

Newsletter 09-2017

Deutsche Stadtmarketingbörse 2017 in Siegen

Vom 15. bis 17. Oktober 2017



Mit dem Thema „City for Sale – die Zukunft von Innenstadt und Handel“ beschäftigt sich die Deutsche Stadtmarketingbörse 2017 in Siegen und trifft den Puls der Zeit, denn es sind nur noch wenige Restplätze verfügbar.

Zahlreiche Verbände, Institute, die Politik auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene haben sich in der letzten Zeit – zumeist besorgt – zur Situation des stationären Einzelhandels positioniert. Dessen Rolle in der Stadt wandelt sich weiter, insbesondere, aber nicht ausschließlich durch den Einfluss des Online-Handels. Auf der Stadtmarketingbörse werden die Initiativen, Umfragen, Studien, Positionen zur Zukunft der Innenstadt der verschiedenen Akteure eingeordnet und diskutiert. Außerdem gehen die Referenten der Frage nach, welche Rolle Stadtentwicklung, Kultur, Wissenschaft und andere Angebote, neben dem Einzelhandel, in der Belebung der Innenstadt spielen und wie sich eine Stadt durch Bündelung der Akteure gegenüber Bürgern und Investoren attraktiver präsentieren kann. Auf der Stadtmarketingbörse werden erfolgreiche Klassiker und innovative Konzepte zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt vorgestellt: Vom Markterlebnis über Pop-Up-Stores, Online(-Shopping)-Plattformen und City-Gutscheine bis hin zu den Fragen: Wie sieht das digitale Gesicht meiner Stadt aus? Wie stellen sich die Stadt / Innenstadt, der Einzelhandel, die Gastronomie, die Kultur und der Städtetourismus im Internet dar und welches Entwicklungspotenzial gibt es?

Nutzen Sie jetzt noch die Gelegenheit und sichern Sie sich einen der letzten freien Plätze für das gesamte Tagungsprogramm (Montag, 16. und Dienstag, 17. Oktober) oder für den Praxistag am Dienstag, 17. Oktober. An beiden Tagen gibt es außerdem die Gelegenheit, sich auf der parallel stattfindenden Fachausstellung über Angebote, Produkte und Services von Dienstleistern aus dem Bereich Stadtmarketing zu informieren. Eine Übersicht der teilnehmenden Aussteller erhalten Sie **hier**.

Wir freuen uns darauf, Sie in Siegen begrüßen zu dürfen!

Hier finden Sie das Programm.

Hier können Sie sich anmelden.

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse

Seite 2

Best Christmas City

Seminarprogramm im Herbst

Seite 3

Dritte Ausgabe des Städte-Monitors erschienen

Neue Landesbeauftragte im Landesverband Ost

Seite 4

Vitale Innenstädte

Jobbörse

Seite 6

Fördermitglieder

Seite 7

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 9

Deutscher Nachbarschaftspreis - Preisträger

Kreativ aus der Krise

Seite 10

Neue digitale Möglichkeiten im Stadtmarketing

Seite 11

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe / Ausschreibungen

Seite 13

Termine des Weiterbildungsangebotes ICR

Terminkalender

Weihnachten und die Best Christmas City stehen vor der Tür

christmasworld

Gibt es für Ihre Stadt ein Handelskonzept, das den Handel, die Gastronomie und Hotellerie sowie andere Wirtschafts- und Sozialpartner vereint und so in der Adventszeit Einwohner und Touristen in die Innenstadt zieht? Die Christmasworld, internationale Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck, sucht gemeinsam mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) und dem Fachmagazin Public Marketing die Stadt mit der besten Kampagne in der Vorweihnachtszeit. Im Rahmen des online-Bewerbungsverfahrens beantworten Sie uns beispielsweise folgende Fragen: Wie überzeugt Ihre Stadt mit einem ganzheitlichen und strategischen Ansatz für das weihnachtliche Stadtbild und bietet darüber hinaus ein besonders attraktives Programm für Wiederholungsbesuche? Sind der Einzelhandel und andere Partner wie Hotellerie und Gastronomie in besonderer Weise mit eingebunden? Welche gemeinschaftlichen und außergewöhnlichen Aktionen gibt es? Welche Handelsaktionen beleben die Adventszeit und fördern die vorweihnachtliche Atmosphäre? Wie spiegeln sich die Identität Ihrer Stadt und das Lebensgefühl in Ihrem weihnachtlichen Gesamtkonzept wider? Werden digitale und analoge Erlebnisräume miteinander verbunden? Save-The-Date: Startschuss für die Bewerbung ist der 1. November 2017. Dann haben Sie bis zum 7. Dezember 2017 Zeit, Ihr einzigartiges Konzept mit aussagekräftigen Fotos, Videos und Texten unter www.bestchristmascity.de einzureichen. Informieren Sie sich auch am 16./17. Oktober auf der Fachausstellung zur **Deutschen Stadtmarketingbörse 2017** über die Messe Christmasworld und den Wettbewerb Best Christmas City.



