ein attraktives digitales Angebot zu schaffen. Alle Thesen des Manifests finden Sie **hier**. **Hier** finden Sie zusätzliche weiterführende Informationen.

Aufschlussreiche Zahlen zur Digitalisierung im Handel bietet der Online-Monitor des Handelsverband Deutschland e.V. (HDE). Die frisch erschienene Ausgabe finden Sie **hier**. Eine Untersuchung lokaler Online-Marktplätze finden Sie **hier**. Einen kritischen Artikel zu lokalen Online-Marktplätzen finden Sie **hier**. Ein Whitepaper Lokales Marketing für Einsteiger finden Sie **hier**.

Unterdessen ist auch eine ausführliche Auswertung der Studie zu den möglichen räumlichen Auswirkungen des Onlinehandels auf Innenstädte, Stadt- und Ortsteilzentren erschienen. Diese finden Sie **hier**. Wie die Innenstadt attraktiver werden kann, hat die Stadt Bocholt ihre Bürger auf einer digitalen Diskussionsplattform gefragt. **Hier** finden Sie die Ergebnisse.

Wie der stationäre Handel mit originellen Ideen im ländlichen Raum erfolgreich sein kann, zeigt das Beispiel eines niederländischen Bauern, der in einem ehemaligen Kuhstall liebevoll eine Einkaufsstraße mit über zehn Geschäften (Wolle, Antiquitäten, Süßigkeiten, Café, etc.) eingerichtet hat. **Hier** erfahren Sie mehr dazu. Ein ebenfalls sehr erfolgreiches Beispiel für stationären Handel ist das Kaufhaus Garhammer, zu dem Sie **hier** einen Artikel finden.

## Nutzungsmischung und Nutzungskonflikte in Stadt- und Ortsteilzentren



Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) hat die Ergebnisse des Forschungsvorhabens „Nutzungsmischung und die Bewältigung von Nutzungskonflikten in Innenstädten, Stadt- und Ortsteilzentren – Chancen und Hemmnisse“ veröffentlicht. Nutzungsmischung wird in der Publikation als wichtiger Faktor für die Attraktivität eines Zentrums gesehen. Allerdings läuft die Nutzungsmischung nicht ohne Konflikte ab. Die Studie zeigt praxisorientierte Mittel und Wege auf, die Nutzungsmischung zu fördern und weist auf Chancen und Hemmnisse hin. Eine wichtige Rolle wird Kommunikation und Kooperation zugeschrieben – zwei Kernkompetenzen des Stadtmarketings. 17 Praxisbeispiele aus Städten unterschiedlichster Größe runden die Publikation ab. **Hier** finden Sie die Veröffentlichung.

## Digitalisierung, das Akteursgefüge, die Stadtökonomie und Bürgerbeteiligung



Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) hat vier Studien zur Digitalisierung erstellt, die Grundlage für eine Smart-City-Charta für Deutschland sein sollen. **„Digitalisierung und die Transformation des Akteursgefüges“** fordert Städte dazu auf, zentrale Ansprechpartner für Digitales und Daten zu installieren, die Datenhoheit zu behalten, kommunale Unternehmen zu Vorreitern der Digitalisierung zu machen und Konzepte zur

Digitalisierung zu entwickeln. In der Studie **„Die neue Stadtökonomie – Strukturwandel in Zeiten der Digitalisierung“** wird den Städten empfohlen, die lokale Wirtschaft auf die Digitalisierung vorzubereiten und zu stärken. Eine flexiblere Stadtplanung, zentrale Koordinierungs- und Steuerungseinheiten, digitale Bildung sowie neue Kooperations- und Finanzierungsansätze sollen dabei helfen. Die Expertise **„Die Weisheit der Vielen – Bürgerbeteiligung im digitalen Zeitalter“** weist darauf hin, welche vielfältigen Möglichkeiten der Bürgerbeteiligung sich durch die Digitalisierung ergeben. Die Digitalisierung vereinfacht die Einbindung von Interessensgruppen sowie den interkommunalen Austausch. Dabei auch die (funktionalen) Offliner nicht zu vergessen und abzuhängen, mahnt die Publikation **„Mind the Gap – Digitale Integration als Basis für smarte Städte“**. Die bereits 2015 erschienene Publikation **„Smart Cities International – Strategien, Strukturen und Pilotvorhaben“** zeigt Beispiele, wie diese Fragestellungen bereits angegangen werden. Alle Veröffentlichungen können Sie **hier** kostenfrei herunterladen oder als Print-Version bestellen.

Auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie beschäftigt sich in seinem Weißbuch **„Digitale Plattformen – Digitale Ordnungspolitik für Wachstum, Innovation, Wettbewerb und Teilhabe“** mit den Auswirkungen und Steuerungsansätzen zur Digitalisierung. Dieses finden Sie **hier**.

