

# Newsletter 07-2018

## Jetzt anmelden: Deutsche Stadtmarketingbörse 2018

Get in touch – Digitalisieren ist menschlich

Vom 23. bis 25. September in Ludwigsburg



Foto: Tourismus & Events Ludwigsburg

Stellt die Digitalisierung im Stadtmarketing alles auf den Kopf? Ist sie Mittel zum Zweck oder Selbstzweck? Geht es um Kommunikation, um Reichweiten, Zielgenauigkeit und Tonalität? Ersetzt die Digitalisierung etwa das reale analoge Erlebnis? Kann man sie lernen und müssen wir im Stadtmarketing zu Digitalisierungsexperten werden?

Fragen über Fragen, die wir auf der Deutschen Stadtmarketingbörse in Ludwigsburg stellen. Fragen, zu denen wir Antworten von Vordenkern aus Praxis und Wissenschaft suchen.

Fragen, mit denen wir uns im neuen Format des „experience centers“ befassen, um ganz konkrete Tipps, Anregungen und Orientierung für die Arbeit im Stadtmarketing zu bekommen. Die drei „experience rooms“ sind die neue Plattform für Erfahrungsberichte aus der Praxis. Zusätzlich begleiten mit Dr. Andreas Brill, Tom Malessa und Frank Tentler drei ausgewiesene Digitalisierungsexperten die „experience rooms“, um die Erfahrungsberichte anschließend zu reflektieren, zu kommentieren und zu diskutieren.

So viel ist jetzt schon gewiss - von der kleinsten Kommune bis zur größten Metropole geht die Digitalisierung jedes Stadtmarketing an.

Wir treffen uns in Ludwigsburg, dessen Erhebung zur Stadt sowie zur dritten württembergischen Residenz sich 2018 zum 300. Mal jährt. Das Stadtbild ist bis heute stark von der barocken Stadtplanung geprägt. „Digitalisierung“ und „Smart City“ sind in Ludwigsburg auch aus Sicht des Stadtmarketings keineswegs reiner Selbstzweck. Durch Digitalisierungslösungen können künftig innovative, zielgruppengerechte Ansätze verfolgt werden, um die Stadtidentität nach innen und außen zu transportieren.

Wir freuen uns darauf, Sie in Ludwigsburg zu begrüßen!

### Programm und Hoteltipps

#### Anmeldung

## Themen

### Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse

### Seite 2

bcsd-Vorstand konstituiert

### Seite 3

Seminar zu Recht im Stadtmarketing

### Seite 4

Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen

Null-Euro-Scheine

### Seite 5

Stadtmarketingpreis Bayern

IHK Forum Stadtmarketing Niedersachsen

### Seite 6

Abstimmung Deutscher Nachbarschaftspreis

Passantenfrequenzmessung

### Seite 7

Jobbörse

### Seite 9

Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder

### Seite 10

Fördermitglieder

Der Trend der Zukunft

### Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

Termine des Weiterbildungsangebotes ICR

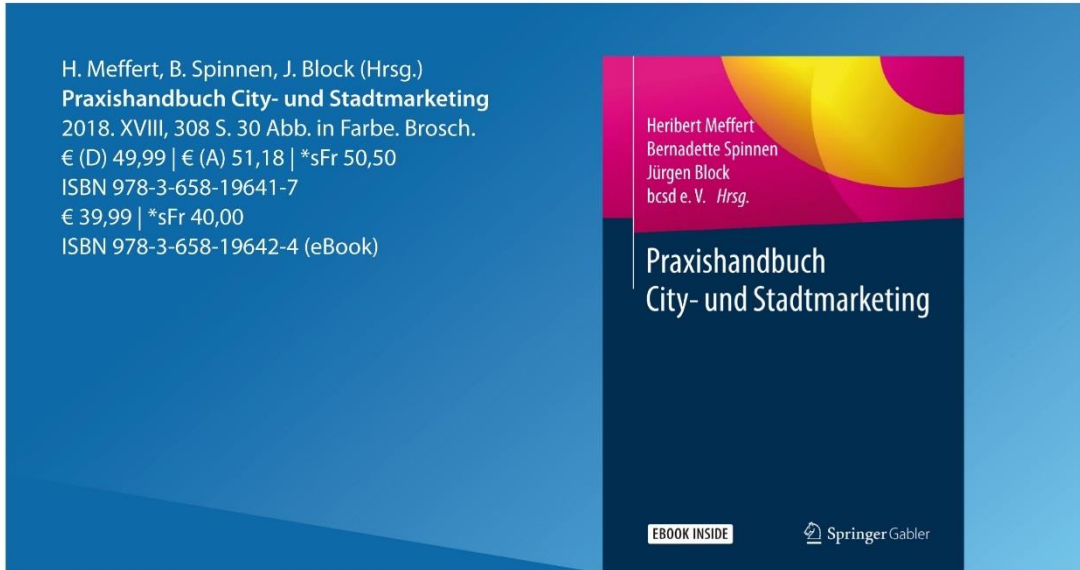
### Seite 13

Terminkalender

## ANZEIGE

 Springer Gabler


[springer.com/Angebot2](http://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 