Weiter bilden! – Das Seminarprogramm der bcsd im Herbst



Das Seminarprogramm der bcsd bietet in der nächsten Zeit wieder zwei attraktive Veranstaltungen. Vom 06.11.2017 bis 09.11.2017 wird in Peine die **„Ausbildung zur Aufsichtführenden Person und zum Veranstaltungsleiter bcsd“** angeboten. Das viertägige Seminar mit Praxisübung vermittelt allen, die sich haupt- oder nebenberuflich mit der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen beschäftigen, wichtige Kenntnisse zum Sicherheitsmanagement bei Stadtfesten und anderen großen wie kleinen Events. Das Seminar ist speziell auf die Zielgruppe der Stadtmarketingverantwortlichen und -mitarbeiter ausgerichtet. Anmeldungen sind noch bis mindestens 05. Oktober 2017 möglich. Weitere Informationen finden Sie **hier**. Direkt zum Online-Anmeldeformular kommen Sie **hier**.

Am 13.11.2017 findet zudem das Seminar **„Die Stadt/Region als Marke“** – dieses Mal in Hamburg – statt. Das Seminar beleuchtet, ob und mit welchen Mechanismen Markenentwicklung in

Städten gelingen kann. Von den Grundlagen des Markenbegriffs bis zur Erfolgsmessung wird Referent Prof. Sebastian Zenker wieder einen umfassenden Überblick für Stadtmarketinganfänger bis -profis geben. Weitere Informationen finden Sie **hier** und die Online-Anmeldung ist **hier** möglich. Anmeldeschluss ist der 10. Oktober 2017.

Städte-Monitor – dritte Ausgabe erschienen

Der bcsd-Städte-Monitor stellt eine wertvolle Arbeitshilfe der Bundesvereinigung für ihre Mitgliedsorganisationen dar und ist jüngst in der dritten Ausgabe erschienen. Alle Städte, die mit einer City- oder Stadtmarketingorganisation in der bcsd organisiert sind, finden sich mit ihren strukturpolitischen Kennzahlen (Strukturdaten, Demographie, Erwerbstätigkeit und Arbeitsmarkt, Wirtschaft, Soziales und Bildung, Finanzen) in diesem Monitor wieder. Mit diesem Service können mit wenigen Schritten alle relevanten Kennzahlen zur Überprüfung der strukturellen Entwicklung der bcsd-Mitgliedsstädte übersichtlich abgerufen und zusammengestellt werden. Auch individuelle Städte-Benchmarks, die sich z.B. an der Stadtmarkenstrategie orientieren, können so leicht erstellt werden. Sie können Zeitreihen bilden und verifizieren, ob sich Datenausschläge aus den vergangenen Jahren zu Trends der Gegenwart verfestigt haben. Mitglieder der bcsd erhalten somit ein effizientes Instrument, um sich zielgenau zu informieren und faktengestützt die lokalpolitischen Diskussionen vor Ort beeinflussen zu können. Den bcsd-Städte-Monitor finden Sie **hier**.

Landesverbandssitzung Ost – Landesbeauftragte neu gewählt



Der flächenmäßig größte Landesverband der bcsd, der die Bundesländer Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen umfasst, traf sich Anfang September in Lutherstadt Wittenberg, um die zukünftige Ausrichtung und Entwicklung des Landesverbands zu diskutieren und den Erfahrungsaustausch der Mitgliedsorganisationen über ihre Arbeitsinhalte zu pflegen. Dabei wurde deutlich, dass der Landesverband vorerst in seiner Ausdehnung bestehen bleiben soll. Um die Länderebene weiter zu stärken, wurde beschlossen, dass es für die einzelnen Bundesländer regionale Ansprechpartner geben soll, die die Vernetzung und den Austausch auch auf dieser Ebene vertiefen sollen. Auch die Zusammenarbeit mit dem City-Management-Verband Ost (CMVO e.V.) soll stärker koordiniert werden. Für den Posten des Landessprechers wurde erneut Stefan Voß, Geschäftsführer der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH, gewählt. Neue Stellvertreterin ist nun Saskia Lange, Geschäftsführerin der Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH, nachdem ihr Vorgänger und Gastgeber der Sitzung, Johannes Winkelmann, nicht mehr für dieses Amt zur Verfügung stand. Die Teilnehmer bedanken sich herzlich bei ihm für die geleistete Arbeit und die spannenden Einblicke in die Lutherstadt zum Reformationsjubiläum.

