

Newsletter 08-2018

Jetzt anmelden: Deutsche Stadtmarketingbörse 2018

Get in touch – Digitalisieren ist menschlich

23. bis 25. September in Ludwigsburg



Foto: Staatliche Schlösser und Gärten, Michael Mende

Die Digitalisierung verändert die Lebensgewohnheiten der Menschen und dadurch verändert sich auch der aktuelle Begriff von Lebensqualität. So wandeln sich beispielsweise das Kommunikations-, Informations- und Einkaufsverhalten. Insgesamt steigen die Erwartungen an das Service- und Erlebnisniveau der Innenstadt.

Die Digitalisierung schafft eine unübersichtliche Vielfalt neuer Servicemöglichkeiten und Geschäftsmodelle. Umso schwieriger haben es diejenigen, die damit umgehen müssen. Die Faktoren der neuen Möglichkeiten digitaler Lösungen, die veränderten Gewohnheiten auf der Nachfrage-Seite sowie die zeitliche Dimension und Dynamik, die dafür sorgt, dass heute funktionierende Ansätze bereits morgen schon überholt sein können, machen das Feld der Digitalisierung zu einem unübersichtlichen und erfordern ein neues Denken im Stadtmarketing.

Um einen besseren Überblick über die Möglichkeiten, neue Geschäftsmodelle und auch Irrwege der Digitalisierung zu geben, wird die Deutsche Stadtmarketingbörse 2018 spannende Impulsbeiträge renommierter Redner und zahlreiche Beispiele aus der Praxis bieten, die die Themenfelder digitales Stadterlebnis, Datennutzung sowie neue technische Möglichkeiten und Infrastruktur ausleuchten.

Wir treffen uns in Ludwigsburg, dessen Erhebung zur Stadt sowie zur dritten württembergischen Residenz sich 2018 zum 300. Mal jährt. Das Stadtbild ist bis heute stark von der barocken Stadtplanung geprägt.

Wir freuen uns darauf, Sie in Ludwigsburg zu begrüßen!

Programm und Hoteltipps

Anmeldung

Themen

Seite 1

[Deutsche Stadtmarketingbörse](#)

Seite 2

[Seminar zu Recht im
Stadtmarketing](#)

Seite 3

[Internationaler Austausch](#)

[Preis für Stadtkultur /
Kulturinvest-Kongress](#)

Seite 4

[Diskussionspapier
Wirtschaftsförderung](#)

Seite 5

[Cities & Lighting](#)

[Nachtleben](#)

Seite 6

[Planungshilfe
Reisemobilstellplätze](#)

[Einkaufshelden Braunschweig](#)

[Plakatkampagne Vilnius](#)

Seite 7

[Positive Tourismuszahlen](#)

[Landes- / Publikumssieger
Deutscher Nachbarschaftspris](#)

[Jobbörse](#)

Seite 9

[Herzlich willkommen – Die neuen
Mitglieder](#)

Seite 10

[Fördermitglieder](#)

Seite 11

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 12

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

[Termine des
Weiterbildungsangebotes ICR](#)

Seite 13

[Terminkalender](#)

Anzeige



ANDREAS HADERLEIN
LOCAL COMMERCE
Wie Städte und Innenstadthandel die digitale Transformation meistern

LOCAL COMMERCE ALLIANCE

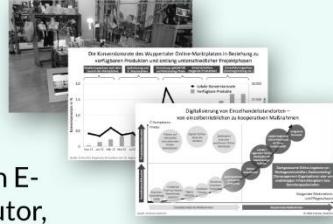
Autor: Andreas Haderlein
Local Commerce Alliance, 2018
301 Seiten • 30 Abb. • Hardcover
€ (D) 49,90 | € (A) 51,30 | UVP: sFr 55,20
ISBN: 978-3-00-058854-9

Buch jetzt erhältlich!
LOCAL COMMERCE
Wie Städte und Innenstadthandel die digitale Transformation meistern

Wie gehen unsere Städte und der lokale Handel mit den Herausforderungen der Digitalisierung und dem zunehmenden E-Commerce um? Der Autor, Impulsgeber der viel beachteten „**Online City Wuppertal**“, liefert konkrete Lösungsansätze.

Alles, was Sie über lokale Online-Marktplätze und das Projektmanagement von digitalen City-Initiativen wissen müssen.

Ein zukunftsweisender Ratgeber inklusive buchbegleitender Wissensdatenbank auf www.localcommerce.info.