Die Stadt Ludwigsburg verfolgt aktuell das Projekt Digitalisierung, Beteiligung und Stadt, das im Rahmen des Wettbewerbs Zukunftsstadt gefördert wird. Dabei soll ein Masterplan erarbeitet, die Bevölkerung eingebunden und die Digitalisierung im Stadtraum erlebbar werden. **Hier** finden Sie mehr Informationen. Wie Bürger durch neue Medien besser in Stadtentwicklungsprozesse eingebunden werden können, erforscht das Projekt Civitas Digitalis in Hamburg und Kassel. Dazu erfahren Sie **hier** mehr.

Wie Unternehmen die Digitalisierung erfolgreich nutzen, konnten sie beim DIHK-Wettbewerb **„Sie Do Digital“** zeigen. **Hier** finden Sie zahlreiche spannende Beispiele sowie die Gewinner.

## Leitfaden für Nachtschicht erschienen

Beim Konzept „Nachtschicht“ arbeiten Kreative von 18 Uhr abends bis 2 Uhr morgens in Teams an einem Projekt einer gemeinnützigen Organisation. Die Leistungen können beispielsweise die Gestaltung von Websites oder Flyern, IT-Konzepte oder die Erarbeitung eines Corporate Designs umfassen. Die ehrenamtlichen Organisationen profitieren direkt von den Ergebnissen. Die Kreativen können etwas Gutes tun ohne sich langfristig zu binden oder Geld zu spenden. Zudem entstehen neue Verbindungen zu anderen Kreativen. Das Konzept wurde in Berlin mehrfach erfolgreich durchgeführt. Nun ist ein Leitfaden erschienen, um das Konzept auch in anderen Städten vorzustellen. **Hier** finden Sie ihn.

## Jobbörse

### Koordinator/in Stadtmarketing, Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH



Die Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH (HLMS) sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen/ein Koordinator/-in Stadtmarketing mit Dienstsitz in Geesthacht. Die Stelle ist zunächst befristet auf 2 Jahre, eine Fortführung wird jedoch angestrebt. Sie berichten direkt der Stadt Geesthacht und der Geschäftsführung der HLMS. In enger Zusammenarbeit mit unserer Möllner Zentrale und der Stadt Geesthacht sind Sie verantwortlich für die eigenständige Bearbeitung des Stadtmarketings. Dazu zählen auch die Erstellung und spätere Umsetzung eines Stadtmarketingkonzeptes. Zudem binden Sie Geesthacht in die Marketingstrategien der HLMS und der Metropolregion Hamburg ein. Weiterhin obliegen Ihnen die Koordination sowie Planung und Umsetzung von Veranstaltungen. Die vollständige Ausschreibung der Stelle finden Sie **hier** hinterlegt. Bewerbungsschluss ist der 08. Juni 2017. (Foto: Tourist-Information Geesthacht)

### Projektmanager/in Events und Sonderprojekte, City-Initiative Stuttgart e.V.



Die City-Initiative Stuttgart e.V. (CIS) sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n Projektmanager/in Events und Sonderprojekte. Als Projektmanager/in verantworten Sie den kompletten Eventbereich, organisieren alle Events des Citymanagements und entwickeln neue Veranstaltungsformate. Dabei pflegen Sie guten Kontakt zu Ämtern, Behörden und den Geschäftspartnern der CIS. Mit Ihrer Tätigkeit tragen Sie maßgeblich zur Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung bei. Die verschiedenen Homepages des Vereins pflegen Sie eigenständig und unterstützen die Geschäftsführung bei der Weiterentwicklung der Seiten. Darüber hinaus tragen Sie zum weiteren Erfolg des Stuttgart City Gutscheins bei. Sie repräsentieren die City-Initiative Stuttgart und sind neuen Themen und Projekten gegenüber aufgeschlossen und initiieren diese mit. Bei

Sonderthemen und Sonderprojekten unterstützen Sie die Geschäftsführung. **Hier** können Sie die komplette Stellenanzeige einsehen. Bewerbungsschluss ist der 11. Juni 2017.

### **Marketing-Mitarbeiter/in, Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH**

Die Stadtmarketinggesellschaft (SMG) Dessau-Roßlau mbH verantwortet seit Juni 2016 die einheitliche, professionelle Vermarktung der Stadt. Ziel ist es, mit der Markenkommunikation, die Attraktivität der Stadt in den Bereichen Tourismus, Kultur und Wirtschaft zu fördern und Dessau-Roßlau regional und national bekannter zu machen. Als Marketing-Mitarbeiter/in unterstützen Sie das Marketingteam in allen Bereichen und verantworten hierbei selbstständig und zuverlässig eigene Projekte. Desweiteren zählt die Steuerung und Umsetzung von Printmaterialien wie Broschüren und Anzeigen, in Zusammenarbeit mit Agenturen, zu Ihren Aufgaben. Auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit fällt in Ihre Zuständigkeit. Dazu zählen auch die Redaktions- und Media-Planung sowie die Pflege der Online-Präsenz von Website über Facebook bis Instagram. Zudem unterstützen Sie das Team bei der konzeptionellen Entwicklung neuer Aktivitäten. **Hier** ist die vollständige Stellenausschreibung hinterlegt. Bewerbungsschluss ist der 22. Juni 2017.