Vitale Innenstädte – Fortsetzung der Studie für 2018 geplant

Die Untersuchung „Vitale Innenstädte 2016“ hat gezeigt, wie groß der Bedarf an verlässlichen Informationen über die Besucherstruktur und das Besucherverhalten in den Innenstädten ist. Nicht zuletzt aufgrund der vielfältigen positiven Resonanz plant das Institut für Handelsforschung GmbH (IfH) für den Herbst 2018 eine Fortsetzung. 2016 hatten sich bereits viele bcsd-Mitglieder beteiligt und auch für 2018 unterstützt die bcsd die Untersuchung. Die Erhebung wird wieder Ende September 2018 an zwei Tagen erfolgen. Mit einem standardisierten Fragebogen wird anhand einer Passantenbefragung ein umfassendes Bild über die Attraktivität Ihrer Innenstadt aus Besuchersicht erstellt. Neben Basisfragen werden auch neue Themenschwerpunkte gesetzt. Für 2018 ist dies der Bereich Erlebnisshopping in der Innenstadt, der auch Fragen zu Events einschließen wird. Damit soll die wachsende Verzahnung von Einzelhandel, Veranstaltungen und Gastronomie untersucht werden.



Treffen Sie den Ansprechpartner des IfH, Nicolaus Sondermann, am 16. Oktober auf der Fachausstellung bei der Deutschen Stadtmarketingbörse in Siegen. Gerne können Sie vorab einen Termin vereinbaren. Weitere Informationen erhalten Sie unter Tel. 0221-94360734, n.sondermann@ifhkoeln.de oder [hier](#).

Jobbörse

Die Bochum Marketing GmbH sucht eine/n Leiter/in Kommunikation



Sie führen und motivieren ein fünfköpfiges Team und entwickeln gemeinsam mit der Geschäftsführung die externe Kommunikationsstrategie weiter. Die Kommunikationsabteilung steuert das Marketing für alle anderen Abteilungen des Unternehmens, verfasst Pressemitteilungen, hält den Kontakt zu Agenturen, Redaktionen und Druckereien, betreut redaktionell ein Stadtmagazin und Newsletter, erweitert stetig ein eigenes WLAN-Netz, zeichnet für sechs firmeneigene Websites verantwortlich und speist 14 Social-Media-Kanäle. Als Abteilungsleiter leben Sie eine innovative Denkweise vor, geben Impulse für neue Marketingmaßnahmen und stecken andere mit Ihrer Begeisterung an. Eine mehrjährige Führungserfahrung eines kleinen Teams ist wünschenswert; in Frage kommt aber auch eine Person aus der zweiten Reihe, die endlich mehr Verantwortung übernehmen will und nachweisen kann, dass sie dazu in der Lage ist. Die vollständige Ausschreibung finden Sie [hier](#).

Die Stadt Lörrach sucht eine Projektleitung (m/w) Tourismusstrategie



Lörrach

Das städtische Tourismusmarketing ist neben den städtischen Kultureinrichtungen im Fachbereich Kultur und Tourismus angesiedelt. Die sich wandelnden Anforderungen im Tourismus in

einer grenznahen Region und die wachsende Bedeutung der Tourismuswirtschaft für Lörrach veranlassen uns, eine neue strategische Ausrichtung mit allen dazugehörigen Maßnahmen zu entwickeln. Die anspruchsvolle und vielseitige Position beinhaltet die Leitung des Prozesses zur Entwicklung einer städtischen Tourismusstrategie, die Zusammenarbeit im Team der Touristinformation und des gesamten Fachbereichs sowie mit Dienstleistern, Kooperationspartnern und Leistungsträgern. Zudem gehören die bedarfsorientierte konzeptionelle und strategische Weiterentwicklung der städtischen Tourismusangebote sowie die Konzeption, Leitung und Implementierung von Projekten zu Ihren Aufgaben. Wir suchen eine engagierte Persönlichkeit mit einem abgeschlossenen Studium im Bereich Tourismus beziehungsweise mit einer vergleichbaren Ausbildung und einschlägiger Berufserfahrung oder durch eine entsprechende langjährige berufliche Praxis erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Die Bewerbung ist bis zum 30. September 2017 möglich. Die vollständige Stellenausschreibung können Sie **hier** einsehen.

