

Newsletter 07-2016

Deutsche Stadtmarketingbörse 2016 in Krefeld

Vom 25. bis 27. September 2016 in Krefeld



Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2016 trägt dieses Jahr den Titel „I like it – Stadtmarketing zwischen Mitmachanimation und Fanprojekt“. Konzeptionelles Denken und Handeln, Netzwerkarbeit und die Beteiligung der Anspruchsgruppen, das sind Kernaufgaben des professionellen Stadtmarketings. Ziel ist es, bei Bürgern und Besuchern eine emotionale Verbundenheit mit der Stadt zu verankern, die deutlich über eine rationale Argumentation hinausgeht. Einwohner sollen Fans ihrer Stadt werden. Doch wie geht erfolgreiche Fanarbeit heute, wenn es um die Stadt und deren Entwicklung geht?

Dieser und anderen Fragen geht die Deutsche Stadtmarketingbörse in Krefeld nach. Die Tagung beginnt bereits am Sonntag mit einer fachlichen Exkursion durch Krefeld-Uerdingen. Am Montag gehen Kommunikations- und Stadtentwicklungsexperten, darunter unter anderem ein Fanforscher und der Marketingleiter von Borussia Dortmund, der Frage auf



den Grund, wie Stakeholder zu Fans einer Stadt werden können. Am Dienstag präsentieren Stadtmarketing-Verantwortliche in Workshop-Sessions, wie sie bereits heute erfolgreiche Projekte zur Identitätsstiftung umsetzen. Darüber hinaus bietet die Fachausstellung mit Dienstleistern aus dem Stadt- und Citymarketing neue Impulse für die Arbeit vor Ort. Erstmals bei der Deutschen Stadtmarketingbörse findet sie an zwei Tagen statt. Damit besteht nun noch mehr Raum zum Kontakte knüpfen und Erfahrungen austauschen. Wir freuen uns, Sie in Krefeld zu begrüßen!

[Hier finden Sie mehr Informationen:](#)

Filmische Vorschau

Programm und Anmeldung

Informationen für Fachaussteller

Themen

Seite 1

[Deutsche Stadtmarketingbörse](#)

Seite 2

[Veranstaltungsseminare](#)

Seite 3

[Digitale Spielertrends](#)

[Handel und Tourismus](#)

Seite 4

[Jobbörse](#)

Seite 7

[Fördermitglieder](#)

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 8

[IHK- Forum Stadtmarketing](#)

Seite 9

[ISEK / Städtebauförderung](#)

[Raumdatenbanken](#)

Seite 10

[Nachbarschaftsprojekte im Überblick](#)

[Dresden in 20 Sekunden](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 12

[Aktuelle Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

Seite 13

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

[Terminkalender](#)

ANZEIGE



innenstadt 3.0
powered by SiskaCom

Die ganze Stadt in einer App

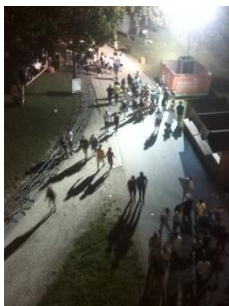
- ✓ Individuelles Design
- ✓ Personalisierbare Features
- ✓ Schnittstellen zur Stadtwebsite
- ✓ Einfache Datenpflege

Jetzt starten!

www.Innenstadt30.de

www.innenstadt30.de

Werden Sie Veranstaltungsprofi!



Ob große oder kleine Events – Veranstaltungen gehören zur Kernkompetenz im Stadt- und Citymarketing. Ihr Gelingen, ihre Qualität und Sicherheit sowie die Frage, ob die Erwartungen der Besucher und Sponsoren erfüllt werden, hängen dabei untrennbar von einer guten Organisation und Ihren Fähigkeiten ab. Die bcsd bietet deshalb im Sommer / Herbst 2016 zwei Seminare hierzu an.

Die Grundlagen des Veranstaltungsmanagements – von der Planung über Sponsoring bis hin zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – sowie wichtige Hinweise zur Veranstaltungssicherheit, zu Gebühren und Abgaben sind

Gegenstand des Seminars **Eventmanagement**, welches am 29. August 2016 in Herford stattfinden wird. Anmeldungen sind noch bis zum 04. August 2016 möglich.

