

Newsletter 03-2018

Deutscher Stadtmarketingtag 2018 – jetzt noch anmelden!

Häuser allein machen keine Städte – Stadtgefühl als Gemeinschaftsaufgabe

Vom 22. bis 24. April in Aachen



Wie prägt Stadtmarketing das Stadtgefühl? Wie gelingt es ihm, eine Kultur des Miteinanders und des konstruktiven Austausches in der Stadt zu etablieren und wie stellt es dabei die Besonderheiten der eigenen Stadt heraus? Diese Fragen stellen wir uns gemeinsam in diesem Jahr beim Deutschen Stadtmarketingtag. Dazu hören wir

Beiträge zu Beteiligungsprozessen, städtischen Kampagnen und Ideen für die Stadt der Zukunft aus der Gastgeberstadt Aachen, aus Lübeck, Amsterdam, Stuttgart und von der Stadtbibliothek Köln, von der wir erfahren, welche Rolle Bibliotheken in der digitalen Gesellschaft übernehmen und wie sie sich von einer Lesestätte zu einem Begegnungszentrum verwandeln. Neben den Beiträgen aus den verschiedenen Städten erwarten Sie zahlreiche weitere Beiträge renommierter Referenten zu den Themen Stadtkultur, Stadtidentität und Innovation. Unter anderem hören Sie Andreas Reiter vom ZTB Zukunftsbüro Wien zu veränderten Kommunikationsanforderungen an die Städte im Zuge der Digitalisierung und diskutieren mit Vertretern von Universität, Kulturinstitution und Stadtmarketing unter der Leitung von Prof. Dr. Oliver Scheytt. Freuen Sie sich außerdem auf den Erfahrungsaustausch mit anderen Stadtmarketingverantwortlichen und unsere informative Fachausstellung. Abgerundet wird das Programm wie immer mit interessanten Ein- und Ausblicken unserer Gastgeberstadt Aachen.

Das **Programm** und die Möglichkeit zur Anmeldung für den Deutschen Stadtmarketingtag 2018 finden Sie **hier**.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Studieren des Programms und freuen uns darauf, Sie in Aachen begrüßen zu dürfen!

Nutzen Sie auch unser **Kooperationsangebot der Deutschen Bahn**, das es Ihnen erlaubt, bereits ab 49,50 € (einfache Fahrt) zur Tagung an- und abzureisen.

Themen

Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag](#)

Seite 2

[bcsd Seminare](#)

Seite 3

[Hessischer Stadtmarketingtag](#)

[Buch Local Commerce](#)

[Neues aus den Landesverbänden](#)

Seite 4

[Wifi4EU – Förderung WLAN](#)

Seite 6

[Jobbörse](#)

Seite 9

[Fördermitglieder der bcsd](#)

[Digitale Einkaufsstadt Bayern](#)

[Magazin zu Verfügungsfonds](#)

Seite 10

[Praxistipps Gästebefragungen](#)

[Auswertung
Kulturtourismusstudie](#)

Seite 11

[Saarland Emojis](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 13

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

Seite 14

[Termine des
Weiterbildungsangebotes ICR](#)

[Terminkalender](#)

ANZEIGE



Die Traffeum GmbH ist als Unternehmen der Verkehrstechnik und des Stadtdesigns auf die Erstellung von Leitsystemen spezialisiert. In ganz Deutschland bieten wir unsere Kompetenz und Erfahrung im gesamten Prozess an: von der Analyse der spezifischen Anforderung bis hin zur konkreten Umsetzung Ihres Leitsystems, der Auswahl der Bauformen und Gestaltung, Montage und anschließenden Wartung.

Gemeinsam mit Ihnen schaffen wir echte Werte und erzielen nachhaltige Standort- und Wettbewerbsvorteile.

TR△FFEUM GmbH

ProForm 



www.traffeum.de

bcsd-Seminare im Mai und Juni – Sichern Sie sich Ihren Platz!

Bald stehen wieder die nächsten Stadtmarketing-Seminare an: Am 4. Juni werden die „**Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**“ in der schönen Stadt Bad Homburg Thema sein. Jedem, der im Bereich City- und Stadtmarketing tätig ist, sei dieses Seminar empfohlen. Der 5. Juni wird dem Thema „**Projektmanagement**“ gewidmet. Unser Referent Michael Metzler, Geschäftsführer der Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH, wird mit Ihnen gemeinsam beleuchten, wie Arbeitsabläufe und -prozesse optimiert werden können, um Projekte parallel zu den täglichen Aufgaben zu planen und umzusetzen. Das Seminar beinhaltet viele praktische Übungen, anhand derer die Teilnehmer das Gelernte gleich anwenden können.

