

Newsletter 08-2016

Jetzt noch Restplätze sichern: Deutsche Stadtmarketingbörse 2016

„I like it – Stadtmarketing zwischen Mitmachanimation und Fanprojekt“
Vom 25. bis 27. September 2016 in Krefeld



Konzeptionelles Denken und Handeln, Netzwerkarbeit und die Beteiligung der Anspruchsgruppen, das sind Kernaufgaben des professionellen Stadtmarketings. Ziel ist es, bei Bürgern und Besuchern eine 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. Kommunikations- und Stadtentwicklungsexperten, darunter unter anderem ein Fanforscher und der Marketingleiter von Borussia Dortmund, gehen der Frage auf den Grund, wie Stakeholder zu Fans einer Stadt werden können. Am zweiten Tag 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. 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

[Digitales Stadtmarketing](#)

Seite 4

[Pauschalreiserichtlinie](#)

[Leitfäden für Tourist-Informationen](#)

[Jetzt bewerben: Kulturmarken-Award](#)

Seite 5

[Magazin zu Leerständen](#)

[Jobbörse](#)

Seite 6

[Fördermitglieder](#)

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 7

[Einzelhandelslabor Südwestfalen](#)

[Bielefelder Markenentwicklung](#)

Seite 8

[Unterstützerkampagne Herne](#)

[Future Meeting Space](#)

[Die Welt in 180 Sekunden](#)

[Sumerland](#)

Seite 9

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 10

[Aktuelle Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

Seite 11

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

Seite 12

[Terminkalender](#)

ANZEIGE



innenstadt 3.0
powered by SirkalCom

Die ganze Stadt in einer App

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

Jetzt starten!

www.Innenstadt30.de

www.innenstadtgo.de

Digitale Ansätze im Stadtmarketing



Am ersten **Bremer Instawalk** der Bremer Touristik Zentrale haben zahlreiche Instagram-Nutzer teilgenommen und sehenswerte Eindrücke von der Stadt fotografiert und gepostet. Eine Fortsetzung ist bereits in Planung. Eine ähnliche Zielsetzung verfolgt das **Sylter InstaMeet**. Als ein Musterbeispiel für die städtische Nutzung von Instagram gilt Nürnberg. **Hier** finden Sie ein Interview mit dem Verantwortlichen der Stadt. Aber nicht nur große Städte nutzen Instagram, auch die Stadt **Forchheim** nutzt beispielsweise das Bilder-Netzwerk.

In **Neuburg an der Donau** wurden Bürger aufgerufen, Fotos von sich beim Bummeln, Shoppen, in der Freizeit oder mit Freunden zu machen und dabei auch die Stadt darzustellen. Die besten Fotos werden per Internet-Abstimmung ausgewählt und für die Imagekampagne der Stadt verwendet.

Basel landete einen viralen Hit mit dem Video **Pokémon gone wild**, dass die Rache der Pokémon an ihren Sammlern zeigt und Touristen eine Stadterkundung mit der App nahelegt.

Regensburg verbindet über das Internet Einheimische mit Gästen. Bürger können Angebote einstellen, beispielsweise gemeinsam die Stadt zu erkunden oder zu kochen, auf die sich die Gäste dann melden können. Für die realen Treffen wird ein Raum neben der Tourist-Information bereit gehalten. **Hier** finden Sie Informationen zum Projekt.

Die Stadt Minden nutzt die Beacon-Technologie. 40 über die Stadt verteilte Sender schicken interessierten Besuchern Push-Nachrichten, beispielsweise zu Sehenswürdigkeiten oder Einzelhandelsangeboten. Die **Beacon-Meile** ist Teil des Gesamtkonzeptes **Digitales Minden**, das unter anderem auch QR-Codes im Pflaster, Social-Media-Präsenz und Webcams umfasst. Diepholz konnte den Wettbewerb „Die digitale Innenstadt“ für sich entscheiden und wird nun die Plattform „Diepholz bei ebay“ aufbauen. Dazu finden Sie **hier** Informationen.