Eine umfassende Auseinandersetzung mit Sicherheitsbestimmungen, Gefährdungsbeurteilungen und Schutzmaßnahmen bietet die von den Berufsgenossenschaften anerkannte **Ausbildung zur**

Aufsichtführenden Person und zum bcsd-Veranstaltungsleiter vom 31. Oktober bis 03. November 2016 in Peine.

Weitere Informationen zu den Seminaren sowie zum berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiengang „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ des ICR e.V. finden Sie auf unserer **Homepage**.

Pokémon Go und Gamescom in Köln



Der Pokémon Go Hype nimmt immer stärkere Ausmaße an. Das seit dem 13. Juli in Deutschland zugängliche Spiel ist mittlerweile kein Medien-Phänomen mehr, von dem man bloß in der Zeitung liest, sondern lässt sich täglich auf der Straße beobachten. Wer es nicht kennt: Mit dem Smartphone werden auf dem Stadtplan versteckte kleine „Monster“ gejagt, die mittels augmented reality beim Blick durch die Handykamera gefunden und fotografiert werden. Zudem können an sogenannten Poké Stops Punkte gesammelt werden. Diese sind häufig an Sehenswürdigkeiten angebracht, wodurch Spieler **neue Seiten der Stadt wahrnehmen**. Neben dem Hype um das Spiel sind die Aktienkurse des Herstellers vor allem dadurch gestiegen, dass sich viel wirtschaftliches Potenzial darin verbirgt. So bieten bereits erste Destinationen wie **Winterberg** Pokémon-Pauschalen an. **Bayern Tourismus Marketing** gibt online Tipps, wo Monster gesichtet wurden und welche Sehenswürdigkeiten in der Nähe stehen. Eine **Plattform** gibt Hinweise, wie der Trend für das eigene Marketing eingesetzt werden kann und ein Rechtsanwalt hat schon **rechtliche Hinweise** zum Umgang mit Pokémon erarbeitet. Bereits gerne genutzte Wege des Marketings sind Lockmittel, die kleine Monster in den Umkreis ziehen oder Ladestationen für die Smartphones der Spieler. Beispielsweise werden diese von einer **Kaffeehauskette in Großbritannien** eingesetzt. Auch bieten **Taxi-Unternehmen** bereits Fahrten zu Fundorten an. Was es mit einem macht, Pokémon Go in Berlin zu spielen, zeigt **dieser** nicht ganz ernst gemeinte Artikel.

Mehr über diesen und andere Trends der digitalen Unterhaltungsbranche können Sie alljährlich im Rahmen des gamescom congresses erfahren, der Teil des weltweit größten Events für digitale Spiele ist. Die gamescom ist die Nr. 1 Businessplattform der Computer- und Videospielebranche in Europa. Unter dem diesjährigen Motto „Die Zukunft spielt“ beleuchtet der **gamescom congress**, wie digitale Spiele unseren Lebensalltag durchdringen und gesellschaftliche Debatten prägen. Der Kongress ist mit seiner Themenvielfalt einzigartig in Deutschland. Der bcsd stehen in begrenzter Anzahl Freikarten zur Verfügung. Sollten Sie Interesse haben an dem Kongress teilzunehmen, so melden Sie sich bitte unter **office@bcsd.de**.

Handel und Tourismus – Wie Touristen den Handel und die Innenstädte beleben

Der Baden-Württembergische Industrie- und Handelskammertag hat eine Studie des dwif e.V. veröffentlicht, die sich mit den Wechselwirkungen von Tourismus und Handel beschäftigt. Bei der

Studie ging es vor allem darum aufzuzeigen, welche Bedeutung Touristen für den lokalen Einzelhandel aber auch für die zuliefernden Branchen haben. Laut der Studie sind vor allem Tagestouristen gute Kunden des Einzelhandels. Ein durchschnittlicher Tagestourist gibt 26,10 € aus, von denen 48% beim örtlichen Handel ausgegeben werden. Am spendabelsten ist dabei die



Altersgruppe zwischen 50 und 60 Jahren. Die Publikation gibt über die Erforschung des Einkaufsverhaltens der Touristen hinaus Tipps, wie der Einzelhandel und auch das Citymanagement / Stadtmarketing sich diese Zielgruppe vermehrt erschließen kann. Zudem wird auf einen weiteren wichtigen Aspekt hingewiesen: Nicht nur der Einzelhandel profitiert von den Touristen, sondern auch die Gäste erfreuen sich an einer lebendigen, lebenswerten Innenstadt. Die Studie finden Sie **hier** zum Download.