[Zur Homepage](#)

bcsd-Seminar zu Recht im Stadtmarketing



Die Rechtsprechung verändert sich, sie wird mit neuen Urteilen anders ausgelegt, neue Vorschriften kommen hinzu und alte fallen weg.

Umso wichtiger ist es, für Neueinsteiger genauso wie für erfahrene Geschäftsführer, den Überblick nicht zu verlieren und sich regelmäßig weiterzubilden, um alle wichtigen Veränderungen auf dem Radar zu haben. Am 10. Oktober navigiert Sie der Rechtsbeistand des bcsd e.V., Andreas Schriefers vom anwaltsKONTOR Schriefers Rechtsanwälte, durch das Seminar „Kleines 1*1 für Geschäftsführung und Betriebsleitung – Recht im

Stadtmarketing – Stadtmarketing im Recht“. Es werden zahlreiche Aspekte und Fragestellungen des vergabe-, EU-beihilfen- und steuerrechtlichen Alltags im Stadtmarketing aufgegriffen und praxisbewährte Arbeitshilfen für die Bewältigung der Organisationsentwicklung vermittelt. Im

Kontext der in den letzten Jahren teils kontrovers geführten Diskussionen zum EU-Beihilferecht wird ein Fazit gezogen, welches die Standortbestimmung im „eigenen Fall“ ermöglichen soll. Entgegen der verbreiteten Meinung ist das Thema keineswegs abgeschlossen.

Rechtsanwalt Andreas Schriefers hat bereits zahlreiche Stadtmarketingorganisationen von der Frage nach der richtigen Rechtsform über die Finanzierung bis hin zur Einbindung ins städtische Gefüge begleitet und hat gemeinsam mit der Rechtsanwältin Alexandra Schriefers u.a. einen Beitrag zum **Praxishandbuch City- und Stadtmarketing** geleistet, das zu Beginn dieses Jahres erschienen ist und erstmals das Berufsbild Stadtmarketing umfassend definiert. Das Seminar und der Beitrag seien allen empfohlen, die in Sachen Vergabe-, Beihilfe- und Steuerrecht auch weiterhin sicher unterwegs sein wollen. Das Seminar findet in Düsseldorf statt.

Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie [hier](#).

bcsd tauscht sich international aus

Der Geschäftsführer der bcsd, Jürgen Block, hat auf Einladung an einem Treffen europäischer Stadtmarketing-, Handels- und Mittelstandsverbände beim Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss in Brüssel teilgenommen. Ziel ist die gemeinsame Entwicklung eines europäischen Weißbuchs, in dem Maßnahmen zur Förderung von Innenstadt und Handel aufgeführt werden. Die bcsd beteiligt sich, indem sie Projekte aus ihren Mitgliedsstädten einbringt und aktuelle Entwicklungen und Trends aus Deutschland aufzeigt. Eine wichtige Quelle ist dabei der **Projektpool** der bcsd, in dem vielfältige erfolgreiche Ansätze zur Förderung der Innenstadt vertreten sind. 2019 soll das abgestimmte Weißbuch der Europäischen Kommission vorgelegt werden.

Jetzt noch bewerben für den Preis für Stadtkultur 2018



Auch dieses Jahr verleiht die bcsd im Rahmen des Kulturmarken Awards der Agentur Causales den „Preis für Stadtkultur“ für vorbildliche Impulse in Städten in Form von Projekten, Aktionen oder Kampagnen, die – möglichst mit Langzeitwirkung – die Stadtkultur als Kultur des städtischen Zusammenlebens begreifen und fördern. Der Preis

zeichnet Projekte aus, in denen sich die Stadtgesellschaft stark mit ihrer Stadt identifiziert, zusammenhält und ihre Stärken unter Beweis stellen kann, damit Erhalt und Ausbau von Lebensqualität besser gelingen können. Sie haben noch bis zum 7. September Gelegenheit, sich für diesen Preis zu **bewerben**. Auch in den anderen Kategorien des **Kulturmarken Awards** ist die Bewerbung noch möglich. Verliehen wird der Preis im Rahmen des KulturlInvest-Kongresses, der am 12. und 13. November in Berlin stattfinden wird. Neben zahlreichen Impulsen aus der Kulturwirtschaft wird es auch ein Panel zum Themenfeld Stadt, Kultur und Stadtkultur geben, das von der bcsd unterstützt wird. Das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie [hier](#).

