

Newsletter 11-2018

Jetzt anmelden: Deutscher Stadtmarketingtag 2019

17. bis 19. März in Chemnitz



Auf dem Deutschen Stadtmarketingtag 2019 in Chemnitz wollen wir die verschiedenen Perspektiven auf die Heimatstadt beleuchten und uns mit den Herausforderungen für Städte und Stadtmarketing befassen. Dabei wird insbesondere die Bildung von gesellschaftlichem Zusammenhalt und Heimatgefühl als Aufgabe eines identitätsbildenden Stadtmarketings im

Vordergrund stehen und anhand verschiedener Aspekte und Beispiele aus den Städten erörtert.

Unter dem Titel **Sehnsucht nach Hier. Stadtmarketing zwischen Regionalität und Diversität** laden wir Referentinnen und Referenten ein, zu den Themenfeldern Kulinarik, Tradition und Brauchtum, Digitale Heimaten sowie Migration und Diversität die Bedeutung von Heimat in der Stadt zu untersuchen. Freuen Sie sich schon jetzt auf Beiträge aus ganz unterschiedlichen Disziplinen, auf eine Auseinandersetzung mit dem Begriff Heimat und seinen Facetten durch den Autor Christian Schüle und die Ethnologin Dr. Simone Egger. Lassen Sie sich von der Game-Design-Professorin Dr. Linda Breitlauch mitnehmen auf eine Reise in digitale Heimaten und von unserer Gastgeberstadt Chemnitz zeigen, wie man es schaffen kann, die Deutungshoheit nicht denjenigen zu überlassen, die den Begriff zur Aus- und Abgrenzung missbrauchen wollen.

Die Anmeldung ist bereits jetzt **hier** möglich, das detaillierte Programm folgt in Kürze. Wir freuen uns auf Sie!

Identitätsprojekte gesucht

Sie haben ein Projekt umgesetzt, bei dem Integration gelebt wird, bei dem Heimat für alle in der Stadt erlebbar gemacht wird? Ein Projekt, das dazu beiträgt, dass sich Bürger mit ihrer Stadt identifizieren oder sie neu wahrnehmen? Wir planen zum Deutschen Stadtmarketingtag eine Zusammenstellung von Projekten und Ansätzen zu diesem Thema zu präsentieren und freuen uns über Ihre Hinweise an office@bcsd.de

Themen

Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag](#)

Seite 2

[Seminare zu Recht und Grundlagen im Stadtmarketing](#)

Seite 3

[Landesverbandstreffen Schleswig-Holstein](#)

[Best Christmas City](#)

Seite 4

[Leitfaden zur Digitalisierung im Tourismus](#)

[Studie Futopolis](#)

[Sharing-Economy im Übernachtungssektor](#)

Seite 5

[Umfrage Pop-Up-Stores](#)

[Planungspraxis kleiner und mittlerer Städte in Deutschland](#)

[Preisträger Deutscher Tourismuspreis](#)

Seite 6

[Management der Zentrenentwicklung](#)

[Kleinstädte als Kreativzentren](#)

Seite 7

[Onlinehandel vor Ort](#)

[Forschungsprojekt lokaler Onlinehandel](#)

[Bürger gestalten öffentlichen Raum](#)

Seite 8

[Jobbörse](#)

[Fördermitglieder](#)