Eine Studie zur Digitalisierung in deutschen Städten hat kürzlich das Beratungsunternehmen PwC veröffentlicht. Dazu wurden 200 Kommunen und 25 Experten befragt. Die Studie können Sie **hier** herunterladen.

ANZEIGE



Berufsbegleitender Weiterbildungsstudiengang „City-, Stadt- und Regionalmanagement“



Institut für City- und
Regionalmanagement
Ingolstadt e.V.

Jetzt informieren und anmelden:
www.icr-studium.de

in Kooperation mit

cima.

bcsd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

www.icr-studium.de

Stellungnahme zur Pauschalreiserichtlinie



Der Deutsche Tourismusverband sowie zahlreiche weitere touristische Verbände haben sich in einem offenen Brief an Bundesjustizminister Maas gewandt und den Referentenentwurf zur Pauschalreiserichtlinie harsch kritisiert. Die Verbände erwarten deutliche Nachteile für die deutsche Tourismuswirtschaft, sollte das Gesetz in dieser Form zur Anwendung kommen. Der Verbraucherschutz werde eingeschränkt und Beherbergungsbetriebe, Reiseveranstalter, Reisebüros, Busunternehmen sowie Tourismusorganisationen würden in ihrer Existenz bedroht. Konkret wird gefordert, Vermittler einzelner Reisebestandteile nicht mit Reiseveranstaltern gleichzusetzen, die Pauschalreise praxistauglicher zu definieren und Einzelleistungen explizit auszuklammern. Die Stellungnahme finden Sie **hier**. Den Referentenentwurf finden Sie **hier**.

Leitfäden für zeitgemäße Tourist-Informationen erschienen

Sowohl der Landestourismusverband Sachsen e.V. als auch die Thüringer Tourismus GmbH haben jeweils einen Leitfaden zur Optimierung / Professionalisierung der Tourist-Informationen herausgegeben. Da die Herausforderungen für Tourist-Informationen nicht länderspezifisch sind, finden sich dort auch Anregungen für Tourist-Informationen aus anderen Teilen Deutschlands. Der sächsische Leitfaden kann **hier** heruntergeladen werden. Die Thüringer Broschüre kann **hier** bestellt werden. Darüber hinaus existiert in Thüringen ein Handlungsleitfaden zur Arbeitsteilung zwischen lokalen und regionalen Tourismus-Organisation sowie zum Change-Management hin zu passenden Strukturen. Diesen finden Sie **hier**.

Bewerbungsfrist Kulturmarken Award bis zum 7. September verlängert



Die Bewerbungsfrist für den Kulturmarken Award wird um eine Woche – bis zum 7. September – verlängert. Wir rufen Sie auf, sich für den „Preis für Stadtkultur“ zu bewerben, der von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland präsentiert wird.

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.

Die Preisträger werden von einer 34-köpfigen Jury unter Vorsitz von Prof. Dr. jur. Oliver Scheytt ausgewählt und am 3. November im Rahmen der Kulturmarken Gala in Berlin ausgezeichnet. Parallel findet am 3. und 4. November der Kultur Invest Kongress statt. Die Anmeldung zum Kongress finden Sie **hier**. Zu der Ausschreibung des Kulturmarken Awards in sieben verschiedenen Kategorien gelangen Sie **hier**. Zur Ausschreibung des „Preises für Stadtkultur“ gelangen Sie **hier**. bcsd-Mitglieder erhalten 30% Rabatt auf die Bewerbungsgebühren. Wir freuen uns auf zahlreiche interessante Bewerbungen aus dem Stadtmarketing.

Magazin Innenstadt widmet sich dem Leerstandsmanagement



Das Magazin des Netzwerk Innenstadt NRW widmet sich dem Dauer-Thema Leerstandsmanagement. Nach Einordnung des Phänomens und einer systematischen Kategorisierung wird die Problematik in vier Städten exemplarisch betrachtet. Beiträge, Interviews und Statements von Experten führen tiefer in die Materie und die Handlungsmöglichkeiten der Städte und auch des Handels ein. Zahlreiche Lösungsansätze und Praxisbeispiele runden die Publikation ab, die darüber

hinaus Empfehlungen für weiterführende Literatur gibt. Die Ausgabe des Magazins Innenstadt ist **hier** in voller Länge zu finden.