Anzeige

The advertisement features a background image of red and green apples. At the top left, it says "Praxisworkshops". At the top right, the "imakomm AKADEMIE" logo is displayed. The main title "DIE STADT/GEMEINDE ALS MARKE" is in large red capital letters. Below it, the subtitle "Ansätze, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen aus der kommunalen Praxis" is in smaller grey text. On the left, under "WAS?", there's a list of what the workshops offer, including exclusive study results, methodological approaches, implementation tips, and practical reports. Under "WER?", it specifies that the workshop is aimed at municipal representatives from various fields and interested parties. A partner logo for "ATTACKE WERBEAGENTUR" is at the bottom left. Two circular green callouts on the right provide details for two events: "WEIL DER STADT (Raum Stuttgart) 22. Oktober 2018 12 – 17 Uhr" and "SELIGENSTADT (Raum Frankfurt) 25. Oktober 2018 12 – 17 Uhr". A blue text box at the bottom right provides further information and a website.

Praxisworkshops

DIE STADT/GEMEINDE ALS MARKE
Ansätze, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen
aus der kommunalen Praxis

WAS?
Inhalte des Praxisworkshops:

- ✓ Exklusive Ergebnisse der neuen imakomm-Studie „Die Stadt als Marke“ (Teilnehmer: 189 Kommunen aus Süddeutschland)
- ✓ Methodische Ansätze und Umsetzungstipps zur Profilierung von Städten und Gemeinden
- ✓ Praxisberichte und Erfahrungsaustausch der Teilnehmer und Referenten

WER?
Der Workshop richtet sich an:

- ✓ Kommunale Vertreter aus den Bereichen Wirtschaftsförderung, Tourismus, Stadtmarketing, Citymanagement, Bürgermeister
- ✓ Insbesondere auch kleine und mittelgroße Kommunen
- ✓ Alle weiteren Interessierten

Partner: **ATTACKE** WERBEAGENTUR

WEIL DER STADT
(Raum Stuttgart)
22. Oktober 2018
12 – 17 Uhr

SELIGENSTADT
(Raum Frankfurt)
25. Oktober 2018
12 – 17 Uhr

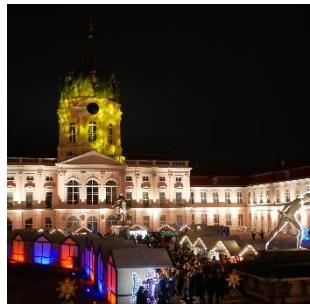
Weitere Informationen und den Anmeldebogen finden Sie unter www.imakomm-akademie.de (Veranstaltungen)

[Zur Homepage](#)

Diskussionspapier zur Wirtschaftsförderung

Der Deutsche Städtetag hat sein Diskussionspapier zur Wirtschaftsförderung angesichts der neuen Herausforderungen, die die fortschreitende Digitalisierung, Globalisierung und der demographische Wandel mit sich bringen, überarbeitet. Es zeigt aktuelle Aktivitäten und Fragestellungen der Städte und Unternehmen sowie die Bedeutung von Standortmarketing auf und gibt Handlungsempfehlungen, wie verbesserte Bedingungen für die Wirtschaft geschaffen werden können. Dabei spielt auch der Erhalt lebenswerter, lebendiger Innenstädte eine Rolle. Hier finden Sie das Papier.

Neue Ausgabe Cities & Lighting erschienen



Die siebte Ausgabe des Magazins Cities & Lighting steht unter dem Titel „Night in a new Light“ und handelt von der neuen Interpretation der Nacht als belebendes Element des Stadtlebens, in dem sich Menschen begegnen und den öffentlichen Raum nutzen, der abends und nachts anderen Anforderungen genügen muss als tagsüber und teils an völlig anderen Stellen frequentiert ist. Im Heft werden Beispiele vornehmlich europäischer Städte vorgestellt, in denen Licht zur Inszenierung des öffentlichen Raums eingesetzt wird. Dazu zählt beispielsweise das 100-jährige Jubiläum Estlands, das in Tallinn mit Licht in Szene gesetzt wird, die futuristische Beleuchtung eines Kreisverkehrs in Pula, ein Führer zu Lichtkunst in Rotterdam, das Lichtkonzept Straßburgs für Unterführungen und Tunnel sowie ein Lichtfestival in Kopenhagen. **Hier** finden Sie die aktuelle Ausgabe von Cities & Lighting. Dem Thema Licht im urbanen Raum wird sich auch die kommende Ausgabe der Fachzeitschrift STADT und RAUM widmen. Bis zum 10. September 2018 können Projekte zur Inszenierung von Stadtplätzen, Straßen, Fassaden, Parks und öffentlichen Räumen an fachzeitschrift@stadtundraum.de gesendet werden.