Seite 9

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 10

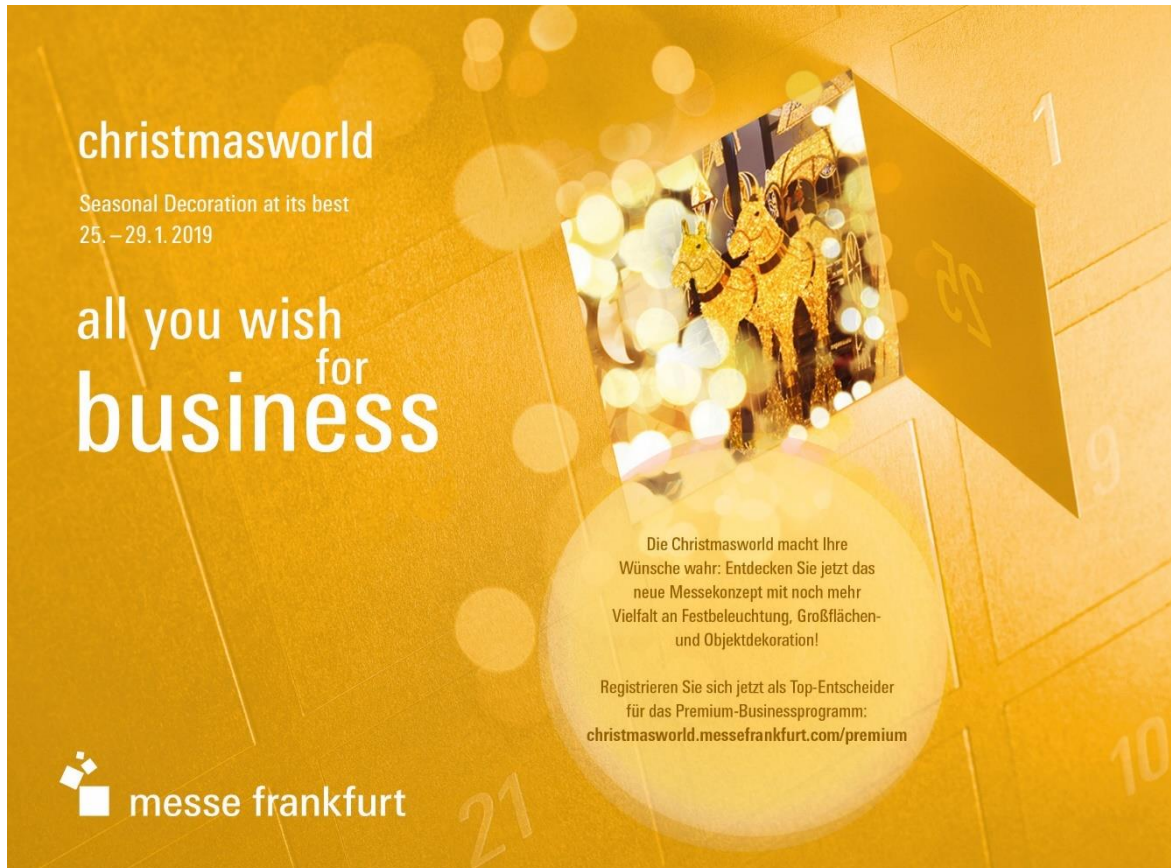
[Aktuelle Wettbewerbe](#)

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

Seite 11

[Terminkalender](#)

Anzeige



christmasworld
Seasonal Decoration at its best
25. – 29. 1. 2019

all you wish
for
business

Die Christmasworld macht Ihre Wünsche wahr: Entdecken Sie jetzt das neue Messekonzept mit noch mehr Vielfalt an Festbeleuchtung, Großflächen- und Objektdekoratation!

Registrieren Sie sich jetzt als Top-Entscheider für das Premium-Businessprogramm:
christmasworld.messefrankfurt.com/premium

messe frankfurt

www.christmasworld.messefrankfurt.com/premium

Weiterbildung zu Grundlagen und Recht im Stadtmarketing



Das Seminarprogramm der bcsd geht bereits im Januar mit zwei Terminen in Düsseldorf in eine neue Runde. Am 14. Januar findet das Seminar „**Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**“ statt, das einen Überblick über Ziele, Strategien und Themen im Stadtmarketing bietet und über dessen Einbindung in kommunale Strukturen sowie den Aufbau und die Durchführung eines Citymanagement-Prozesses informiert. Am darauffolgenden Tag haben alle

Stadtmarketingern und -einsteiger, die sich im Arbeitsalltag mehr Sicherheit im Umgang mit rechtlichen Fragen wünschen, die Möglichkeit, das Seminar „**Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**“ zu besuchen. Freuen Sie sich auf kompetente Referenten mit langjähriger Praxiserfahrung, ein angenehmes Lern- und Arbeitsklima und die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch. Die Seminare können als Bestandteile des berufsbegleitenden

Weiterbildungsstudiengang „City-, Stadt- und Regionalmanagement“ des ICR anerkannt werden, aber auch einzeln gebucht werden. Weitere Informationen sowie die weiteren Seminartermine und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie auf der **Homepage der bcsd**.

