

Newsletter 07-2017

Deutsche Stadtmarketingbörse 2017

City for Sale – Die Zukunft von Innenstadt und Handel

Vom 15. bis 17. Oktober 2017 in Siegen



Touristen wissen das, Studierende auch, Kreative ohnehin – kurzum alle diejenigen, die sich von morgens bis abends in den zahllosen hippen, urbanen und angesagten Szenevierteln unserer Städte von der dänischen Grenze bis ins Berchtesgadener Land und vom äußersten Niederrhein bis zur Oder tummeln: Innenstädte sind Zukunftsorte. Als Laboratorien der Demokratie, als Keimzelle des Kreativen.

Aber was ist los mit der uns spätestens seit dem Mittelalter so geläufigen Funktion als Marktplatz? Gehört der Handel als vertrautes Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage nicht zutiefst zur DNA unserer Städte? Schwächeln unsere Innenstädte als Orte lokaler und regionaler Marktplätze und Beziehungsorte?

Outlet-Center, Shopping-Malls, Concept-, Future- und Experience Stores verheißen ungetrübtes und preiswertes Einkaufserlebnis. Die in Touchpoints umbenannten alten Konstanten „Schaufenster“, „Kasse“, „Warenauslage“ und „Umkleidekabine“ schaffen ein twentyfourseven Gefühl, entgrenzte Vergleichbarkeit und lassen die komplette Social-Media Gemeinde zu potentiellen Modeberatern werden. Aber wo bleibt das Unverwechselbare, Besondere und Identität stiftende Element?

Welche Funktionen werden in Zukunft die City prägen? Welche Rolle werden Gastronomie, Events, Kultur, Wissenschaft und Geschichte dabei spielen? Sind wir als Verantwortliche im Stadtmarketing nun Kuratoren der Innenstädte?

Gemeinsam mit Ihnen wollen wir nach Antworten auf diese Fragen suchen und die Rolle des Stadtmarketings konsequent weiterentwickeln. Good-Practice-Beispiele, Impulsvorträge, Fachausstellung und kollegialer Austausch bieten viele Anknüpfungs- und Orientierungspunkte.

Wir treffen uns in Siegen, einer Kommune, die jüngst auf einem internationalen Architektenkongress als „normalste Stadt Deutschlands“ vorgestellt wurde. Was für ein Superlativ! Aber passend zum Thema...

Die Anmeldung wird ab Anfang August **hier** möglich sein.

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse

Seite 2

Deutscher Nachbarschaftspreis

GEMA-Nachberechnungen

Seite 3

Wie tickt der Einzelhandel?

Stadtmarketingforum
Niedersachsen

Seite 4

Best Practice Leerstandsnutzung

Smart City Charta

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Seite 5

Stadtmarketing mit Licht

Positionspapier zur Innenstadt

Seite 6

Jobbörse

Seite 8

Fördermitglieder

Seite 9

Herzlich Willkommen – Die neuen
Mitglieder

Seite 10

Tipps für Veranstaltungen in
kleinen Städten

Handbuch Mitmachstadt Brandis

Kreativwirtschaft in
Industriebranchen

Seite 11

Marktplatz gute Geschäfte

Ried schenkt Freude

Mittelstand 4.0 Agentur Handel

Seite 12

Der Trend der Zukunft

Seite 13

Aktuelle Wettbewerbe /
Ausschreibungen

Seite 14

Termine des
Weiterbildungsangebotes ICR

Terminkalender

ANZEIGE



Leitsysteme mit Profil

Die Traffeum GmbH ist als innovatives Unternehmen in den Bereichen **Verkehrstechnik** und **Stadtdesign** tätig. Unsere Erfahrung und unser Marktüberblick erlauben es uns, Best Practices nicht nur anzuwenden, sondern sie selbst zu entwickeln. Von der **Beratung** über die **Projektbegleitung** an Ort und Stelle bis zur **Installation** und **Wartung** erhalten Sie auf Wunsch alle Leistungen aus einer Hand. Ob Verkehrs-, Stadt- oder Fußgängersystems: Mit **ProForm™** reagieren wir auf diese vielfältigen stadtgestalterischen Kontexte mit den Vorteilen eines modularen Systems und seinen individuellen Lösungen.

www.traffeum.de

ProForm 



www.traffeum.de/

Deutscher Nachbarschaftspreis



Die **nebenan.de Stiftung** schreibt gemeinsam mit zahlreichen Partnern und unter Schirmherrschaft des Bundesministers des Inneren, Thomas De Maizière, erstmals den Deutschen Nachbarschaftspreis aus. Der Preis ist mit insgesamt 50.000 Euro dotiert und richtet sich an engagierte Nachbarn, Nachbarschaftsvereine, Stadtteilzentren, gemeinnützige Organisationen und Sozialunternehmen. Die bcSD unterstützt den Preis und ruft alle Leser dazu auf, als Multiplikator dafür zu werben oder selbst ein Projekt einzureichen. **Hier** können Sie teilnehmen.