Wie Sie die Identität und Marke Ihrer Stadt herausarbeiten, zeigt Ihnen unser Referent Sebastian Zenker bereits am 14. Mai in Darmstadt im Seminar „**Die Stadt / Region als Marke**“ auf. Wer dieses Thema darüber hinaus aus einer internationalen Perspektive betrachten möchte, hat die Möglichkeit, den dreitägigen englischsprachigen Workshop „**Branding Places – How to attract, keep, and motivate residents, tourists and companies**“ der Copenhagen Business School zu

besuchen. Vom 18. bis 20. Juni können Sie sich in Kopenhagen mit place branding Experten und Kollegen aus ganz Europa austauschen. Weitere Informationen dazu finden Sie **hier**.

Online.Offline.Stadtmarketing – Meetingpoint Stadt: 12. Hessischer Stadtmarketingtag am Donnerstag, 17. Mai 2018 in Hanau

Neue Impulse, kreative Stadtmarketing-Ideen, fundierte Erfahrungsberichte und versierte Referenten – das sind die Zutaten für den Hessischen Stadtmarketingtag, der seit nunmehr zwölf Jahren in Hanau ausgerichtet wird. Mit mehr als 200 Teilnehmenden aus Hessen und anderen Bundesländern zählt die Fachtagung zu den Größten auf ihrem Gebiet. In diesem Jahr heißt das Motto „Online.Offline.Stadtmarketing – Meetingpoint Stadt“. Wieder wird eine Vielfalt von Themen präsentiert, die von der digitalen Transformation über die Nutzung von Social Media, digitale Kundentreuekarten bis hin zu Krisenkommunikation und Verkaufsoffenen Sonntagen reichen. Anmeldung bis zum 8. Mai 2018 sowie weitere Informationen zum Hessischen Stadtmarketingtag unter **www.stadtmarketingtag.hanau.de** Die Teilnahmegebühr beträgt 108 Euro zzgl. MwSt. pro Person. bcsd-Mitglieder nehmen zu einem günstigeren Tarif teil.

Buch „Local Commerce“ von Andreas Haderlein erschienen



Wie gehen unsere Städte und der lokale Handel mit den Herausforderungen der Digitalisierung und dem zunehmenden Abfluss von Kaufkraft in das Internet um? Welche Antworten finden sie und warum tun sich insbesondere inhabergeführte Fachgeschäfte so schwer, dem Strukturwandel im Einzelhandel etwas entgegenzusetzen? Diesen und weiteren Fragen geht Andreas Haderlein in seinem Buch „Local Commerce“ auf den Grund und liefert als Berater, Impulsgeber und

Kümmerer des viel beachteten nationalen Pilotprojekts *Online City Wuppertal* konkrete Lösungsansätze. **Hier** finden Sie Informationen zum Buch und das Bestellformular.

Neues aus den Landesverbänden



Die Landesverbände sind ein wichtiges Bindeglied zwischen unseren Mitgliedern und leisten einen bedeutenden Beitrag zum regionalen Erfahrungsaustausch. Der **Landesverband Hessen** hat sich am 22. Februar in Bruchköbel getroffen. 24 Teilnehmer folgten der Einladung der Stadtmarketing-Geschäftsführerin Eva Andrea Weber und erfuhren in

einem Vortrag sowie bei einem Stadtrundgang aus erster Hand von den Aktivitäten des Stadtmarketings der Gastgeberstadt, zu denen unter anderem die Umgestaltung der Stadtmitte sowie die Installation eines historischen Stadtrundgangs gehören. Darüber hinaus kam der

Erfahrungsaustausch nicht zu kurz, wobei ein Schwerpunkt auf Veranstaltungssicherheit und einer möglichst rechtssicheren Organisation verkaufsoffener Sonntage lag. Bei den turnusgemäßen Wahlen wurden Barbara Battenhausen von der Hanau Marketing GmbH und Anke Jansen vom Darmstadt Citymarketing e.V. als Landessprecherinnen wiedergewählt. Das nächste Treffen des Landesverbands findet am 04. Dezember in Fulda statt. (Foto: Benjamin Thoran)



Der **Landesverband Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen** traf sich am 16. März in Dessau-Roßlau. Der besondere Tagungsort Bauhaus Dessau lockte 17 Besucher, von denen sich einige bereits am Vorabend zum informellen Austausch trafen. Nach einem geführten Rundgang wurden die Aktivitäten rund um das Jubiläum 100 Jahre Bauhaus in 2019 sowie Struktur und Aufgaben der noch jungen Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH vorgestellt. Zudem erhielten die Teilnehmer Input zu touristischen Kennzahlen vom Präsident des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt sowie zu den Leistungen der Industrie- und Handelskammern für Städte durch die Geschäftsführerin der IHK Halle-Dessau. Auch hier kam der Erfahrungsaustausch nicht zu kurz. Der **Landesverband Schleswig-Holstein** hatte bei seinem Treffen am 22. März in Kiel den tourismuspolitischen Sprecher der FDP-Landtagsfraktion zu Gast. Inhaltlich widmete sich der Landesverband vor allem den Themen Verkaufsoffene Sonntage, Datenschutz und Veranstaltungssicherheit. Darüber hinaus wurde über die inhaltliche Ausrichtung des am 27. Juni stattfindenden Stadtmarketingforums Schleswig-Holstein diskutiert. Im Anschluss an die Sitzung wurden die Teilnehmer durch die Kieler Innenstadt geführt, Schwerpunkte waren dabei Baustellenmarketing, Leerstandsmanagement und Innenstadtentwicklung. Der **Landesverband**