Landesverbandstreffen Schleswig-Holstein: Neue Landesbeauftragte gewählt

Der Landesverband Schleswig-Holstein traf sich am 13. November 2018 in Friedrichstadt. Auf der Agenda standen neben dem Erfahrungsaustausch und der Vorstellung der Stadtmarketingaktivitäten Friedrichstadts inklusive Stadtrundgang auch Wahlen. Dirk Matthiessen, der bisherige Landesbeauftragte, stellte sein Amt nach zehn Jahren an der Spitze des Landesverbands aufgrund seines Wechsels nach Iserlohn, wo er die Leitung des Stadtmarketings übernehmen wird, zur Verfügung. Zu seinem Nachfolger wurde der bisherige stellvertretende Landesbeauftragte Johannes Hesse, Leiter des Geschäftsbereich City- und Stadtmarketing bei Kiel Marketing, gewählt. Der stellvertretende Vorsitzende ist ab sofort Alexander Hass, der die Stabsstelle Stadtmarketing der Stadt Oldenburg in Holstein leitet. Wir danken Dirk Matthiessen herzlich für das geleistete Engagement für den Landesverband, dessen Erfolg und Wachstum er direkt von der Gründung an als Landesbeauftragter begleitet hat und gratulieren den beiden neuen Landesbeauftragten zu ihrer Wahl. Wir freuen uns auf eine (weiterhin) gute Zusammenarbeit.

Noch bis zum 07. Dezember als Best Christmas City bewerben



Die Registrierung zum Wettbewerb Best Christmas City 2018 läuft auf Hochtouren. Wir suchen gemeinsam mit dem Fachmagazin Public Marketing und der Messe Christmasworld noch bis zum 07. Dezember 2018 nach der Stadt mit der besten Kampagne in der Vorweihnachtszeit. Zeigen Sie einem breiten Publikum und der Fachjury, warum Ihre Stadt „Best Christmas City 2018“ werden soll. Als Gewinn winkt eine von neun hochwertigen Städtedekorationen für die kommende Saison (Sponsor: **MK Illumination**) und der professionelle „Weihnachtsmarkt-Check“, der weitere Potenziale für Ihre Stadt aufzeigt (Sponsor: **GMA - Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung**).

Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos. Mit überschaubarem Aufwand, können Sie Bilder und / oder ein Video zusammen mit der Beantwortung von 5 Fragestellungen auf der Website **www.bestchristmascity.de** hochladen.

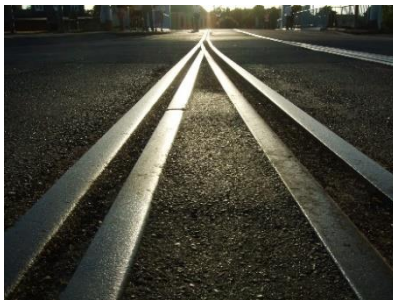
Die Preisverleihung findet am Montag, den 28. Januar 2019 im Rahmen des **Thementags Stadtmarketing und Kommunen** auf dem Frankfurter Messegelände statt. Wir wünschen Ihnen für Ihre Stadt viel Erfolg beim Wettbewerb.