Jobbörse

Geschäftsführer/-in für die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Paderborn mbH



Als Geschäftsführer/-in der Wirtschaftsförderungsgesellschaft zählen die Weiterentwicklung und -vermarktung des Wirtschaftsstandorts Paderborn mit den Aufgabenschwerpunkten Standortentwicklung und Unternehmensservice zu Ihren zentralen Herausforderungen. Zudem steht, vor dem Hintergrund des Digitalen Wandels, der chancenorientierte Ausbau des IT- und Technologiestandorts Paderborn im Vordergrund. In Ihrer Funktion pflegen Sie Kontakt zu allen relevanten Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Universität und entwickeln vorhandene Unternehmensnetzwerke weiter. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** zu finden.

Marketing-Mitarbeiter/-in für die Tourismus und Stadtmarketing Husum GmbH

Als Marketing-Mitarbeiter/-in kümmern Sie sich um Pressearbeit und Content-Redaktion, v.a. für den Web-Auftritt, eMail-Newsletter und die Social Media-Kanäle. Auch die Bearbeitung von Printmedien und Media-



Werbung in Zusammenarbeit mit Agenturen zählt zu Ihren Hauptaufgaben. Mit unseren Leistungsträgern arbeiten Sie zusammen und betreiben kooperatives Marketing mit unseren

Tourismus-Partnern. Darüber hinaus übernehmen Sie weitere Aufgaben und Projekte, wie z.B. die konzeptionelle Entwicklung neuer Aktivitäten oder die Bearbeitung neuer Marketing-Projekte und wirken an der Gremienarbeit mit. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Leiterin / Leiter touristischer Vertrieb für die Heilbronn Marketing GmbH



Als Leiter/-in touristischer Vertrieb zeichnen Sie für die Leitung der Tourist-Information Heilbronn (derzeit 10 Mitarbeitende) verantwortlich. Betriebsprozesse sowie Qualitätssicherung werden von Ihnen ebenso weiterentwickelt, wie die Tourist-Information. Mit Projektpartnern kooperieren Sie eng und betreuen Leistungsträger, wie zum Beispiel die BUGA2019, experimenta, Gastronomie. Zudem stimmen Sie Maßnahmen mit den Geschäftsbereichen Marketing, Event, City Management und Interne Services (Veranstaltungsstätten) der Heilbronn Marketing ab und unterstützen die Umsetzung der neuen Marke Heilbronn. Die Präsentation der Stadt Heilbronn auf Messen und Veranstaltungen zählt ebenfalls zu Ihren Aufgaben. Im Bereich Tagungs- und Kongressmanagement entwickeln und vertreiben Sie Angebote. Ihre Position beinhaltet auch Budgetverantwortung im Rahmen des Wirtschaftsplanes. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd

Das Unternehmen itour city guide GmbH wurde im Jahr 2005 in Weimar gegründet und ist seit 2013 auch am Technologiestandort Berlin-Adlershof vertreten. In diesem Jahr wurde außerdem die Guiding Group ins Leben gerufen, ein Verbund aus etablierten Unternehmen im Audioführungsbereich. Neben itour als Gründungsmitglied, gehören sowohl die tomis GmbH & Co KG, München, die Cruso GmbH für Informations- und Navigationssysteme, Berlin und die iGuide Media GmbH aus Weimar dazu. Wir bieten Führungstechnik und Content-Produktion aus einer Hand – Von Leihgeräten für den Individualtouristen und Tourguide-Systemen für Gruppenreisen, bis hin zu mobilen Webseiten und Apps und Phoneyguidesystemen können wir unseren Kunden so maßgeschneiderte Lösungen anbieten. Über 100 Partner aus Tourismus und Kultur machen uns zum führenden Anbieter von audio-visuellen Stadtrundgängen im deutschsprachigen europäischen Raum. Im Rahmen dieses Partner-Netzwerkes verstehen wir uns aber nicht nur als Dienstleister, sondern auch als unterstützende Vermarktungs- und Vertriebsagentur für Städte und Gemeinden. 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.