Die Stadt Lampertheim sucht eine/n Leiter/in Regiebetrieb Stadtmarketing

Um Lampertheim zukünftig mit einer überzeugenden Stadtmarke zu repräsentieren, werden alle Aktivitäten des Stadtmarketings, des City- und Eventmanagements, der Wirtschaftsförderung und des Tourismus- und Freizeitmanagements in dem Regiebetrieb Stadtmarketing konzentriert. Zum 01.01.2018 suchen wir daher eine gleichermaßen strategisch denkende wie umsetzungsstarke und gewinnende Persönlichkeit, die als Leiter/-in Regiebetrieb Stadtmarketing in vertrauensvoller Kooperation mit allen relevanten internen und externen Akteuren für unser Stadtmarketing die richtigen Akzente setzt und Lampertheim als unverwechselbare Marke bei den definierten Zielgruppen etabliert. In Lampertheim herrscht Aufbruchstimmung! Wir wollen viel bewegen – dafür brauchen wir Sie! Mit Ihrer wirtschaftlich-strategischen Kompetenz agieren Sie innovativ und umsetzungsorientiert. Als gewinnende Persönlichkeit verstehen Sie es, mit unterschiedlichen Zielgruppen sicher zu kommunizieren und mit diesen gemeinsam Erfolge zu erzielen. Den gebotenen Gestaltungsspielraum füllen Sie mit zukunftsweisenden Impulsen. Wir haben hohe Erwartungen an Sie. Im Gegenzug bieten wir Ihnen überzeugende vertragliche Rahmenbedingungen. Die Bewerbung ist bis zum 15. Oktober 2017 möglich. Die vollständige Ausschreibung finden Sie **hier**.

Die mainzplus CITYMARKETING GmbH sucht eine/n Stadtmarketing Manager/in



Mit ihren drei Unternehmensbereichen Mainz Congress, Mainz Kultur und Mainz Tourismus koordiniert die mainzplus CITYMARKETING GmbH die Außendarstellung der Landeshauptstadt Mainz und zeichnet sich somit verantwortlich für die Weiterentwicklung von Mainz als Reise- und Tagungsdestination. Ab Oktober 2017 wird mainzplus CITYMARKETING zusätzlich das Citymanagement in Mainz verantworten und weiter ausbauen, um die Attraktivität der Innenstadt und somit die dortige Besucherfrequenz kontinuierlich zu steigern. Für diese neue Aufgabe suchen wir Sie zum nächstmöglichen Zeitpunkt als Stadtmarketing Manager (m/w). Ihre Aufgaben umfassen die Entwicklung und Durchführung von Maßnahmen für innovative Zukunftsprojekte zur

Steigerung der Besucherfrequenz sowie der Erhöhung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt. Sie sind Bindeglied zur Entwicklung und zum Ausbau von Dialog, Networking und Moderation mit allen bestehenden und potenziellen Kooperationspartnern im Rahmen der Stadtentwicklung und des Stadtmarketings, verantworten die Budgetplanung & -verwaltung und führen Aufgaben im Marketing und der Öffentlichkeitsarbeit durch. Die vollständige Stellenausschreibung können Sie **hier** einsehen.

Der Stadtmarketing Böblingen e.V. sucht eine/n Stadtmarketingmanager/in



Das Ziel des Stadtmarketing Böblingen e.V. ist es, das Image Böblings als lebendige, offene, attraktive und innovative Stadt zu festigen und die Identifikation der Böblingen mit ihrer Stadt zu stärken. Dabei soll Böblingen als Einkaufs-, Wirtschafts-, Freizeit- und Wohnstandort positiv weiterentwickelt werden. Die Tätigkeit erfordert Kooperations- und Kommunikationsstärke sowie insbesondere im Bereich der Vermarktung der Stadt ein hohes Maß an Empathie und Einsatzbereitschaft für Böblingen. Die Aufgaben umfassen u.a. die (Weiter-)Entwicklung und Aktualisierung der Stadtmarketingkonzeption für Böblingen, die Leitung und Umsetzung von Stadtmarketingprojekten, die Öffentlichkeitsarbeit für Projekte sowie Netzwerkaktivitäten.

Es erwartet Sie ein interessanter und vielseitiger Aufgabenbereich für eine moderne, dynamische Stadt in einem motivierten, jungen Team. Wir freuen uns auf eine engagierte, kommunikative, kreative und verantwortungsbewusste Persönlichkeit, die gerne selbständig arbeitet und ein verbindliches Auftreten mitbringt. Bewerbungen sind bis zum 12.10.2017 möglich. Die Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Fördermitglieder der bcsd

urbanicom - Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.



urbanicom

Deutscher Verein
für Stadtentwicklung
und Handel e.V.