## Themen, Aufgaben und Kompetenzen im Stadtmarketing

**Hier bestellen.**

### bcsd-Vorstand hat sich konstituiert



Der auf der Mitgliederversammlung am 23. April in Aachen durch Wahlen bestätigte Vorstand hat sich am 02. Juli in Berlin zu seiner konstituierenden Sitzung getroffen. Bei der Sitzung wurden alle Vorstände einstimmig bei eigener Enthaltung in ihren jeweiligen Ämtern bestätigt. Bernadette Spinnen, Leiterin Münster Marketing, bleibt damit für weitere zwei Jahre Bundesvorsitzende. Michael Gerber, Vorstandsmitglied des CITY SKIPPER Bremerhaven e.V. und Norbert Käthler, Geschäftsführer der Trier Tourismus und Marketing GmbH komplettieren als 1. Stellvertretender Bundesvorsitzender und 2.

Stellvertretender Bundesvorsitzender den gesetzlichen Vorstand. Des Weiteren gehören dem Vorstand Georg Bandarau, Geschäftsführer des Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V., Uli Cloos, Leiter des Fachbereichs Stadtmarketing der Stadt Krefeld, Gerold Leppa, Geschäftsführer der Braunschweig Stadtmarketing GmbH und Mario Schiefelbein, Geschäftsführer der Bochum Marketing GmbH an. Die bcsd kann auf eine sehr positive Entwicklung in den vergangenen Jahren zurückblicken. Unter anderem ist die Zahl der Mitglieder seit der letzten konstituierenden Sitzung vor zwei Jahren von 357 auf jetzt 423 gestiegen, das Praxishandbuch City- und Stadtmarketing wurde herausgegeben und Kontakte in die Politik wurden geknüpft und verstetigt. Die Vorstandssitzung in Berlin wurde außerdem dazu genutzt, die neue Verantwortliche für Handel und Werbewirtschaft im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Dr. Kristin Pukall, kennenzulernen und ihr die Themen der bcsd vorzustellen.

### bcsd-Seminar zu Recht im Stadtmarketing



Die Rechtsprechung unterliegt im Stadtmarketing, wie auch in allen anderen Branchen, einem ständigen Wandel, sie wird mit neuen Urteilen anders ausgelegt, neue Vorschriften kommen hinzu.

Umso wichtiger ist es, für Neueinsteiger genauso wie für erfahrene Geschäftsführer, den Überblick nicht zu verlieren und sich regelmäßig weiterzubilden, um alle wichtigen Veränderungen auf dem Radar zu haben und nicht angreifbar zu sein, d.h. persönlich zu haften. Eine Gelegenheit dazu haben Sie am 10. Oktober in der schönen Stadt Düsseldorf.

Der Rechtsbeistand des bcsd e.V., Andreas Schriefers vom anwaltsKONTOR Schriefers Rechtsanwälte, navigiert Sie im Seminar „Kleines 1\*1 für Geschäftsführung und Betriebsleitung – Recht im Stadtmarketing – Stadtmarketing im Recht“ durch zahlreiche Aspekte und Fragestellungen des vergabe-, EU-beihilfen- und steuerrechtlichen Alltags im Stadtmarketing. Gleichzeitig werden praxisbewährte Arbeitshilfen für die Bewältigung der Organisationsentwicklung vermittelt. Im Kontext der in den letzten Jahren teils kontrovers geführten Diskussionen zum EU-Beihilferecht wird ein Fazit gezogen, welches die Standortbestimmung im „eigenen Fall“ ermöglichen soll. Entgegen der verbreiteten Meinung ist das Thema keineswegs erledigt.