GEMA-Nachberechnungen bei fehlenden Musikfolgen

Die GEMA hat die bcSD als Mitglied der Bundesvereinigung der Musikveranstalter darüber informiert, in Kürze Nachberechnungen für diejenigen Veranstaltungen mit Live-Musik aus dem 1.



Halbjahr 2016 anzustellen, für die keine Musikfolgen angegeben wurden. Die Nachberechnungen können auch nach Erhalt der Berechnung noch umgangen werden, wenn Sie bis zum 31. August die entsprechenden Musikfolgen nachreichen. **Hier** finden Sie das entsprechende Informationsschreiben der GEMA und **hier** Antworten auf die häufigsten Fragen dazu. Übrigens profitieren Sie als Mitglied der bcSD von einem Gesamtvertragsnachlass von 20 Prozent auf die GEMA-Gebühren. Geben Sie daher Ihre Mitgliedschaft in der bcSD sowie Ihre Mitgliedsnummer jeweils bei Meldung der von Ihnen durchgeführten Veranstaltungen an.

Wie tickt der Einzelhandel wirklich? – deutschlandweite Studie



Eine deutschlandweite Studie der Industrie- und Handelskammern sowie von ibi Research widmet sich den Fragen: Welche Themen bewegen Einzelhändler aktuell? Wie geht der Handel mit der Digitalisierung um und wie kann die IHK-Organisation helfen, dass die Branche die digitale Transformation erfolgreich bewältigt? Dazu werden vor allem kleine und mittlere Unternehmen verschiedener Vertriebstypen – vom stationären über den Online- bis hin zum Multikanal-Händler – befragt. Die Teilnahmefrist wurde verlängert. Mitmachen können Sie nun bis zum 27. August 2017 **hier**. Den Fragebogen als PDF finden Sie **hier**. Geben Sie den Link auch gerne an Ihre Händler-Netzwerke weiter!

IHK-Stadtmarketingforum Niedersachsen



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. Gemeinsam mit allen niedersächsischen Industrie- und Handelskammern laden wir Sie am **7. September 2017** wieder nach Hannover ein. Bei der 23. Auflage des IHK-Forems Stadtmarketing stehen besonders die Konsequenzen der Digitalisierung für die Standorte im Fokus: Wohin kann sich das Stadtmarketing(-Management) online/offline entwickeln? Wie können die Sonntagsöffnungen für künftige Einkaufserlebnisse gesichert werden? Wie sehen Good-Practice-Beispiele für Standorte im Netz aus? Weitere Informationen zur Anmeldung und das Programm finden Sie **hier** auf den Seiten der bcSD oder **hier** bei der IHK Projekte Hannover GmbH.

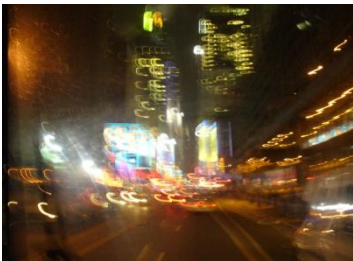
Best Practice Beispiele Leerstandsnutzung



StadtBauKultur NRW hat die Publikation „Gute Geschäfte – Was kommt nach dem Einzelhandel?“ herausgegeben. Diese erklärt in einem ersten, kürzeren Teil die Bedeutung der kleinen Einzelhandelsgeschäfte für die Stadt und die Gründe für (dauerhafte) Ladenleerstände. Der zweite, umfangreichere Teil widmet sich den gelungenen Beispielen der Belebung, die als Anregung gedacht sind, auch wenn sie sicher nicht immer übertragbar oder zu hundert Prozent planbar sind. Bei der

Vorstellung der Projekte wird ein festes Muster verwendet: Einem Steckbrief mit Namen, Stadt, Finanzierung, Laufzeit und Nutzungsart folgt eine Erklärung der Ausgangssituation, eine Vorstellung des Prozesses der Umnutzung, die Beschreibung der Organisation und Einbettung im Quartier, eine Bewertung der (auch finanziellen) Nachhaltigkeit und die Einordnung der Bedeutung für die Entwicklung der Urbanität bzw. der Stadt. **Hier** finden Sie die Beispielsammlung.