„urbanicom“ ist die Kurzbezeichnung für die Internationale Vereinigung „Stadtentwicklung und Handel“, die 1966 in Brüssel gegründet wurde. Seit 1976 treffen sich auf den Jahrestagungen der deutschen Sektion (seit 1995 ist urbanicom Deutschland rechtlich selbstständig) wichtige Entscheidungsträger und Multiplikatoren aus Architektur, Stadtplanung, Kultur und Denkmalpflege, Handel und Dienstleistungen, Verkehrsplanung und Immobilienwirtschaft, Industrie- und Handelskammern, Instituten und Verbänden. Der urbanicom e.V. tritt für die Erhaltung und Sicherung der Stadt in ihrer Multifunktionalität und als Kristallisationspunkt sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens (insbesondere des Handels) ein. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

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.

schulzundtebbe GmbH & Co. KG

Die schulzundtebbe GmbH & Co KG ist Impulsagentur. Wir entwickeln und kommunizieren seit vielen Jahren erfolgreich Marken. Unsere Medien sind Print, Internet, Social Media, das Produkt selbst und der inszenierte Raum. Wir entwickeln individuelle Logos, entdecken Stories, konzipieren Kampagnen, machen Fotos, tolle Grafik und außergewöhnliche Texte. Und wir bauen Läden und Gastronomien. Wir helfen Unternehmern, Linien zu finden und Aussagen zu formulieren.



Aussagen, die ihre Kunden verstehen und solche, die es werden sollen. Wir gehen den Dingen auf den Grund in unserem bekannten Workshop „in 20 Fragen zum Markenkern“, coachen im „Creative Sparring“ und begleiten strategisch auf der Langstrecke. Mit „PlanetHeimat“ haben wir eine nachweislich erfolgreiche Neukundenmaschine für den stationären Einzelhandel entwickelt. Für lokale Dienstleister und Handwerksbetriebe. In Social Media. Wir sprechen direkt im Umfeld potenzielle Kunden aktiv an. Weitere Informationen unter: www.schulzundtebbe.de

Citymanagement Harburg e.V.

Mitten in der wirtschaftsstarken Metropolregion Hamburg liegt der Bezirk Harburg, der sich in den letzten Jahren sichtbar entwickelt hat. Der Verein wurde 1998 als „Aktionsgemeinschaft Harburg e.V.“, mit dem Ziel gegründet, die Wiederbelebung der Harburger Innenstadt zu einem attraktiven Oberzentrum der Region voranzutreiben, die Betriebe der Harburger Citywirtschaft zu vertreten und nachhaltig zu fördern. Im Jahr 2012 wurde die Aktionsgemeinschaft in Citymanagement Harburg e.V. umbenannt.



Der Citymanagement Harburg e.V. versteht sich gegenüber Politik und Verwaltung als Interessenvertreter der Harburger Citywirtschaft: Einzelhändler, Dienstleister, Gastronomiebetriebe und Grundstückseigentümer. Wesentliche Aufgaben sind die Planung und Durchführung von gezielten Maßnahmen in den Bereichen Marketing, Sauberkeit, Sicherheit, Infrastruktur und Events. Aufbauend auf den Stärken Harburgs ist das übergreifende Ziel, die Innenstadt für ihre Bürger, für Besucher sowie Partner aus

der Wirtschaft attraktiver zu gestalten. Gemeinsam mit dem Bezirksamt Harburg, der Handelskammer, dem BID Sand-Hölerwiete, der Harburg Vision des Wirtschaftsvereins und vielen weiteren lokalen Akteuren setzt sich das Citymanagement für eine positive Entwicklung ein und hat unter anderem das MarketingBoard mit allen Akteuren initiiert. **Hier** erfahren Sie mehr.

VMM - Europäischer Verband für visuelles Marketing e.V.



Der Europäische Verband für visuelles Marketing vertritt die Interessen seiner Mitglieder und Partner im Bereich visuelles Marketing. Dadurch ist der Verband auch politisch aktiv und setzt sich für die Weiterentwicklung der Branche ein. Ein Beispiel hierfür ist die Einführung des Studiengangs Retail Design an der Hochschule Düsseldorf, um eine weitere qualitativ hochwertige Ausbildungsmöglichkeit in der Branche zu etablieren. Genauso werden die Industrie, der stationäre Handel und andere Verbände, die im

Bereich visuelles Marketing tätig sind, durch den VMM unterstützt.