### **Geschäftsführer/in Ahaus Marketing und Touristik GmbH, Stadt Ahaus**



Die Ahaus Marketing und Touristik GmbH ist zuständig für die Bereiche Tourismus und Event-Marketing, die Betreuung der Gäste und Gastgeber, die Durchführung von Events und Veranstaltungen sowie die Entwicklung von neuen attraktiven Angeboten und Produkten. Sie bietet ein hochmotiviertes flexibles Team. Als Geschäftsführer/in übernehmen Sie die wirtschaftliche und personelle Verantwortung für die Gesellschaft. Sie konzipieren und organisieren zudem

sämtliche touristische Aktivitäten. Unter anderem verantworten Sie die Stadtwerbung, erstellen Werbekonzepte und setzen diese um. Aber auch Märkte, Messen, Events und Veranstaltungen werden von Ihnen organisiert. Unternehmen, dem Einzelhandel und der Gastronomie in der Innenstadt und den fünf Ortsteilen stehen Sie als wichtige Anlaufstelle zur Verfügung. Neben der guten Zusammenarbeit mit bestehenden Partnern und Sponsoren initiieren Sie auch neue Kooperationen. Sie entwickeln außerdem innovative neue Projekte und Produkte, insbesondere im digitalen Marketing. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**. Bewerbungsschluss ist der 30. Juni 2017.

### **Leitung des Büros für Stadtmarketing, Tourismus und Kultur, Stadt Ribnitz-Damgarten**



Ribnitz-Damgarten ist eine Stadt im Landkreis Vorpommern-Rügen. Sie ist Verwaltungssitz des gleichnamigen Amtes, dem weitere drei Gemeinden und insgesamt ca. 18.000 Einwohner angehören. Die Stadt ist Mittelzentrum und führt seit 2009 die Bezeichnung Bernsteinstadt vor ihrem Namen. Seit 2012 führt sie den Titel staatlich anerkannter Erholungsort. Als Stelleninhaber

leiten Sie das Büro für Stadtmarketing, Tourismus und Kultur. In dieser Funktion obliegt Ihnen die Produkt- und Budgetverantwortung für den Aufgabenbereich. Sie verantworten zudem die Festigung und Weiterentwicklung des Stadtmarketingkonzeptes „Bernsteinstadt“ sowie die touristische und kulturelle Zielsetzung. Auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit inklusive der Gestaltung des Internetauftritts zählt zu Ihren Zuständigkeiten. In touristischen Organisationen vertreten Sie die Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten. Ebenso betreuen Sie Ihnen zugewiesene Gremien. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**. Bewerbungsschluss ist der 30. Juni 2017. (Foto: Stadt Ribnitz-Damgarten)

## Fördermitglieder der bcsd

### SinkaCom AG



Onlineshopping ist populär wie nie – und wirkt sich negativ auf die Einkaufsstraßen in den Innenstädten aus. Leerstand, sinkende Besucherfrequenz und schwindende Umsätze sind unmittelbare Folge und ein Problem für die Innenstädte und den lokalen Handel. Es ist an der Zeit, neue Wege zu beschreiben, die Innenstadt wieder stärker in den Fokus zu rücken – und dies durch digitalen Mehrwert zukunftsfähig zu gestalten, kurz: die digitale Transformation. Eine individuelle Stadt App, ein digitaler Marktplatz, lokale Lieferung und Services schaffen die Grundlage in Verbindung mit aktiver Vermarktung. Ein Refinanzierungsmodell dafür, dass die Investition sich trägt und dadurch Mehrwerte in Marketing, Vertrieb und Technik für alle Beteiligten geschaffen werden: Bürger, Handel, Dienstleister und Verwaltung. Die SinkaCom AG verfügt über 15 Jahre Erfahrung als Full-Service-Webagentur mit Fokus auf eCommerce und Stadtmarketing und unterstützt Stadtverwaltungen und Gewerbetreibende bei der Entwicklung und Digitalisierung der Innenstädte. Von der Konzeption und den Vorgesprächen mit Verwaltung, Handel und Gewerbe, über Workshops und Schulungen bis hin zur technischen Umsetzung der individuellen Lösung begleiten wir Sie in diesem Prozess und unterstützen in allen Bereichen, auch im späteren Betrieb. Mehr erfahren Sie **hier**.