Smart City Charta



Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit hat die Smart City Charta veröffentlicht, die Ergebnis eines Dialogprozesses von Experten ist. Sie empfiehlt den Städten auf der Leipzig Charta sowie der New Urban Agenda basierende, nachhaltige und integrierte Digitalisierungsstrategien. Als wichtigste Ziele werden die Steigerung der Lebensqualität in Städten und die Befähigung der Städte als Akteure genannt. Die

Charta gibt Kommunen Leitlinien vor, welche diese bei der eigenen digitalen Transformation berücksichtigen sollten, stellt Beispiele aus der Praxis zahlreicher Städte vor und geht auf vier Themenschwerpunkte ein: Big Data, Lokale Wirtschaft, Governance sowie Digitale Integration und Inklusion. **Hier** finden Sie die Smart City Charta zum Download.

Wirtschaftsfaktor Tourismus



Das Bundesministerium für Wirtschaft hat eine Studie herausgegeben, wonach der Tourismus in Deutschland für beinahe 3 Millionen Arbeitsplätze und eine Wertschöpfung in Höhe von rund 100 Milliarden Euro verantwortlich ist. Die 40 Seiten umfassende Untersuchung enthält zahlreiche Kennzahlen und Grafiken zum deutschen Tourismusmarkt, beispielsweise zu den Ausgaben in- und ausländischer Gäste, zum Vergleich mit

anderen Branchen und zum Vergleich mit dem Stand der letzten Untersuchung aus 2012. Zudem wird dem Megatrend der Digitalisierung ein Extra-Kapitel gewidmet. **Hier** finden Sie die Publikation.

Stadtmarketing mit Licht



Licht lockt Leute heißt es und so sind Lichtfestivals und Lichtinstallationen nicht nur zur Weihnachtszeit ein beliebtes Instrument im Stadtmarketing. In der International Light festival Organisation sind einige der größten und erfolgreichsten Lichterfeste organisiert. Auf der **Homepage** der Organisation finden Sie eine Übersicht über die kommenden Veranstaltungen. Seit kurzem gehört das Essen Light Festival ebenfalls zu den Mitgliedern. Eine weitere Organisation zum Erfahrungsaustausch zur städtischen Beleuchtung und Inszenierung mit Licht ist die Lighting Urban Community International (LUCI), der 70 Städte weltweit angeschlossen sind und die regelmäßig Themen der Beleuchtung in einem kostenfreien Online-Magazin behandelt. **Hier** erfahren Sie mehr dazu. Eine Ausgabe der Zeitschrift licht.wissen widmet sich speziell dem Thema Licht im Stadtmarketing. Diese finden Sie **hier** zur Ansicht. Auch der Blog unseres Partners Stadtmarketing Austria widmet sich dem Thema Licht: In einem Gastbeitrag des Hamburger Lichtkünstlers Michael Batz, den Sie **hier** finden, und in einem Gastbeitrag zu „**Adelsheim leuchtet**“, einem Lichterfest in einer Gemeinde mit gerade einmal 5.000 Einwohnern.

Positionspapier des Deutschen Städtetags und des Handelsverbands Deutschland



In ihrem gemeinsamen Positionspapier „Zukunft für die Innenstadt“ stellen der Deutsche Städtetag und der Handelsverband Deutschland Thesen und Forderungen zur Zukunft von Stadt und Handel auf. Darin wird die Rolle des Handels für eine lebenswerte Innenstadt betont. Gleichzeitig werden sowohl Handel, Stadt und Immobilieneigentümer als auch die Politik in die Pflicht genommen, gemeinsam zu agieren und die Chancen der Digitalisierung zu nutzen. Forderungen sind etwa verbesserte Servicequalität im Handel, BID-Gesetze in allen Bundesländern, intensivere Kooperation der Partner, die Konzentration von Handelsangeboten in der Innenstadt unter Wahrung der Nahversorgung, die Aufwertung des öffentlichen Raums, Beratungsangebote für den Handel sowie neue Mobilitäts- und Logistikkonzepte. **Hier** finden Sie das Positionspapier.