Visuelles Marketing beinhaltet weit mehr als die typische Schaufenstergestaltung, es zählt auch die Gestaltung des Kaufraumes, das sichtbare Käuferlebnis und die Warenpräsentation. Mehr Informationen unter: www.vmm.eu

Unna Marketing GmbH

Seit 2001 besteht die – damals als „Stadthalle Unna – Gesellschaft für Veranstaltungen und Marketing“ – gegründete Organisation. In ihr wurden die Organisation der großen Innenstadtveranstaltungen, der Betrieb des Tagungs- und Kongresszentrums Stadthalle Unna sowie die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit und die



Tourismusförderung gebündelt. In den fortfolgenden Jahren kamen weitere Klein- und Großveranstaltungen, der Betrieb der Unnaer Wochenmärkte, die Vermietung von Veranstaltungsequipment und grafische Arbeiten sowie Spezialaufgaben wie bspw. die Entwicklung von Sicherheitskonzepten für diverse Veranstaltungsformate und entsprechende Dienstleistungen hinzu. Mittlerweile beschäftigt die zwischenzeitlich umfirmierte Unna Marketing GmbH elf Mitarbeiter in Vollzeit und bildet sechs Nachwuchskräfte aus.



Zunächst vor allem von der Fachverwaltung der Kreisstadt wenig beachtet, ist Unna Marketing heute bestens vernetzt und arbeitet eng und kooperativ mit den Akteuren von Kultur, Verwaltung, Politik und Wirtschaft zusammen. Die Expertise der Gesellschaft ist gefragt und zum unverzichtbaren Teil der Innenstadtentwicklung geworden. Politik und Bürgerschaft haben den Wert eines

funktionierenden Stadtmarketings erkannt. Durch unsere Arbeit initiieren wir p.a. rund 650.000 Tagesbesuche mit einem entsprechenden Beitrag für die lokale Wertschöpfungskette. Kaum Leerstände und ein breit aufgestelltes Angebot eines in Teilen inhabergeführten Einzelhandels kennzeichnen aktuell die Unnaer City. Wesentlich zur frühen Akzeptanz des Unnaer Stadtmarketings hat sicherlich ab 2003 der 4fache Gewinn des Landeswettbewerbs „Ab in die Mitte“ beigetragen. Wie in zahlreichen anderen freiwilligen Aufgabenbereichen ist die Frage der Finanzierung eine ständige Herausforderung, hierzu zählt auch die Gewinnung neuer Sponsoren.

Wichtiger aus inhaltlicher Sicht ist jedoch die Antwort auf die Herausforderungen durch einen zunehmenden Kaufkraftabfluss in Richtung Onlinehandel. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Preisverleihung des Deutschen Nachbarschaftspreises 2017

Nachbarschaft ist einer der wichtigen Pfeiler, die unsere Gesellschaft zusammenhalten. Die Stiftung nebenan.de rief in diesem Jahr erstmals den Deutschen Nachbarschaftspreis aus, um aktive Nachbarn und nachbarschaftliche Projekte auszuzeichnen, die sich für ein offenes, solidarisches und demokratisches Miteinander einsetzen. Über 1.300 Bewerbungen von gemeinnützigen Organisationen, Vereinen, Nachbarschaftsgruppen und -initiativen haben sich dem Wettbewerb gestellt.



Am 13. September kamen alle 16 Landessieger zur Preisverleihung des Deutschen Nachbarschaftspreises 2017 in Berlin zusammen. Drei Projekte haben es geschafft, die Jury zu überzeugen und nehmen damit auch eine Vorbildfunktion auf Bundesebene ein. Den ersten Preis, der mit 15.000 Euro dotiert ist, gewann die Bürgerinitiative Agora Köln mit ihrem Projekt „Tag des guten Lebens“. Dr. Thomas de Maizière, Bundesminister des Innern und Schirmherr des Preises führte die Ehrung vor Ort durch. Dieser Aktionstag regt zum Nachdenken und Mitmachen für alternative Nutzungskonzepte des öffentlichen Raums und der nachbarschaftlichen Zusammenarbeit an. Alle ausgezeichneten Projekte werden **hier** vorgestellt.

Kreativ aus der Krise – Impulse städtischer Transformation

Städte stehen heute – vielleicht mehr denn je – vor verschiedenen und unterschiedlich großen Herausforderungen, die nicht selten gleichzeitig in differente Richtungen wirken. Langzeitarbeitslosigkeit bei Fachkräftemangel hier, Zuwanderung und Alterung dort – wie können trotzdem gleichwertige Lebensverhältnisse geschaffen werden?