## 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.

### Marketing- und Entwicklungsgesellschaft Rotenburg an der Fulda mbH

Nicht nur wegen des bekannten Herz- und Kreislaufzentrums, sondern wegen der Vielfalt ist Rotenburg an der Fulda ein starker Standort. Die malerische Fachwerkstadt mit ihren 13.600 Einwohnern inkl. der acht Stadtteile hat seit Jahren die höchsten Übernachtungszahlen im Landkreis Hersfeld-Rotenburg. Starke Partner in der Hotelbranche tragen zum touristischen Erfolg Rotenburgs bei. Wir sind aber auch eine junge Stadt. Studenten und Schüler des Studienzentrums



und Gäste der BKK Akademie bereichern das Stadtbild. Die Marketing- und Entwicklungsgesellschaft ist Ende 2016 angetreten, diese Vielfalt fortzuführen. Vier Mitarbeiterinnen stehen Geschäftsführer Torben Schäfer für Marketing, Stadtentwicklung, Tourismus und Wirtschaftsförderung, also ganzheitliches Standortmarketing, zur Verfügung. Als 100%ige Tochter der Stadt arbeiten wir eng mit der Stadtverwaltung zusammen. Mitmachaktionen, Gewinnspiele

und Kundenbindungskampagnen sind nur ein kleiner Teil unseres Portfolios. Wir arbeiten daran, Leerstände zu minimieren, neue Veranstaltungskonzepte ins Leben zu rufen und natürlich daran, Rotenburg a. d. Fulda noch bekannter zu machen. **Hier** erfahren Sie mehr.

#### Traffeum GmbH

**TR**△**FF**EU**M** GmbH

Die Traffeum GmbH ist ein innovatives Unternehmen in den Bereichen Verkehrstechnik und Stadtdesign. Wir vertreiben und produzieren über 30.000 Produkte (u.a. Verkehrsbeschilderung, Straßenausstattung, Absperrentechnik und Markierungen sowie Stadtmöblierung) und zählen zahlreiche Kommunen zu unseren Kunden. Traffeum tauscht sein Wissen mit anderen Profis aus und ist dank dessen und der eigenen modernen Produktionsstätten wichtiger Impulsgeber der Branche und bringt immer wieder neue Produktinnovationen auf den Weg: ProForm (TM) - das modulare Stadtmöbel-und-Leit-System mit höchster Anpassungsfähigkeit in Funktion und Design setzt kreative Zeichen, indem es mehr Identität im öffentlichen Raum schafft. LamiCor (TM) - die HPL Designplatte für den Außenbereich, extrem robust, UV- und frostbeständig, feuerfest, mit hochauflösendem Druckbild und 100 % recyclebar. Unser Ziel ist es, stets innovative Produkte zu entwickeln, unsere Kunden zu informieren und zu inspirieren. Wir verstehen uns als Partner, der gemeinsam mit den Kunden deren Ideen und Konzepte erörtert und umsetzt. **Hier** erfahren Sie mehr.

Die Traffeum GmbH ist ein innovatives Unternehmen in den Bereichen Verkehrstechnik und Stadtdesign. Wir vertreiben und produzieren über 30.000 Produkte (u.a. Verkehrsbeschilderung, Straßenausstattung, Absperrentechnik und Markierungen sowie Stadtmöblierung) und zählen zahlreiche Kommunen zu unseren Kunden. Traffeum tauscht sein Wissen mit anderen Profis aus und ist dank dessen und der eigenen modernen Produktionsstätten wichtiger Impulsgeber der Branche und bringt immer wieder neue Produktinnovationen auf den Weg: ProForm (TM) - das modulare Stadtmöbel-und-Leit-System mit höchster Anpassungsfähigkeit in Funktion und Design setzt kreative Zeichen, indem es mehr Identität im öffentlichen Raum schafft. LamiCor (TM) - die HPL Designplatte für den Außenbereich, extrem robust, UV- und frostbeständig, feuerfest, mit hochauflösendem Druckbild und 100 % recyclebar. Unser Ziel ist es, stets innovative Produkte zu entwickeln, unsere Kunden zu informieren und zu inspirieren. Wir verstehen uns als Partner, der gemeinsam mit den Kunden deren Ideen und Konzepte erörtert und umsetzt. **Hier** erfahren Sie mehr.

#### KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH

**KULTUREXPERTEN**

**DR. SCHEYTT GMBH**

Im Fokus der KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH steht die Bestbesetzung von Schlüsselpositionen in Kulturbetrieben und -institutionen. Die Spezialisierung von KULTUREXPERTEN auf die Suche von Personal für Kulturorganisationen hat drei wesentliche Effekte: Effizienz, Exzellenz und Expertise. In der Besetzung von über 250 Stellen, die Oliver Scheytt in den letzten zwei Jahrzehnten in allen Sektoren von Kunst und Kultur verantwortete, finden sich auch viele Positionen im Marketing bei Stiftungen und Städten (u.a. Stadt Essen, RUHR.2010, Kunststiftung NRW, Stadtjubiläum Karlsruhe 2015, Klassik Stiftung Weimar). Marketing und Kulturtourismus sind in der Strategieberatung von Kulturinstitutionen und Städten wesentliche Elemente, zu denen Herr Prof. Scheytt aufgrund seiner langjährigen Expertise, auch mit Europäischen Kulturhauptstädten, qualifizierte Beiträge leistet und entsprechende Programme konzipiert. **Hier** erfahren Sie mehr.



### Stadt Grünstadt



In der Stadtverwaltung Grünstadt sind die Bereiche Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung sowie Öffentlichkeitsarbeit in der Stelle Stadtmanagement gebündelt. Das Stadtmanagement ist mit einer Mitarbeiterin in Vollzeit besetzt und innerhalb der Zentralabteilung angesiedelt. Für eine positive Entwicklung der Stadt – insbesondere der Innenstadt – besteht innerhalb der Verwaltung eine enge Zusammenarbeit mit den

Bereichen Liegenschaften und Leerstandsmanagement sowie den Bereichen Stadtentwicklung und Kultur und Tourismus. Es gilt, Gewerbetreibende in ihrer Tätigkeit zu unterstützen und stärker miteinander zu vernetzen. Der Fokus liegt zudem darauf, die Wahrnehmung der Stadt als attraktive und lebendige Einkaufsstadt mit einer lebenswerten Wohn- und Arbeitsatmosphäre in der Metropolregion Rhein-Neckar zu stärken. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit dem Wirtschafts-Forum Grünstadt e. V. Zu den erfolgreichsten Projekten gehört die Leerstandsinitiative „Grünstadt Art – Kunst und Genuss in Grünstadt“. In Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein, Immobilieneigentümern sowie zahlreichen Kunstschaffenden aus Grünstadt und der umliegenden Region wurde eine Ausstellungsreihe in Leerständen umgesetzt. Mehr erfahren Sie [hier](#).

### Ergebnisse des ADFC-Fahrradklimatests 2016



Beim ADFC-Fahrradklimatest bewerten Einwohner der Stadt alle zwei Jahre das persönliche Fahrerlebnis. 2016 haben sich bundesweit 120.000 Radfahrer an der Umfrage beteiligt, deren Ergebnisse nun vorliegen. Bei den Großstädten über 200.000 Einwohner zeigt sich wenig Bewegung. Münster wurde erneut als fahrradfreundlichste Stadt bewertet und konnte wie 2014 Karlsruhe und Freiburg im Breisgau auf die Plätze zwei und drei

verweisen. Weitere Sieger in den jeweiligen Größenklassen waren Göttingen, Bocholt und Reken, das mit der Durchschnittsnote 1,86 die insgesamt beste Bewertung erhielt. Alle Ergebnisse finden Sie [hier](#). Zahlreiche Best Practice Beispiele zur Verbindung von Fahrrad und Citymarketing finden Sie in der 2007 erschienene Broschüre **City-Marketing Fahrrad** der **Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte** in Nordrhein-Westfalen. Ein beliebter Ansatz ist der Wettbewerb Stadtradeln, bei dem Bürger einer Stadt bzw. kommunale Parlamente gemeinsam in einem Team an 21 aufeinanderfolgenden Tagen möglichst viele Radkilometer sammeln und in verschiedenen Kategorien gegeneinander antreten. Der Wettbewerb läuft noch bis zum 30. September. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen dazu. Die zugehörige App **RADar** hilft den Bürgern, die Kommune auf Missstände in der Radverkehrsinfrastruktur aufmerksam zu machen. Zudem ist der Praxisleitfaden „Pendeln mit Rückenwind“ des Deutschen Instituts für Urbanistik in diesem Zusammenhang interessant, der die Förderung der Nutzung von Pedelecs auch im Alltagsverkehr propagiert und Kommunen konkrete Handlungsempfehlungen gibt. Diesen finden Sie [hier](#) zum herunterladen. Dass Radverkehrsförderung auch von unten funktionieren kann, zeigt

das Düsseldorfer Verleihsystem **Free Bikes**, bei dem Bürger, ganz dem Trend zum Teilen entsprechend, ihre privaten Räder zum kostenlosen Gebrauch bereitstellen. Viele Städte und Tourismusbetriebe bevorzugen jedoch die professionelle Variante mit Anbietern wie beispielsweise **movelo** oder **nextbike**.