Leitfaden zur Digitalisierung im Destinationsmanagement



Der Deutsche Tourismusverband hat einen Leitfaden zur Digitalisierung im Tourismus herausgegeben, in dem der aktuelle Stand der Einsatzmöglichkeiten verschiedener Technologien vorgestellt wird. Experten geben ihre Einschätzungen zur Nutzung digitaler Anwendungen wie beispielsweise Virtual und Augmented Reality, 360°-Ansichten, Social Media, Gästekarten und digitale Services für die Tourist-Information wie kostenfreies WLAN und Buchungssysteme. Die Artikel zu den einzelnen Themenbereichen werfen jeweils ein kurzes Schlaglicht auf die neuen Möglichkeiten, Erfahrungsberichte aus Städten und Regionen zeigen Anwendungsbeispiele auf. Zudem wird ein Verzeichnis von Anbietern aufgeführt, die sich um die jeweiligen Themenbereiche kümmern. **Hier** finden Sie den Leitfaden.

Neue Studie „Futopolis“ vom Zukunftsinstitut zum Vorteilspreis



Die Zukunftsinstitut GmbH um Trendforscher Matthias Horx hat eine Publikation zur Zukunft der Städte herausgegeben: Futopolis – Stadt, Land, Zukunft. Diese geht der Frage nach, wie sich unsere Lebensräume von Morgen gestalten werden und geht dabei auf aktuelle Trends ein: die Urbanisierung, neue technische Möglichkeiten, die Verzahnung von Stadt und Land, neue Chancen für den ländlichen Raum, neue Ansätze, Mobilität zu denken. Dafür werden Praxisbeispiele herangezogen und Interviews mit Experten geführt. Dem Thema Identität wird besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Sie können **hier** mehr erfahren und die Studie bestellen. Newsletter-Leser erhalten mit dem Rabattcode futopolis_20 einen Preisnachlass von 20 Prozent.

Studie zum Umgang mit Sharing Economy im Übernachtungssektor



Eine vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie herausgegebene Studie beschäftigt sich mit der Sharing Economy in Deutschland. Nach einem Überblick über die Marktsituation von Sharing-Ansätzen in den Sektoren Mobilität, Übernachtungen und Alltagsgegenstände widmet sich die Studie alleine dem Bereich der Übernachtungen. Untersucht werden Angebot und Nachfrage, der Stellenwert der Sharing Economy und ihre Auswirkungen auf den Wettbewerb in der Hotellerie sowie um Wohnraum. Im Anschluss werden ausführlich Möglichkeiten aufgezeigt, wie die Sharing Economy im Übernachtungssektor, der bekannteste Vertreter ist sicherlich Airbnb, reguliert werden kann. Amsterdam, Paris, Chicago, San Francisco und Wien bieten Beispiele für den Umgang mit den Anbietern. Sie finden die Studie **hier**.

Umfrage zu Pop-Up Stores im Leerstandsmanagement



Pop-Up Stores sind ein beliebtes Instrument des Marketings, das durch eine zeitliche Verknappung des Angebots sowohl für die sich präsentierenden Marken, als auch für die Location, in die der Store einzieht, einen Vorteil bringen kann. Das Angebot in der Innenstadt wird abwechslungsreicher, Leerstände werden wiederbelebt, sowohl in der Innenstadt als auch in Shopping-Centern. Städte wie beispielsweise **Altena**, **Wittlich** und

Augsburg nutzen das Instrument ganz gezielt zur Förderung der Innenstadt und der Wirtschaft. Die Bandbreite der Nutzer reicht von kleinen, neu gegründeten Firmen, die ihr Geschäftsmodell oder einen Standort testen wollen bis hin zu globalen Akteuren wie **Amazon**, das in Berlin (und anderen europäischen Hauptstädten) pünktlich zur Zeit des besten Weihnachtsgeschäfts für eine Woche einen Pop-Up-Store an einer der größten Einkaufsstraßen eröffnete.

Im Rahmen seiner Masterarbeit untersucht derzeit ein Student der Universität Osnabrück mittels einer Umfrage, wie gut sich Pop-Up-Stores als Instrument des Leerstandsmanagements und der Belebung von Innenstädten eignen und wie sie dazu eingesetzt werden. **Hier** können Sie das Vorhaben unterstützen und an der Umfrage teilnehmen.