Stadtmarketing Mannheim GmbH

STADTMARKETINGMANNHEIM² Die Stadtmarketing Mannheim GmbH wurde 2001 als bundesweit eine der ersten Public-Private-Partnerships (PPP) im Stadtmarketing-Bereich gegründet. 49 Prozent der Anteile der GmbH trägt die Stadt Mannheim, die anderen 51 Prozent halten 21 namhafte Mannheimer Unternehmen. Gegründet wurde das Stadtmarketing, um das Image Mannheims zu verbessern, die Wettbewerbsfähigkeit Mannheims im konkurrierenden Umfeld weiter auszubauen, die Attraktivität der Stadt nach innen und außen zu steigern sowie gut ausgebildete Fachkräfte und junge Talente langfristig für Mannheim zu begeistern. Aktuell arbeiten für das Stadtmarketing neben der Geschäftsführerin Karmen Strahonja neun Festangestellte sowie eine Studentin der Dualen Hochschule Baden-Württemberg und eine Praktikantin. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Modellprojekt zur Stärkung der Online-Kompetenz von Einzelhändlern – Das Einzelhandelslabor Südwestfalen



Dass der Online-Handel zunimmt und zu einer ersthafte Herausforderung für den stationären Handel geworden ist, kann allorten beobachtet werden. Auch die Auswertung der bcsd-Umfrage 2015 zeigt, dass viele Einzelhändler noch Nachholbedarf in Sachen Online-Vermarktung haben. Seit April 2016 gibt es nun ein Modellprojekt in Südwestfalen unter Leitung der IHK Arnsberg, welches auf regionaler Ebene ansetzt. In 27 Städten und Gemeinden werden Lösungen gesucht, wie sich stationäre Einzelhändler neue Vertriebs- und Kommunikationskanäle zu Nutze machen können. Das 36 Monate laufende Projekt wird mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) finanziert.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#) sowie [hier](#) (Projektwebseite).

Bielefelder Markenbildung: Neues Fördernetzwerk Bielefeld Partner gestartet

Der Bielefelder Stadtmarken-Prozess geht mit großen Schritten voran. Das Fördernetzwerk „Bielefeld-Partner“ ist Mitte Juli offiziell an den Start gegangen. Zahlreiche Bielefelder Unternehmen und Institutionen unterstützen als Sponsoren zukünftige Marketingmaßnahmen für die Stadt, die inhaltlich an den Kernthemen „lebenswerte Großstadt“, „starke Wirtschaft“ und „Stadt der Bildung und Wissenschaft“ ausgerichtet werden. Einen Überblick zum Bielefelder Prozess der Markenbildung sowie die bislang 30 Partner finden Sie [hier](#).

Unterstützerkampagne Herne

Unter dem Motto „Herne kann was“ hat das Stadtmarketing Herne im Rahmen der Unterstützerkampagne Bürger gebeten, die Stärken Hernes bzw. ihre positiven Assoziationen zu Papier zu bringen und einzusenden. So sind über 5.000 Karten eingegangen, die auf 45 Sammelkarten zusammengefasst wurden, die Sie **hier** finden. Ziel der Aktion war es, die positiven Seiten der Stadt ins Bewusstsein zu rücken und – auch mit Hilfe der Unterstützer – nach außen zu kommunizieren. Neben den Unterstützern kommt dem Markenrat, der sich aus drei Bürgern und 17 Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung zusammensetzt, eine wichtige Rolle zu. Er formuliert Thesen, legt Imagethemen fest und wählt eine der vom Stadtmarketing ausgearbeiteten Kampagnen aus, welche die Unterstützer dann transportieren. **Hier** finden Sie die Homepage zur Unterstützerkampagne.