Baden-Württemberg kam am Tag darauf in Radolfzell zusammen und konnte mit mehr als 50 Teilnehmern ebenfalls einen neuen Besucherrekord aufstellen. Die Gastgeber der Tourismus und Stadtmarketing Radolfzell GmbH stellten ihre Organisation und vor allem die Aktivitäten rund um das 750-jährige Jubiläum im vergangenen Jahr vor. Weitere Impulse kamen vom Aalener Citymanager, der die Cityakademie Aalen präsentierte und vom Landesbeauftragten Thomas Goldschmidt, der Zusammenhänge zwischen Handel und Tourismus herstellte und Tipps gab, wie der Handel von Touristen profitieren kann. Im Rahmen des Erfahrungsaustausches stellte jede Stadt besonders gelungene, teilweise aber auch misslungene, Projekte vor.

WiFi4EU – Bewerbungsprozess für öffentliches WLAN startet

Obwohl die deutschen Kommunen überzeugt sind, dass die Digitalisierung immense Potenziale für sie bietet, besteht in diesem Themenfeld noch immenser Nachholbedarf, davon sind die Teilnehmer der Studie „**Zukunftsradar Digitale Kommune**“, die der Deutsche Städte- und Gemeindebund gemeinsam mit dem Institut für Innovation und Technik durchgeführt hat, überzeugt. Die Ergebnisse finden Sie **hier**. Abhilfe schaffen kann hier die **WiFi4EU-Initiative** der

Europäischen Union. Ziel der Initiative ist es, Parks, große Plätze, öffentliche Gebäude, Bibliotheken, Gesundheitszentren und Museen überall in Europa mit kostenlosem WLAN-Internetzugang auszustatten. Das Programm richtet sich an gut besuchte öffentliche Orte. Die Netze, die durch diese Initiative finanziert werden, sollen Besuchern und Bewohnern kostenlos zur Verfügung stehen, ohne personenbezogenen Daten abzugreifen. Städte und Gemeinden, die sich bewerben möchten, sollten sich ab sofort für die WiFi4EU-Förderung registrieren, die eigentliche Antragsstellung für einen WiFi4EU-Gutschein im Wert von 15.000€ ist ab dem 15. Mai möglich. Dieses Geld kann zur Anschaffung neuer oder zur Aufwertung bestehender Geräte verwendet werden. Achtung: Bei der Antragsstellung gilt das Windhundprinzip, daher lohnt es sich, den Antrag für die eigene Projektidee direkt am 15. Mai abzuschicken, um berücksichtigt zu werden. Insgesamt sollen in einer ersten Phase Mitte Mai 2018 1.000 WiFi4EU-Gutscheine ausgegeben werden. In den kommenden zwei Jahren wird die Europäische Union vier weitere Male zur Bewerbung auffordern. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Registrierung finden Sie **hier**.

ANZEIGE



springer.com/Angebot2

H. Meffert, B. Spinnen, J. Block (Hrsg.)
Praxishandbuch City- und Stadtmarketing
2018. XVIII, 308 S. 30 Abb. in Farbe. Brosch.
€ (D) 49,99 | € (A) 51,18 | *sFr 50,50
ISBN 978-3-658-19641-7
€ 39,99 | *sFr 40,00
ISBN 978-3-658-19642-4 (eBook)

Heribert Meffert
Bernadette Spinnen
Jürgen Block
bcsd e.V. Hrsg.

**Praxishandbuch
City- und Stadtmarketing**

EBOOK INSIDE

Springer Gabler

Themen, Aufgaben und Kompetenzen im Stadtmarketing

Hier bestellen.

Jobbörse

Der Eigenbetrieb Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim sucht einen Geschäftsbereichsleiter Standort- und Kongressmarketing (m/w)



Wirtschaft
und Stadtmarketing
Pforzheim

Der Eigenbetrieb Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim (WSP) sucht für die zusammengeführten und umfassenden Aufgaben des neuen Geschäftsbereichs

zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n Geschäftsbereichsleiter/in Standort- und Kongressmarketing in Vollzeit. Sie verfügen über einen wissenschaftlichen Hochschulabschluss im Bereich Tourismus-, Kongress- oder Tagungsmanagement oder vergleichbaren Studiengängen, bringen Berufserfahrung in dem Bereich mit, sind kommunikativ und motiviert, Pforzheim aktiv und repräsentationssicher zu vertreten und zu vermarkten? Außerdem zeigen Sie Eigeninitiative und Teamgeist? Dann sind Sie hier genau richtig! **Hier** finden Sie die komplette Stellenausschreibung. Bewerbungsschluss ist der 30. März 2018.

Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH sucht eine/n Geschäftsführer/in



Im Zentrum der Europäischen Metropolregion Mitteldeutschland liegt die Stadt Halle (Saale), welche für eine historische, kulturelle aber auch moderne, zukunftsweisende und nachhaltige Stadt steht. Dieses unverwechselbare Profil zu konzipieren, zu positionieren und zu vermarkten, ist die Aufgabe

der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH. Zum 1. August 2018 sucht diese eine/n Geschäftsführer/in für zunächst fünf Jahre. Als Alleingeschäftsführer/in obliegt Ihnen die strategische und operative Leitung der Gesellschaft. Die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung des Tourismus gehören ebenso zu Ihren Aufgaben wie Kooperation, Information und Austausch mit den ortsansässigen Akteuren in Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft zur Verbesserung der Standortbedingungen und der Attraktivitätssteigerung der Stadt Halle (Saale). Die Bewerbung ist bis zum 30. März 2018 möglich. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Die CIMA Beratung + Management GmbH sucht neue Berater (m/w) für die Geschäftsfelder Einzelhandel und Stadtentwicklung sowohl für den Standort Stuttgart als auch für Leipzig



Als neue/r Mitarbeiter/in der CIMA Beratung + Management GmbH werden Sie mit einem Team aus erfahrenen Kollegen zusammenarbeiten und Mitverantwortung in verschiedenen

Projekten in den Geschäftsfeldern Einzelhandel und Stadtentwicklung übernehmen. Ein großer Bestandteil Ihrer zukünftigen Arbeit wird die Arbeit bei den Kunden (vorwiegend Städte und Gemeinden) vor Ort sein. Sie haben bereits erste praktische Erfahrungen in den Bereichen Einzelhandel/Stadtentwicklung gesammelt oder verfügen durch Ihr Studium über die

entsprechenden Fachkenntnisse? Dann lassen Sie der cima Ihre Bewerbungsunterlagen zukommen. Bewerbungsschluss ist der 31. März 2018. Die vollständige Stellenausschreibungen für **Stuttgart** und **Leipzig** finden Sie mit Klick auf die Stadt.

Die Initiative Innenstadt Jena e.V. sucht eine/n Citymanager/in

Als Citymanager/in der Innenstadt Jenas erfüllen Sie eine Schnittstellenfunktion in den Bereichen: Handel, Gastronomie, Kunst, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung, Öffentlichkeitsarbeit, Stadtentwicklung, Veranstaltungsmanagement, Wohnen, Verkehr u.v.m. Daraus ergibt sich ein umfassendes Aufgabenfeld. Zu Ihren Aufgaben gehören beispielsweise die Budgetverantwortung, die Akquise neuer Mitglieder, die Bildung und Pflege eines florierenden Netzwerks der Innenstadtakteure, die Durchsetzung der Einbeziehung der Interessen der Mitglieder des Vereins „Initiative Innenstadt Jena e.V.“ in Planungs- und Entwicklungsprozesse der Stadtverwaltung Jena etc. Freuen Sie sich auf eine überaus abwechslungsreiche Aufgabe in gehobener Position. Die Bewerbung ist bis zum 31. März 2018 möglich. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie **hier**.

Die Lüneburg Marketing GmbH sucht Mitarbeiter für den Bereich Presse, PR und Onlineredaktion (m/w)

Sie gestalten und entwickeln aktiv mit vielen Unterstützern das Image der historischen Salz- und Hansestadt Lüneburg. Als Unterstützung für das Team sucht die Lüneburg Marketing GmbH zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin für den Bereich Presse, PR und Onlineredaktion. Das Aufgabenfeld umfasst unter anderem das Erstellen und Versenden von Pressemitteilungen und Imagetexten, Lektoratsaufgaben für Broschüren und Texte, die Koordination und Organisation sowie Vor-/Nachbereiten von Pressekonferenzen, Presseterminen und Präsentationen sowie die Pflege der Pressedatenbank und Aktualisierung des Presseverteilers für Print, Radio, TV und Web. Die Lüneburg Marketing GmbH bietet Ihnen ein interessantes, vielfältiges und verantwortungsvolles Arbeiten in einem jungen Team und in einem spannenden Umfeld. **Hier** finden Sie die komplette Stellenausschreibung. Bewerbungsschluss ist der 31. März. 2018.