Wie Städte mit den individuellen Krisen umgehen und Wege zur Gestaltung unvermeidlicher Transformationsprozesse suchen, analysiert eine Publikation des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) **„Kreativ aus der Krise - Impulse für städtische Transformationen“**. Die Publikation beantwortet Fragen wie: Wie geht Stadtentwicklung jenseits von Großinvestitionen von Unternehmen, Infrastrukturprojekten und Events? Wo sind Schnittstellen von aktueller Praxis verschiedener an der Stadtentwicklung beteiligter Akteure sowie von übergeordneten gesellschaftlichen und ökonomischen Transformationsdiskursen? Weitere Informationen erhalten Sie **hier**.

Neue digitale Möglichkeiten im Stadtmarketing: Augmented Reality in Braunschweig, Virtual Reality in Bochum und Minecraft in Oberursel



Seit September 2017 bietet die von der Braunschweig Stadtmarketing GmbH herausgegebene Braunschweig-App neue Funktionen: Die App kann jetzt auch Augmented Reality (AR), also erweiterte Realität, darstellen. Das bedeutet, das Kamerabild des eigenen Smartphones oder Tablets zeigt auf dem Bildschirm ergänzende Informationen in Form von Bildern, Texten oder weiterführenden Links. Die neue Funktion gibt es zum Burgplatz, zum Südturm der St. Andreas-Kirche und zu Braunschweiger Partner- und Freundschaftsstädten. Gäste der Löwenstadt sowie Einheimische erfahren mit der neuen Augmented Reality-Funktion in der kostenlosen App „Entdecke Braunschweig“ direkt vor Ort Interessantes über ihre Umgebung. Weitere Informationen und die Links zum Download der App gibt es unter www.braunschweig.de/app. (Foto: Braunschweig Stadtmarketing GmbH / BSM/S.Gramann/H.Grote, Grafik: Neonaut)

Auch die Bochum Marketing GmbH nutzt neue technische Möglichkeiten bei der Vermarktung und hat kürzlich eine Kampagne mit Virtual Reality (VR) gestartet. In den Fußgängerzonen von München, Bremen und Bonn präsentiert sich Bochum mit der neuen Kampagne als „Talentschmiede im Ruhrgebiet“ und will insbesondere Studierende, Absolventen und Akademiker auf Jobsuche von Bochum begeistern. Passanten können am „Bochum-Cube“ nicht nur Informationen über den Hochschulstandort Bochum und das Netzwerk UniverCity Bochum erhalten, sondern mithilfe einer VR-Brille und dem eigenen Smartphone zwei Kurzspielfilme über Bochum im 360-Grad-Format ansehen. Verfilmt wurden zwei VR-Stories zu den Themen **"Angewandte Wissenschaft und Innovation an Hochschulen"** und **"IT-Sicherheit: Technologie-Kompetenz und Transfer"**, die auch online einsehbar sind. Weitere Informationen zu der Kampagne finden Sie [hier](#).

Die Stadt Oberursel nutzt ebenfalls ein spielerisches technisches Format, allerdings nicht zur Information der Bürger, sondern für deren Beteiligung an der Neugestaltung des Gebietes um den Bahnhof. Hierzu wurde das Spiel Oberurselcraft auf Basis des beliebten Spiels Minecraft entwickelt, das es den Spielern ermöglicht, das Areal nach ihren Vorstellungen virtuell zu gestalten. Minecraft ist ein Open-World-Spiel von Microsoft und kann als digitales Lego begriffen werden, bei dem, einzeln oder gemeinsam mit anderen Spielern, eine virtuelle Welt mit Bauwerken, Städten und Landschaften gestaltet werden kann. Mithilfe von Daten aus OpenStreetMap, Gebäudedaten im City-GML-Format sowie Baumkatasterdaten der Stadt Oberursel konnte das Gelände originalgetreu abgebildet werden. Oberurselcraft soll insbesondere Kindern und Jugendlichen die Chance geben, sich spielerisch an der Stadtentwicklung zu beteiligen. Zum Erreichen dieser Zielgruppe hat die Stadt auch mit einem bekannten Minecraft-Youtuber zusammengearbeitet. Weitere Informationen zu Oberurselcraft erhalten 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**.