Rechtsanwalt Andreas Schriefers hat bereits zahlreiche Stadtmarketingorganisationen von der Frage nach der richtigen Rechtsform über die Finanzierung bis hin zur Einbindung ins städtische Gefüge begleitet, war bei vielen bcsd-Tagungen und bcsd-Seminaren als Referent tätig und hat gemeinsam mit der Rechtsanwältin Alexandra Schriefers u.a. einen Beitrag zum **Praxishandbuch City- und Stadtmarketing** geleistet, das zu Beginn dieses Jahres erschienen ist und erstmals das Berufsbild Stadtmarketing definiert. Das Seminar und der Beitrag seien allen empfohlen, die in Sachen Vergabe-, Beihilfe- und Steuerrecht auch weiterhin sicher unterwegs sein wollen.

Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie **hier**.

## Landesinitiative „Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen“



Die bcsd ist Bündnispartner der Landesinitiative „Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen“ des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung. Die bcsd-Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen hat in diesem Rahmen am konstituierenden Treffen am 2. Juli teilgenommen. Ziel der Initiative ist es, Stadtzentren für die Zukunft fit zu machen. Es geht also darum, die Städtebau- und Wohnungspolitik in den Stadtzentren weiterzuentwickeln, Förderschwerpunkte zur Innenstadtentwicklung auszugestalten sowie Stadt- und Ortskerne zu stärken. Dazu sollen vielversprechende und erfolgreiche Ansätze in den Städten Nordrhein-Westfalens besser miteinander verknüpft und verbreitet werden. In der Initiative wirken Vertreter der kommunalen Familie, des Handels, der Wohnungswirtschaft, der Baukultur sowie vom Netzwerk Innenstadt und der Arbeitsgemeinschaft Historische Stadt- und Ortskerne mit, um gemeinsam Lösungswege für die zukunftsfähige Gestaltung der Innenstadt zu entwickeln. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Null-Euro-Scheine



In Frankreich liegt ihr Ursprung und in Deutschland werden sie – eigentlich schon seit zwei Jahren - Trend: Null-Euro-Scheine, die echten Geldscheinen nachempfunden sind und auf der einen Seite europäische Bauwerke und auf der anderen Seite Sehenswürdigkeiten, Ereignisse oder Persönlichkeiten aus einer Stadt oder einer Freizeitdestination abbilden. Sie verfügen über zahlreiche Sicherheitsmerkmale offizieller Geldscheine, besitzen aber keinen Wert, außer natürlich für Sammler, die jeden neu erschienen Schein haben müssen, Bürger, die sich mit ihrer Stadt identifizieren oder Urlauber, die sich ein Souvenir mitnehmen. Die ersten Erfahrungen mit dem Merchandising-Artikel sind sehr gut: Die Scheine sind sehr schnell vergriffen und erzeugen oft eine Berichterstattung. Häufig trägt der Verkauf auch zum Erhalt von Sehenswürdigkeiten bei. Normalerweise werden die Banknoten für Preise zwischen zwei und fünf Euro, oft für drei Euro angeboten. Bereits emittierte Scheine in Deutschland zeigen etwa Karl Marx (Trier), Gorch Fock (Kiel), die Krämerbrücke (Erfurt) oder den Römerberg (Frankfurt am Main). **Hier** finden Sie eine Übersicht der bereits ausgegeben Scheine in Kartenform und **hier** als Tabelle.

## Sieger Stadtmarketingpreis Bayern



Der Stadtmarketingpreis Bayern wird alle zwei Jahre an die innovativsten Marketingkonzepte, -projekte und -aktionen im Freistaat vergeben. Am 12. Juli war es nun wieder soweit: Fünf Projekte wurden ausgezeichnet: Der **Römersommer Obernburg**, der die örtliche Geschichte in die Stadt und nach außen trägt und das Zusammengehörigkeitsgefühl stärkt, wurde in der Kategorie bis 10.000 Einwohner ausgezeichnet. In der Gruppe von 10.000 bis 15.000 Einwohnern konnte sich das **Innovationsquartier Murnau**, das ein leer stehendes Gemeindekrankenhaus als Standort beispielsweise für Co-Working- und Makerspace wiederbelebte, durchsetzen. **DONwud – viele Kulturen – ein Fest** bot in der Weihnachtszeit in Donauwörth ein alternatives Angebot, setzte ein Zeichen für Weltoffenheit und wurde in der Kategorie von 15.000 bis 40.000 Einwohnern prämiert. Bei den Städten über 40.000 Einwohner wurde die Aktion „**A Christmas Tree for the Queen**“ aus Coburg als Sieger ausgewählt. Aus Anlass der historischen Verbindungen der Stadt zum Königshaus wurde ein Weihnachtsbaum medienwirksam an die englische Königin geliefert und dort prominent an Windsor Castle aufgestellt. Der Sonderpreis ging nach Deggendorf für die Gründung des **Stadtmarketing Deggendorf e.V.** **Hier** finden Sie eine Übersicht der Sieger und Nominierten mit Beschreibungen von Ausgangslage, Ziel, Finanzierung und Erfolg der Aktionen. Die bcsd war mit Michael Metzler, Geschäftsführer der Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH, in der Jury vertreten.

