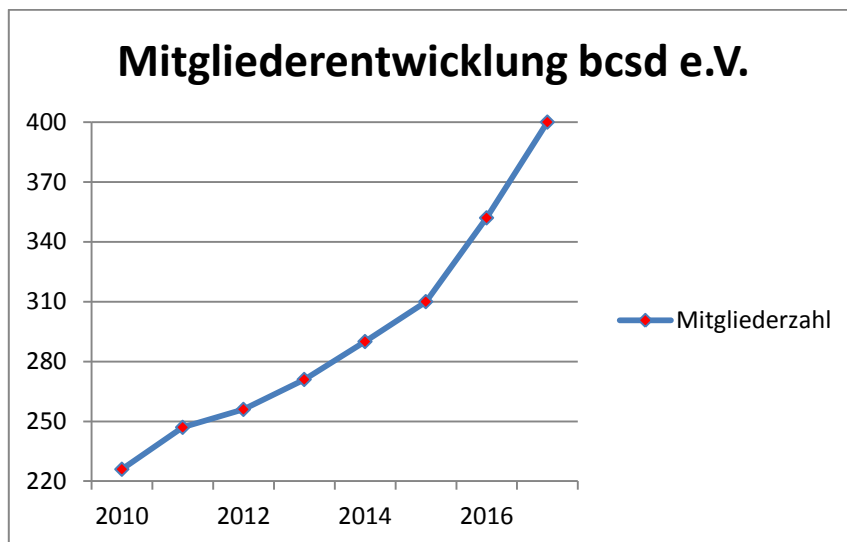


Newsletter 11-2017

Wir sind 400!



Unser Verband lebt von seinen Mitgliedern, deswegen freuen wir uns sehr, dass wir mit der Stadt Oerlinghausen im November unser 400stes Mitglied begrüßen durften! Seit ihrer Gründung im Jahr 1996 wächst die bcsd stetig. Allein in diesem Jahr kamen bisher 38 neue Mitglieder hinzu. Das verstehen wir als Anerkennung unseres Selbstverständnisses als Mittlerin zwischen den Stadtmarketingverantwortlichen und der Politik auf Bundes- und Landesebene sowie als Anreiz, unser vielfältiges Leistungsangebot für unser lebendiges Netzwerk zu erweitern und weitere Mitglieder für den Erfahrungsaustausch in der Stadtmarketingszene zu gewinnen.

Zählt man alle Mitgliedsstädte zusammen, dann kümmern sich unsere Mitglieder um die urbane Lebensqualität von ca. 30 Millionen Bürgerinnen und Bürgern! Der Erfolg unseres Vereins beruht auch auf dem großen Engagement der ehrenamtlichen Vertreter in den Landesverbänden und dem Bundesvorstand, die gemeinsam mit unserer Geschäftsstelle daran arbeiten, die Weiterentwicklung des Stadtmarketings zu fördern.

Unsere beiden großen Veranstaltungen, der Deutsche Stadtmarketingtag und die Deutsche Stadtmarketingbörse, sind für die Vernetzung und den Austausch der Stadtmarketingverantwortlichen besonders wertvoll und ziehen jährlich jeweils rund 250 Verantwortliche aus den Kommunen an. Neben den beiden Fachkongressen dient vor allem unser Weiterbildungsstudiengang der Professionalisierung der Stadtmarketingorganisationen in den deutschen Städten. Informationen zu unseren Mitgliedervorteilen finden Sie **hier**.