Jobbörse

City- und Geschäftsstraßenmanager/in, Städtische Wohnungsgesellschaft Annaberg-Buchholz mbH

Als City- und Geschäftsstraßenmanager (m/w) sind Sie Informationsschnittstelle und qualifizierter Ansprechpartner für alle Innenstadtbelange, Kommunikator, Moderator und Mediator. Sie bauen ein Gewerbe- und Leerstandmanagement auf, akquirieren neue Unternehmen, unterstützen Start-Ups und setzen Maßnahmen aus vorhandenen Konzepten um (Bsp. Einzelhandelskonzept). Sie entwickeln Ideen und neue Impulse zur Profilierung und Stärkung der Innenstadt und setzen diese um. Dazu zählen beispielsweise die (Weiter)Entwicklung verkaufsfördernder Aktionen, die Organisation von Seminaren, Schulungsveranstaltungen, Vorträgen und Workshops sowie die Onlinevermarktung des innerstädtischen Gewerbes. Sie verantworten außerdem die Werbeplanung sowie die laufende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Nicht zuletzt entwickeln und etablieren Sie die Marke Innenstadt und fördern deren Image. **Hier** finden Sie die vollständige Stellenausschreibung. Bewerbungsschluss ist der 31. Juli 2017.

Citymanager/in, Stadt Montabaur



Die Stadt Montabaur liegt in der Mitte zwischen den Ballungszentren Rhein-Main und Rhein-Ruhr, direkt an der Autobahn A3 und der ICE-Schnellbahnstrecke zwischen Frankfurt und Köln. Die Stadt ist mit ihren 13.500 Einwohnern das Zentrum des südlichen Westerwaldes, ein gut aufgestellter Wirtschafts- und Wohnstandort im Naturpark Nassau mit hoher Lebensqualität. Wir suchen, zunächst befristet auf drei Jahre, eine/n City-Manager/in. Zu Ihren Aufgaben gehören das

Leerstandsmanagement, die Optimierung des bestehenden Branchenmix und die Aktivierung von leer stehenden Gewerbeimmobilien. Im Fokus stehen neben der weiteren Erhöhung der Attraktivität und Steigerung der Verweildauer in der Innenstadt auch die Öffentlichkeitsarbeit rund um die Stadtsanierung. Sie pflegen ein innerstädtisches Netzwerk und koordinieren gemeinsame Aktionen. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier** hinterlegt. Bewerbungsschluss ist der 06. August 2017.

Innenstadtmanager/in bzw. Citymanager/in, MyCity Ennepetal

Der in Gründung befindliche Verein MyCity Ennepetal sucht zum frühestmöglichen Zeitpunkt eine/n Citymanager/in in Vollzeit. Aufgaben sind insbesondere die Errichtung und der Betrieb eines Kontaktbüros für Unternehmen, Vermieter, Stadtverwaltung, Vereine und interessierte Bürger mit dem Ziel einer nachhaltigen Innenstadtentwicklung. Außerdem gehören Flächenmanagement, Innenstadtmanagement und die konzeptionelle Entwicklung von Programmbausteinen sowie die Initiierung neuer Projekte zu den Aufgaben. Dabei arbeiten Sie aktiv mit dem Vorstand des Trägervereins MyCity Ennepetal sowie kommunalen Fachbereichen zusammen, moderieren Arbeitsgruppen und erstatten Bericht in den politischen Gremien. Voraussetzungen sind unter

anderem ein erfolgreicher Abschluss eines Studiums im Bereich Citymanagement, Kenntnisse und Erfahrungen im Projektmanagement sowie Team-, Kommunikations- und Begeisterungsfähigkeit. **Hier** finden Sie die vollständige Stellenbeschreibung. Bewerbungsschluss ist der 11. August 2017.

Marketing Manager, Dresden Marketing GmbH

Die Dresden Marketing GmbH übernimmt die einheitliche, professionelle Vermarktung der Region Dresden Elbland, die von Torgau über Meißen und Radebeul bis zu den Toren Pirnas reicht. Als Marketing Manager kümmern Sie sich um die touristische Vermarktung der Region und machen diese (inter)national noch bekannter. Im Rahmen der touristischen Marktbearbeitung innerhalb Deutschlands und in ausgewählten Auslandsmärkten kümmern Sie sich um die Planung, Organisation und Umsetzung von Off- und Onlinemarketingmaßnahmen. Weiterhin obliegen Ihnen die Planung und Durchführung von Messegroßprojekten, Workshops, Roadshows, Studien- und Pressereisen. Bei Ihren Tätigkeiten kooperieren Sie mit touristischen Partnern und übernehmen zudem die Projektfördermittelkoordination. Die Presse- und Mediaplanung ist ein weiterer Bereich, den Sie verantworten. Bewerbungsschluss ist der 11. August 2017. **Hier** finden Sie die vollständige Stellenausschreibung.