Planungspraxis kleiner und mittlerer Städte in Deutschland

Die neue Publikation des Instituts für Städtebau und Wohnungswesen (ISW) stellt Projekte der Stadtentwicklung von Klein- und Mittelstädten (bis zu 50.000 Einwohner) vor. Dabei handelt es sich unter anderem um Vorhaben zur Aufwertung und Belebung des öffentlichen Raums, zur Stärkung des Zentrums, des Handels und der Wirtschaft, zur Schaffung von Wohnraum und zum Schutz der Umwelt. Zudem werden Stadtentwicklungsprozesse sowie Initiativen zu Aktivierung und Einbezug der Zivilgesellschaft vorgestellt. **Hier** finden Sie die Publikation zum Download.

Ebenfalls für den Bereich Stadtentwicklung interessant ist der neu erschienene Baukulturbericht 2018/19, der vereinzelt Praxisbeispiele vorstellt und auf Herausforderungen des Bauens wie beispielsweise Denkmalschutz, Ressourcenverbrauch, Nutzungsmischung, Umnutzungen und gesellschaftliche Akzeptanz eingeht. Sie finden diesen **hier** zum Download.

Preisträger Deutscher Tourismuspreis



Das Content-Netzwerk Brandenburg hat den Deutschen Tourismuspreis gewonnen. Gewürdigt wurde die Einrichtung zentraler Datenbanken für Points of Interest (z.B. Sehenswürdigkeiten), Übernachtungsanbieter und Veranstaltungen durch die Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. Die lokalen Tourismusorganisationen und weitere Partner können ihre Daten einpflegen und

gleichzeitig Daten abrufen und in ihre eigenen Homepages und Systeme wie zum Beispiel Apps einbauen. Besucher erhalten landesweit und über unterschiedliche Medien passgenaue Informationen. Schulungen, ein Handbuch sowie die TMB als Schnittstelle gewährleisten die Qualität der Einträge. **Hier** finden Sie weitere Informationen sowie einen Erklärfilm. Der zweite Preis ging an Time Ride VR Köln für das Angebot einer virtuellen Rundfahrt durch das historische Köln in einem alten (stationären) Straßenbahnwaggon. **Hier** finden Sie weitere Informationen dazu. Über den dritten Preis durfte sich die Fläming-Schmiede, ein Crowdfunding-Wettbewerb des Tourismusverband Fläming e.V. freuen. Dazu können Sie sich **hier** informieren. Die Gunst des Publikums konnte das Portal **Deutschlandliebe** für sich gewinnen, das kleine und große Destinationen und Attraktionen im eigenen Land vorstellt und dazu auf eine moderne, ansprechende Website setzt.

Management der Zentrenentwicklung



Das Förderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ besteht seit zehn Jahren und ist auf Länderebene unterschiedlich ausgestaltet. In vielen Fällen besteht die Möglichkeit über Instrumente wie Verfügungsfonds private Projekte zu fördern, Einrichtung und Betrieb eines Citymanagements zu bezahlen, Weihnachtsbeleuchtung zu finanzieren und bauliche Aufwertungsmaßnahmen umzusetzen. So sollen lebendige, multifunktionale zentrale Versorgungsbereiche entstehen bzw. gesichert werden. Das Zentrenmanagement, konzipiert und koordiniert Maßnahmen und bindet die Bevölkerung sowie wichtige Stakeholder ein. Zahlreiche im Programm geförderte Projekte des Zentrenmanagements stellt die Broschüre „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren – Management der Zentrenentwicklung“ vor. Diese gliedern sich jeweils in die Punkte „Kurzprofil“, „Ausgangslage, Ziele und Aufgabe“, „Akteure und Beteiligung“, „Erfolgsfaktoren und Lerneffekte“ sowie „Verstetigung und Ausblick“. Zudem werden daraus Empfehlungen für das Management der Stadtmitte abgeleitet. **Hier** finden Sie die Publikation.

