

Newsletter 09-2016

Das war die Deutsche Stadtmarketingbörse 2016 in Krefeld



Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2016 widmete sich in diesem Jahr dem Thema „I like it – Stadtmarketing zwischen Mitmachanimation und Fanprojekt“. 200 Teilnehmer aus dem gesamten Bundesgebiet waren der Einladung der bcsd gefolgt und trafen sich in der Gastgeberstadt Krefeld zum Erfahrungsaustausch. Die

Tagung startete bereits am Sonntag mit einem Exkursionsprogramm durch den Krefelder Stadtteil Uerdingen, bei dem die Stadt-, Industrie- und Hafenentwicklung im Vordergrund stand. Im Tagungsprogramm am Montag und Dienstag wurde diskutiert, wie Bürger Fans einer Stadt werden können und umgekehrt auch Städte Fans ihrer Bürger. Dabei wurde die Thematik am Montag in einem größeren Zusammenhang betrachtet. Nach einem gelungenen Abendempfang mit angeregten Gesprächen im stilvollen Ambiente der Krefelder Galopprennbahn widmete sich der zweite Tag des Programms der Vorstellung und Diskussion zahlreicher Praxisbeispiele aus Städten der unterschiedlichsten Größenordnungen. Unter anderem wurden der Bielefelder Abendmarkt, die Freie Marke Bochum, das Standortmarketing Pfullingen, Leuchtpatenschaften in Neumünster und die Bürgerbeteiligung in Brandis vorgestellt.

Wir wollen die Gelegenheit nutzen und uns herzlich bei den Krefelder Gastgebern bedanken, die uns vorbildlich bei der Organisation unterstützt haben und allen Gästen einen herzlichen Empfang bereitet haben. Zudem bedanken wir uns bei allen Referenten und Referentinnen, unseren Partnern und Unterstützern, den Fachausstellern und nicht zuletzt bei den Teilnehmern und Teilnehmerinnen aus den Städten.

Erste Impressionen der Deutschen Stadtmarketingbörse finden Sie **hier**. Teilnehmer können **hier** die passwortgeschützten Vorträge herunterladen. Der nächste Deutsche Stadtmarketingtag findet vom 23. bis 25. April in Mainz statt. (Foto: Peter Wieler)

Themen

Seite 1

[Deutsche Stadtmarketingbörse](#)

Seite 2

[Seminar Veranstaltungsleiter](#)

Seite 4

[Christmasworld und Best Christmas City](#)

Seite 5

[DStGB-Position zu Lärm](#)

[Nominierung KulturmarkenAward](#)

Seite 6

[Bernadette Spinnen in Beirat des Europäischen Kulturerbejahrs 2018](#)

[Jobbörse](#)

[Fördermitglieder](#)

Seite 7

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 9

[Virtual Reality im Stadtmarketing](#)

[Crowdfunding in Österreich](#)

[Neubürger erleben Plauen und Pforzheim](#)

Seite 10

[Local Commerce Alliance](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 11

[Aktuelle Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

Seite 12

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

[Terminkalender](#)

ANZEIGE



innenstadt 3.0
powered by SirkelCom

Die ganze Stadt in einer App

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

Jetzt starten!

www.innenstadt30.de

www.innenstadt30.de

An alles gedacht?

Seminar zur Sicherheit bei Veranstaltungen im öffentlichen Raum



Welche sicherheitsrelevanten Faktoren muss ich bei der Organisation von Veranstaltungen im öffentlichen Raum beachten? Welche Vorschriften und welche gesetzlichen Regelungen gibt es? Und wie bereite ich mich bestmöglich auf mögliche Probleme vor? Jede Veranstaltung birgt Risiken, dass etwas nicht so läuft wie geplant. Doch je gründlicher die Vorbereitung ist, je besser die Verantwortlichen im Erkennen möglicher Gefahren geschult und über bestehende Gesetze informiert sind, desto eher können Sicherheits- und nicht zuletzt Haftungsrisiken minimiert werden.

Eine umfassende Auseinandersetzung mit Sicherheitsbestimmungen, Gefährdungsbeurteilungen und Schutzmaßnahmen bietet die von den Berufsgenossenschaften sowie den gesetzlichen Unfallversicherungsträgern anerkannte **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und zum bcsd-Veranstaltungsleiter**. Das von der

bcsd in Kooperation mit Peine Marketing veranstaltete Seminar findet vom **31. Oktober bis 03. November 2016** in **Peine** statt.