Jobbörse

Veranstaltungskauffrau/-mann für die Stadt Rhede



*Das Lächeln
im Münsterland.*

Sie arbeiten im Team Stadtmarketing und sind für die Organisation und Durchführung von städtischen verkaufsoffenen Sonntagen sowie weiteren städtischen Veranstaltungen wie den Wochen- und Krammarkt zuständig. Dies beinhaltet sowohl die Gesamtorganisation von kleineren Veranstaltungen als auch eine Mitwirkung bei großen Veranstaltungen wie der Rheder Kirmes. Zudem entwickeln Sie im Gespräch mit allen Beteiligten neue Veranstaltungen und koordinieren das Genehmigungsverfahren innerhalb der Stadtverwaltung. Anderen Produkten des Stadtmarketings arbeiten Sie zu, unterstützen die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und pflegen die Veranstaltungstermine in das Internet ein. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Geschäftsführer/in für den Verein FreudenStadtMarketing e.V.

Der FreudenStadtMarketing e.V. im Schwarzwald sucht ab sofort eine/n Geschäftsführer/in in Vollzeit. Neben der Umsetzung der Ziele des Vereins und der Profilierung der Stadt nach innen und außen, gehört die Organisation von Veranstaltungen zum Aufgabengebiet. Bewerbungen können bis zum 05. August 2016 eingereicht werden. Die komplette Ausschreibung können Sie **hier** einsehen.



Wirtschaftsförderin/Wirtschaftsförderer für die Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt mbH & Co. KG

Die Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine unternehmerisch denkende und handelnde Persönlichkeit für die Stelle einer /eines

Wirtschaftsförderin/Wirtschaftsförderers. Voraussetzungen sind ein erfolgreich abgeschlossenes Studium, möglichst mit wirtschaftswissenschaftlicher/wirtschaftsingenieurwissenschaftlicher Ausrichtung. Adäquat ist auch eine vergleichbare langjährige Berufserfahrung im Bereich Wirtschaftsförderung, Standortmarketing, Unternehmensservice, Personal- oder Bankwesen. Außerdem sollte Ihr Profil Kenntnisse und Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit kleinen und mittleren Unternehmen sowie Handwerksbetrieben, gute Kenntnisse und ausgeprägtes Verständnis von betrieblichen Prozessen und Organisationsstrukturen sowie im Projektmanagement umfassen. Die Tätigkeit beinhaltet Unternehmensservice und -betreuung, Fachkräftemarketing, Fördermittelberatung, Technologietransfer sowie Standortmarketing und Veranstaltungen. Bewerbungen sind bis zum 14. August möglich. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** für Sie hinterlegt.



Abteilungsleiter/in Stadtmarketing für die WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG, MARKETING
UND TOURISMUS FÜR WOLFSBURG

Die WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine engagierte und kommunikationsstarke Persönlichkeit, die sich in den Arbeitsfeldern Stadtmarketing, Stadtimage und Kommunikation souverän bewegt. Auch mit kommunalen Verwaltungs- und Entscheidungsstrukturen sollte die/der Bewerber/in vertraut sein. Die Stellenausschreibung können Sie **hier** herunterladen. Der Einsendeschluss für Bewerbungen ist der 14. August 2016.

Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer für die Stadt Pfullendorf

Sie zeichnen insbesondere für die verwaltungsinterne Zuständigkeit bei allen Fragen der Wirtschaft inkl. Betreuung des Arbeitskreises „Wirtschaftsinitiative Pfullendorf“ verantwortlich. Dabei sichern und entwickeln Sie vorhandene Betriebe und greifen Anliegen und Probleme der örtlichen Wirtschaft auf. In Wirtschafts- und Ansiedlungsfragen fungieren Sie als Lotse und wirken bei Grundsatzangelegenheiten der Wirtschaftsförderung mit, unter anderem indem Sie Vorschläge und Konzepte entwickeln. Zu Ihren weiteren Aufgaben zählen die Einzelhandelsentwicklung mit Flächenmanagement sowie Stadtmarketing-Aktivitäten und die Verwaltung der Bahnstrecke Pfullendorf – Altshausen. Die Bewerbung ist bis zum 22. August 2016 möglich. Eine vollständige Stellenausschreibung ist **hier** für Sie hinterlegt. (Foto: Mende)