Nachtleben / Nachtbürgermeister in Mannheim



Ein Ansatz den Fragestellungen der Abendökonomie und vor allem den daraus entstehenden Konflikten zu begegnen ist der Einsatz eines Nachtbürgermeisters, der in Mannheim zum ersten Mal in Deutschland gewählt wurde. **Hier** finden Sie einen Artikel zum Nachtbürgermeister in Mannheim. Selbstverständlich bemühen sich die deutschen Städte aber bereits seit Längerem, das Nachtleben verträglich und sicher zu

gestalten. Ein Beispiel ist das Projekt **Sicheres Nightlife** Karlsruhe, bei dem beispielsweise Hausverbote gleich für alle angeschlossenen Lokalitäten erteilt werden. In Großbritannien verleiht die Association of Town and City Management besonders vorbildhaften Standorten der Abend- und Nachtkonomie das Qualitätssiegel „Purple Flag“. Zu den Voraussetzungen gehört beispielsweise, dass man nach dem Ausgehen sicher nach Hause kommt, das Angebot unterschiedliche Gruppen anspricht und der Ort auch tagsüber attraktiv ist. **Hier** erfahren Sie mehr darüber. Eine interessante Informationsquelle ist auch das Forschungsprojekt **stadtnachacht**, das zahlreiche Informationen zum urbanen Nachtleben und dessen Steuerung bereithält, darunter ein **Artikel** mit der Forderung, angesichts der abnehmenden Bedeutung des Handels Stadtzentren wieder stärker als Orte der Begegnung und sozialen Interaktion zu planen.

Planungshilfe für Wohnmobilstellplätze



Urlaub mit dem Wohnmobil ist im Trend und hat in den letzten Jahren eine enorme Steigerung erlebt. Insgesamt sind mittlerweile 450.000 Reisemobile in Deutschland zugelassen, geschätzt mehr als 100.000 Busse etc. wurden darüber hinaus zu Wohnmobilen umgebaut. Das bevorzugte Reiseziel ist dabei Deutschland. Viele Gemeinden nutzen diesen Trend und legen außerhalb von Campingplätzen gesonderte Stellplätze, häufig in fußläufiger Entfernung zur Innenstadt, an. Dabei können auch Gemeinden im ländlichen Raum profitieren. Die vom Deutschen Tourismusverband veröffentlichte **Planungshilfe** beinhaltet unter anderem Kennzahlen wie Alter, Nettoeinkommen und Reisegewohnheiten der Wohnmobilisten, gibt Hinweise zur Standortwahl, zu planungsrechtlichen Grundlagen, zur Wirtschaftlichkeit und möglicher Infrastruktur. Die Studie **Wirtschaftsfaktor Camping- und Reisemobiltourismus** des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) finden Sie [hier](#) zum Download.

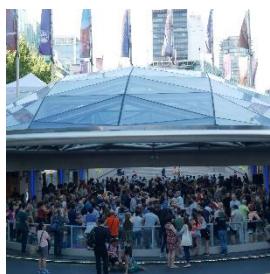
Einkaufshelden erleichtern Einkauf in Peine und Braunschweig

Das von der Stadt Braunschweig im Rahmen der Smart City Initiative mit 15.000 Euro geförderte Start-Up „Einkaufshelden“ führt über eine App Angebot und Nachfrage im innerstädtischen Einzelhandel zusammen. Nach einer einjährigen Testphase in Peine startet das Angebot nun mit zunächst 50 teilnehmenden Geschäften in Braunschweig. Nutzer können nach erfolgter Installation der App ihre Anfragen, beispielsweise Hosen einer bestimmten Marke, eingeben. Der Algorithmus der Einkaufshelden verteilt diese Anfrage dann unter den Händlern, die mit Bild und Preisen des Produkts antworten können. Auch ein Chat zwischen Händlern und Nutzern ist möglich. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen.

Vilnius sorgt mit Kampagne für Aufmerksamkeit und Irritationen

Die litauische Hauptstadt Vilnius hat eine Marktanalyse durchgeführt, deren Ergebnis war, dass die Stadt als Reisedestination im Rest Europas – zu Unrecht – weitgehend unbekannt ist. Um das zu ändern, wurde eine Kampagne aufgelegt, die Vilnius als den G-Punkt Europas bewirbt. Die Logik dahinter, die auf den in London und Berlin geschalteten Plakaten auch gleich erklärt wird: Niemand weiß genau wo es liegt, wenn man es dann aber findet, ist es wunderbar. Die Aufmerksamkeit übersteigt die für übliche Plakatkampagnen sicher um ein Vielfaches, allerdings gab es im Land auch Kritik, dass das Image beschädigt und die Kampagne beim anstehenden Papstbesuch für Irritationen sorgen könnte. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen zu der Aktion.