Leiter/in Tourismusmarketing und Marktforschung, Dresden Marketing GmbH

Sie führen den Bereich Marktforschung und Tourismusmarketing mit sechs Mitarbeitern für den Sie auch die Personal- und Budgetverantwortung tragen. Die touristische Destinationsstrategie Dresden Elbland entwickeln Sie weiter und akquirieren dazu Drittmittel und touristische Förderprojekte. In diversen touristischen und politischen Gremien (lokal, national, international) vertreten Sie die Dresden Marketing GmbH und werben auf (inter-)nationalen Messen und Workshops für die Destination. Zudem führen Sie Marktforschungsstudien durch, werten diese aus und präsentieren die Ergebnisse. Bewerbungsschluss ist der 11. August 2017. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Projektmanager/in zur Koordinierung der Veranstaltungen zum Ende des Bergbaus in Ibbenbüren, Stadtmarketing Ibbenbüren GmbH



In Deutschland wird der Steinkohlebergbau Ende des Jahres 2018 auslaufen. Wie kaum eine andere Branche prägte der Bergbau über viele Jahrhunderte die Identität und Kultur auch der Kohleregion Ibbenbüren. Anlässlich des Endes des Bergbaus werden in 2018 unter dem Slogan „schicht:ende“ zahlreiche Veranstaltungen von Vereinen, Verbänden, Privatpersonen und Institutionen stattfinden, die zu koordinieren, zu organisieren und zu vermarkten sind. Gemeinsam mit dem Stadtmarketing, der Schnittstelle Kohlekonversion und der RAG Anthrazit Ibbenbüren GmbH sind Sie in die Entwicklung, Koordinierung und Ausführung der Veranstaltungen anlässlich des letzten Jahres des Steinkohlebergbaus eingebunden. Sie fungieren

als Schnittstelle und Ansprechpartner für die beteiligten Institutionen, Vereine und Teilnehmer. Ihre weiteren Aufgaben: Koordination und Organisation der geplanten Veranstaltungen und Maßnahmen inkl. Zeit- und Budgetplanung, Teilnehmerakquise, Kostencontrolling, Nachbearbeitung und Dokumentation sowie Entwicklung und Umsetzung einer PR- und Marketingstrategie gemeinsam mit den Partnern. Bewerbungsschluss ist der 13. August 2017. **Hier** finden Sie die vollständige Stellenausschreibung. (Foto: Stadtmarketing Ibbenbüren GmbH)

Citymanager/in, ProCity Gevelsberg e.V.



Zur Stärkung der Attraktivität der Innenstadt sucht die privat-öffentlich getragene Citymarketinggemeinschaft ProCity Gevelsberg e.V. eine/n Citymanager/in. Im Bereich Flächen- und Branchenmanagement bemühen Sie sich aktiv Angebotslücken zu schließen und Flächen zu vermarkten. Zudem fungieren Sie als Ansprechpartner für Mietinteressierte und Hauseigentümer, beraten den Gewerbebestand und entwickeln Nutzungsideen für Problemimmobilien. Darüber hinaus obliegt Ihnen die Erstellung einer Gevelsberger Standortbroschüre. Im Bereich Citymanagement werden Maßnahmen zur Stärkung des Markenauftritts und zur Förderung des Einzelhandels in der Innenstadt von Ihnen entwickelt und umgesetzt. Dazu zählen auch die Konzeption und Durchführung neuer Events und kreativer Aktivitäten. Die bestehenden ProCity-Veranstaltungen werden von Ihnen geplant, organisiert und durchgeführt sowie weiter inhaltlich ausgestaltet und profiliert. Im Bereich Vereinsmarketing obliegen Ihnen die Mitgliederbetreuung, die Organisation und Durchführung von Mitgliedertreffen, die verwaltungsmäßige Abwicklung vereinsinterner Arbeiten und des ProCity-Gutscheins, die Betreuung des Online-Auftritts des ProCity Gevelsberg e. V. sowie die Entwicklung von Maßnahmen zur gezielten Mitgliederakquise. Bewerbungsschluss ist der 05. September 2017. **Hier** finden Sie die vollständige Stellenausschreibung.

Fördermitglieder der bcsd

Visual Creation GmbH & Co. KG



Visual Creation steht für die Erarbeitung und Umsetzung Ihrer Ideen hinsichtlich Beleuchtungskonzepten für Gemeinden, Städte, City- und Gewerbevereine, Hausfassaden und Innenbeleuchtung sowie kompletten Dekorationskonzepten für Shopping Center. Auch die Umsetzung von 3D - Objekten in verschiedenen Materialien wie Fiber- und Plexiglas, Styropor, Metall und Holz ist dabei möglich – und das alles „Made in Europe!“ So vermeiden wir lange Laufzeiten und Transportwege, können kurzfristig und individuell auf Ihre Wünsche eingehen und Projekte auch zeitnah abwickeln! Unsere über 15-jährige Erfahrung im Bereich Weihnachtsdekoration und -

beleuchtung lässt auch Ihr Projekt zu einem glänzenden Stern am Lichtherhimmel werden. Lassen Sie sich von unserem aktuellen Ideenkatalog inspirieren. Auf unserer Homepage **www.christmas-world.de** finden Sie eine Vielzahl an Ideen und realisierten Projekten!