Die Bundesstadt Bonn sucht eine/n Projektmanager/in Marketing, PR und Social Media

Sie möchten PR-Konzepte, Social-Media-Kampagnen und Marketing-Projekte planen und bis zur Umsetzung mitgestalten? Ihnen liegen strategisches und kreatives Denken und Sie steuern verschiedene Projekte mit Leichtigkeit? Sie haben Spaß an der Kooperation mit Partnerinnen und Partnern des Stadtmarketings sowie mit Kolleginnen und Kollegen unterschiedlichster Disziplinen? Dann freut sich die Bundesstadt Bonn auf Ihre Bewerbung. **Hier** finden Sie die komplette Stellenausschreibung. Bewerbungsschluss ist der 31. März. 2018.

Die Celler Tourismus und Marketing GmbH (CTM) sucht einen Mitarbeiter für Marketing und PR (m/w)



Sie verfügen über ein abgeschlossenes Studium oder vergleichbare Ausbildung im Bereich Kommunikation, Marketing, Wirtschaft, Öffentlichkeitsarbeit oder Social Media, haben erste Berufserfahrung in den Bereichen Marketing, Public Relations und Social Media auf Agentur- oder Unternehmensseite sowie Erfahrung im Verfassen von redaktionellen Texten. Außerdem haben Sie eine Leidenschaft für Kommunikation, Schreiben, Social Media und digitale Kommunikation sowie Interesse an Trends und Innovationen im touristischen Umfeld. Und zeigen ein hohes Maß an Kreativität, Engagement und Verbindlichkeit, sowie eine selbständige, ergebnis- und lösungsorientierte akkurate Arbeitsweise? Dann sind Sie in Celle genau richtig. Die Celler Tourismus und Marketing GmbH (CTM) wurde 2011 als Marketing Gesellschaft gegründet und hat die Aufgabe Celle als Tourismusstandort zu vermarkten. Mehr zur Stellenausschreibung erfahren Sie [hier](#). Bewerbungsschluss ist der 15. April 2018.

Der Historic Highlights of Germany e.V. sucht eine Geschäftsführung (w/m)



Als Geschäftsführung sind sie personell, finanziell und organisatorisch für den Betrieb der Geschäftsstelle des Historic Highlights of Germany e.V. nach kaufmännischen Grundsätzen verantwortlich, eingebunden in die Entscheidungsstrukturen unseres Vereins. Sie erarbeiten gemeinsam mit den Kolleginnen und den Kollegen unserer Mitgliedsstädte die strategischen, marktspezifischen Inhalte, betreiben Marktforschung und entwickeln unseren Verein weiter. Basierend auf den Ergebnissen unseres Markenprozesses aus dem Jahr 2017, setzen Sie ein Marketingportfolio mit Maßnahmen im Bereich Travel Trade, Travel Media und Consumer-Kampagnen um. Das Netzwerken ist Ihnen vertraut und Sie verfügen bereits über gute internationale Kontakte zu Travel Trade bzw. Travel Media und bauen ein entsprechendes Netzwerk für den Verein weiter aus. Bewerbungsschluss ist der 16. April 2018. Die vollständige Stellenausschreibung finden Sie [hier](#) hinterlegt.

Die Stadt Sarstedt sucht eine Stadtmanagerin oder einen Stadtmanager



Die Stadt Sarstedt (19.500 Einwohner) befindet sich mitten in einem dynamischen und zukunftsorientierten Entwicklungsprozess. Nun sucht die Stadt zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n Stadtmanager/in. Das Aufgabenfeld umfasst, neben der Ausgestaltung der neu geschaffenen Position „Stadtmanager (m/w)“, die Stärkung und Vermarktung der Stadt als attraktiven Wirtschafts- und Lebensraum sowie die Federführung bei der Umsetzung des Masterplans Innenstadt. Zudem bilden und pflegen Sie Netzwerke in Sarstedt und fungieren als Kümmerer und

Ansprechpartner. **Hier** finden Sie die komplette Stellenausschreibung. Bewerbungsschluss ist der 20. April 2018.

Fördermitglieder der bcsd

AST Eissport- und Solaranlagenbau GmbH



AST Partner - Deutschland



Mieteisbahnen – Richtiges Eis für Ihr Projekt: Seit der Erfindung der mobilen Echt-Eisbahn durch AST, ist die Nachfrage ungebrochen stark. Viele Stammkunden vertrauen seit Jahren auf unser EPDM-Echt-Eisbahnsystem, egal ob es sich um eine Eislaufbahn für einen Weihnachtsmarkt, für einen Event oder um eine City-Eisbahn handelt. AST Eisbahnen sind das meist gewählte Produkt! Jährlich vermieten wir über 300 Eisbahnen weltweit, davon mehr als 70 in Deutschland unter

anderem: - Münchner Eiszauber - Weihnachtsmarkt Karlsruhe - Heinzels Wintermärchen Köln - Eisbahn am Neptunbrunnen Berlin - DEL – Wintergames Nürnberg und Düsseldorf Echten Eislaufspaß gibt's nur auf ECHTEN Eisbahnen! **Hier** erfahren Sie mehr.