Positive Tourismuszahlen nach erstem Halbjahr



Die Übernachtungszahlen in deutschen Unterkünften brechen erneut Rekorde. Damit setzt sich ein Trend fort, der bereits seit Längerem anhält. Im ersten Halbjahr 2018 konnte eine Steigerung der Nächtigungen um vier Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erreicht werden, was in der Summe 214 Millionen Übernachtungen bedeutet. Der DTV rechnet aufgrund der warmen Temperaturen im Sommer mit einer weiteren Steigerung. **Hier** finden Sie weitere Informationen. Auch der BTW-Tourismusindex des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft verzeichnet eine deutliche Steigerung von fünf Prozent bei Tagesreisen. Vor allem der Besuch von Veranstaltungen, von Freunden und Verwandten sowie Reisen zum Ausgehen/Vergnügen sind für den Anstieg verantwortlich. Tagesreisen machen etwa ein Drittel aller Reisetage der Deutschen aus. **Hier** finden Sie weitere Informationen. Eine Grafik zu den Tourismusausgaben der Privatpersonen pro Kopf und Jahr auf Länder- und Landkreisebene finden Sie [hier](#).

Landessieger und Publikumspreisträger Deutscher Nachbarschaftspräis 2018



Die Landessieger des Deutschen Nachbarschaftspräises 2018 stehen fest. Aus über 1.000 Bewerbungen und 100 nominierten Projekten haben 60 Jurorinnen und Juroren aus Zivilgesellschaft, Stiftungswesen, Politik und Wissenschaft die 16 Landessieger ausgewählt, die für ihr besonderes nachbarschaftliches Engagement ausgezeichnet werden. Sie dürfen sich über 2.000 Euro Preisgeld freuen und haben außerdem die Chance, von einer weiteren Expertenjury zu einem der drei Bundessieger gewählt zu werden. In einer Online-Abstimmung wurde außerdem der Publikumsliebling ermittelt: Der Sieger "das Ickerner Bürgerpicknick" wird mit 5.000 Euro Preisgeld ausgezeichnet. Die Preisverleihung mit allen Gewinnern findet am 5. September in Berlin statt, dort werden auch die Bundessieger bekannt gegeben. Der Preis für nachbarschaftliches Engagement wird von der nebenan.de Stiftung verliehen und ist insgesamt mit über 50.000 Euro dotiert. Eine Übersicht der ausgezeichneten Projekte finden Sie [hier](#).

Jobbörse

Die Wirtschaftsagentur Neumünster GmbH sucht eine/n Eventmanager/in

Konzeption, Umsetzung und Nachbereitung von Events sind Ihre Kernaufgaben. Zudem obliegen Ihnen die Teilnehmerakquise und Kundenbetreuung inkl. Sponsorenakquise und Fundraising. Bei der Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere bei der Pflege der Internet-Präsenzen, wirken Sie aktiv mit. Des Weiteren übernehmen Sie Verwaltungsaufgaben und Vertragsabwicklungen. Das Team und

Akteure vor Ort werden von Ihnen bei der Umsetzung weiterer Stadtmarketingaktivitäten unterstützt. Bewerbungsschluss ist der 31. August 2018. **Zum Stellenangebot.**

Die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen Referent Wirtschaftsförderung (w/m/x)



**Wirtschaftsförderung
Sindelfingen GmbH**

Ihre Aufgabe umfasst die unterstützende und eigenverantwortliche Initiierung, Organisation und Umsetzung von Projekten zur Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Sindelfingen mit Fokus auf der Innenstadt und der Nahversorgung. Sie koordinieren und betreuen ansässige und ansiedlungsinteressierte Unternehmen sowie Fachgruppen. Zudem sind Sie verantwortlich für den Datenschutz i.S.d. DSGVO, erstellen Daten-, Markt und Wettbewerbsanalysen und bereiten die Ergebnisse entscheidungsfähig vor. Die Betreuung des Auftritts der Gesellschaft auf sindelfingen.org und in sozialen Netzwerken sowie die Begleitung unserer Aktivitäten im Rahmen des Standortmarketings übernehmen Sie mit Herzblut. Bewerbungsschluss ist der 15. September 2018. **Zum Stellenangebot.**

Der Markt Garmisch-Partenkirchen sucht einen Geschäftsführer (m/w/d) für Garmisch-Partenkirchen Tourismus