## IHK-Forum Stadtmarketing Niedersachsen



Das IHK-Forum Stadtmarketing ist ein zentraler Treffpunkt für Entscheider aus Stadt- und Citymarketing, Quartiersinitiativen und Stadtentwicklung im Norden Deutschlands. Die niedersächsischen Industrie- und Handelskammern laden für den **13. September 2018** wieder nach Hannover ein. Bei der 24. Auflage steht besonders das „Storytelling“ im Fokus: Wie können emotionale Begriffe wie Geschichte, Heimat oder Identität in Geschichten verpackt werden? Und wie lassen sich die Angebote der Orte und Regionen digital und spielerisch aufbereiten und zeitgemäß präsentieren? Zudem werden parallele Foren zu den Themen "Storytelling“, "Passantenfrequenzmessung“, "Virtual/Augmented Reality“ angeboten. Das vierte Themenforum ist offen. Zwei Berichte aus Langenfeld und aus den Niederlanden vermitteln „Neue Perspektiven für Innenstädte und Ortskerne“. Den Abschluss bildet eine Diskussionsrunde zur Perspektive verkaufsoffener Sonntage, an der auch bcsd-Vorstandsmitglied Gerold Leppa teilnimmt. Außerdem bietet das IHK-Forum viele Möglichkeiten zum Austausch mit Teilnehmern und Ausstellern. **Hier** finden Sie das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung.

## Abstimmung Deutscher Nachbarschaftspreis



Der Deutsche Nachbarschaftspreis geht in diesem Jahr in die zweite Runde und zeichnet Aktionen aus, die sich für das Gelingen des Zusammenlebens im Großen und im Kleinen einsetzen und gemeinsam mit weiteren Nachbarn vor Ort etwas bewegen. Aus über 1.000 Bewerbungen wurden nun 104 Projekte ausgewählt, die in die Abstimmung um den Publikumspreis gehen. Die Projekte entstammen den Kategorien „Begegnung“, „Brücken bauen“, „Generationen“, „Nachbarschaftshilfe“, „Nachhaltigkeit“ und „Verschönerung“. Der Publikumssieger darf sich über 5.000 € Preisgeld freuen und wird gemeinsam mit den Bundes- und Landessiegern in Berlin geehrt. Bis zum 22. August können Sie **hier** für Ihre Favoriten abstimmen und sich von den Projekten inspirieren lassen.

Arbeitshilfen für Initiativen zur Aufwertung von Quartieren und zur Stärkung von Nachbarschaften bietet die Montag Stiftung Urbane Räume mit ihrem Projekt Immovielien. Die Sammlung der Handreichungen finden Sie **hier**. Darunter ist auch neu ergänztes Material zur **Samtweberei** in Krefeld, die im Rahmen der Deutschen Stadtmarketingbörse 2016 besucht wurde und mit dem Projekt „Viertelstunde“ die ansässigen, oft kreativen Unternehmen dazu verpflichtet, im Gegenzug für günstige Mieten pro Quadratmeter Bürofläche eine Stunde im Jahr ihre besonderen Fähigkeiten in die Arbeit in das Quartier zu investieren. So entstand beispielsweise eine eigene Zeitung für die Nachbarschaft.

## Passantenfrequenzzahlen online und in Echtzeit verfügbar



Der Dienst **hystreet.com** stellt mit Lasertechnologie erhobene Passantenfrequenzzahlen aus 15 deutschen Städten online und in Echtzeit zur Verfügung. Aus den gemessenen Daten werden Rankings der einzelnen Standorte erstellt. Viele Städte verfügen bereits über eigene Messstationen und können daher ihre Ergebnisse mit den Top-Einkaufslagen der Bundesrepublik vergleichen. Ergebnisse der Passantenfrequenzmessungen können beispielsweise für die Analyse der Entwicklung der Besucherzahlen und damit Attraktivität der Innenstadt, Immobilienbesitzer, Investoren und die eigene Pressearbeit nützlich sein. Auch Einzelhändler, die häufig selbst die Besucher ihres Ladens zählen, können mit den erhobenen Zahlen ihre Umsätze und Frequenzen einordnen. Laserfrequenzmessungen gelten bislang als zuverlässigste Zählweise. Welche Erfahrungen bereits mit der Passantenfrequenzmessung gemacht wurden, zeigt eine Reportage des ZDF, die Sie **hier** finden. Im Kreise der bcsd-Mitgliedsstädte gelten **Osnabrück** mit dem Handelsmonitor und **Braunschweig** als gute Beispiele in diesem Bereich.