Immersives Erlebnis im Wald der Zukunft



Das Londoner Einkaufszentrum Westfield hat von der Designagentur Bompas & Parr einen „Future Forrest“ errichten lassen. Das Event, das den Besuchern ein immersives Erlebnis zum Thema Wald bot, sollte die Bedeutung des Waldes für die Lebensqualität des Menschen herausstellen. Dabei konnten die Besucher eine Wolke aus Früchten riechen und schmecken sowie energieerzeugende Pflanzen bestaunen. Eine kleine Ausstellung lud dazu ein, die Eigenschaften der Spinnenseide zu entdecken, und eine Seilrutsche ermöglichte es den Kindern, den außergewöhnlichen Wald aus der Vogelperspektive zu erleben.

Bunte QR-Codes schlagen Touristentouren vor

Um mehr Touristen in das Viertel Old Town Central in Hongkong zu locken, hat der Tourismusverband eine Kampagne mit illustrierten QR-Codes gelauncht. Reisende finden die QR-Codes an zahlreichen Standorten im Viertel. Sobald sie die QR-Codes gescannt haben, werden sie auf eine Website weitergeleitet, die ihnen vier verschiedene Touren im Viertel vorschlägt. Bei jeder dieser Touren steht ein bestimmtes Thema im Fokus: Kultur, Kunst, Kulturerbe oder Essen. Die Designs der QR-Codes sind inspiriert von den Erlebnissen, die auf der jeweiligen Tour geboten werden, und zeigen somit unter anderem einen Tempel und ein traditionelles Teehaus.



Robotershuttle macht ältere Menschen mobil



Der japanische Spieleentwickler DeNA testet im japanischen Nishikata derzeit den Einsatz seines selbst entwickelten autonomen Robotershuttles. In der Stadt Nishikata leben sehr viele Menschen über 65 Jahre, die wegen der schlechten Businfrastruktur und des Mangels an Busfahrern in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. Der Robotershuttle könnte hier eine Möglichkeit sein, der alternden Bevölkerung zu mehr Mobilität zu verhelfen. Die Shuttles bieten Platz für jeweils sechs Personen und bewegen sich in der Testphase mit einer langsamen Geschwindigkeit von etwa zehn Stundenkilometern fort.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen 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!**

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

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

European Green Capital Award 2020 und European Green Leaf Award 2019, Europäische Kommission, bis 18. Oktober 2017

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

Der Deutsche Fahrradpreis 2018, Bundesministerium für Verkehr und Digitale Infrastruktur und Partner, 01. September bis 15. November 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 Ende 2017

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

12. Oktober, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Stein bei Nürnberg

13. Oktober, **Tourismus und Willkommenskultur**, Stein bei Nürnberg

15. – 17. Oktober, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2017**, Siegen

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

09. November, **Stadtmarketingtag Bayern**, Donauwörth

13. November, **Die Stadt / Region als Marke**, Hamburg

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

Terminkalender

04. Oktober 2017, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Schleswig-Holstein** und der Hamburger bcsd-Mitglieder, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Norderstedt

13. – 15. Oktober 2017, DASL Jahrestagung: "**Komplexität und Unsicherheit**", Berlin

15. – 17. Oktober 2017, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2017**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Siegen

18. Oktober 2017, **Rid Zukunftskongress**, München

19. Oktober 2017, **Nahversorgungstag Bayern**, Hallstadt

19. – 20. Oktober 2017, **Hochschulen und "ihre" Stadt: Mit- oder nebeneinander?**, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin

20. – 21. Oktober 2017, **Reviercamp - Hack the Revier!** (Konferenz und Barcamp zur Digitalisierung des Rheinischen Braunkohlereviers), Aachen

27. Oktober 2017, **Treffen des bcsd-Landesverbandes Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Stuttgart

06. bis 09. November 2017, **Ausbildung zur Aufsichtführenden Person**, Peine

09. November 2017, **Stadtmarketingtag Bayern**, CIMA Beratung + Management GmbH, Donauwörth

09. November 2017, **Social Media für Städte und Regionen - Wie Standorte von Facebook, Twitter & Co. profitieren können**, Deutscher Verband für Angewandte Geographie e.V., Regionalgruppe Schwaben, Augsburg

09. November 2017, **Kulturmarken-Gala 2017**, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Berlin

09. – 10. November 2017, **Öffentlichkeitsbeteiligung im Städtebau**, Frankfurt am Main

09. – 10. November 2017, **KulturInvest-Kongress 2017**, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Berlin; bcsd-Mitglieder erhalten Vergünstigungen

13. November, **Die Stadt / Region als Marke**, Hamburg

05. Dezember 2017, **bcsd-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bremen

26. – 30. Januar 2018, **Messe Christmasworld**, Frankfurt am Main

22. – 24. April 2018, Deutscher Stadtmarketingtag, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Aachen

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.