Der Markt Garmisch-Partenkirchen wird ab dem Jahr 2019 seine touristischen Aufgaben in der Rechtsform einer GmbH als hundertprozentige Tochtergesellschaft des Marktes organisieren. Als Geschäftsführer übernehmen Sie die strategische und operative Steuerung inkl. Neustrukturierung der GmbH mit ihrem fast 80-köpfigen Team in Abstimmung mit dem Gesellschafter. Bewerbungsschluss ist der 21. September 2018. **Zum Stellenangebot.**



Die Große Kreisstadt Leonberg sucht eine/n Citymanager/in

LEONBERG
G R O S S E K R E I S S T A D T

Ihre wichtigste Aufgabe ist die Erhöhung der Attraktivität der Altstadt und der gewachsenen Zentren in Leonberg. Sie sind Impulsgeber und Vermittler, pflegen die Netzwerke. Ebenso fallen die Entwicklung eines Marketingkonzeptes, die Planung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen und der Aufbau der Marke Leonberg in Ihre Verantwortung. Bewerbungsschluss ist der 23. September 2018. **Zum Stellenangebot.**

Die Bochum Marketing GmbH sucht eine/n Mitarbeiter/in Citymanagement

Die Abteilung lebt das Netzwerken mit Politik, Verwaltung und Wirtschaft in der 367.000-Einwohner-Stadt Bochum. Zu den Aufgabenfeldern gehört die enge Zusammenarbeit mit Einzelhandel, Dienstleistern und Gastronomie in der City. Die Inhalte der 2015 eingeführten Stadtmarke werden mit Hilfe von Projekten den definierten Zielgruppen vermittelt. Andere Konzepte zur Steigerung der Attraktivität gehören genauso zu den Aufgaben wie die Herausforderung der digitalen Transformation. Bewerbungsschluss ist der 03. September 2018.

Zum Stellenangebot.

Die Minden Marketing GmbH sucht eine/n Veranstaltungsmanager/in

Das bcsd-Fördermitglied MK Illumination Handels GmbH sucht eine/n Mitarbeiter/in im Segment Public Spaces Deutschland / Außendienst Großraum Hessen

Die Stadt Linz am Rhein sucht eine/n Leiter/in für die Tourist-Information

Bewerbungsschluss ist der 15. September 2018.

Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:

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.

Hochschulstadt Geisenheim



Das Stadtmarketing ist in Geisenheim als Stabsstelle in der Stadtverwaltung angesiedelt. Mit einem neu entwickelten Stadtmarketingkonzept im Jahr 2013 und einer in dem Zuge neu gestalteten Wort-Bildmarke, entwickelte sich das Stadtmarketing rasant. Die gezielte Ausrichtung auf die Kernthemen Bildung, Kultur und Wein lässt diese Alleinstellungsmerkmale deutlich nach innen und nach außen kommunizieren. Durch die Position als Bildungsstandort mit insgesamt sieben Schulen und einer Hochschule wurde Geisenheim 2015 der Titel „Hochschulstadt“ verliehen. Auch bürgerschaftliches Engagement wird in Geisenheim großgeschrieben: Seit 2017 hat Geisenheim ein ZEBRA (Zentrum Ehrenamt Beratung Rheingauer Akteure), das Ehrenamtlichen aus der Region Unterstützung bei ihren Tätigkeiten gewährt. Ein weiterer großer Erfolg ist der Erhalt des Stadtfestes, dem Geisenheimer Lindenfest, für das eine Gruppe aus Haupt- und Ehrenamtlichen 2013 ein neues Konzept entwickelt hat. Derzeit wird an einem Konzept für die Einrichtung einer Stadt- und Tourist-Information gearbeitet. Ein ständiges und immer aktuelles Thema ist die Belebung der Innenstadt und der damit verbundene Kampf gegen Leerstände. Hier spielt auch die

Weiterentwicklung von Veranstaltungskonzepten für verkaufsoffene Sonntage eine große Rolle. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).

Initiative Innenstadt Jena e.V.