Modellprojekt digitale Einkaufsstadt Bayern - Abschlussbericht



Die Digitalisierung ist in aller Munde. Um den Einzelhandel und die Kommunen bei der herausfordernden Aufgabe in ihrem Themenfeld zu unterstützen, hat das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie 2015 das modellhafte Projekt Digitale Einkaufsstadt initiiert. Von 36 Kommunen, die sich 2015 für das Projekt beworben haben, wurden Coburg, Günzburg und Pfaffenhofen an der Ilm ausgewählt. Nun sind die drei Modellprojekte umgesetzt, die Ergebnisse wurden in einem Abschlussbericht zusammengefasst. Damit soll das Bewusstsein für die Bedeutung einer eigenen Digitalisierungsstrategie im Einzelhandel bei anderen Kommunen geweckt werden. Der Abschlussbericht enthält neben den Projektbeschreibungen auch eine Zusammenstellung der wichtigsten Erfolgsfaktoren für örtliche Digitalstrategien im Einzelhandel. **Hier**

finden Sie weitere Informationen zu den Modellprojekten und **hier** den Abschlussbericht.

Magazin Innenstadt zu Verfügungsfonds

Bürger wollen beteiligt werden und mitbestimmen können, denn Mitbestimmung ist ein hohes demokratisches Gut. Wie wird mein direktes Lebensumfeld aussehen und wie kann dieses genutzt und verändert werden? Mit dem Verfügungsfonds werden private Personen und private Initiativen, die sich persönlich und finanziell für ihre Kommune einsetzen möchten, durch eine öffentliche Kofinanzierung unterstützt und bekommen die Möglichkeit, sich zu organisieren und erwünschte

eigene Projekte umzusetzen. Bereits im Jahr 2013 veröffentlichte das Netzwerk Innenstadt NRW eine Arbeitshilfe zu Verfügungsfonds mit Hilfestellungen, Fördergrundlagen und Praxisbeispielen aus Nordrhein-Westfalen. Nun macht das Netzwerk Innenstadt NRW die Verfügungsfonds zum Thema einer Ausgabe des Magazins Innenstadt. Diese umfasst unter anderem ein Interview mit Evelyn Sucato vom Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen, in welchem sie u. a. Fragen zu Chancen, Zielen und zum Verfahren in NRW beantwortet. Außerdem bewertet Holger Pietschmann von der Bundestransferstelle „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ den Verfügungsfonds auf Bundesebene und stellt die Ergebnisse einer Befragung vor. Die Ausgabe zum Thema Verfügungsfonds finden Sie **hier**.



Praxistipps: Was Sie bei Gästebefragungen beachten sollten

Gästebefragungen sind ein beliebtes und nützliches Instrument der Marktforschung, um mehr über die eigenen Gäste, deren Wünsche, Ansprüche und Zufriedenheit zu erfahren. Das Problem dabei: Gästebefragungen in Zielgebieten werden noch zu selten systematisch und statistisch korrekt konzipiert... mit erheblichen Auswirkungen auf die Qualität der Ergebnisse.

Unser Fördermitglied, das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (dwif e.V.) hat deshalb Praxistipps für erfolgreiche Gästebefragungen zusammengestellt und erläutert in dem Artikel wichtige Faktoren, um Gästebefragungen professionell aufzubauen und damit deren Aussagekraft zu steigern. Zur Anzahl der Interviews, zum Vorgehen bei Stichproben, Quotierungen und Gewichtungen, zur Festlegung der Kernfragen und der Durchführung Ihrer Gästebefragung sowie zum Benchmarking werden Ihnen zahlreiche Tipps mit auf den Weg gegeben. Den Artikel der dwif e.V. & Consulting finden Sie **hier**. Zudem finden Sie auf den Seiten des dwif zahlreiche weitere Informationen, beispielsweise zu speziellen Reisesegmenten wie **Bustourismus, Städte- und Kulturtourismus, Tagestourismus, Fahrradtourismus, Camping- und Reisebustourismus** und **Pferdetourismus** oder zu besonderen Fragestellungen wie **nachhaltige touristische Mobilität**.