Innovationsverbund Future Meeting Space – Zwischenergebnisse veröffentlicht

Im Innovationsverbund „Future Meeting Space“, den das German Convention Bureau mit dem Fraunhofer IAO und dem EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V. initiiert hat, werden derzeitige Entwicklungen in der Veranstaltungsbranche analysiert und systematisiert, um darauf aufbauend technische, organisatorische und räumliche Anforderungen für erfolgreiche Veranstaltungen zu entwickeln. Der **hier** erhältliche Innovationskatalog bildet bereits eine Reihe von Trends ab: In der neuen Generation von Tagungs- und Kongressteilnehmern gewinnen zum Beispiel Sharing-Konzepte und die Individualisierung des Konsums an Bedeutung.

Die Welt in 180 Sekunden



Das Goethe-Institut und die Deutsche Journalistenschule haben gemeinsam mit jungen Journalisten und Filmemachern eine Filmreihe gestartet, die aus mehreren Staffeln mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten besteht. Dabei werden in je 180 Sekunden langen Filmen Impressionen aus Städten aus aller Welt vermittelt. Was bewegt die Einwohner? Wie entwickelt sich die Stadt? Wie stellen sich die Bewohner die Zukunft vor? So erhält der Zuschauer Eindrücke aus verschiedenen Kulturen und einen interessanten Einblick in die unterschiedlichen Herausforderungen und Lebensweisen. Zur Projekt-Homepage gelangen Sie **hier**.

Sumerland – der Blick aus der Stadt in eine andere Welt

Das Tor zur Welt von Sumerland ist der Münchner Olympiapark. Durch die App des Geländes können Nutzer des Augmented-Reality-Spiels Sumerland in eine zweite Realität blicken und ähnlich einer Schnitzeljagd besondere Symbole auf dem Areal aufspüren. Werden diese mit der Kamera des Mobilgeräts betrachtet, lässt ein magisches Zeichen einen Blick hinter die Illusion



Beispiel des Sumerland-DIN A1-Plakats aus dem Olympiapark München

unserer Welt zu. Gleichzeitig wird für den Spieler ein Rätsel freigeschaltet, das es mit Geschick und vor allem Konzentration zu lösen gilt. Mit der sogenannten Augmented-Reality-Technologie, die dem Spiel zugrunde liegt, werden „Risse“ in der Realität dargestellt und digitale Inhalte somit in das reale Umfeld eingebettet. Diese neuartige Technologie sorgt für Begeisterung und lädt Menschen ein, die eigenen vier Wände zu verlassen und auf Entdeckungstour zu gehen. Anders als beispielsweise Pokémon go, welches sich ebenfalls der Augmented-Reality-Technologie bedient, richtet sich Sumerland durch die zu lösenden Rätsel eher an ältere Jugendliche und Erwachsene. Den Entwicklern war es sehr wichtig, Sumerland nicht nur als spaßige Unterhaltung zu konzipieren, sondern kulturelle Realitätsbezüge herzustellen. Die Integration von Sumerland in die Olympiapark-App war hierbei nur ein erster Schritt, denn mittlerweile ist Sumerland als eigenständiges Augmented-Reality-Spiel erhältlich, welches als modernes und attraktives Angebot sowohl in Städten und Kommunen, als auch bei großen Festivitäten faszinieren kann. Allgemeine Informationen zu Sumerland finden Sie **hier**. Informationen zu Sumerland im Olympiapark finden Sie **hier**. Den Antrag zum Erwerb des Spiels und aller zusätzlichen Leistungen finden Sie **hier**.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcsd-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendexplorer. Nähere Informationen zum Trendexplorer finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: **schomburg@trendone.com**.

Bergdorf hebt für Touristen ab



Die Werbeagentur Jung von Matt/Limmat hat eine Kampagne entwickelt, um Graubünden für Touristen interessant zu machen. Mittelpunkt der Kampagne war das Bergdorf Tschlin, das als einer der ruhigsten Orte der Schweiz gilt. In dem Dorf existiert ein Telefon für die insgesamt 166 Einwohner. Die Agentur machte die Telefonnummer bekannt und bot Anrufern die Möglichkeit, einen Gratisurlaub zu gewinnen, sollten es die Dorfbewohner nicht schaffen, schnell genug ans Telefon zu gehen. Das Ergebnis: Im Kampagnenzeitraum von knapp einer Woche

fürten die Dorfbewohner 4000 Gespräche und die Kampagnenwebseite lockte über eine halbe Million Besucher an.