Die Initiative Innenstadt Jena hat sich 2017 als Verein gegründet. Sie hat sich in erster Linie die Förderung der Attraktivität der Jenaer City auf die Fahne geschrieben. Mitglieder sind die Gewerbetreibenden der Innenstadt: Händler, Gastronomen, Dienstleister aber auch die Stadtverwaltung sowie städtische Betriebe. Der Verein bietet seinen Mitgliedern ein verlässliches Netzwerk, ist Schnittstelle zu Stadtpolitik/-verwaltung und setzt eigene Aktionen, Projekte, Serviceleistungen sowie Kundenbindungsinstrumente um. Seit 2018 verfügt der Verein über einen Citymanager, der sich in Vollzeit um die Belange des Vereins kümmert. Die Initiative will den Status Jenas als Einkaufsstadt und Oberzentrum erhalten und organisch ausbauen. Dabei gilt es, Akzente zu setzen, ohne die Identität der Stadt aus den Augen zu verlieren. Bei den anstehenden Großprojekten baulicher Natur soll die sich bietende Chance genutzt werden, die Anziehungskraft Jenas zu erhöhen. Während der Bauphase gilt das Augenmerk einer möglichst reibungsarmen Abwicklung. Die Initiative Innenstadt setzt sich dafür ein, die Beeinträchtigungen (Erreichbarkeit, Parkplätze usw.) möglichst gering zu halten. Darüber hinaus kümmert sie sich auch um „Basics“ wie verkaufsoffene Sonntage, kleinere Veranstaltungen und Serviceleistungen, Weihnachtsbeleuchtung und Einkaufsgutschein. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).



Fördermitglieder der bcsd

Bundesverband Deutscher Internet Portale e.V.

Der Bundesverband Deutscher Internet-Portale e.V. (BDIP) wurde im Jahr 2001 gegründet und ist die Interessenvertretung und Plattform für den Erfahrungsaustausch öffentlicher deutscher Internetportale. Mitglieder sind die Betreiber öffentlicher Portale (Behörden und Kommunen) sowie die privatwirtschaftlichen Dienstleister in diesem Sektor. Die Verknüpfung dieser beiden Gruppen ist ein einmaliges Herausstellungsmerkmal des BDIP. Hauptsächlich befasst sich der Bundesverband mit Themen rund um öffentliche kommunale Portale, Social Media, Barrierefreiheit und den mobilen Zugriff. Zu den Zielen des BDIP zählen die Interessenvertretung der kommunalen Portalbetreiber auf nationaler Ebene, die Durchführung von Expertenforen und Kabinettssitzungen zum Erfahrungs- und Informationsaustausch sowie die Vermittlung von Fachkontakten. [Hier](#) finden Sie weitere 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.

Café mit einer Kochbuchbibliothek für Gourmets



Die texanische ELM Restaurant Group hat in der zentralen Bibliothek der Stadt Austin ein Café eröffnet, in dem Gäste nicht nur Kaffee und Speisen erhalten, sondern auch in den Genuss einer umfangreichen Sammlung der weltweit renommiertesten Kochbücher kommen. Das „Cookbook Bar & Café“ dient zusätzlich als Coworking-Space und lädt Einwohner sowie Besucher der Stadt zum Verweilen ein, wobei die Rezepte sie zu einem Besuch in den teilnehmenden Partnerrestaurants inspirieren sollen. Ebendiese Restaurants bieten auf ihrer Karte einige saisonal wechselnde Kreationen an und beziehen die meisten Zutaten von umliegenden Bauernhöfen.

Pop-up-Pools sorgen in Brüssel für Erfrischung



Die belgische Non-Profit-Initiative POOL IS COOL setzt sich mit einer Petition für die Wiedereinführung von öffentlichen Freibädern in Brüssel ein und baut zur Unterstützung Pop-up-Pools auf. Hintergrund der Initiative ist die Tatsache, dass die öffentlichen Freibäder in Brüssel seit den 1970er-Jahren sukzessive geschlossen wurden. POOL IS COOL setzt auf allerlei Wasserquellen, um deren ungenutztes Potenzial zu demonstrieren und die Bewohner Brüssels zusammenzubringen. Dabei werden sogar Brunnen zu Wasserspielplätzen umfunktioniert und Guerillaevents veranstaltet, bei denen sich die Brüsseler in den Kanälen der Stadt erfrischen können.

Alzheimerdorf in Südfrankreich



Das dänische Architekturbüro NORD Architects errichtet in der französischen Kleinstadt Dax ein Alzheimerdorf, in dem die Lebensqualität der Bewohner im Mittelpunkt steht. Die einzelnen Wohnviertel sollen jeweils aus vier Häusern bestehen, und im Dorfzentrum sollen kleine Geschäfte, ein Friseur, Restaurants

sowie ein Kultur- und Gesundheitszentrum entstehen. Anders als in traditionellen Pflegeheimen werden die Alzheimerpatienten hier vollständig in den Alltag eingebunden. Das Dorf ist von verschiedenen Parks und Wegen umgeben und besteht aus vier Stadtteilen, die auch Unterkünfte für Wissenschaftler und Freiwillige bereithalten sollen.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen, Förderprogramme und Wettbewerbe, an welchen Städte oder BürgerInnen teilnehmen können. Eine ausführlichere Liste finden Sie [hier](#).