Themen

Seite 1

Wir sind 400

Seite 2

Kulturmarken Award

Artikelsammlung zum Handel

Seite 3

Schutz von Weihnachtsmärkten

Leitfaden zum neuen Reiserecht

Regionalität im Tourismus

Seite 4

Jobbörse

Seite 5

Fördermitglieder

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 7

Leitfaden
Parkraumbewirtschaftung

Sieger des #urbanana-Award

Seite 8

Das digitale Gesicht der Stadt

VIVA Vancouver

Seite 9

Kampagne zur
Wohnungsknappheit

Airbnb erhebt Dortmund
Beherbergungsabgabe

Seite 10

Digitalisierungsstrategie
Kaiserslautern

Nachbarschaft und Vielfalt im
Quartier

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

Seite 13

Termine des
Weiterbildungsangebotes ICR

Terminkalender

Preisträger des Europäischen Kulturmarken-Awards 2017

Am Abend des 09. November wurden in Berlin die von einer 31-köpfigen Jury aus 104 Bewerbungen ausgewählten Preisträger des Europäischen Kulturmarken-Awards geehrt. Als Preisträger in der von der bcsd präsentierten Kategorie „Preis für Stadtkultur 2017“ konnte das Kulturamt der Landeshauptstadt Stuttgart mit dem Zukunftslabor die begehrte Aurica entgegennehmen. Das Zukunftslabor wurde ausgezeichnet als visionärer Think Tank, der im Dialog mit der Stadtgesellschaft und unter Einsatz digitaler und partizipativer Methoden die kulturelle Zukunft der Stadt gestaltet. **Hier** finden Sie mehr Informationen zum Zukunftslabor.

Den Wettbewerb um die Europäische Kulturtourismusrregion des Jahres konnte #urbanana mit seinem kooperativen Ansatz zur Förderung des kreativen Städtetourismus im Rhein-Ruhr-Raum für sich entscheiden. **Hier** erfahren Sie mehr über das Projekt, bei dem Tourismus, Kreativwirtschaft und Stadtgesellschaft aus mehreren Städten zusammengeführt werden. **Hier** finden Sie mehr Informationen zum Europäischen Kulturmarken-Award sowie den Siegern der weiteren Kategorien.



Die Gala fand im Rahmen des KulturInvest-Kongresses statt, auf dem die bcsd ein eigenes Panel zum Thema „Die Stadt als identitätsstiftende Kulturbühne“ präsentierte. Unter anderem stellte Uli Cloos den Krefelder Perspektivwechsel vor, einen partizipativen und aktivierenden Ansatz, der die Stadt aus neuem

Blickwinkel erlebbar macht und die Identifikation der Bürger mit der Stadt stärkt. **Hier** finden Sie einen Artikel aus dem Blog von Stadtmarketing Austria, der sich mit dem Thema Stadtkultur und deren Bedeutung insbesondere für kleine Städte auseinandersetzt.

Artikelsammlung zum Thema Handel



Das Magazin W & V Werben und Verkaufen hat ein Online-Special zum Thema Zukunft des Handels eingerichtet. In der Sammlung von Artikeln zum Thema finden sich Experteninterviews und –statements von Praktikern und Wissenschaftlern, neue Trends und Gedankenspiele, Studien und Neuigkeiten. Unter anderem wird ein **niederländischer Käsehändler**

vorge stellt, der mit dem Verkauf von Käse im Livestream Aufmerksamkeit erreicht und daraufhin Bestellungen sogar aus Neuseeland erhalten hat. Weitere Artikel beleuchten beispielsweise die **Zukunft des Handels im Jahr 2018** oder die Digitalisierung im Handel. **Hier** finden Sie die aufschlussreiche Zusammenstellung.

Eine Übersicht über Werkzeuge, die von lokalen Online-Initiativen zur Anpassung an die Digitalisierung im Handel eingesetzt werden, bietet die Local Commerce Alliance **hier**.

Urteil zum Schutz von Weihnachtsmärkten



Foto: Bochum Marketing GmbH

Betonpoller, Wassertanks oder schwere Fahrzeuge sollen vielerorts die Eingänge von Weihnachtsmärkten vor Anschlägen schützen. Doch wer soll für diese zusätzlichen Kosten aufkommen? Die Betreiber, die Kommunen oder die übergeordneten Sicherheitsbehörden wie es z.B. bei der Sicherung von Fußballspielen der Fall ist. Das Berliner Verwaltungsgericht hat nun eine erste Antwort auf diese Frage gegeben, die Präzedenzcharakter erlangen könnte. Es gab dem Veranstalter eines Weihnachtsmarktes in Berlin Charlottenburg in einem Eilverfahren recht und entschied: Der Schutz vor Terroranschlägen ist nicht Aufgabe des Veranstalters. Der Ruf nach eindeutigen Regelungen durch den Gesetzgeber wird somit nochmals lauter, da andere öffentliche Veranstaltungen mit gleichen Sicherheitsanforderungen planen müssen. Gegen den aktuellen Beschluss kann Beschwerde beim Oberverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg eingelegt werden. **Hier** finden Sie mehr Informationen dazu. Im Bild sehen Sie zwei von insgesamt zwanzig je 1,2 Tonnen schweren Sandsäcken, die den Bochumer Weihnachtsmarkt schützen und weihnachtlich als Geschenke verpackt wurden.