## Jobbörse

### **Die WTM Wirtschaft Tourismus Marketing GmbH Waiblingen sucht eine/n Mitarbeiter/in für den Geschäftsbereich Stadtmarketing**



Zu Ihren zentralen Aufgaben zählen die Initiierung, Organisation und Umsetzung neuer Stadtmarketing-Projekte und Veranstaltungsformate sowie die Planung, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen und Märkten unterschiedlicher Art. Mit relevanten Interessengruppen suchen Sie den Kontakt und koordinieren und betreuen Arbeitskreise. Darüber hinaus zählen die Pflege des Auftritts

im Internet und den sozialen Medien sowie Datenerhebung / Marktforschung zu den von Ihnen verantworteten Bereichen. Bewerbungsschluss ist der 10. August 2018. **Zur Stellenausschreibung.**

### **Der Verkehrsverein Paderborn e.V. sucht eine Leitung für den Counter-Bereich der Tourist-Information**



Ihnen obliegt in Ihrer neuen Position die Leitung der Abteilung (Mitarbeiterführung, Dienstplanerstellung, Ablauforganisation). Damit einher geht, dass Sie ebenfalls die Planung, Umsetzung und Optimierung des

Shop-Konzepts der Tourist Information realisieren, in Abstimmung mit der Buchhaltung Verantwortung für die Barkasse übernehmen und den Online-Shop betreuen. Zudem kümmern Sie sich um die Serviceberatung von Besuchern und die Abwicklung allgemeiner touristischer Anfragen, den Verkauf von Merchandising-Artikeln sowie die Betreuung und Optimierung des Artikelsortiments. Ergänzend sind Sie für die Rechnungserstellung verantwortlich. Bewerbungsschluss ist der 15. August 2018. **Zur Stellenausschreibung.**

### **Die Stadtmarketing Bruchköbel GmbH sucht eine/n Citymanager/in on- und offline**

Als Citymanager/in sind Sie Unterstützer und „Kümmerer“ für die Unternehmer in der Stadt und ihrer Onlinepräsenz im Marktplatz Bruchköbel, organisieren und entwickeln verkaufsfördernde Veranstaltungen zur Belebung der Stadt und zur Bindung von Kunden und Kaufkraft gemeinsam mit den Akteuren der Innenstadt und dem /den entsprechenden Vereinen und übernehmen die Schnittstellenkoordination zu innenstadtrelevanten Veranstaltungen. Beim Onlineportal Marktplatz Bruchköbel verantworten Sie zudem Neukundengewinnung, Support und Schulung. Ein weiterer Baustein Ihrer Aktivität ist die Kooperation mit Haus- und Grundeigentümern sowie Vereinen für ein aktives Belegungsmanagement und für Aktionen der Innenstadtverschönerung. Zudem unterstützen Sie die Gewerbetreibenden während des anstehenden Innenstadumbaus. Bewerbungsschluss ist der 15. August. **Zur Stellenausschreibung.**

### Die Ratingen Marketing GmbH sucht einen Citymanager (w/m/d)

## RATINGEN MARKETING GMBH

Als Citymanager koordinieren Sie den Aufgabenbereich Citymanagement, pflegen und erweitern Netzwerke in der Innenstadt und fungieren für diese als Kümmerer und Ansprechpartner. Sie setzen zudem Marketingmaßnahmen und Projekte zur Stärkung der Innenstadt und des Einzelhandels um. Weitere Aufgabenbereiche sind das Leerstands- und Flächenmanagement inklusive der Organisation von Zwischennutzungen, die Bestandsförderung der in der Innenstadt Ratingens ansässigen Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister sowie die Unterstützung des Stadtmarketings bei Maßnahmen zur Stärkung der weiteren Einzelhandelslagen in Ratingen. Darüber hinaus wird Ihre Mitarbeit bei der Organisation und Durchführung von einzelhandelsrelevanten Veranstaltungen sowie der Entwicklung von Print- und Onlinemedien, PR und Pressearbeit erwartet. Eine weitere Aufgabe ist die Organisation und Durchführung von Events. Bewerbungsschluss ist der 17. August 2018. **Zur Stellenausschreibung.**