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.

HUP Equipe GmbH



Die HUP Equipe bietet mit Boomtown eine Lösung, die es ermöglicht, städtische Strukturen im Bereich Handel, Gewerbe und Dienstleistungen als Info- und Shopping-

Plattform digital abzubilden. Die Integration von Lifestyle-Portalen, eine multilinguale branchen- oder produktorientierte Suche auf den Multishop-Malls mit einem zentralen Warenkorb sowie einer Clearing-Stelle runden das Angebot für die digitale Stadt oder Region inklusive Tourismuszielen ab. Gepaart mit dem Knowhow der HUP AG als langjährigem Verlagsdienstleister im Bereich Zustelllogistik und Handling der letzten Meile bieten wir komplette Lösungen, die für jede Stadt unabhängig von Größe oder geografischer Lage funktionieren. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Werne Marketing GmbH



Mit rund 30.000 Einwohnern liegt Werne an der Lippe zwischen Münsterland und Ruhrgebiet. Die historische Innenstadt lädt stets zum Bummeln und Verweilen ein. Die Werne Marketing GmbH, eine 100 %-ige Tochter der Stadt Werne, ist seit Oktober 2005 die zentrale Organisationseinheit, die sämtliche Maßnahmen zur Erhaltung und Steigerung der Attraktivität Wernes

bündelt. Die Aufgaben der Mitarbeiter (sechs Vollzeitstellen) umfassen die Öffentlichkeitsarbeit, das Veranstaltungsmanagement, den Tourismus sowie weitere marketingrelevante Projekte. Werne Marketing arbeitet eng mit der Stadt, der Wirtschaft sowie den örtlichen Vereinen und Institutionen zusammen. Durch den Prozess der Neuaufstellung des Marketings haben sich in den vergangenen Jahren verschiedene Projekte in der Stadt etabliert. Der „Werne Gutschein“ bindet Kunden ebenso wie die Veranstaltungsreihe „Donnerstags in Werne“, die Essen, Getränke und Musik zum Feierabend verspricht. Ein Leuchtturmprojekt ist das StraßenFESTIVAL: 2016 verwandelte sich die Innenstadt erstmals in eine von Straßenkünstlern aus 15 Nationen und fünf Kontinenten bespielte Festival-Zone. Jetzt ist es geplant, die Veranstaltung zu einer festen Institution in Werne zu machen. **Hier** erfahren Sie mehr. (Foto: Werne Marketing GmbH)

Tipps für Veranstaltungen in kleinen Städten



Der Place Brand Observer gibt in einem Artikel Tipps, welche häufigen Fehler kleine Städte bei der (strategischen) Planung von Veranstaltungen vermeiden sollten. Events sollten demnach zur Stadt bzw. Stadtmarke passen und die richtigen Zielgruppen ansprechen. Anstatt sich auf ein großes Event zu konzentrieren sollten mehrere kleinere Veranstaltungen geplant werden, um so eine bessere Wirkung in der Kommunikation zu erzielen. Auch die Nachbereitung sollte nicht oberflächlich und nach Möglichkeit gemeinsam mit kompetenten Partnern erfolgen. Zudem sollten Events nicht als Allzweckwaffe gesehen werden. **Hier** finden Sie den Artikel, der mit Beispielen aus dänischen Kleinstädten arbeitet. Wer mehr über die Planung, Organisation und Durchführung von Events erfahren möchte, dem sei die viertägige Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und zum bcsd-Veranstaltungsleiter empfohlen. Die Fortbildung findet vom 06. bis 09. November in Peine statt und ist durch die Berufsgenossenschaft anerkannt. **Hier** finden Sie alle relevanten Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung.