Leitfaden zum neuen Reiserecht

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) hat einen siebenseitigen Praxisleitfaden zum neuen Reiserecht veröffentlicht. Darin wird beispielsweise erläutert, wann das neue Reiserecht Anwendung findet sowie geänderte Pflichten für die Vermittler und Anbieter von Reiseleistungen bzw. Pauschalpaketen. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei online angebotenen Leistungen. Der DTV rät dringend dazu, die eigenen Angebote dahingehend zu prüfen, ob Änderungen notwendig sind. **Hier** finden Sie den Praxisleitfaden.

Regionalität im Tourismus



Der touristische Dachverband für NRW widmet sich in seinem dritten online-Trendmagazin der Frage, welche Bedeutung das Trendthema Regionalität für den Tourismus hat. Dabei nimmt er unterschiedliche, für den Tourismus bedeutende Wirtschaftszweige in den Blick, die von dem Thema Regionalität berührt werden. Außerdem werden verschiedene regionale Produkte und Produzenten aus NRW vorgestellt. Das ganze Magazin finden Sie **hier**. Weitere Informationen zum Thema finden Sie außerdem im Handbuch zur Regionalvermarktung, das vom Bundesverband der Regionalbewegung herausgegeben wird. Auf der Webseite des Verbandes gibt es eine **Leseprobe**.

Jobbörse

Die Pro Herford GmbH sucht eine/n Markthallenmanager/in

Derzeit wird die Markthalle Herford umfassend saniert und voraussichtlich Anfang 2019 eröffnet. Die Markthalle Herford im Herzen der Stadt soll sich zum Erlebnisort mit Wochenmarkt, Themenmärkten und Veranstaltungen entwickeln. Für das Management und die Umsetzung dieses Vorhabens suchen wir ab dem 1. April 2018 oder früher eine/n Markthallenmanager/in in Vollzeit (39 Std./Woche). Ihre Aufgaben sind die Optimierung des Branchenmixes in der Markthalle Herford, die Akquise und Betreuung von Mietern für die Markthalle Herford, der Aufbau und die Entwicklung von langfristigen Partnerschaften, das Vertragswesen, die Implementierung eines standardisierten Qualitätsmanagements, die Öffentlichkeitsarbeit und das Eventmanagement sowie die Budgetplanung und –kontrolle. Auch die Planung, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen fällt in Ihren Zuständigkeitsbereich. Die Bewerbung ist bis zum 5. Dezember 2017 möglich. Die vollständige Stellenausschreibung mit Angaben zum Bewerberprofil finden Sie **hier**.



Die Große Kreisstadt Forchheim sucht eine/n Citymanager/in



Das Citymanagement wird in Forchheim als Stabsstelle direkt dem Oberbürgermeister zugeordnet. Zu Ihren Aufgaben zählt zuvorderst die Entwicklung eines Marketingkonzeptes zur Erhöhung der Attraktivität der City sowie zur Steigerung der Verweildauer in der Forchheimer Innenstadt unter anderem durch Maßnahmen zur Frequenzsteigerung und Lebendigkeit. Vor diesem Hintergrund übernehmen Sie auch die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Kundenbindung bzw. Kaufkraftentwicklung und evaluieren die aktuellen Aktivitäten in der Innenstadt. Im Rahmen Ihrer Tätigkeit soll ein Leitbild/Profil für die Innenstadt entwickelt werden. Sie koordinieren und fördern zudem die Zusammenarbeit und Kommunikation aller Akteure inklusive der verschiedenen in der Verwaltung betroffenen Abteilungen. Das Flächenmanagement zur Unterstützung der Immobilieneigentümer/innen in der Forchheimer Innenstadt schreiben Sie fort und entwickeln Konzepte zur Zwischennutzung vorübergehender Leerstände. Zudem bauen Sie Netzwerke auf. Bewerbungsschluss ist der 27. Dezember 2017. Die ausführliche Stellenausschreibung ist **hier** für Sie hinterlegt.