Citymanager/in für die Delmenhorster WirtschaftsförderungsGesellschaft mbH



Die Delmenhorster WirtschaftsförderungsGesellschaft mbH ist Dienstleister und zentraler Partner der Delmenhorster Wirtschaft sowie aller Unternehmen, die sich am Standort Delmenhorst ansiedeln, erweitern und entwickeln wollen. Gesucht wird ein/e Citymanager/in, welche/r u.a. ein Marketingkonzept für die City zur Erhöhung der Attraktivität entwickelt und die Kommunikation verschiedener Akteure fördert. Die Mitarbeit an der Neuauflage des Einzelhandelskonzeptes der Stadt gehört ebenso zu den Aufgaben wie der Aufbau eines Flächenmanagements zur Unterstützung der Immobilieneigentümer in der Innenstadt und die Entwicklung von Konzepten zur Zwischennutzung vorübergehender Leerstände. Die Stellenausschreibung finden Sie wie immer auf der **bcsd-Homepage**. Bewerbungsschluss ist der 31. August 2016.

Geschäftsführer/in für die GOSLAR marketing gmbh

Die GOSLAR marketing gmbh hat den Auftrag, die UNESCO-Weltkulturerbestadt Goslar strategisch und zukunftsorientiert zu vermarkten. Das Aufgabengebiet umfasst neben der professionellen Stärkung Goslars als Tourismus-, Einzelhandels-, Wirtschafts-, Tagungs- und Kulturstandort beispielsweise auch das strategische Stadtmarketing sowie Öffentlichkeitsarbeit. Die ausführliche Stellenbeschreibung sowie weitere Informationen zur Bewerbung finden Sie **hier**. Eine Bewerbung ist bis zum 31. August 2016 möglich.



Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer für die Verbandsgemeindeverwaltung Cochem



Als Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer stellen Sie das Bindeglied zwischen der lokalen Wirtschaft und der Verwaltung dar und kümmern sich um die Allgemeine Strukturentwicklung, grundlegende Konzeptionen sowie die Verbesserung der Standort-Faktoren. Neben der Allgemeinen Wirtschaftsförderung, Industrie- und Gewerbeansiedlung sowie Marketing und Akquise zählt auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu Ihren Aufgaben. Ebenfalls wird das Regionalmarketing, inklusive der Vertretung der Verbandsgemeinde in den Lokalen Aktionsgruppen (LEADER), von Ihnen verantwortet. Auch im Bereich Demografischer Wandel sind Sie über Projektentwicklung und Maßnahmenbetreuung einbezogen. Die Beteiligungsgeschäfte der Verbandsgemeinde an kommunalen Gesellschaften werden ebenso von Ihnen betreut wie das Projekt Energiewende. Die Bewerbung ist bis zum 31. August 2016 möglich. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd

Ice-World Ice-Business GmbH



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

und verkaufen mobile Eisbahnen inklusive des notwendigen Zubehörs und kompletter technischer Umsetzung. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie eine Gala-Eisbahn im Premium-Segment, eine Stadteisbahn, eine Profi-Eishockeybahn oder eine gesellige Eisstock-Bahn wünschen. Wir planen Ihr Projekt mit Herz und Verstand und finden für Sie die beste Lösung mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir freuen uns mit Ihnen auf unvergessliche Momente auf und neben dem Eis. See you on the ice :-)) Wir können auch Sommer! Von den Erfindern der mobilen Aluminium-Eisbahn gibt es nun auch das Marketing-Instrument für Innenstädte im Sommer. die PlayFountain® - noch nie hat Wasser so viel Spaß gemacht. Der mobile Spielbrunnen - PlayFountain® wird ab sofort angeboten. Er eignet sich für Sommerveranstaltungen und wird die Besucher durch seine spritzige Art spielerisch begeistern. Der Brunnen besteht aus einer Bühne 10 x 10 m aus künstlichem Holz und hat 20 vorprogrammierte Spiele. 16 einzeln ansteuerbare Wasserdüsen spitzen nach oben. Und wir entwickeln laufend neue Spiele. Let´s play :-)) Mehr erfahren Sie **hier**.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd!