### Kleinstädte der Zukunft - Veranstaltungsdokumentation



Im Vorfeld des Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik 2016 in Hannover fand die Veranstaltung Kleinstädte der Zukunft bereits zum zweiten Mal statt. Die Veranstaltungsreihe ist Teil der Förderung von Kleinstädten durch die Bundesregierung. Unter dem Dach „Ländliche Infrastruktur“ wurden drei Förderschwerpunkte ins Leben gerufen: das Städtebauförderprogramm „Kleine Städte und Gemeinden – überörtliche Zusammenarbeit und Netzwerke“, das Forschungsfeld „Potenziale von Kleinstädten in peripheren Lagen“ und der Wettbewerb „Menschen und Erfolge“. Zur Veranstaltung Kleinstädte der Zukunft liegt nun die Dokumentation vor, die Sie **hier** zum Download finden. Nach Vorträgen zu Bedeutung und Zukunft der Kleinstädte von Prof. Dr. Hagen Eyink, zuständiger Referatsleiter im Ministerium, Norbert Potz, Beigeordneter des Deutschen Städte- und Gemeindebunds, Klaus Burmeister, Zukunftsforscher des Foresightlab und Prof. Peter Dehne, Hochschule Neubrandenburg standen zwei parallele Foren an. Diese widmeten sich attraktiven Rahmenbedingungen und Angeboten für Wohnen und Leben in der Kleinstadt und der Neuorientierung nach einem Strukturumbuch.

### Geldern startet Retail Lab

Die Stadt Geldern hat ein Start-Up-Zentrum für Einzelhändler gegründet. In einer zentral gelegenen Immobilie profitieren Gründer von flexiblen Mietverträgen zu günstigen Konditionen, einem bereits vorhandenen Kassensystem sowie kostenlosem Coaching durch die IHK Niederrhein, das Gelderner Gründerzentrum, die Wirtschaftsförderung der Stadt und eine Steuerberatungsfirma. Somit werden die Einstiegsbarrieren zur Gründung deutlich gesenkt, da weniger Anfangsinvestitionen und kürzere Vertragslaufzeiten möglich sind. Wer seinen Laden in dem neuen Einzelhandels-Gründerzentrum eröffnen darf, wird durch einen Wettbewerb entschieden. Neben der schriftlichen Bewerbung erfolgt auch eine persönliche Vorstellung der Interessenten. Dabei wird Wert auf Kreativität und Innovation, aber auch auf Tragfähigkeit gelegt. 200m<sup>2</sup> Raum stehen insgesamt zur Verfügung und sollen auf mehrere Nutzer aufgeteilt werden. **Hier** erfahren Sie mehr.

### Leitfaden für stationären Einzelhandel

Die IHK Darmstadt hat einen Leitfaden für den stationären Einzelhandel herausgegeben: „Vor Ort erfolgreich bestehen“. Darin werden Einzelhändlern in vier Bereichen Tipps gegeben. Zunächst wird auf einzelbetriebliche Maßnahmen wie Schaufenstergestaltung eingegangen. Diese werden durch gemeinschaftliche stationäre Maßnahmen ergänzt. Innenstadt-Gutscheine zählen hierzu. Im

Bereich Sichtbarkeit des Handels im Internet wird unter anderem Suchmaschinenmarketing empfohlen. Das letzte Maßnahmenbündel betrifft den Internethandel und gibt Hinweise etwa zu lokalen Online-Marktplätzen. Der Vorstellung der Maßnahmen geht eine Übersicht zur Entwicklung des Einzelhandels voraus. Anschließend erfolgt ein Selbsttest, der eine Analyse der Ist-Situation ermöglichen und dabei helfen soll, passende Maßnahmen abzuleiten. **Hier** finden Sie den Leitfaden, der in Zusammenarbeit mit der cima Beratung + Management GmbH entstanden ist.



### Social Media Kompass 2016/2017 erschienen



Der Bundesverband digitale Wirtschaft e.V. hat den Social Media Kompass 2016/2017 herausgegeben. Die mittlerweile achte Auflage des Kompasses entstand durch die Zusammenarbeit von 19 Digitalisierungsexperten und beschäftigt sich mit den Themen Social Media Marketing, Social Content und Social Relations. Die Bereiche werden als Ansätze für das Marketing betrachtet und teilweise durch Praxisbeispiele ergänzt. Bei den Social Relations geht es darum, Kunden zu Fans zu machen. Im Social Media Marketing kommt der Erfolgsmessung eine wichtige Rolle zu. Dazu wird auch eine **Erfolgsmessungsmatrix** bzw. ein Leitfaden zur Verfügung gestellt. Im Bereich Content wird diskutiert, wie gute Inhalte gefunden und verbreitet werden können. **Hier** finden Sie den Kompass. Die Zeitschrift W&V erklärt **hier** wichtige Grundbegriffe des Social Media Marketings. Ein White Paper zum Storytelling von der dpa-Tochter news aktuell finden Sie **hier** zum Download.