Der stadttinitiative HEILBRONN e.V. sucht eine/n Leiter/in der Geschäftsstelle

Der stadttinitiative HEILBRONN e.V. ist mit über 200 Mitgliedern der größte Interessensvertreter des Heilbronner Einzelhandels, der Heilbronner Dienstleister und Heilbronner Gastronomen gegenüber Stadt und Politik. Als Leiter/in der Geschäftsstelle pflegen Sie den Kontakt zu allen wichtigen Stadtakteuren, vertreten die Interessen des Vereinsvorstandes, managen eigenständig

Projekte und erarbeiten individuelle Marketingkonzepte. Sie übernehmen zusätzlich die täglichen Aufgaben im administrativen und organisatorischen Bereich, wie beispielsweise die Betreuung der Mitglieder oder Buchhaltungsaufgaben. Außerdem fällt Ihnen die Organisation

von Vorstands- und Beiratssitzungen sowie vereinsinternen Veranstaltungen zu. Sie verantworten darüber hinaus das Portal mein-heilbronn.de und betreuen den Mein HEILBRONN Shop. Zudem bearbeiten Sie das Gutschein- und Parkvergütungssystem. Die vollständige Stellenausschreibung ist **hier** für Sie hinterlegt.

Mein
HEILBRONN

Die Glückstadt Destination Management GmbH sucht eine/n Projektmanager/in Rad



Als Stadtdenkmal mit einmaliger Lage an der Elbe will Glückstadt seine Position als Ausflugsziel und Urlaubsort nachhaltig festigen und ausbauen. Die Glückstadt Destination Management GmbH hat die touristische Organisation und Vermarktung der Stadt Glückstadt übernommen. Ihre Aufgabe ist es, Glückstadts als Radreiseziel zu etablieren. Dafür übernehmen Sie eigenverantwortlich Konzeption, Planung, Umsetzung und Kontrolle des Projektes. Zusätzlich unterstützen Sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Touristinformation, insbesondere bei der redaktionellen Arbeit und Social Media-Aktivitäten. Auch bei Veranstaltungen wirken Sie unterstützend mit. Bei Ihrer Arbeit gehen Sie in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung und in Zusammenarbeit mit bestehenden Kooperationspartnern vor. Die vollständige Stellenanzeige finden Sie **hier** hinterlegt.

Fördermitglieder der bcsd

1eEurope Deutschland GmbH



Die 1eEurope Deutschland GmbH bietet in den Bereichen B2B Kommunikation, Optimierung abteilungsübergreifender interner Prozesse sowie Entwicklung neuer Technologien im Bereich Mobility/ Location Based Services für unterschiedliche Zielgruppen Lösungen an. Das Unternehmen versteht sich dabei als Beratungs- und Serviceunternehmen sowie als Kooperationspartner für die Kunden. **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.

zmyle UG



Mit unseren Stadtgutschein-Systemen bieten wir Ihnen individualisierte Online-Marktplätze. Vernetzen und präsentieren Sie die Geschäfte, Restaurants und Dienstleister Ihrer Stadt und

bieten Sie deren Gutscheine zum Verkauf an. Online, wie offline. Sämtliche Gutscheine können innerhalb des Netzwerks frei eingelöst werden und fungieren somit als lokales Zahlungsmittel. Zahlungsmittel machen nur Sinn, wenn sie auch verfügbar sind. Deshalb haben wir unser System dahingehend entwickelt. Alle Gutscheine können zeit- und ortsunabhängig vom PC, Handy oder aus einer App heraus gekauft und direkt verschickt werden – ganz einfach per WhatsApp, eMail, SMS oder anderen Messengern – direkt auf das Handy oder den PC des Beschenkten. Problemlos können die Gutscheine auch zu Hause ausgedruckt und persönlich übergeben werden. **Hier** erfahren Sie mehr.

cityHUB Softfolio.chs GmbH



Was bringt die Digitalisierung den Städten und Gemeinden, um innovativ und lebendig in die Zukunft zu gehen? Mit einer digitalen Bürger App bekommen Verwaltung, Vereine,

Händler, Unternehmen, Bürger und Touristen die Möglichkeit im direkten Dialog zueinander zu stehen. Eine beliebte Funktion von Smartphones ist es, sich über Push-Nachrichten proaktiv informieren zu lassen. Gewerbe-, Wirtschafts- und Vereinsförderung sind dabei ein wichtiger Zusatznutzen für Ihre Kommune. Eine weitere Funktion ist die Möglichkeit, Schäden per Knopfdruck mit Bild und Standort zu melden. Alle bestehenden Medien und Beiträge lassen sich bequem ohne doppelte Erfassung in eine App einbinden. Eine der erfolgreichsten Lösungen kommt aus dem Hause Softfolio.chs mit der App „CityHub“. **Hier** erfahren Sie mehr.