Sichern Sie sich jetzt einen der wenigen noch freien Plätze!

Weitere Informationen zum Seminar und zum berufsbegleitenden Weiterbildungsstudium „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ finden Sie **hier**.

Wer darüber hinaus noch eine fachliche Ergänzung zum Thema sucht, kann diese zum Beispiel im Fachbuch „Sicherheitskonzepte für Veranstaltungen – Best Practices“ des Beuth-Verlages finden. Die Neuerscheinung vervollständigt den bewährten Praxisleitfaden „Sicherheitskonzepte für Veranstaltungen – Grundlagen für Behörden, Betreiber und Veranstalter“ durch gesammelte und thematisch eingeordnete Beispiele aus der Praxis. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

ISBN 978-3-410-25614-4, 1. Auflage, 294 Seiten, A5, Broschiert, 39,- €, Beuth Verlag

ANZEIGE

stadtnetz
SO VIEL STADT IN EINER APP

**SONDERAKTION
FÜR BCSD-MITGLIEDER**

- Kinderleicht zur Stadt-App
- Einzigartig wie Ihre Stadt
- Bürger erleben Ihre Stadt neu
- Viele nützliche Funktionen
- Vorhandene Inhalte integrieren

Jetzt teilnehmen

www.stadtnetz.com

www.stadtnetz.com

Save-the-date: Christmasworld + Premium + Best Christmas City

Auf der Messe Christmasworld in Frankfurt am Main erleben Sie vom 27. bis 31. Januar 2017, wie Sie Ihre Einkaufsstraßen, Marktplätze und Geschäfte eindrucksvoll schmücken können, um ihr Stadtbild ganz individuell zu prägen. Die internationale Leitmesse liefert dafür innovative Ideen und Inszenierungen für jedes Budget und jede Anforderung. Als Stadtmarketing-Strategie haben Sie die Möglichkeit, am Premium-Businessprogramm kostenfrei teilzunehmen. Sie profitieren von einem hochkarätigen Workshop- und Networking-Programm und vielen exklusiven Vorteilen.

Neues Format und neue Location: Businessprogramm Premium



Die Christmasworld veranstaltet das Businessprogramm Premium gemeinsam mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd). Zur nächsten Veranstaltung wird ein neues Konzept in der Halle 11.0 umgesetzt. Am Montag wird ein spannendes Stadtmarketing-Programm angeboten, das mit der Preisverleihung zum Wettbewerb Best Christmas City endet. Als Keynote-Speaker konnten wir Stefan

Suchanek, Ästhetiker, Retail Designer und Dozent für visuelle Rhetorik und Inszenierung an der Akademie für Mode & Design in München, gewinnen: Sie erfahren von ihm, wie Sie mit sinnlicher und sinnvoller Stadtinszenierung ihre Bewohner, Gäste und Handel begeistern. Mitglieder der bcsd erhalten die Einladung mit allen weiteren Details im November.

Wettbewerb Best Christmas City (online ab November)



Ab November wird die Stadt mit der kreativsten Weihnachtskampagne, die das individuelle Stadtbild am stimmigsten repräsentiert und visualisiert, gesucht. Dazu gehören stimmungsvoll beleuchtete Einkaufsstraßen und Weihnachtsmärkte genauso wie besondere Aktionen. **Im Fokus steht in diesem Jahr das Thema Stadtidentität.** Alle deutschen Städte sind dann dazu aufgerufen, ihre Kampagnen in Bild, Text und gegebenenfalls Film zu beschreiben und auf www.BestChristmasCity.de

hochzuladen. Eine Wiederbewerbung von Städten, die bereits teilgenommen haben, ist ausdrücklich erwünscht.

Positionspapier des Deutschen Städte- und Gemeindebunds zu Lärm



Der Deutsche Städte- und Gemeindebund hat ein Positionspapier zum Thema Lärm veröffentlicht. Unter anderem wird darin unmissverständlich klargestellt, dass der Innenstadt vielfältige Funktionen zukommen, die auch Lärm verursachen können. Gerade Stadtfeste, Wochenmärkte und andere kulturelle Veranstaltungen, insbesondere unter freiem Himmel, gehören zum Bild der Stadt und machen diese lebenswert und anziehend. Auch die Außengastronomie wird als wichtiger Standortfaktor anerkannt und die Ausweisung von „Ausgeh-zonen“ vorgeschlagen, die Öffnungen bis Mitternacht zulassen. Volksfesten wird ebenfalls eine hohe Bedeutung für vitale Städte und den sozialen Zusammenhalt zugeschrieben. Der daraus entstehende Lärm sei entsprechend von Anwohnern zu akzeptieren.