Auswertung der Kulturtourismusstudie erschienen

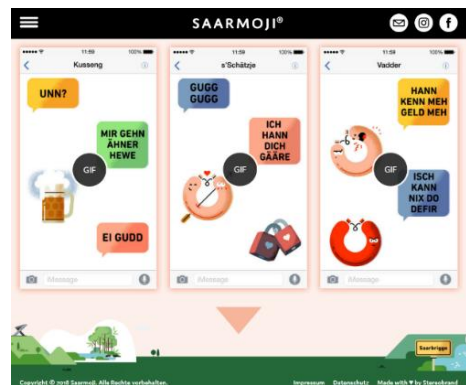
Bereits auf der ITB wurden die ersten Ergebnisse der Kulturtourismusstudie von der projekt2508 GmbH und dem Kooperationspartner Institut für Kulturmanagement an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg präsentiert – nun ist die gesamte Studie veröffentlicht. Mit der Studie wurden erstmalig im deutschsprachigen Raum umfassende Bestandsaufnahmen zum Kulturtourismus durchgeführt. Kulturtourismus ist sowohl für den



Städtetourismus als auch für Reisen in den Ländlichen Raum von entscheidender Bedeutung. Ziel der Studie war es, die spezifischen Bedingungen Ansprüche der Zielgruppen, Entwicklungsmöglichkeiten, Trends sowie Chancen und Risiken des Kulturtourismus aufzuzeigen. Befragt wurden Kultureinrichtungen wie Museen, Burgen, Schlösser und Gärten aber auch Sakralbauten, kommunale Kulturverwaltungen und Tourismusorganisationen. Mittelpunkt der Befragungen waren stets Fragen nach dem Stellenwert des Kulturtourismus und den Effekten kulturtouristischer Aktivitäten, nach der Ausgestaltung und Intensität konkreter Kooperationsbeziehungen, nach der Reichweite von Marketingaktivitäten und dem Einsatz innovativer Instrumente im Marketing sowie der Vermittlungsarbeit und schließlich die Frage nach Verbesserungspotenzial. Weitere Informationen zur Kulturtourismusstudie sowie die Ergebnisse finden Sie **hier**.

Saarland Emojis

Emojis werden heute quer durch alle Altersgruppen verwendet. Jeder kennt sie, die kleinen Piktogramme verziern mittlerweile einen Großteil unserer täglichen digitalen Kommunikation. Aber brauchen auch Bundesländer und Kommunen ihre eigenen Emojis? Die Antwort im Saarland lautet: Ja! Saarbrücken stellte nun die ersten knapp 400 Bilder aus insgesamt zwölf Kategorien vor – darunter Essen und Trinken, Redensarten, Sport und Stimmung. Mit dem ersten Set soll es das aber nicht gewesen sein, unter anderem Schülerinnen und Schüler sollen die Gelegenheit bekommen, weitere „Saarmojis“ zu erarbeiten. Die Wirtschaftsministerin Anke Rehlinger, bezeichnete die „Saarmojis“ als „großartiges Aushängeschild“ und „wertvolles Instrument zur Markenbildung für das Saarland“. Weitere Informationen 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**.

Sinneseindrücke beeinflussen öffentliche Sicherheit



Die niederländische Stadt Eindhoven testet in Zusammenarbeit mit der dortigen Technischen Universität und mit Philips in einem belebten Ausgehviertel, wie sich die Stimmung bewegter Menschenmassen durch wechselnde Lichter und Aromen beeinflussen lässt. Sensoren entlang der Straße aggregieren Daten, um ein mögliches Kippen der Stimmung vorherzusagen. Den möglichen Aggressionen sollen unter anderem LED-Lampen entgegenwirken, die in Farbe und Intensität variieren, um einen Entspannungseffekt zu bewirken. Auf der Grundlage von Erkenntnissen aus Haftanstalten werden zudem beruhigende Düfte eingesetzt, um die öffentliche Sicherheit zu verbessern.

KI-Roboter am Münchener Flughafen



Der Flughafen München testet zurzeit den KI-Roboter „Josie Pepper“, der im Terminal zwei die Fluggäste empfängt und bei Fragen rund um Gastronomie, Geschäfte und Flugbetrieb weiterhilft. Der 1,20 Meter große Roboter spricht Englisch und geht auf jede Frage individuell ein. Das Gesprochene der Flughafengäste wird dabei in der Cloud analysiert und interpretiert und dann mit den Informationen des Flughafens verknüpft. Je öfter der Roboter im Einsatz ist, desto mehr lernt er hinzu. Ob er dauerhaft am Flughafen anzutreffen sein wird, hängt von den Reaktionen der Passagiere ab.

Online-Marktplatz unterstützt stationäre Läden



Das Unternehmen eBay hat das Programm „Always Open“ entwickelt, um stationäre Einzelhändler dabei zu unterstützen, ihr Geschäft auch nach Ladenschluss weiterzubetreiben. Auf diese Weise bietet eBay auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten eine Präsentations- und Verkaufsfläche für die Produkte. Die Händler können sich für das Programm bewerben und ihre Eignung testen lassen. Nach der Aufnahme in das Programm erhalten sie neben Unterstützung bei der Werbung und im Kundenservice auch Co-Branding-Materialien, die auf die kanalübergreifenden Optionen aufmerksam machen und so den Onlineverkehr in den eBay-Shops erhöhen sollen.