Stadt Frankfurt am Main – Amt für Kommunikation und Stadtmarketing



Das Amt für Kommunikation und Stadtmarketing (KuS) umfasst die Bereiche Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Protokoll, Referat für Internationale Angelegenheiten, Bürgerbüro, Ehrenamt und Stiftungen sowie die Verwaltungsabteilung und hat gut 100 Mitarbeiter.

Das KuS ist zuständig für die täglichen Presseaussendungen von Magistrat und Stadtverwaltung, für den städtischen Internet-Auftritt und die städtischen

Social-Media-Kanäle und ist mit Veranstaltungen und Kampagnen der Image- und Öffentlichkeitsarbeit sowie mit Stadt- und Stadtteilmarketing betraut. Das Referat für Internationale Angelegenheiten betreut dabei die zahlreichen Städtepartnerschaften Frankfurts, die Protokollabteilung ist für alle Veranstaltungen in Römer und Paulskirche zuständig. Zudem

unterhält das KuS ein Bürgerbüro als Schnittstelle zwischen der Verwaltung und der Bevölkerung. Hier wird das Thema „Bürgerschaftliches Engagement“ betreut. **Hier** finden Sie einige Eindrücke aus Frankfurt.

Oerlinghausen Marketing e.V.



Oerlinghausen Marketing e.V. ist ein nicht-gemeinnütziger eingetragener Verein, gegründet im November 2016. Sein Vorstand besteht aus ehrenamtlich tätigen Mitgliedern sowie dem Bürgermeister der Stadt Oerlinghausen. Unterstützt wird der Verein durch einen hauptamtlichen Mitarbeiter der Stadt Oerlinghausen. Aufgabe ist zunächst die Etablierung des „Stadtmarketing-Gedankens“ bei möglichst vielen Akteuren in der Stadt. Die wichtigsten Aufgaben, die sich dem Verein stellen, sind:

- Die Bergstadt Oerlinghausen im Teutoburger Wald als Ort der Naherholung (auch) für auswärtige Gäste noch interessanter zu machen
- Eine (Wieder-)Belebung der historischen Oerlinghauser Innenstadt
- Ein Zusammenwachsen der Ortsteile im Sinne einer gemeinsamen Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit „ihrer“ Stadt

Parkraumbewirtschaftung – Nutzen und Effekte



Die Regulierung des Parkraums in der Stadt birgt viel Konfliktpotenzial. Händler befürchten oftmals Umsatzverluste, wenn Parken teuer oder eingeschränkt wird und Kunden fühlen sich nicht selten benachteiligt. Dabei sollten beide Gruppen von reduziertem Parksuchverkehr, einem höheren Umschlag, besserer Verfügbarkeit der Parkplätze, weniger Falschparkern und einer somit gesteigerten Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit profitieren. Das Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg hat eine vom Deutschen Institut für Urbanistik (Difu) erarbeitete Broschüre zu Nutzen und Effekten der Parkraumbewirtschaftung herausgegeben. Darin werden Gründe für die Parkraumbewirtschaftung (auch Parkuhren zählen hierzu) erläutert und Hinweise zur Einführung und richtigen Umsetzung gegeben. Expertengespräche, in denen Städte von ihren Erfahrungen mit der Parkraumbewirtschaftung berichten, runden die Publikation ab. **Hier** finden Sie das Dokument zum Download.

Sieger #urbanana-Award gekürt

Mit dem Projekt #urbanana sollen im Ruhrgebiet und den (nieder)rheinischen Städten der Tourismus und die Kooperation von Kreativwirtschaft und Tourismus gefördert werden. In diesem Rahmen wurde im November erstmals der alle zwei Jahre stattfindende #urbanana-Award an



Projekte verliehen, welche dazu beitragen, den Standort als urbane kreative Szene zu profilieren, verliehen. Zu den ausgezeichneten Projekten zählen eine Stadtführung hinter die Kulissen der Düsseldorfer Modewelt, ein Online-Führer zu urbaner Kunst in Köln, eine App, die Museen mit den darum liegenden Plätzen und Straßen in Beziehung setzt, ein Gästehaus mit Coworking- und Freizeit-Angeboten, regionale Designer Workshops und Ausstellungen in der Region Aachen sowie das

Projekt Perspektivwechsel des Stadtmarketing Krefeld. **Hier** finden Sie eine Vorstellung aller 60 Bewerber.