Handbuch der Mitmachstadt Brandis

Brandis ist eine Kommune mit rund 10.000 Einwohnern in der Nähe von Leipzig. Im Rahmen einer Förderung durch das Land Sachsen wurden dort neue, digitale Methoden der Bürgerbeteiligung erprobt. Das Projekt wurde auch auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2016 vorgestellt. Im Handbuch werden das Projekt und dessen Beteiligungsansätze beschrieben. Darüber hinaus erhalten die Leser (rudimentäre) Tipps an die Hand, was sie bei eigenen Beteiligungsprozessen beachten sollten. **Hier** finden Sie das Handbuch. Einige weitere Beispiele zur Beteiligung von Bürgern und anderen Akteuren finden Sie in der Dokumentation der Veranstaltung des Programms **Aktive Stadt- und Ortsteilzentren Aktivieren, beteiligen und kooperieren: Partnerschaftliche Zusammenarbeit im Zentrenprogramm**.

Modellvorhaben– Von der Industriebrache zur kreativen Produktionsstätte



Das Modellvorhaben zur niedrigschwelligen Instandsetzung brachliegender Industrieanlagen mit nutzerorientiertem Umbau zu kostenoptimierten Arbeitsräumen für die Kreativwirtschaft sucht bundesweit nach zehn teilnehmenden Projekten, die eine fachliche und praxisorientierte Begleitung erhalten. **Hier** finden Sie das Bewerbungsformular. Das Modellvorhaben befindet sich bereits in seiner dritten Stufe und kann daher bereits einige Informationen zu erfolgreichen Umnutzungen von Industriegebäuden zu Orten der Kultur- und Kreativwirtschaft vorweisen. **Hier** finden Sie einige Praxisbeispiele. Zudem wird am 13. Oktober in Leipzig ein Fachworkshop zum Thema angeboten. Auch die Montag Stiftung Urbane Räume setzt auf die Umnutzung leerstehender Industriegebäude für Kulturzwecke. In der Beispielsammlung der sogenannten Immoviellen sind zwei neue Projekte hinzugekommen. Eine Übersicht über die

Projekte finden Sie **hier**. Welche Bedeutung Kultur und Kreativität in einzelnen Städten haben, zeigt der Vergleichsmonitor der EU-Kommission, der auch 15 deutsche Städte untersucht hat. Diesen finden Sie **hier**.

Marktplatz für gemeinnützige Initiativen

Der vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderte Marktplatz für gute Geschäfte ist eine Veranstaltung, bei der sich Unternehmen und gemeinnützige Initiativen präsentieren und zueinander finden. Unternehmen können sich so für einen guten Zweck engagieren. Geld ist Tabu, Leistungen wie Wissenstransfer / Beratung, menschliche Arbeitsleitung, die Vermittlung von Kontakten oder die Bereitstellung von Hilfsmitteln sind hingegen erlaubt und gewünscht. Seit Ende 2006 haben sich bereits 100 Kommunen mit 350 Marktplätzen beteiligt und 25.000 Kooperationen gestiftet. **Hier** finden Sie Tipps, Praxisbeispiele und Checklisten für die Durchführung eines eigenen Marktplatzes.

Ried schenkt Freude

Das Stadtmarketing von Ried am Innkreis hat ein durch Fördergelder unterstütztes Portal aufgebaut, auf dem sich die Bewohner der Stadt registrieren können und anschließend mehrmals pro Jahr lokale Gutscheine zugesandt bekommen. Am jeweiligen Geburtstag besteht die Möglichkeit, 15 Gutscheine der teilnehmenden Händler, Gastronomen und Dienstleister zu wählen. **Hier** finden Sie mehr Informationen.

Mittelstand 4.0 - Agentur Handel

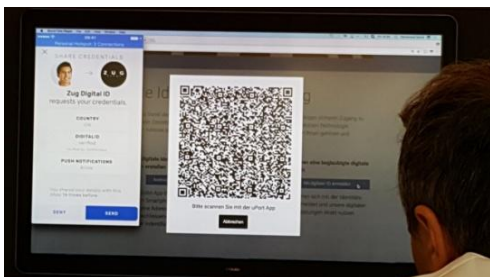
Die Mittelstand 4.0 – Agentur Handel ist Teil der Initiative Mittelstand 4.0 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und wird von den Handelsexperten IFH Institut für Handelsforschung und ibi Research betreut. Schwerpunkte sind B2B-Commerce, innovative Technologien am Point of Sale und E-Financing. Auf der Homepage finden sich zahlreiche kostenfreie Publikationen und Veranstaltungshinweise für kleine und mittlere Handelsunternehmen. So finden sich dort beispielsweise ein Leitfaden für die Homepagegestaltung (B2B), eine Vorstellung unterschiedlicher Verkaufsplattformen und eine Checkliste für Google My Business. **Hier** finden Sie die Website. Ein neu ins Leben gerufenes Förderprogramm für die Digitalisierung kleiner und mittlerer Unternehmen ist „Go digital“. Dazu finden Sie **hier** alle relevanten Informationen.