Kleinstädte als Kreativzentren



Mit originellen Projekten erfinden sich japanische Kleinstädte als Kreativzentren neu und versuchen auf diese Weise, junge Großstädter vom Leben im ländlichen Raum zu überzeugen. Durch den Breitbandausbau, Repräsentanzen von Unternehmen mit Sitz in der Großstadt, lokalen landwirtschaftlichen Projekten, Artist-in-Residence Programmen und einer craft beer Brauerei will etwa die Kleinstadt Kamiyama dem Bevölkerungsrückgang entgegenwirken und den Bewohnern alle Vorteile des Lebens im ländlichen Raum bieten, ohne dass Sie auf die Vorzüge des Großstadtlebens verzichten müssen. Die Projekte, die in Kamiyama durchgeführt

werden, sind Teil eines Maßnahmenplans der japanischen Regierung, um die Kleinstädte des Landes wieder zu beleben. Einen Artikel zum Thema in englischer Sprache finden Sie [hier](#).

Onlinehandel vor Ort

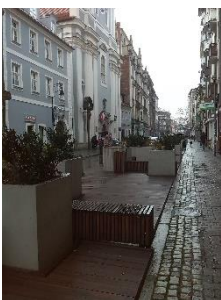
Mit der Publikation „Onlinehandel vor Ort“ stellt die IHK Düsseldorf Ergebnisse einer Befragung lokaler Onlinehändler vor. Damit sind Unternehmen gemeint, die vor Ort (in diesem Fall dem Kreis Mettmann) sitzen und über das Internet bundesweit Produkte anbieten und verkaufen. Untersucht wurde unter anderem, welchen Hintergrund die Betreiber haben, welche Herausforderungen am drängendsten sind, wie Marketing betrieben wird, welche Services angeboten werden und woher die Kunden stammen (aus ganz Deutschland und relativ selten aus Nordrhein-Westfalen). Einzelne Händler wie beispielsweise ein Laden für Golfbedarf und ein Anbieter für Luxus-Hundefutter werden in Interviews vorgestellt. Zum Abschluss erhalten (zukünftige) Online-Shop-Betreiber zehn Tipps für den erfolgreichen Betrieb. Sie finden die Studie [hier](#).

Forschungsprojekt zu lokalem Onlinehandel in Bottrop



Das Bundeswirtschaftsministerium fördert für die nächsten zwei Jahre einen Modellversuch, der in Bottrop eine lokale Onlinehandels-Plattform ermöglichen soll. Ein Fokus liegt dabei auf der Logistik, unter anderem kommen moderne, emissionsarme und platzsparende Verkehrsmittel wie Cargo-E-Bikes und Elektro-Roller zum Einsatz. Weiterhin spielt die smarte Verknüpfung bereits bestehender Angebote eine wichtige Rolle. In die zugehörige lokale Verkaufsplattform werden auch Dienstleister und Freiberufler eingebunden. Am Projekt sind unterschiedliche Partner aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung beteiligt. [Hier](#) und [hier](#) finden Sie weitere Informationen. Zahlreiche weitere Projekte zum lokalen Onlinehandel sowie Hintergrundinformationen finden Sie auf den Plattformen [gemeinsam.online](#) sowie bei der **Local Commerce Alliance**.

Bürger gestalten den öffentlichen Raum



Im Rahmen des Projekts City Making Wien haben Bewohner der Stadt die Möglichkeit, öffentliche Parkflächen rund um ihr Wohnhaus zu kleinen temporären Wohlfühloasen umzugestalten. Die Pop up Parklets sollen als Treffpunkte für die Menschen in der Nachbarschaft dienen. Um die Bürger bei der Errichtung solcher Parklets zu unterstützen, hat die Stadt verschiedene Online-Tools erstellt. Auf der **Webseite zum Projekt** können Interessenten auf einer Potenzialkarte sehen, an welchen Stellen es möglich ist, ein Parklet zu errichten, sie finden Unterstützung bei der Erstellung des Entwurfs und können ihre Gestaltungsidee direkt über ein Online-Formular zur Bewilligung einreichen. So sind in diesem Jahr rund 30 solcher Treffpunkte entstanden.