Das digitale Gesicht der Stadt



Welches Bild die Stadt in der analogen Welt abgibt, ist relativ leicht zu erfassen. Das Bild, das die Stadt bzw. die in ihr vertretenen Akteure im Internet erzeugen, ist hingegen schwieriger zu erfassen. Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH und die Wirtschaftsförderung Braunschweig Zukunft haben in Zusammenarbeit mit der CIMA Beratung + Management GmbH eine Studie über die Präsenz der (inner)städtischen Akteure (Händler, Gastronomen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie Hotellerie) im Internet und Social Media durchgeführt. Auch die Online-Präsenz von Quartieren und Straßengemeinschaften wurde gezielt untersucht. Zudem wurden die

offiziellen Social-Media-Kanäle der Stadt und städtischer Einrichtungen untersucht, also wie die Stadt über sich selbst spricht. Ergänzend wurde die Präsenz Braunschweigs in digitalen Medien analysiert, also wie über die Stadt gesprochen wird. Händler und andere Innenstadtakteure werden durch Online-Checks und Workshops dabei unterstützt, ihr Erscheinungsbild im Internet zu optimieren. **Hier** finden Sie weitere Informationen und die Studie, die auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2017 in Siegen vorgestellt wurde, in Lang- und Kurzform.

VIVA Vancouver – Ideen für den öffentlichen Raum



Auf ihrem Weg zur grünsten Stadt der Welt hat die kanadische Stadt Vancouver das Programm VIVA Vancouver eingeführt. Dabei sollen innerstädtische Verkehrswege lang- oder kurzfristig gesperrt werden und sich in kreativ genutzte öffentliche Räume für Fußgänger verwandeln. Auf diese Weise wird der Austausch zwischen den Bewohnern und ihre Verbundenheit mit der Stadt gefördert. Für dieses Vorhaben werden lokale Gemeinschaften, Unternehmen und Investoren in die Planungen miteingebunden.

Die neuen Möglichkeiten, Stadträume fußläufig zu erschließen, sollen auch dem Einzelhandel nutzen. Das Programm umfasst viele Projekte: Erweiterungen der Bürgersteige, sogenannte Parklets, werden von verschiedenen Akteuren in der Stadt zu Orten urbaner Kunst oder zu

begrünter Flächen mit Sitzgelegenheiten umgestaltet. Aus der zentralen Robson Street im Herzen der Innenstadt wurde in den vergangenen sechs Jahren mit Ausnahme von 2016 jeweils in den Sommermonaten ein saisonaler öffentlicher Platz. Ziel ist es, die Robson Street dauerhaft zu schließen und zu einem öffentlichen Platz umzuwandeln, ohne dass dadurch längere innerstädtische Verkehrswege entstehen. VIVA Vancouver orientiert sich an dem Transportation 2040 Plan, den die Stadt 2012 aufgestellt hat, um eine Verkehrsplanung aufzustellen, die eine nachhaltige Nutzung des öffentlichen Raums erlaubt. **Hier** finden Sie einen Artikel dazu und **hier** die Projektseite.

Kampagne zur Wohnungsknappheit



Das Studierendenwerk in Karlsruhe gestaltete gemeinsam mit dem Stadtmarketing eine kreative Wohnraumkampagne, die auf die Wohnungsknappheit in der badischen Stadt aufmerksam machen und junge Studierende bei der Suche nach Wohnraum unterstützen soll. In einer sechsteiligen Webserie werden die Wohnungssuchenden unter dem Motto „Karlsruhe für Anfänger“ von verschiedenen Persönlichkeiten durch einen der sechs Stadtteile geführt und mit der Kamera unter anderem zu WG-Castings begleitet. Die Kurzfilme sind auf dem **YouTube-Kanal des Karlsruher Stadtmarketings** aufrufbar. Sie wurden zu Beginn des Wintersemesters im Zwei-Tages-Rhythmus veröffentlicht. Die Webserie ist nicht das erste Projekt, das im Rahmen der Kampagne durchgeführt wurde. Seit 2012 arbeiten das Studierendenwerk und die Stadt Karlsruhe bereits zusammen. Im vergangenen Jahr zelteten über 30 Studierende mehrere Tage auf dem Schlossplatz, um auf den Wohnraumangel hinzuweisen.