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**.

Stadt bietet elektronische ID auf Blockchain-Basis



Die Schweizer Stadt Zug bietet künftig als weltweit erste Gemeinde allen Einwohnern eine digitale Identität an, die auf der Blockchain-Technologie basiert. Hierbei kommt eine spezielle App zum Einsatz, mit der die Einwohner sich eigenständig registrieren und persönliche Informationen übermitteln können. Anschließend ist noch ein persönlicher Besuch in der Einwohnerkontrollbehörde notwendig. Dort wird die in

der App erstellte digitale Identität beglaubigt, bevor sie mit Hilfe der Blockchain-Technologie gesichert und mit einer Kryptoadresse verknüpft wird.

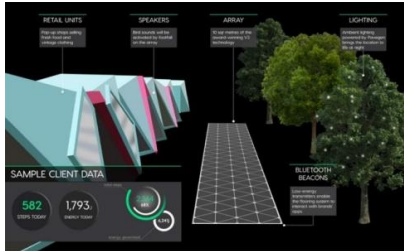
Algorithmus prognostiziert den städtischen Wandel



Forscher des MIT und der Harvard University haben ein Computer-Vision-System weiterentwickelt, um damit prognostisch den städtischen Wandel hinsichtlich der Verbesserung oder Verschlechterung von Stadtgebieten zu quantifizieren. Als Grundlage verwendeten die Forscher einen Datensatz von 1,6 Millionen Bildern aus Google Street View aus einem Zeitraum von sieben Jahren. Ferner wurde per maschinellem Lernen ein Algorithmus trainiert,

der die Bildverläufe auf markante Veränderungen hin analysiert, um nachfolgend Faktoren abzuleiten, die als Indikator für urbane Entwicklungen dienen können.

Smarte Einkaufsstraße erzeugt Strom



Die New West End Company hat im Zuge eines Pilotprojekts in der Londoner Bird Street vom britischen Unternehmen Pavegen den ersten smarten Fußgängerweg bauen lassen. Laufen Passanten über den Fußweg, wird durch den Druck kinetische Energie erzeugt und etwa in Strom für die Straßenbeleuchtung umgewandelt. Die Straße ist zudem mit Bänken von Airlabs und mit Farben von Airlite ausgestattet, die die Luft von Stickoxiden und Bakterien reinigen. Für Einkäufer wurden Bluetooth-Sender installiert, die eine Interaktion ermöglichen, sodass Fußgänger je nach Energieaktivität Gutscheine oder Rabatte von umliegenden Geschäften auf das Smartphone erhalten.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen und Wettbewerbe, an denen 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 Unterstützung / Beteiligung, Deutsches Nationalkomitee für Denkmalschutz

Deutscher Nachbarschaftspreis, nebenan.de Stiftung, bis 24. August

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

Niedrigschwellige Instandsetzung einer Industriebrache für die Kreativwirtschaft, rb Architekten, bis 31. August 2017

Actors of Urban Change – Stadtentwicklung durch Kultur, Robert Bosch Stiftung, bis 23. September 2017

Stadtradeln, Klima-Bündnis, bis 30. September 2017

Kulturtouristische Modellregion für das Förderprojekt „**Die Destination als Bühne – Wie macht Kulturtourismus ländliche Räume erfolgreich?**“, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, bis 30. September 2017

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

Zusammenleben Hand in Hand – Kommunen gestalten, Bundesministerium des Inneren, bis 31. Dezember 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

- 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
- 06. bis 09. November, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person**, Peine

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

Terminkalender

- 07. September 2017, **IHK-Forum Stadtmarketing**, IHK Niedersachsen, Hannover
 - 08. September 2017, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen**, Lutherstadt Wittenberg
 - 18. September 2017, **Seminar Stadtkommunikation: Gamification, Storytelling, Graphic Recording**, Georg Pohl, Berlin
 - 20./21. September 2017, **Konferenz Tourismus**, Deutscher Städtetag, Potsdam
 - 27./28. September 2017, **Kongress Lebendige Stadt 2017: Kultur trifft auf Stadtentwicklung**, Stiftung Lebendige Stadt, Hamburg
 - 27. September 2017, **Erfahrungsaustausch Beteiligungskultur: Verbindliche Spielregeln für Bürgerbeteiligung – Konsequenzen für das Verwaltungshandeln**, Deutsches Institut für Urbanistik, Heidelberg
 - 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
 - 06. bis 09. November, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person**, Peine
- Weitere Termine finden Sie im **Terminkalender** auf unserer Homepage.

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister Berlin 35492, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen

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

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

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

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

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