Ihr Wettbewerb darf auf keinen Fall fehlen? Schreiben Sie uns eine Nachricht an [office@bcsd.de!](mailto:office@bcsd.de)

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

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

Bundesweite Innenstadtumfrage Vitale Innenstädte 2018, IFH Köln GmbH

Preis für Stadtkultur, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, bis 07. September 2018, der Preis wird von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. präsentiert, Mitglieder erhalten Ermäßigungen

Europäische Kulturtourismusregion des Jahres, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, bis 07. September 2018

European Sustainability Award, Europäische Kommission, bis 14. September

Innovationspreis des Deutschen Einzelhandels, Handelsverband Deutschland, bis 30. September 2018

European Green Capital Award und European Green Leaf Award, Europäische Kommission, bis 18. Oktober 2018

Hier finden Sie [regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

13. September 2018, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Stein (bei Nürnberg)

14. September 2018, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Stein (bei Nürnberg)

01. Oktober 2018, **Partizipation und Moderation**, Stein (bei Nürnberg)

02. Oktober 2018, **Präsentorik**, Stein (bei Nürnberg)

10. Oktober 2018, **Kleines 1*1 für Geschäftsführung und Betriebsleitung – Recht im Stadtmarketing – Stadtmarketing im Recht**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Düsseldorf

25. Oktober 2018, **Integrierte Stadtentwicklung**, Lübeck

26. Oktober 2018, **Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung**, Lübeck

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

Terminkalender

13. September 2018, **IHK-Stadtmarketingforum Niedersachsen**, IHK Projekte Hannover GmbH, Hannover

17. – 19. September 2018, **12. Bundeskongress der Nationalen Stadtentwicklungs politik**, Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat, Frankfurt am Main

19./20. September 2018, **Kongress 2018 der Stiftung Lebendige Stadt: Die klimafreundliche Stadt – Handlungsstrategien für Quartiere**, Stiftung Lebendige Stadt, Potsdam

19./20. September 2018, **Konferenz Tourismus**, Deutscher Städtetag, Bremerhaven

23. – 25. September 2018, **Deutsche Stadtmarketingbörse**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Ludwigsburg

27. September 2018, **KOMET: Aktives Leerstandsmanagement in ländlich-peripheren Räumen**, Bauhaus-Universität Weimar, Weimar

01. – 03. Oktober 2018, **DenkwerkStadt**, Stadtmarketing Austria, Nußdorf am Attersee, Österreich

10. Oktober 2018, **Kleines 1*1 für Geschäftsführung und Betriebsleitung – Recht im Stadtmarketing – Stadtmarketing im Recht**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Düsseldorf

15./16. Oktober 2018, **Stadt und Handel – neue Wege und Konzepte?!**, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin

17. Oktober 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Trier

18. Oktober 2018, **Niedersachscamp Städte tourismus**, aboutcities – die Arbeitsgemeinschaft der niedersächsischen Städte, Celle

22. Oktober 2018, **Die Stadt / Gemeinde als Marke – Ansätze, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen aus der kommunalen Praxis**, imakomm AKADEMIE GmbH, Weil der Stadt

25. Oktober 2018, **Rid Zukunfts kongress**, Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel, München

25. Oktober 2018, **Die Stadt / Gemeinde als Marke – Ansätze, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen aus der kommunalen Praxis**, imakomm AKADEMIE GmbH, Seligenstadt

26. Oktober 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mosbach

30. Oktober 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Nordrhein-Westfalen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Essen

08. November 2018, **4. Martini-Tagung: Events für Städte und Regionen - Wie Standorte mit passgenauen Veranstaltungen wirkliche Mehrwerte schaffen**, Deutscher Verband für Angewandte Geographie, Regionalforum Schwaben, Friedberg in Bayern

08. November 2018, **Stadtmarketingtag Baden-Württemberg**, Handelsverband Baden-Württemberg, Stuttgart

12./13. November 2018, **KulturInvest-Kongress**, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Berlin

12. November 2018, **Kulturmarken-Award**, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Berlin

14. – 16. November 2018, **Deutscher Tourismustag: Auswirkungen der Digitalisierung auf die touristische Arbeitswelt**, Deutscher Tourismusverband (DTV), Bonn

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.

Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e.V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie [hier](#).

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.