Jobbörse

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadtmarketing Mannheim GmbH	Referent Tourismusmarketing	seit 14.11.2018
Düsseldorf Tourismus GmbH	Marketing-Manager in der Abteilung Market Development	seit 31.10.2018
Düsseldorf Tourismus GmbH	Head of Marketing Communications	seit 23.10.2018
Stadt Tuttlingen	Citymanager	31.12.2018
Stadt Ochtrup	Geschäftsführung für die Ochtrup Stadtmarketing und Tourismus GmbH	19.12.2018
Lüneburg Marketing GmbH	Geschäftsführung	30.11.2018
Stadtmarketing für Wetter e.V.	Leitung des Stadtmarketing Wetter (Ruhr)	30.11.2018

Fördermitglieder der bcsd

CULTURELAB e.U. – Strategie – Konzept – Projekt



CULTURELAB
STRATEGY - CONCEPT - PROJECT

CULTURELAB steht für einen dynamischen Prozess, der sich Ihren Fragen und Problemstellungen widmet: Sie gestalten Ihr Konzept, Sie definieren Ihre Vision, Sie entscheiden über Ihre Strategie – im gemeinsamen, kreativen Prozess mit kompetenten Stadtmarketing-, Tourismus-, Kultur- und Kommunikationsexperten. Alleinstellungsmerkmale, strategische Prozesse, Marketing und Sponsoring, Dramaturgie und Projektmanagement sowie Kommunikation (PR- und Öffentlichkeitsarbeit) sind die Schwerpunktthemen von **CULTURELAB**, insbesondere an der **Schnittstelle** von **Stadt- und Standortentwicklung, Stadtmarketing, Tourismus** und **(kultureller) Strategie**. **CULTURELAB** ist ein Unternehmen des Österreichers **Christoph Thoma**, der sich als Geschäftsführer von **Bregenz Tourismus & Stadtmarketing** einen Namen gemacht hat. Unter seiner Führung wurde Bregenz 2014 beim 9. Kulturmarken Award in Berlin zur **Stadtmarke des Jahres** gewählt. Thoma war auch Motor einer möglichen Bewerbung der Vorarlberger Rheintalstädte Bregenz, Dornbirn, Feldkirch und Hohenems sowie der Regio Bregenzerwald als **Europäische Kulturhauptstadt 2024**. Mittlerweile betreut Thoma mit **CULTURELAB** die **Stadt Chemnitz** für die Bewerbung als **Europäische Kulturhauptstadt 2025**. Christoph Thoma baut zudem auf langjährige Erfahrung in der **Kommunalpolitik**.

Detaillierte Informationen: www.culturelab.at, www.facebook.com/culturelab.at

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.

„Social-Media-Sitter“ für Hotelgäste



The new service
by ibis hotels.

Die Hotelkette Ibis bietet Gästen in Genf und Zürich die Möglichkeit, während ihres Hotelaufenthalts einen „Social-Media-Sitter“ zu buchen. Den Hotelgästen werden hierbei lokale Influencer zur Verfügung gestellt, die in dieser Zeit den Instagram-Account übernehmen. Jeder Influencer hat einen bestimmten Stil und ist auf bestimmte Themen wie Kunst, Mode, Essen oder Yoga spezialisiert, sodass sich

die Gäste einen für sie passenden Influencer aussuchen können. Die Influencer machen nach Absprache Fotos, bearbeiten sie und posten sie auf dem Instagram-Account des Hotelgasts.