Diesbezüglich werden größere Spielräume für Kommunen zur Genehmigung gefordert und die frühzeitige Einbeziehung der Bürger zur Vermeidung einer zu starken Belastung vorgeschlagen. Das vollständige Positionspapier finden Sie [hier](#).

Nominierungen KulturmarkenAward

Beim KulturmarkenAward, der am 03. November 2016 in Berlin auf der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt verliehen wird, stehen die Nominierten in den jeweiligen Kategorien fest. Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing ist Kategoriepartner des erstmals vergebenen Preises für Stadtkultur 2016. Die Jury nominierte die Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH, die sich mit dem Fest **Luthers Hochzeit** beworben hatte, das Stadtmarketing Kiel mit dem **Kieler Bootshafensommer**



sowie das **MuseumsQuartier Wien** für den Preis für Stadtkultur. Für die Auszeichnung Kulturtourismusregion 2016 sind die **GrimmHeimat Nordhessen**, das **Antigel-Festival** (Genf) sowie die Berliner Tourismusmarke „**Dein Treptow-Köpenick**“ nominiert. Die Nominierten der anderen Kategorien sowie weitere Informationen zum KulturmarkenAward finden Sie [hier](#). Die Preisverleihung des KulturmarkenAwards findet im Rahmen des KulturInvest-Kongresses statt. Auf dem Kongress mit 85 Referenten wird die bcsd das Panel „**Stadtkultur ist Teil der Identitätspolitik**“ mit Vorträgen unter anderem zur Verbindung von Marketing und Kultur, der Bedeutung von Stadtkultur sowie zu Praxisbeispielen wie dem Festival 48 h Neukölln oder der Stadtmarke be Berlin präsentieren. Für beide Veranstaltungen sind noch Tickets verfügbar. Weitere Informationen zum Kongress finden Sie [hier](#).

Bernadette Spinnen im Programmbeirat zum Europäischen Kulturerbejahr 2018



Die Bundesvorsitzende und Sprecherin der bcsd, Bernadette Spinnen, ist durch das Deutsche Nationalkomitee für Denkmalschutz bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (DNK) in den Programmbeirat des Europäischen Kulturerbejahres 2018 berufen worden. Das Kulturerbejahr steht unter dem Motto „Sharing Heritage“. Bei der Umsetzung des Europäischen Jahres innerhalb der Bundesrepublik Deutschland wird das bauliche und archäologische Erbe ein Schwerpunkt sein. Es soll als unmittelbar erlebbarer und flächendeckend sichtbarer Ausgangspunkt bei der Vermittlung der zentralen Botschaften des Kulturerbejahres dienen. Aber auch andere Aspekte des materiellen und immateriellen Kulturerbes werden erfahrbar. Literatur, bildende Künste oder die gemeinsame europäische Musiksprache und Geschichte, wie sie beispielsweise in Museen und Archiven bewahrt, erforscht und präsentiert werden, sollen im Sinne eines ganzheitlichen Kulturerbebegriffs einbezogen werden. Der Programmbeirat berät das DNK bei der Vorbereitung der Aktivitäten auf nationaler Ebene. **Hier** erfahren Sie mehr.

Jobbörse

Projektleiter/in für Veranstaltungsorganisation, Pro Herford GmbH

Die Pro Herford GmbH sucht eine/n Projektleiter/in zur Konzeption, Organisation, Umsetzung und Nachbereitung von bestehenden Veranstaltungen inkl. Personal- und Budgetverantwortung. Zudem übernimmt der/die Stelleninhaber/in die Kreation und Konzeption von neuen Veranstaltungen. Neben der eigentlichen Organisation zählt auch die Erarbeitung von Kommunikationskonzepten, aufbauend auf den jeweiligen Projekten, zu den Aufgaben. Bei diesen Tätigkeiten ist die Einbindung lokaler Akteure in Stadtmarketingmaßnahmen zu berücksichtigen. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd

Die entra Regionalentwicklung GmbH ist seit 14 Jahren als Beratungsunternehmen in den Geschäftsfeldern „Regionalmanagement“, „Stadt- und Dorfentwicklung“, „Kommunalberatung“, „Citymanagement, Standortmarketing und Wirtschaftsförderung“ sowie „Tourismusberatung“ tätig und beschäftigt derzeit am Stammsitz in Winnweiler/Pfalz zehn feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und eine freiberufliche Beraterin. entra begleitet mit fachkompetenter Beratung, professioneller Moderation, passgenauer Strategiefindung und praxisorientierten Konzepten – immer mit dem Blick auf den nachhaltigen Erfolg. Im Unternehmensbereich „Citymanagement, Standortmarketing und Wirtschaftsförderung“ beraten wir



Kommunen und Regionen im Wettbewerb um Fachkräfte, Einwohner, Touristen und Unternehmen. Wir entwickeln gemeinsam Visionen, Strategien und Projekte zur Erhöhung der Standortattraktivität und dessen Vermarktung. Wir begleiten unsere Kunden auch gerne bei der praktischen Umsetzung und schaffen die dafür notwendigen Organisations- und Finanzstrukturen, wobei wir gezielt Förderprogramme empfehlen, die die Vorhaben entsprechend unterstützen können. **Hier** erfahren Sie mehr.

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.

dotBERLIN GmbH & Co. KG



Die dotBERLIN GmbH & Co. KG betreibt mit über 100 Berliner Gesellschaftern und Unterstützern seit dem Jahr 2014 die Internet-Endung .berlin. Sie hat mit der ersten Städte-Endung .berlin weltweit den Trend für die regionalen Domain-Endungen gesetzt, dem sich Städte wie New York, London und Tokyo angeschlossen haben. Darüber hinaus ist das dotBERLIN-Team auch Wegbegleiter von .hamburg, .ruhr, .wien, .tirol, .bayern und .koeln gewesen.

Mit Blick auf die digitale Zukunftsfähigkeit berät das dotBERLIN-Team europaweit Städte und Kommunen bei der Schaffung ihrer eigenen digitalen Identität im Internet. Schwerpunkte sind dabei insbesondere Digitalisierung, E-Government und Standortwettbewerb im Internet. **Hier** erfahren Sie mehr.

lokaso GmbH



Betreiben Sie in Ihrer Region ein erfolgreiches Webkaufhaus. Regionale und lokale Händler und Produzenten haben hier die Möglichkeit, im Internet für Ihre Region sichtbar zu werden! Die Anbindung von branchenspezifischen Warenwirtschaften und das Unterstützen der Händler durch Cross-Marketing-Tools bergen neue Chancen für die Region! Durch das Konzept von lokaso wird ein wirkungsvolles Miteinander in der Region unter Nutzung von Internet, Print und Logistik geschaffen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Hockenheimer Marketing Verein e.V.



**hockenheimer
marketing
verein**

Der Hockenheimer Marketing Verein e.V. besteht seit März 2015 und hat seither das Stadtmarketing für die Rennstadt Hockenheim übernommen. Ziel des noch jungen Vereins ist es, die Attraktivität

Hockenheims als Einkaufs- und Erlebnisstandort zu erhöhen. Zu diesem Zweck fördert und unterstützt der Marketingverein das partnerschaftliche Miteinander von Gewerbetreibenden, Privatpersonen, Institutionen und Vereinen und ist für die Umsetzung von Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung für die Stadt Hockenheim verantwortlich. Grundlage für die Aktivitäten des Vereins ist das mit breiter Bürgerbeteiligung entwickelte und vom Gemeinderat der Stadt Hockenheim verabschiedete „Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingkonzept Hockenheim“. Als aktueller und künftiger Leitfaden der Stadtentwicklung werden hierin die Herausforderungen, Themen und Trends beschrieben, denen sich der Wirtschafts- und Lebensstandort Hockenheim gegenüber sieht. Im Fokus stehen derzeit die zentralen Handlungsschwerpunkte Innenstadt, Lebensqualität, Vermarktung und Identität. **Hier** erfahren Sie mehr.