Dortmund und Airbnb - Vereinbarung zur Beherbergungsabgabe

Als erste Stadt in Deutschland hat Dortmund mit der Home-Sharing Plattform Airbnb eine Vereinbarung zur Einziehung der Beherbergungsabgabe geschlossen. Dadurch soll der administrative Aufwand für die Stadt und für die Dortmunder Gastgeber, die ihr Zuhause auf der Plattform anbieten, vereinfacht werden. Die Beherbergungsabgabe in Höhe von 7,5% des Übernachtungspreises wird nun automatisiert beim Gast abgerechnet und an die Stadt Dortmund ausbezahlt. So soll verhindert werden, dass Gastgeber die Beherbergungsabgabe nicht bezahlen. Die Auswirkungen von Airbnb auf die Entwicklung der Städte ist umstritten. Befürworter der Plattform sehen in ihr und der Idee, ungenutzten Wohnraum an Feriengäste zu vermieten, eine Möglichkeit, den Tourismus und die Willkommenskultur in den Städten zu fördern. Ihre Gegner kritisieren den möglichen Verlust von bezahlbarem Wohnraum für die Stadtbewohner, da sie befürchten, dass die Plattform vermehrt als Gewerbeportal genutzt wird und die Vermietung illegaler Ferienwohnungen erleichtert. Mit der Vereinbarung folgt Dortmund nun über 310 Städten und Kommunen weltweit. Airbnb steht aktuell mit weiteren deutschen Städten über Vereinbarungen im Dialog. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Digitalisierung in Kaiserslautern mit eigener GmbH

Die Stadt Kaiserslautern treibt die Digitalisierung voran und wird dazu eine eigene hundertprozentige Tochtergesellschaft, die KL.digital GmbH, gründen. Diese soll Ziele aus der Bewerbung um den Wettbewerb Digitale Stadt der Bitkom umsetzen. Unterstützt wird die Stadt dabei von der Landesregierung. Analog zu vielen Unternehmen sowie auch einigen anderen Städten wurden zudem ein Chief Digital Officer (CDO) sowie ein Chief Urban Officer (CUO) ernannt. Beide Stellen sind ehrenamtlich und wurden mit Professoren der örtlichen Technischen Universität aus den Bereichen Informatik und Raumplanung besetzt. Der CDO ist als Stabsstelle beim Oberbürgermeister angesiedelt und soll unter anderem das Leitbild digitale Stadt weiterentwickeln und entscheiden, welche Projekte sinnvoll sind. Der CUO ist beratend tätig und soll die Planungen im Bereich der Digitalisierung mit der Stadt- und Hochschulentwicklung in Einklang bringen. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

Nachbarschaft und Vielfalt – Quartiersentwicklung mit Geflüchteten

Die Stadt Tübingen führt im Rahmen des Bundesprogramms Nachbarschaft und Vielfalt Beteiligungsprozesse zur Gestaltung neuer Quartiere durch, die dauerhaft bezahlbaren Wohnraum bieten und kreative Ansätze zur Integration ermöglichen sollen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Gestaltung von Freiflächen und öffentlichen Räumen. In einer ersten Runde diskutieren zwölf zufällig ausgewählte Anwohner und auch Geflüchtete an anderthalb Tagen über das zukünftige Zusammenleben und bereiten somit einen darauf folgenden öffentlichen Workshop vor, den auch offizielle Vertreter sowie Vereine, Initiativen, etc. besuchen und neue Kontakte knüpfen. Dort entstandene Initiativen zur Aufwertung des Quartiers werden von der Stadt Tübingen in der Durchführung unterstützt. **Hier** erfahren Sie mehr dazu.

Zudem finden Sie **hier** Praxisbeispiele für alters- und generationengerechte Quartiersentwicklung in Baden-Württemberg. **Hier** finden Sie ergänzend einen praxisorientierten Leitfaden des Städtetags Baden-Württemberg zur inklusiven Quartiersentwicklung und **hier** eine Website zum Projekt.