Aktuelle Wettbewerbe

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

Ihr Wettbewerb darf auf keinen Fall fehlen? Schreiben Sie uns eine Nachricht an office@bcsd.de!

(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

Bundesweite Innenstadtumfrage Vitale Innenstädte 2018, IFH Köln GmbH

WiFi4EU, EU-Förderung zur Einrichtung öffentlicher WLAN-Zugänge an öffentlichen Plätzen und Gebäuden, Registrierung seit Anfang 2018, Bewerbung ab 15. Mai möglich

Stiftungspreis Lebendige Stadt: Die digitalste Stadt, Stiftung Lebendige Stadt, bis 06. April 2018

EU Cities for Fair and Ethical Trade Award, Europäische Kommission, bis 13. April 2018

Innovationswettbewerb Handel im Wandel – Neue Geschäftsideen für den Einzelhandel, Günter Rid Stiftung, bis 13. April 2018

Deutscher Städtebaupreis 2018, Deutsche Akademie für Stadt- und Landesplanung (DASL), bis 15. April 2018

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

Deutsche Aktionstage Nachhaltigkeit – Aufruf zur Teilnahme, Rat für Nachhaltige Entwicklung, Veranstaltung vom 30. Mai bis 05. Juli

Das Fest der Nachbarn – Aufruf zur Teilnahme, stiftung nebenan.de, Straßenfeste am Europäischen Tag der Nachbarn am 25. Mai

Deutscher Tourismuspreis 2018, Deutscher Tourismusverband, bis 22. Juni 2018

TRAF0 Modelle für Kultur im Wandel, Kulturstiftung des Bundes, bis Sommer 2019

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

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

- 14. Mai, **Die Stadt / Region als Marke**, Darmstadt
- 04. Juni, **Grundlagen City-, Stadt-, und Regionalmarketing**, Bad Homburg
- 05. Juni, **Projektmanagement**, Bad Homburg
- 13. September, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Stein (bei Nürnberg)
- 14. September, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Stein (bei Nürnberg)
- 01. Oktober, **Partizipation und Moderation**, Stein (bei Nürnberg)
- 02. Oktober, **Präsenthorik**, Stein (bei Nürnberg)

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

Terminkalender

- 10. April 2018, **Bundeskongress Offline-Strategien für die Innenstadt der Zukunft**, Stadt + Handel Dienstleistungen GbR, Bochum (bcsd-Mitglieder erhalten einen Nachlass von 10%, bei Interesse bitte an die Geschäftsstelle wenden)
- 11. April 2018, **Kommunale Onlineplattformen – praktische Erkenntnisse & Handlungsempfehlung**, Handelsverband Baden-Württemberg, Nürtingen
- 11./12. April 2018, **Tagung Innenstadt 2018: „Wasser in der Stadt – zwischen Flut und Erlebnis“**, Netzwerk Innenstadt NRW, Paderborn
- 17. – 19. April 2018, **Konferenz Tourismus des Deutschen Städtetags**, Deutscher Städtetag, München
- 22. – 24. April 2018, **Deutscher Stadtmarketingtag**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Aachen
- 03. – 05. Mai 2018, **Frühjahrstagung**, City-Management-Verband Ost e.V., Neubrandenburg
- 04. Mai 2018, **Barcamp „Die produktive Stadt“**, City-Management-Verband Ost e.V., Neubrandenburg
- 05. Mai 2018, **Tag der Städtebauförderung**, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, deutschlandweit
- 06./07. Mai 2018, **Germany Travel Mart**, Deutsche Zentrale für Tourismus, Dresden
- 14./15. Mai 2018, **41. urbanicom-Studientagung**, urbanicom – Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel, Hannover
- 17. Mai 2018, **12. Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau Marketing GmbH

17. Mai 2018, **Treffen des bcsd-Landesverbands Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Hannover

31. Mai 2018, **Place Branding – It's not about the logo**, UP THERE, EVERYWHERE AB, Liverpool, Großbritannien

11. Juni 2018, **Braucht der Handel die Stadt noch? – Entwicklungen im Handel als Herausforderung für die Innenstadtentwicklung**, Bundesverband für Wohnen & Stadtentwicklung e.V., Leipzig

13./14. Juni 2018, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband e.V., Bayreuth

18. Juni 2018, **Wissenschaft in der Stadt – Orte, Formate, Akteure, Strategiekreis Wissenschaft in der Stadt**, Berlin

18./19. Juni 2018, **World Towns Leadership Summit**, International Downtown Association, Berlin

18. – 20. Juni 2018, **Branding Places - How to attract, keep, and motivate residents, tourists and companies**, Copenhagen Business School, Kopenhagen, Dänemark

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.