### Logbuch international und einfach mal raus

Die Metropolregion Hamburg hat die Onlineplattform „Logbuch international“ ins Leben gerufen, auf der touristische Leistungsträger Informationen zum Umgang mit internationalen Gästen erhalten. Sie ist Teil des Projekts „**Welcome to Metropolregion Hamburg**“, das Gäste aus den stärksten Quellgebieten dazu bewegen soll, häufiger zu kommen und länger zu bleiben. Um das zu erreichen soll gezielt auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppen eingegangen werden. Das Logbuch ist in die zwei Bereiche „Fit werden für den internationalen Gast“ und „Den internationalen Gast über die Metropolregion Hamburg informieren“ gegliedert. Angebotene Werkzeuge sind beispielsweise Sprachführer, Marketingmaßnahmen, Checklisten und Piktogramme. **Hier** erfahren Sie mehr.



Ebenfalls von der Metropolregion Hamburg ist das Projekt „einfach mal raus“, das Ausflugsziele in der Region bewirbt und so Städter zu Kurztrips motiviert. Informationen zu dem Projekt finden Sie **hier**. Die Projektwebsite finden Sie **hier**. Ein ähnliches Projekt ist Naturtrip.org, das mit dem ÖPNV erreichbare Ausflugsziele und Erlebnisse in Berlin

und Brandenburg findet. Dabei kann der Nutzer sich entweder Vorschläge aus bestimmten Kategorien anzeigen lassen (z.B. Wellness, Aktiv, Kinder, etc.) oder nach Reisezeit und Verkehrsmittel selektieren. **Hier** finden Sie mehr Informationen dazu. Individualisierte Reiseangebote bietet auch die Kampagne „Take me to Brussels“ der belgischen Hauptstadtregion Brüssel. Diese finden Sie **hier**.

### Tourismuspolitischer Bericht und Stadtentwicklungsbericht



Die Bundesregierung hat ihren Tourismuspolitischen Bericht für die 18. Legislaturperiode veröffentlicht. Zum Einstieg werden Entwicklung und Zukunftsaussichten der Tourismusbranche in Deutschland erörtert. Im Anschluss werden die beteiligten staatlichen Akteure auf Bundesebene vorgestellt. Danach wird auf die Schwerpunkte in der Tourismuspolitik der aktuellen Legislaturperiode eingegangen. Dabei werden insbesondere die Förderung des Tourismus im ländlichen Raum, Anstrengungen zur Barrierefreiheit sowie Harmonisierungsbestrebungen in der Zertifizierung hervorgehoben. **Hier** finden Sie den vollständigen Bericht.

Eine aktuelle Übersicht über touristische Kennzahlen finden Sie **hier** im Bericht Zahlen – Daten – Fakten 2016 des Deutschen Tourismusverbandes e.V.

Wie Chatbots im Tourismus eingesetzt werden können zeigt das Buch „Künstliche Intelligenz im Tourismus“, das 24 Praxisbeispiele enthält und **hier** kostenfrei heruntergeladen werden kann.

Auch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit hat seinen vierjährigen Bericht zur Stadtentwicklung vorgestellt. Darin werden zunächst die statistisch typischen Klein-, Mittel- und Großstädte charakterisiert. Im Anschluss werden die demographische Entwicklung deutscher Städte sowie weitere Einflussfaktoren für die Entwicklung wie Finanzierung, Digitalisierung und Klimawandel skizziert. Darauf aufbauend werden die Zielsetzungen in der Stadtentwicklungspolitik sowie Aktivitäten und Maßnahmen in den unterschiedlichen Programmen vorgestellt. Eigene Kapitel widmen sich dem gesellschaftlichen Zusammenhalt, dem Wohnungsmarkt, dem Klimawandel, der städtebaulichen Qualifizierung, der grünen und gesunden Stadt, und der digitalen Stadt. Abgerundet wird der Bericht durch einen Ausblick in die Zukunft. **Hier** finden Sie den Bericht.



### Der Trend der Zukunft

*Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcscd*

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 bcscd-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**.

### **Verkehrssystem beschert grüne Welle**



Springlab hat das Verkehrssystem „Flo“ entwickelt, das Radfahrern in Utrecht eine grüne Welle beschert. Hierfür wurden auf Radwegen etwa hundert Meter vor den Ampelanlagen Radarkameras aufgebaut, die die Geschwindigkeit der Radfahrer messen. Sie teilen den Radfahrern in Form von Piktogrammen mit, wie schnell oder langsam sie fahren müssen, um an der nächsten Ampel nicht warten zu müssen. Ein Hase signalisiert, dass der Radler schneller fahren muss; eine Schildkröte bedeutet, dass er langsamer werden muss. Beim Zeichen „Daumen hoch“ passt die Geschwindigkeit, und eine Kuh bedeutet, dass der Fahrer die nächste Ampel nur bei Rot erreichen wird.