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**.

Selbstfahrender Bus ermöglicht Anschluss an die Bahn



Die Deutsche Bahn hat auf einer Testroute in Bad Birnbach den autonomen Bus „ioki“ präsentiert, der künftig als wichtiger Baustein für einen Tür-zu-Tür-Service fungieren soll. Hersteller des Busses ist das französische Start-up EasyMile, an dem maßgeblich Continental beteiligt ist. Der Bus wird kostenlos angeboten und kann insgesamt zwölf Personen befördern. Ein Fahrtbegleiter ist stets dabei, damit er im Notfall eingreifen kann. Der Bus verbindet die örtlichen Heilwasserthermen und -bäder mit dem Ortszentrum und dem Bad Birnbacher Bahnhof, wobei jede Fahrt etwa acht Minuten dauert.

Virtuelle Figur wird in die Stadt eingebürgert



Der japanische Stadtbezirk Shibuya in der Nähe von Tokio hat eine fiktive Internetfigur offiziell als Stadtbewohner registriert. Der virtuelle Siebenjährige heißt Shibuya Mirai und ist ein Chatbot, der mit künstlicher Intelligenz ausgestattet ist. Internetnutzer können mit ihm über die Messaging-App Line Kontakt aufnehmen, mit ihm chatten oder ihm Selfies schicken, die Shibuya Mirai dann kommentiert oder mit lustigen Ergänzungen abwandelt. Laut Angaben der Bezirksverwaltung von Shibuya ist es das Ziel des Projekts, den Kontakt zu den Bürgern zu verbessern.

Die Autobahn als öffentlicher Park



Das niederländische Architekturbüro MVRDV hat eine hochgelegene innerstädtische Autobahn im Zentrum der südkoreanischen Stadt Seoul zu dem ein Kilometer langen öffentlichen Park „Seoullo 7017“ umgestaltet. Auf der 983 Meter langen Grünfläche in etwa 16 Meter Höhe befinden sich mehrere hängende Gärten mit über 50 koreanischen Pflanzenarten. Im Park sind insgesamt über 24.000 Pflanzen zu sehen. Der Park ist Teil eines städtischen Programms mit dem Ziel einer freundlicheren und attraktiveren Stadt. Der hochgelegene Park im Stadtzentrum kann über Treppen und Brücken erreicht werden.

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!

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

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

BIWAQ IV – Bildung, Wirtschaft, Arbeiten im Quartier, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Europäischer Sozialfonds, seit 14. September 2017

EU Digital Cities Challenge, Europäische Kommission, bis 24. November 2017 bzw. 25. Januar 2018

Best Christmas City, Messe Frankfurt Exhibition GmbH in Kooperation mit Public Marketing und der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., bis 07. Dezember 2017

digital engagiert, Stifterverband, Amazon, bis 15. Dezember 2018

Zusammenleben Hand in Hand – Kommunen gestalten, Bundesministerium des Inneren, bis 31. Dezember 2017

Katzensprung, COMPASS GmbH, fairkehr Verlags GmbH, Verband Deutscher Naturparke e.V., tippingpoints, bis 31. Januar 2018

Polis Award für Stadt- und Immobilienentwicklung, Polis – Magazin für Urban Development, bis 14. Februar 2018

Vitale Innenstädte 2018, IFH Institut für Handelsforschung GmbH, bis Februar 2018

WiFi4EU, EU-Förderung zur Einrichtung öffentlicher WLAN-Zugänge an öffentlichen Plätzen und Gebäuden, ab Anfang 2018

Nachhaltige Entwicklung urbaner Regionen, Bundesministerium für Bildung und Forschung, bis 25. April 2018

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

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

22. – 24. April 2018, **Deutscher Stadtmarketingtag 2018**, Aachen

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

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

Die Termine für 2018 erscheinen in Kürze.

Terminkalender

05. Dezember 2017, **bcsd-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bremen

12. Dezember 2017, **Regionaltreffen der Brandenburger bcsd-Mitglieder**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Lübben

12. Dezember 2017, **bcsd-Landesverbandstreffen Schleswig-Holstein**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Pinneberg

14. Dezember 2017, **bcsd-Landesverbandstreffen Hessen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Fulda

26. – 30. Januar 2018, **Messe Christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt a.M.

23. März 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

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

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

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.