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

Stadt rundum – Virtual Reality erobert Stadtmarketing

Virtual Reality (VR) heißt der aktuell wohl beeindruckendste Techniktrend, der das Stadtmarketing der Zukunft entscheidend verändern könnte. Mit 3D-Brillen, die mitunter nicht mehr sind als ein Papp-Gehäuse mit Linsen und einem Einschub fürs Smartphone, können Räume im 360° Winkel nicht nur gesehen, sondern aktiv erlebt werden. Einen ersten Einblick in die neuen Möglichkeiten und Nutzungen dieser 3D-Technik gab der Vortrag von Markus Rall, dem Gründer des **Deutschen Instituts für Virtual Reality**, auf der Deutschen Stadtmarketingbörse in Krefeld. Dass VR nicht nur hypothetisch für das Stadtmarketing genutzt werden kann und längst nicht mehr nur Science Fiction ist, beweist u.a. die Dresden Marketing GmbH (DMG), die einen virtuellen 360°-Panoramarundgang mit Virtual Reality-Funktion entwickelt hat. Weitere Informationen finden Sie **hier**. Der 360°-Rundgang kann **hier** (auch ohne VR-Funktion) gestartet werden. Haltern am See präsentiert sich ebenfalls in einem 360°-Stadtrundgang. **Hier** können Sie sich rundumschauen. Wie Virtual Reality in der Außenwerbung von Städten, Regionen oder einem ganzen Land eingesetzt werden kann, das zeigt auf sehr unterhaltsame Weise ein Beispiel aus Tiflis (Georgien). Den kurzen Film „Old Irish - Virtual Journey to Ireland“ finden Sie unter **dieser Adresse**.

Crowdfunding – Plattform im Österreich-Tourismus



In Österreich wurde kürzlich die Tourismusplattform **we4tourism.at** gestartet. Die Plattform soll Unternehmen im Tourismussektor die Kapitalbeschaffung erleichtern und kreativen Tourismus-Ideen zur Umsetzung verhelfen. Das Projekt setzt neben dem bereits recht bekannten und etablierten Instrument Crowdfunding (Schwarmfinanzierung mit Spendencharakter) vornehmlich auf das sogenannte Crowdinvesting (Beteiligung vieler Investoren am Unternehmen mit Renditemöglichkeiten). Initiiert wurde das

Projekt unter anderem vom österreichischen Wirtschaftsministerium. Es greift die stärker werdende Dynamik von Crowdfunding- bzw. Crowdinvesting-Finanzierungsmodellen nun auch für den Bereich Tourismus auf. Mehr zum Projekt finden Sie auch **hier**.

Neubürger erleben Plauen und Pforzheim

Um Zugezogenen die Stadt näherzubringen, verfolgt der Dachverband Stadtmarketing Plauen einen sehr praktischen Ansatz: Es lässt Neubürger hinter die Kulissen der Stadt schauen. Ob ein Besuch beim Bergknappenverein zu Plauen, ein Rundgang durch das Luftschutzmuseum oder die Brauerei oder aber ein Blick hinter die Kulissen des Theaters oder eines Einkaufszentrums – wer neu in Plauen ist, hat die Möglichkeit seinen neuen Lebensmittelpunkt aus sonst eher verborgenen Perspektiven zu betrachten. Im Herbst startet diese Aktion nun – nach guter Resonanz im Frühjahr – bereits zum zweiten Mal. Mehr Informationen zum Projekt finden Sie **hier**.

Auch der Eigenbetrieb Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim begrüßte 2016 erstmals Zugezogene mit einer Neubürgerwoche. Das vielfältige Programm beinhaltete neben dem Neubürgerfrühstück (250 Besucher) beispielsweise eine Nachtwanderung durch die Innenstadt und einen Besuch im Wildpark. Durch die Veranstaltungen, zu denen alle im Jahr 2015 neu angemeldeten Pforzheimer Bürger eingeladen wurden, sollen die Identifikation mit der Stadt und die Vernetzung mit anderen Pforzheimern gestärkt werden, um so eine langfristige Bindung an die Stadt zu erreichen. Das Programm sowie weitere Informationen finden Sie **hier**.

Local Commerce Alliance vor Gründung

Der Berater und Impulsgeber der Online City Wuppertal, Andreas Haderlein, steht kurz vor der Gründung einer neuen Plattform, die sich den Themen Local Commerce und Digitale Transformation in Stadt und Handel widmen soll. Ziel ist der Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer in diesen Bereichen. So sollen unter anderem lokale Marktplätze und digitale Marketingansätze mit den entsprechenden Dienstleistern vorgestellt werden, aber auch Neuigkeiten und Expertenmeinungen an einem Ort gesammelt werden. Die dazugehörige Informationsplattform **www.localcommerce.info** soll noch in diesem Herbst starten. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcscd

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse sind teuer, die bcscd-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. Die bcscd 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**.