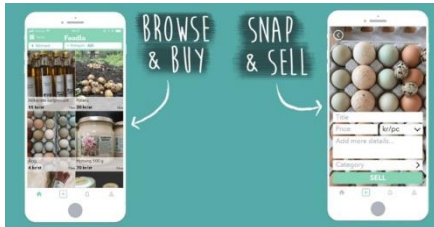
Gratiseis für nachhaltige Mobilität



Einwohner und Besucher der italienischen Stadt Bologna haben mit der App „Bella Mossa“ von BetterPoints die Möglichkeit, durch einen Verzicht auf das Autofahren Punkte zu sammeln und verschiedene Ermäßigungen und Belohnungen in der Stadt zu bekommen. Die App trackt per GPS die per Bus, Fahrrad oder zu Fuß zurückgelegten Strecken und schreibt dem Nutzer Punkte gut. Diese Punkte können bei

Partnerunternehmen gegen ein kostenloses Eis, Bier und andere Belohnungen eingelöst werden. In der Anfangsphase des Pilotprojekts wurden bereits 22.000 Nutzer sowie eine Million Aktivitäten in der App registriert.

Onlinemarktplatz für lokale Produzenten



Das schwedische Start-up Foodla bietet einen Peer-to-Peer-Marktplatz für regionale Bioprodukte an. Konsumenten haben mit der gleichnamigen App die Möglichkeit, Produktangebote wie etwa Kartoffeln, Honig oder Eier zu entdecken, die nach Entfernung aufgelistet werden. Nutzer der App sehen somit zuerst das Produkt, das in unmittelbarer Entfernung von ihrem Standort angeboten wird. Produzenten

profitieren von dem Marktplatz, weil sie per App schnell ihre neuesten Produkte mit einem Foto veröffentlichen, Foodla in ihre Website integrieren und Produktneuheiten in sozialen Medien teilen können.

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

Best Christmas City, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, bis 07. Dezember 2018

LIFT – Leistungssteigerung und Innovationsförderung im Tourismus, Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, bis 09. Januar 2019

Miteinander reden, Bundeszentrale für politische Bildung, bis 20. Januar 2019

Das goldene Stadttor, Huschert Film und Medien GmbH, bis 28. Januar 2019

Deutscher Fahrradpreis, Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e.V. (AGFS), bis 31. Januar 2019

German Brand Award, Rat für Formgebung, bis 15. Februar 2019

Werkstatt Vielfalt – Projekte für eine lebendige Nachbarschaft, Robert Bosch Stiftung, bis 15. März 2019

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

14. Januar 2019, **Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Düsseldorf

15. Januar 2019, **Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Düsseldorf

13. – 15. Februar 2019, **Veranstaltungsleiter bcsd öffentlicher Raum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Berlin
25. Februar 2019, **Die Stadt / Region als Marke**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bielefeld
26. Februar 2019, **Projektmanagement**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bielefeld
17. bis 19. März 2019, **Deutscher Stadtmarketingtag 2019**, Chemnitz
11. April 2019, **Geschäfte führen und kalkulieren – Praxiswissen für Quereinsteiger**, Stein bei Nürnberg
12. April 2019, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Stein bei Nürnberg
16. Mai 2019, **Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau
22. September 2019, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2019**, Heilbronn
- Weitere Termine und Informationen: www.icr-studium.de.

Terminkalender

04. Dezember 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Hessen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Fulda
05. Dezember 2018, **Braucht der Handel die Stadt noch? – Entwicklungen im Einzelhandel als Herausforderung für die Innenstadtentwicklung**, vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V., Nürnberg
11. Dezember 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Peine
10. Januar 2019, **bcsd-Regionaltreffen Brandenburg**, Lübben (Spreewald)
25. – 29. Januar 2019, **Christmasworld 2019**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main
28. Januar 2019, **Thementag Stadtmarketing im Rahmen des Premium Programms der Christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main
13. – 15. Februar 2019, **Veranstaltungsleiter bcsd öffentlicher Raum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Berlin
17. – 19. März 2019, **Deutscher Stadtmarketingtag 2019**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz
12. April 2019, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Balingen

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

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister Berlin 35492, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten.

Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

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

Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e.V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie **hier**.

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

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