### Die Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) sucht eine/n Bereichsleiter/in Stadtmarketing



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG, MARKETING  
UND TOURISMUS FÜR WOLFSBURG

Sie leiten den Bereich Stadtmarketing mit den Arbeitsfeldern Stadtmarketing, Kommunikation, Veranstaltungsmanagement und Markenentwicklung mit ca. 12 Beschäftigten. Wesentliche Aufgabe ist die Koordination und Weiterentwicklung des Stadtmarketings für Wolfsburg. Durch die Initiierung und Koordination von Projekten und Veranstaltungen, gemeinsam mit verschiedenen Akteuren in der Stadt, tragen Sie zur positiven Entwicklung Wolfsburgs als Arbeits- und Wohnstandort bei. Sie arbeiten daran, die Besucherfrequenz der Innenstadt zu fördern sowie die positive Außenwahrnehmung und die Identifikation der Bürgerschaft mit der Stadt Wolfsburg zu steigern. Ergänzend begleiten Sie die interne Pressearbeit. Bewerbungsschluss ist der 31. August 2018. **Zur Stellenausschreibung.**

### Die Stadt Linz am Rhein sucht eine/n Leiter/in für die Tourist-Information



Sie übernehmen die Leitung der Tourist-Information der Stadt Linz am Rhein, vermarkten die Stadt Linz am Rhein und verantworten das Budget des Bereichs Touristik, tragen Personalverantwortung für die Mitarbeiter und nehmen deren Einsatzplanung vor. Ihnen obliegt zudem die strategische Planung und Erarbeitung nachhaltiger touristischer Konzepte sowie die Entwicklung und Gestaltung innovativer touristischer Angebote. Der Internetauftritt der Stadt wird ebenfalls von Ihnen weiterentwickelt und betreut. Auf Messen und Veranstaltungen übernehmen Sie Destinationspräsentation und –vertrieb der Stadt. Zudem organisieren und unterstützen Sie lokale Veranstaltungen zur Werbung und Unterbringung von Gästen. Bei der touristischen Vermarktung arbeiten Sie eng mit dem Citymanagement zusammen, so wie Sie



generell die Zusammenarbeit mit touristischen Kooperations- und Netzwerkpartnern, regionalen Arbeitskreisen sowie Verbänden suchen und Kontakte mit den touristischen Leistungsträgern der Stadt pflegen. Zum Zuständigkeitsbereich gehören darüber hinaus das Management und Marketing für alle touristisch relevanten Veranstaltungen und Events in Zusammenarbeit mit örtlichen Leistungsträgern, Gewerbetreibenden und Vereinen. **Zur Stellenausschreibung.**

#### **Die Minden Marketing GmbH sucht eine/n Veranstaltungsmanager/in**



Die Minden Marketing GmbH engagiert sich im Stadtmarketing mit touristischen, kulturellen und digitalen Initiativen für die historische Stadt Minden. Als Veranstaltungsmanager obliegen Ihnen die Organisation, Durchführung und Nachbereitung von Großveranstaltungen sowie Messen und Märkten. Dabei übernehmen Sie auch die Koordination und Kommunikation mit Behörden,

Vertragspartnern und Dienstleistern. Darüber hinaus betreiben Sie Mediaplanung und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. **Zur Stellenausschreibung.**

#### **Die Stadtmarketing Mannheim GmbH sucht eine/n Online-Manager/in**

#### **Die Stadtmarketing Mannheim GmbH sucht eine/n Pressereferent/in**

#### **Das bcsd-Fördermitglied MK Illumination Handels GmbH sucht eine/n Mitarbeiter/in im Segment Public Spaces Deutschland / Außendienst Großraum Hessen**

### **Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:**

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.