pep up Werbegestaltung GmbH & Co. KG

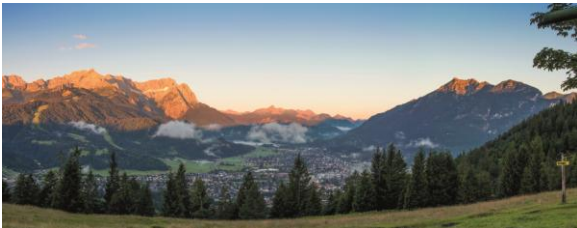
pep up Werbegestaltung GmbH & Co. KG wurde 1989 in Bremen gegründet und hat sich zum erfolgreichen Dienstleister im Bereich Werbegestaltung in ganz Deutschland etabliert. Weihnachtsbeleuchtung und – Dekorationen für Städte, Gemeinden und Einkaufszentren, Beschriftungen, Veranstaltungen, Dekorationen, Ballons, Promotion-Aktionen, Textildruck und Mediendesign – mit der gesamten Palette moderner Werbegestaltung aus einer Hand bietet pep up eine beeindruckende Vielfalt



gestalterischer Möglichkeiten für die Umsetzung jedes individuellen Kundenprojektes, egal ob groß oder klein. Dank mehrjähriger Erfahrung, dem professionellen Team und unglaublicher Kreativität wird absolut jede Idee von Geschäfts- und Privatkunden verwirklicht.

Mehr finden Sie unter **www.pep-up.de**

Garmisch-Partenkirchen Tourismus



Garmisch-Partenkirchen präsentiert sich mit seinem Slogan "Entdecke Deine wahre Natur" als Destination für alpinen Urlaub auf höchstem Niveau - und das für 365 Tage im Jahr. Mit seiner einzigartigen Lage inmitten atemberaubender Bergkulisse zu Füßen der

2.962 Meter hohen Zugspitze ist Garmisch-Partenkirchen der Inbegriff für gewaltige und ursprüngliche alpine Natur.

Die Aufgaben von Garmisch-Partenkirchen Tourismus sind vielfältig und beinhalten neben den klassischen Bereichen wie der Tourist-Information, Marketing, PR und Online, als heilklimatischer Kurort das GaPa Gesundheitseck, sowie die Betreuung von Großveranstaltungen wie z.B. die BMW Motorrad Days oder das AlpenFestival. Ein wichtiges Standbein von GaPa Tourismus ist das Kongresshaus, in dem ca. 600 Veranstaltungen im Jahr stattfinden. Mit über 1,4 Mio. Übernachtungen im Jahr ist der Tourismus der wichtigste Wirtschaftsfaktor in der Region. Mehr Informationen finden Sie **hier**. (Foto: Markt Garmisch-Partenkirchen / Emanuel Nöhmeier)

22. IHK-Forum Stadtmarketing in Hannover

Das IHK-Forum Stadtmarketing hat sich seit 1995 zu einem zentralen Treffpunkt für Entscheider aus Stadt- und Citymarketing, Quartiersinitiativen und Stadtentwicklung im Norden Deutschlands entwickelt. Alle niedersächsischen Industrie- und Handelskammern laden am 1. September 2016 wieder nach Hannover ein. Bei der 22. Auflage des IHK-Forums Stadtmarketing geht es in den Vorträgen um Herausforderungen der Digitalisierung für Unternehmen und Standorte: Wie verändert die digitale Revolution den Handel? Wie sollte eine klare Medienstrategie für das digitale Zeitalter aussehen? Wie kann ein praktischer Lösungsansatz bei der Versorgung von Standorten mit Informationen durch freies WLAN aussehen? Wie sind die digitalen City-Initiativen in Niedersachsen aufgestellt? In Foren stehen zudem die Themen "Ideenbörse für Ortskerngestaltung", "Startphase von BIDs richtig gestalten" und "EU-Beihilfe- und Vergaberecht im Stadtmarketing" auf der Agenda. Neben Ideen und Impulsen für die Stadtmarketing-Praxis bietet das IHK-Forum viele Möglichkeiten zum Austausch mit Teilnehmern und Ausstellern. **Hier** finden Sie das Programm und die Anmeldung. Anmeldeschluss ist der 18. August 2016.