### **Künstliche Intelligenz im Museum**



Die Pinakothek in São Paulo hat in Zusammenarbeit mit IBM die künstliche Intelligenz „The Voice of Art“ entwickelt, die den Museumsbesuchern alle Fragen zu den ausgestellten Kunstwerken beantwortet. Hierfür haben die Entwickler alle Informationen über die Geschichte der brasilianischen Kunst, über die ausgestellten Kunstwerke und die Künstler zusammengetragen. Interessierte können unter Verwendung von Kopfhörern und einer Smartphone-App mit den Ausstellungsstücken interagieren und ihnen direkt Fragen stellen, anstatt nur vorgefertigte Audiodateien über sie anzuhören.

### **Südkorea plant die Abschaffung von Münzen**



Die südkoreanische Notenbank zieht in Betracht, das Münzgeld zukünftig abzuschaffen, und hat deshalb in 23.000 Supermärkten ein Pilotprojekt gestartet. Im Zuge dessen können sich die Kunden beim Bezahlen an der Kasse das Wechselgeld auf eine gängige Guthabekarte buchen lassen, beispielsweise auf eine Kunden- oder eine Rabattkarte. Wird das Testprojekt positiv angenommen, soll es auch die Option geben, sich das Wechselgeld auf das eigene Bankkonto überweisen zu lassen. Die Zentralbank erhofft sich große Kosteneinsparungen durch eine geringere Münzproduktion.

## Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen 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

**Europäisches Kulturerbejahr 2018** – Aufruf zur Beteiligung / Unterstützung, Deutsches Nationalkomitee für Denkmalschutz

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

**LandKULTUR – Kulturelle Aktivitäten und Teilhabe in ländlichen Räumen**, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, bis 31. Juli 2017

**Preis für Stadtkultur**, Causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH in Kooperation mit bcsd e.V., bis 31. August 2017; bcsd-Mitglieder erhalten Vergünstigungen

**Stadtradeln**, Klima-Bündnis, bis 30. September 2017

**Aufnahmeverfahren: Prozess für die Anerkennung einer kulturellen Ausdrucksform als immaterielles Kulturerbe in Deutschland**, Deutsche UNESCO Kommission, bis 30. Oktober 2017

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

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

## Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

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

19. 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

06. Juni 2017, **Abschlussveranstaltung der Dialogplattform Einzelhandel „Neue Perspektiven für den Einzelhandel“**, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Berlin
07. Juni 2017, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Hessen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Marburg
- 07./08. Juni 2017, **Wohnquartier Innenstadt – Integrationspotenziale der Zentren von Klein- und Mittelstädten**, Deutsches Institut für Urbanistik und Schader Stiftung, Darmstadt
12. – 14. Juni 2017, **11. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)**, Hamburg
12. Juni 2017, **Die Cutomer CentriCity - 5. Erfa-Treffen für Standortgemeinschaften, Wirtschaftsförderer und Stadtmarketingorganisationen in Nordrhein-Westfalen**, Handelsverband Nordrhein-Westfalen, Ratingen
- 13./14. Juni 2017, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband e.V., Essen
14. Juni 2017, **Webinar Crowdfunding für Städte, Kommunen und Regionen**, Startnext
17. Juni 2017, **dafür! - Tag der offenen Gesellschaft**, Diakonie Deutschland und Initiative Offene Gesellschaft, bundesweit
21. Juni 2017, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Braunschweig
22. Juni 2017, **Kulturhauptstadt-Forum – auf dem Weg zur Kulturhauptstadt 2025**, Universität Hildesheim, Kulturpolitische Gesellschaft e.V., Hildesheim
- 22./23. Juni 2017, **Wirtschaft M/macht Stadt!? Oder: Wer ist der "König" der Stadt?**, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin
22. – 24. Juni 2017, **Krefelder Fabrikgespräche – Spuren der Zukunft**, Stadtmarketing Krefeld, Krefeld
04. Juli 2017, **Workshop Entwicklung einer Crowdfunding-Strategie**, Startnext, Berlin
06. Juli 2017, **Die Destination als Bühne: Wie macht Kulturtourismus ländliche Räume erfolgreich?**, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Berlin
- 11./12. Juli 2017, **BID-Kongress der IHK-Organisationen: Next Generation BID**, Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Berlin
10. – 13. August 2017, **Sicher in der Stadt. Zusammenleben und Konflikt im Stadtraum**, Schader-Stiftung, Vereinigung für Stadt-, Raum und Landesplanung SRL und andere, Darmstadt

15. – 17. Oktober 2017, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2017**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Siegen

27. Oktober 2017, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Stuttgart

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](mailto:office@bcsd.de), [www.bcsd.de](http://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](http://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](mailto: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.