Hauskonzept für Studentenstädte



Forscher aus dem Fachbereich Architektur der TU Darmstadt haben mit dem Fertighaushersteller DFH ein Wohnkonzept erarbeitet, um eine Lösung für das Problem der Wohnungsnot unter Studenten anzubieten. Dabei setzen sie auf das modulare Hauskonzept „Cubity“, das mit zwölf Wohneinheiten auf 16 mal 16 Metern Grundfläche viel Wohnraum auf wenig Baufläche ermöglicht. In der Mitte der sechs jeweils zweigeschossigen Einheiten ist ein Gemeinschaftsplatz vorgesehen. Gerade in Städten, in denen Baugrund teuer ist, könnte das Konzept zu einer Verbesserung der Wohnsituation von Studenten beitragen. Ein Pilotprojekt in Frankfurt ist bereits gestartet.

Wohnhaus speziell für Radfahrer



In der schwedischen Stadt Malmö planen die Architekten von Hauschild + Siegel das siebenstöckige Wohnhaus „Cykelhuset Ohboy“, das speziell für Radfahrer gedacht ist. Insgesamt sollen in dem Bauwerk 55 Wohnungen und 33 Motelzimmer Platz finden. Sie alle sind auf eine unkomplizierte Nutzung des immer beliebter werdenden Zweirads ausgerichtet. In Gängen und Fluren ist genügend Platz, um sie abzustellen oder sie direkt ins eigene Apartment zu befördern. Auch einen großen Aufzug und eine Orangerie mit Dachgarten gibt es. Zudem befinden sich im Gebäude eine Fahrradwerkstatt und Ladestationen für E-Bikes.

Abholstationen mit Umkleidekabinen

Der britische Modehändler PrettyLittleThing hat eine Kooperation mit dem Zulieferservice Doodle geschlossen, um neue Services rund um die Lieferung seiner Waren zu ermöglichen. Dabei garantiert der Händler eine Lieferung bis zum Folgetag zu einem Doodle-Partner in der Nähe des Kunden, sofern die Bestellung bis 22 Uhr eingeht. Viele Abholstationen sind mit Umkleidekabinen ausgestattet, sodass die Kunden die bestellte Kleidung gleich anprobieren und bei Nichtgefallen direkt zurücksenden können. Auch andere Händler sollen den Click-and-Collect-Service bald nutzen können.



Aktuelle Wettbewerbe

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

Sie kennen noch einen interessanten Wettbewerb, der in dieser Newsletter-Rubrik und auf unserer Homepage auf keinen Fall fehlen darf? Schreiben Sie uns eine Nachricht an **office@bcsd.de!**

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Fonds Soziokultur, bis 02. November 2016, Fonds Soziokultur e.V.

Menschen und Erfolge, Ländliche Räume: produktiv und innovativ, bis 14. November, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)

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)
- 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

- 21. Oktober 2016, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Tübingen
- 02. – 04. November 2016, **Deutscher Tourismustag 2016**, Deutscher Tourismusverband, Dortmund
- 02. November 2016, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Nordrhein-Westfalen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Essen
- 03./04. November 2016, **8. KulturInvest-Kongress**, causales, Berlin
- 03. November, **Kulturmarken-Gala**, causales, Berlin
- 07. November 2016, **Seminar Stadtkommunikation**, Georg Pohl, Berlin
- 09. November 2016, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., 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, **Stadtmarketingtag Baden-Württemberg**, Handelsverband Baden-Württemberg, Stuttgart

23. November 2016, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mainz

24. November 2016, **Back to the City? Strategien und Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen, München

24./25. November 2016, **REALLABOR: Innenstadt + Smart Retail**, Wissensnetzwerk Stadt + Handel, Cottbus

24. – 26. November 2016, **Nights 2016 – Stadt nach Acht, Konferenz zur Nacht**, Clubcommission Berlin e.V., Berlin

28. November, **BDIP-Kaminabend: Bürgerbeteiligung in Kommunen**, Bundesverband Deutscher Internetportale, Berlin

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

Weitere Termine finden Sie im **Terminkalender** auf unserer Homepage.

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister München VR 15748, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

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

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

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