Leitfaden zur Erstellung eines Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) und Anwenderhinweise Städtebauförderung

Viele Kommunen nutzen bereits das Instrument des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes, um die Entwicklung ortsbezogen langfristig zu steuern und dabei die vielseitigen Anforderungen der Stakeholder sowie unterschiedliche Themenaspekte einzubeziehen. Beliebt ist das ISEK aber auch deshalb, weil seine Erstellung Grundlage für den Erhalt von Zuwendungen in den Programmen der Städtebauförderung ist. Ein bereits Anfang 2015 erschienener Leitfaden des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) gibt eine Hilfe bei der Erstellung des Konzeptes, die an den üblichen Ablauf des Prozesses von der Vorbereitung über die Inhalte zur Umsetzung angelehnt ist. **Hier** ist der Leitfaden zu finden. In diesem Jahr erschienen sind die Anwenderhinweise zur Städtebauförderung, in denen die Förderprogramme vorgestellt und Tipps und Links für die Beantragung, die Umsetzung und den Abschluss der Maßnahmen gegeben werden. Diese Broschüre finden Sie **hier**.



Raumdatenbanken in Tübingen und Stuttgart

Die Universitätsstadt Tübingen hat eine Online-Raumdatenbank eingerichtet, auf der Interessierte einen schnellen Überblick über für Kunst- und Kulturzwecke zur Verfügung stehende Räumlichkeiten erhalten. Die Seite verfügt zudem über eine Suchfunktion, so dass beispielsweise nicht behindertengerechte Räumlichkeiten von Beginn an ausgeschlossen werden können. Ins Leben gerufen wurde die Unterseite der städtischen Homepage, da viele Projekte Schwierigkeiten haben, passende Veranstaltungsräume zu finden. Die Datenbank finden Sie **hier**.

Auch die Stadt Stuttgart hat eine Flächendatenbank eingerichtet, allerdings mit dem Fokus auf der Ermöglichung kreativer Zwischennutzungen (temporär) leer stehender Objekte. Diese Objekte sind



in vier Kategorien – Büro, Laden, Kreativzentren sowie Event- und Großflächen – eingeteilt. Dabei hat die Stadt mit dem Grundproblem zu kämpfen, dass vor allem die Innenstadtlagen für Zwischennutzungen begehrt sind, die meisten Leerstände jedoch in Außenbezirken liegen. **Hier** finden Sie die Zwischennutzungskarte der Wirtschaftsförderung Stuttgart.

Bei beiden Projekten sind aktuell jeweils ca. 50 Räumlichkeiten gelistet.

Community Lovers Guide und Immovielen



Schaut man sich in der Welt um, so gibt es unheimlich viele kreative, meist kleine Projekte, welche durch Engagement von Bürgern / Nachbarn die unmittelbare Umgebung und das Leben etwas schöner machen – und das ohne größeren Ressourcenbedarf. Die Plattform Community Lovers Guide hat es sich zur Aufgabe gemacht, solche Projekte, wie etwa Urban Gardening, Crowd Funding, Restaurant Day oder Straßen für Bürger zu sammeln, aufzubereiten und zu verlinken. So ist eine umfangreiche Zusammenstellung mit zahlreichen Inspirationen entstanden, wie Einwohner ihre Stadt schöner machen. Sie finden diese **hier**. Ähnliche Ziele verfolgt auch das Bankerlkollektiv in Amsterdam / Wien, das in Absprache mit den Behörden und gemeinsam mit den Bürgern, an einem Aktionstag selbstgebaute Bänke im öffentlichen Raum aufstellt, die dort auch bleiben dürfen. Mehr zum Bankerlkollektiv finden Sie **hier**.

Auch die Website Immovielen beschäftigt sich mit gelungenen Gemeinwohl-Initiativen auf Quartiersebene, zum Teil aber auch mit Ausstrahlung darüber hinaus. Neben der Vorstellung guter Projekte wie der **Samtweberei** (Krefeld), **ExRotaPrint** (Berlin) oder der **Utopiastadt** (Wuppertal) werden zahlreiche Arbeitshilfen und Informationen zur Umsetzung ähnlicher Projekte geliefert. Die Seite der Montag Stiftung Urbane Räume finden Sie **hier**.