#### **Stadt Bretten**



In der Stadt Bretten, Geburtsstadt von Melanchthon, wurde im November 2017 eine Stelle im Bereich Stadtmarketing besetzt, die dem Bereich Wirtschaftsförderung und Liegenschaften zugeordnet ist. Zu den Aufgaben zählt u.a. die Entwicklung und Umsetzung von Zielvorstellungen und Konzeptionen zur Attraktivitätssteigerung des Mittelzentrums Bretten. Ebenso wie Netzwerkarbeit, Einzelhandelsförderung und das Leerstandsmanagement, wodurch

vor allem die Innenstadt langfristig als Einkaufsstandort gestärkt werden soll. Die Tätigkeit begann mit einer Umfrage zu den Zukunfts- und Veränderungswünschen der innerstädtischen Gewerbebetriebe. Außerdem wurden kleine Überraschungserlebnisse beim innerstädtischen Einkauf kreiert. Ein wahres Einkaufserlebnis bot die lange Einkaufsnacht, auf der über 20 Betriebe, im Herzen der Stadt, im Rahmen einer Moden- und Produktschau, ihre Produkte und

Serviceleistungen präsentierten. Bei allen durchgeführten Aktionen wurde das vom Stadtmarketing initiierte Logo „Einkaufen im Herzen von Bretten“ als markenbildendes Element eingesetzt. Überdies wurde ein Studienprojekt mit Studierenden der Stadtplanung der Hochschule Nürtingen durchgeführt, welches sich mit Fragen der Innenstadtentwicklung und Wünschen aus der Umfrage beschäftigte. **Hier** erfahren Sie mehr.

### **Stadtmarketing Oberkirch e.V.**



Der Stadtmarketingverein gründete sich 2010 als Nachfolgeverein für die damalige Werbegemeinschaft. Die Geschäftsführung des Vereins wird von der Citymanagerin der Stadt Oberkirch übernommen. Für spezielle Aufgaben werden Projektgruppen innerhalb der Mitglieder gebildet, die sich den Themen eigenständig annehmen. Aufgrund der breit aufgestellten Mitgliedergruppen, konnte die Mitgliederzahl von 72 auf nun 144 Mitglieder verdoppelt werden. Ein Vorteil des Stadtmarketingvereins ist der Zusammenschluss aller Branchengruppen. Handel, Handwerk, Dienstleister, Industrie sowie auch Vereine und Privatpersonen können im Stadtmarketing Mitglied werden. Die Bündelung aller Kräfte, sorgt für eine gute Identifikation aller Akteure mit ihrer Stadt. Durch die vielen Aktionen und Veranstaltungen, hat sich Oberkirch als Unterzentrum bereits überregional einen Namen gemacht. 2010 wurde erstmalig die Veranstaltung „Oberkirch leuchtet“ mit einem Late Night Shopping durchgeführt. Mit über 20.000 Besuchern aus Nah und Fern ist die Veranstaltung mittlerweile der Höhepunkt des Veranstaltungskalenders.

### **Fördermitglieder der bcsd**

#### **Bund der Selbstständigen – Gewerbeverband Bayern e.V.**

Seit über 140 Jahren unterstützt der BDS Bayern Selbständige und mittelständische Familienbetriebe im Freistaat dabei, ihren Erfolg durch die Nutzung der vielfältigen Informations-, Beratungs- und Schulungsangebote zu sichern, von günstigen Einkaufsmöglichkeiten über Rahmenverträge oder durch die Entwicklung der Rahmenbedingungen vor Ort. Der BDS bündelt die Innovations-, Gestaltungs- und Wirtschaftskraft des bayerischen Mittelstandes und vertritt seine Interessen nachhaltig gegenüber Politik und Wirtschaft. **Hier** erfahren Sie mehr.

### **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](mailto:schomburg@trendone.com).

### Regen erzeugt kostenloses Internet



Tele2 und Geometry Russland haben in Sankt Petersburg die Kampagne „Rain Wi-Fi“ gestartet, um eine bessere Internetversorgung zu ermöglichen. Hintergrund der Aktion ist, dass in Sankt Petersburg viele Gebäude und Innenhöfe über keine Wi-Fi-Verbindung verfügen. Außerdem regnet es durchschnittlich 200 Tage im Jahr. Daher hat Tele2 einen 4G-

Generator entwickelt, der aus Regenwasser Strom generiert. Ist er in einem Abflussrohr installiert, aktiviert das Wasser eine Turbine, die Strom erzeugt und einen 4G-Router aktiviert. Einwohner konnten auf [rainwifi.ru](http://rainwifi.ru) darüber abstimmen, wo weitere solcher 4G-Router installiert werden sollen.

### Inklusiver Coworking-Space



Das Berliner Unternehmen KOPF, HAND + FUSS hat den inklusiven, barrierefreien Coworking-Space „Tuechtig“ eröffnet. Das gemeinnützige Projekt bietet Menschen mit und ohne Handicap sowie Geflüchteten einen Ort, an dem sie kreativ, effektiv und entspannt arbeiten können. Nicht nur blinde und sehgeschädigte Selbstständige können das Gemeinschaftsbüro nutzen, sondern auch an Burn-out erkrankte Mitarbeiter, die bei

ihrer Rückkehr ins Arbeitsleben psychologische Unterstützung benötigen. Zudem eignet sich das Büro für Angestellte, die seit einem Unfall im Rollstuhl sitzen und deren Arbeitgeber keinen barrierefreien Arbeitsplatz bieten können.