Häuser als E-Auto-Tankstellen



Der Autohersteller Renault bietet in Schweden den Service „Elbnb“ an, über den Fahrer von Elektrofahrzeugen gegen Gebühr Strom von Hausbesitzern beziehen können. Interessierte Hausbesitzer registrieren sich dafür zunächst auf der Seite und richten eine Ladestation bei sich ein. Diese wird dann auf einer Karte bei „Elbnb“ angezeigt, sodass

Fahrer in der Nähe sie finden und dort Strom tanken können. Den Preis dafür legt der Hausbesitzer fest. Gerade in einem großen und schwach besiedelten Land wie Schweden könnte dieser Ansatz für eine bessere Infrastruktur in Bezug auf Elektromobilität sorgen.

Sonderzug für „Pokémon Go“-Spieler



Die Rheinbahn und der Mobilfunkanbieter Vodafone haben einen Sonderzug für Spieler der App „Pokémon Go“ durch Düsseldorf fahren lassen. Die mit zahlreichen Pokémon-Symbolen verzierte „Poké-Bahn“ fuhr eine 30 Kilometer lange Strecke ab, an der sich besonders viele Pokéstops befinden. Darüber hinaus legte das Unternehmen entlang der Strecke zahlreiche Lockmodule aus. Für acht Euro konnten 77 Pokémon-Fans an der dreistündigen Fahrt teilnehmen.

Vodafone spendierte kostenloses WLAN und erfrischte die Spieler mit Energydrinks. Über zehn LTE-Router erfolgte der Highspeed-Zugang.

Aktuelle Wettbewerbe

An dieser Stelle berichten wir (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) über neue oder laufende Aktionen, Aufrufe und Wettbewerbe, 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 05. September 2016, Philips Lighting and LUCI (Lighting Urban Community International)

Jetzt noch anmelden: Preis für Stadtkultur/ Kulturmarken Award, verlängert bis 07. September 2016, Causales in Kooperation mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

bcsd-Mitglieder erhalten Rabatt auf die Bewerbungsgebühren.

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

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

Projektaufruf Baukultur und Tourismus – Kooperation in der Region, bis 20. September 2016, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)

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

Förderwettbewerb MINT-Regionen, bis 30. September 2016, Stifterverband und Körber-Stiftung

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

Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland 2016/2017, ab November 2016, Deutscher Tourismusverband (DTV), Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Bundesamt für Naturschutz (BfN)

Hier finden Sie regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

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**, München

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

Terminkalender

- 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, **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
21. Oktober 2016, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Baden-Württemberg**, Tübingen
02. – 04. November 2016, **Deutscher Tourismustag 2016**, Deutscher Tourismusverband, Dortmund
02. November 2016, **Treffen des bcsd-Landesverbands Nordrhein-Westfalen**, Essen
- 03./04. November 2016, **8. KulturInvest-Kongress**, causales, Berlin
09. November 2016, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Niedersachsen-Bremen**, Peine
11. November 2016, **2. Martini-Tagung der Angewandten Geographie Schwaben: Place Branding - Städte und Regionen auf dem Weg zur Marke**, DVAG Regionalforum Schwaben, Universität Augsburg, Augsburg
16. – 18. November 2016, **Eurocities: Sharing Cities**, Mailand, Italien
21. November 2016, **Parlamentarischer Abend**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Berlin
21. November 2016, **Stadtmarketingtag Baden-Württemberg**, Handelsverband Baden-Württemberg, Stuttgart
- 25./26. November 2016, **4. Bremer Freizeitkongress – Gesundheit in der entwickelten Erlebnisgesellschaft**, Hochschule Bremen, Bremen
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.