Dresden in 20 Sekunden



Passend zum Thema der Deutschen Stadtmarketingbörse, den Bürger zum Fan werden zu lassen, macht Dresden seine Bürger, aber auch Unternehmen, Organisationen und Besucher, zu Videobotschaftern der Stadt. Diese sind aufgerufen in selbstgedrehten 20-Sekunden-Filmen zu zeigen, was den Zauber der Stadt an der Elbe ausmacht. Zur Orientierung wurden fünf Kategorien vorgegeben. Die Beiträge werden auf Info-Screens in der Stadt, im Kino sowie nicht zuletzt auf den Social Media Kanälen gezeigt. Damit Außenstehende die beliebten Plätze finden können, werden die Beiträge auch auf einer Karte der Kampagnen-Homepage verortet. Beim Fest zum Tag der Deutschen Einheit soll dann ein aus den Beiträgen kreierter Gesamt-Film gezeigt werden. **Hier** finden Sie ausführlichere Informationen und **hier** erste hochgeladene Videos.

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**.

Färöer aus der Perspektive von Schafen



Um die Färöer als Touristenziel zu bewerben, hat sich das dortige Fremdenverkehrsamt Feedback von Google zunutze gemacht: In einer Marketingaktion wurde die Tatsache aufgegriffen, dass von den Inseln keine Street-View-Aufnahmen existieren. Als Reaktion darauf wurde daher „Sheep View“ ins Leben gerufen: Hierbei übermitteln Schafe, die mit einer 360-Grad-Kamera, einem Mobiltelefon und Solarzellen ausgestattet sind, Eindrücke von den Inseln. Ziel der Aktion ist es, auf die Färöer aufmerksam zu machen und Google dazu zu bewegen, Street-View-Aufnahmen der Inseln zu erstellen.

Neue Verfassung per Crowdsourcing



Die Bürger von Mexiko-Stadt sind dazu aufgerufen, im Internet über die „Plataforma Constitución CDMX“ eine neue Verfassung mit auszuarbeiten. Auf der Plattform können Bürger den ersten Entwurf der Verfassung kommentieren, eigene Vorschläge veröffentlichen und an Umfragen teilnehmen. Bürger ohne Internetzugang können sich an Kiosks, die mit der Plattform verbunden und in der ganzen Stadt zu finden sind, informieren und den Entwurf kommentieren. Damit die Petition eines Bürgers für die neue Verfassung berücksichtigt werden kann, bedarf es mindestens 10.000 Unterschriften.

Coworking im Restaurant



Das New Yorker Start-up Spacious bietet Freiberuflern tagsüber die Möglichkeit, in leeren Restaurants zu arbeiten und damit volle Cafés zu umgehen. Dafür kooperiert der Service mit Restaurants, die erst abends ihre Tore öffnen. Der Service umfasst freien Internetzugang und kostenlosen Kaffee, der von beliebten Röstereien und Cafés geliefert wird. Für ein Tagesticket zahlen die Kunden 29 US-Dollar, der unbegrenzte Zugang zu allen teilnehmenden Locations der Stadt kostet monatlich 95 US-Dollar. Die gastronomischen Einrichtungen werden jeden Monat an den Einnahmen beteiligt.

Aktuelle Wettbewerbe

Eine neue Kategorie des bcsd-Newsletters ist die Rubrik „Aktuelle Wettbewerbe“. Hier werden wir künftig über neue oder laufende Aktionen und Wettbewerbe berichten, an welchen Städte oder BürgerInnen teilnehmen können. Wir möchten hier sowohl auf regionale als auch auf bundes- oder sogar welt- oder europaweite Ausschreibungen aufmerksam machen. 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

city.people.light award 2016, bis 12. August 2016, Philips Lighting and LUCI (Lighting Urban Community International)

ExWoSt "Aktive Mobilität in städtischen Quartieren", bis 13. August 2016, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)

Social Design Award, bis 31. August 2016, SPIEGEL WISSEN und SPIEGEL ONLINE

Preis für Stadtkultur/ Kulturmarken Award, bis 31. August 2016, Causales in Kooperation mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

Der „Preis für Stadtkultur“ zeichnet vorbildliche Impulse in Städten in Form von Projekten, Aktionen oder Kampagnen aus, die – möglichst mit Langzeitwirkung – die Stadtkultur als Kultur des städtischen Zusammenlebens begreifen und fördern. Da wo die Stadtgesellschaft sich stark mit ihrer Stadt identifiziert, wo sie zusammenhält und ihre Stärken unter Beweis stellen kann, wird die Stadt in ihrer Entwicklung erfolgreicher sein, werden Erhalt und Ausbau von Lebensqualität besser gelingen und das Stadtimage letzten Endes profitieren. bcsd-Mitglieder erhalten Rabatt auf die Bewerbungsgebühren.