### Plattform lässt Senioren Enkelkinder buchen



Das US-amerikanische Start-up Papa hat den gleichnamigen Service gelauncht, der es Senioren und deren Angehörigen ermöglicht, passende Studenten – „Papa Pals“ – zur Unterstützung zu buchen. Dafür werden vorab die Daten der teilnehmenden Studenten überprüft und Persönlichkeitstests durchgeführt, um das Matching zu optimieren. „Papa Pals“ können per App oder auch per Telefon beispielsweise für das

Erledigen von Lebensmitteleinkäufen oder auch als Begleitung für einen Arzttermin angefragt werden. Sie können aber auch gebucht werden, damit sie den Senioren etwas Gesellschaft leisten.

## 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

**Bundesweite Innenstadtumfrage Vitale Innenstädte 2018**, IFH Köln GmbH

**Mitmachkampagne zu gewinnen**, Social Value GmbH, bis 06. August 2018

**Preis für Stadtkultur**, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, bis 31. August 2018, der Preis wird von der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. präsentiert, Mitglieder erhalten Ermäßigungen

**Europäische Kulturtourismusregion des Jahres**, causales – Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, bis 31. August 2018

**European Sustainability Award**, Europäische Kommission, bis 14. September

**Stadtradeln**, Klima-Bündnis, bis September 2018

**Innovationspreis des Deutschen Einzelhandels**, Handelsverband Deutschland, bis 30. September 2018

**European Green Capital Award und European Green Leaf Award**, Europäische Kommission, bis 18. Oktober 2018

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

## Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

13. September 2018, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Stein (bei Nürnberg)

14. September 2018, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Stein (bei Nürnberg)

01. Oktober 2018, **Partizipation und Moderation**, Stein (bei Nürnberg)

02. Oktober 2018, **Präsenthorik**, Stein (bei Nürnberg)

25. Oktober 2018, **Integrierte Stadtentwicklung**, Lübeck

26. Oktober 2018, **Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung**, Lübeck

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

## Terminkalender

03. September 2018, **Stadtkommunikation Grundlagen: Methoden-Seminar Gamification zu Kommunikation, Zusammenarbeit und Innovation**, Georg Pohl – Ideen und Instrumente für Kooperation in Quartier, Stadt und Region, Hamburg
13. September 2018, **IHK-Stadtmarketingforum Niedersachsen**, IHK Projekte Hannover GmbH, Hannover
17. – 19. September 2018, **12. Bundeskongress der Nationalen Stadtentwicklungspolitik**, Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat, Frankfurt am Main
- 19./20. September 2018, **Kongress 2018 der Stiftung Lebendige Stadt: Die klimafreundliche Stadt – Handlungsstrategien für Quartiere**, Stiftung Lebendige Stadt, Potsdam
- 19./20. September 2018, **Konferenz Tourismus**, Deutscher Städtetag, Bremerhaven
23. – 25. September 2018, **Deutsche Stadtmarketingbörse**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Ludwigsburg
01. – 03. Oktober 2018, **DenkwerkStadt**, Stadtmarketing Austria, Nußdorf am Attersee, Österreich
10. Oktober 2018, **Kleines 1\*1 für Geschäftsführung und Betriebsleitung – Recht im Stadtmarketing – Stadtmarketing im Recht**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Düsseldorf
- 15./16. Oktober 2018, **Stadt und Handel – neue Wege und Konzepte?!**, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin
18. Oktober 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Trier
18. Oktober 2018, **Niedersachscamp Städtetourismus**, aboutcities – die Arbeitsgemeinschaft der niedersächsischen Städte, Celle
26. Oktober 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mosbach
30. Oktober 2018, **bcsd-Landesverbandstreffen Nordrhein-Westfalen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Essen
08. November 2018, **4. Martini-Tagung: Events für Städte und Regionen - Wie Standorte mit passgenauen Veranstaltungen wirkliche Mehrwerte schaffen**, Deutscher Verband für Angewandte Geographie, Regionalforum Schwaben, Friedberg in Bayern
08. November 2018, **Stadtmarketingtag Baden-Württemberg**, Handelsverband Baden-Württemberg, Stuttgart

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](http://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.