Werkstatt Vielfalt. Projekte für eine lebendige Nachbarschaft, bis 15. September 2016, Robert Bosch Stiftung

STADTRADELN – Radeln für ein gutes Klima, bis 30. September 2016, Klima-Bündnis

Nationale Projekte des Städtebaus 2017, bis 30. November 2016, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)

#WillkommenindeinerStadt, Bundesamt für Migration und Flüchtlinge

Regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

eDorf (Bayern), bis 05. August 2016 (Teilnahmeerklärung), Fraunhofer-Arbeitsgruppe für Supply Chain Services SCS des Fraunhofer-Instituts für Integrierte Schaltungen IIS und THD – Technische Hochschule Deggendorf

Sparkassen-Tourismuspreis Westfalen-Lippe, bis 10. August 2016, Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Ab in die Mitte Sachsen, bis 26. August 2016, IHK zu Leipzig und zahlreiche weitere Partner

Tourismuspreis Brandenburg, bis 15. September 2016, Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg

Tourismusinfrastrukturprogramm Baden-Württemberg, bis 01. Oktober 2016, Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Tourismuspreis GrimmHeimat NordHessen, bis 14. Oktober 2016, GrimmHeimat NordHessen

Mittendrin Berlin, bis 02. Dezember 2016 (zuvor müssen Workshops besucht werden), Land und IHK Berlin sowie private Wirtschaft

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

29. August, **Eventmanagement**, Herford

25. Oktober, **Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung**, Stein (Nürnberg)

26. Oktober, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Stein (Nürnberg)

27. Oktober, **Tourismus und Willkommenskultur**, Stein (Nürnberg)

31. Oktober – 03. November, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und zum "Veranstaltungsleiter bcsd"**, Peine

07. November, **Präsenthorik**, Stein (Nürnberg)

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

Terminkalender

18. August, **gamescom congress 2016**, Quinke Networks, Köln

27. – 31. August, **30th European Cities Marketing Summer School, European Cities Marketing**, Zagreb, Kroatien

01. September, **22. IHK-Forum Stadtmarketing der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern**, IHK Niedersachsen, Hannover

07. – 09. September, **62nd IDA Annual Conference and Tradeshow**, International Downtown Association, Atlanta, USA

14./15. September, **Kongress 2016 der Stiftung Lebendige Stadt: Die Stadt als Marke**, Stiftung Lebendige Stadt, Düsseldorf

14./15. September, **10. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik**,
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, u.a., Hannover

15./16. September, **8. BID-Kongress**, Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK),
Wuppertal

21. September, **Dialogplattform Einzelhandel: Perspektiven für den ländlichen Raum**,
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Berlin

21. September, **Erstellung und Fortschreibung von Einzelhandelskonzepten**, Bundesverband
für Wohnen und Stadtentwicklung e.V., Leipzig

25. – 27. September, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2016**, Bundesvereinigung City- und
Stadtmarketing Deutschland e.V., Krefeld

28. – 30. September 2016, **DenkwerkStadt**, Stadtmarketing Austria, Nußdorf am Attersee,
Österreich

29./30. September 2016, **Herbsttagung der Konferenz Tourismus des Deutschen Städtetages**,
Deutscher Städtetag, Wiesbaden

16. – 18. November 2016, **Eurocities: Sharing Cities**, Mailand, Italien

21. November, **Parlamentarischer Abend**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V., Berlin

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

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 München VR
15748, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten.

Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail
oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

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

Die in dieser E-Mail gegebene Information ist nicht rechtsverbindlich. In Fällen, in denen die Rechtsverbindlichkeit erforderlich ist,
kann Ihnen diese Bestätigung auf Anforderung gerne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten
Nutzung, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestattet ist.

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