

# Newsletter 09-2019

## Das war die Deutsche Stadtmarketingbörse 2019



Über 200 Teilnehmer folgten der Einladung zur Deutschen Stadtmarketingbörse 2019 in Heilbronn. Thematisch drehte sich die Tagung um die Veränderung der Definition von Lebensqualität in Stadt und Land sowie die zunehmende Verwischung der Grenzen zwischen beiden Lebensräumen: Wie viel Stadt muss das Land bieten, um als lebenswert

wahrgenommen zu werden und wie viel Land muss umgekehrt in der Stadt stecken um den neuen Anforderungen der Bewohner gerecht zu werden? Rund 100 Teilnehmer reisten bereits sonntags zur Exkursion an, um einige Heilbronner Highlights der jüngsten Stadtentwicklung kennenzulernen: Das spektakuläre Science Center Experimenta, die Innenstadt sowie die Bundesgartenschau. Am Montag zeigte Tübingens Oberbürgermeister Boris Palmer auf, wie Klimaschutz auch der Stadt nutzt. Der Trendforscher Tristan Horx ging auf die abnehmenden Unterschiede zwischen Stadt und Land ein. Marta Kwiatkowski Schenk stellte Thesen zur Zukunft des öffentlichen Raums auf. Dr. Gerhard Fisch präsentierte die Bemühungen der Bundesregierung zur Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse, Dr. Christa Müller erklärte die Bewegung der Commonisten. Philipp Hentschel erläuterte, wie Co-Working den ländlichen Raum zukünftig prägen könnte. Im Anschluss an die Vorträge konnten die Teilnehmer Heilbronn bei fünf thematischen Stadtführungen näher kennen lernen und sich beim anschließenden Gastgeberempfang im Wissenschafts- und Technologiezentrum über ihre Erfahrungen und Eindrücke austauschen. Den Dienstag prägten der Vortrag „Heilbronn – eine Stadt voller Energie“ von Steffen Schoch sowie zwölf Beispiele aus der Praxis in den Experience Centern, die am Ende von den Experten Michael Vollmann, Carolin Deberling und Christoph Thoma zusammengefasst und eingeordnet wurden. Die Vorträge sind für die Kongressteilnehmer **hier** abrufbar. Die Praxisbeispiele werden unseren Mitgliedern in Kürze im Projektpool zur Verfügung gestellt.



Wir bedanken uns herzlich beim Gastgeber, der **Heilbronn Marketing GmbH**, unseren Sponsoren **MK Illumination** und **Kerler GmbH**, den Fachausstellern und Fachausstellerinnen sowie den Referenten und Referentinnen für eine anregende und spannende Tagung.

Bereits jetzt laden wir Sie herzlich zum Deutschen Stadtmarketingtag 2020 ein, der vom 26. bis 28. April 2020 in Darmstadt stattfinden wird. (Fotos: Peter Wieler)

## Themen

### Seite 1

[Deutsche Stadtmarketingbörse](#)

### Seite 2

[Kooperationsforum Ost 2019](#)

### Seite 3

[SinkaCom AG wird Sponsor](#)

[Landesverbandstreffen Hessen](#)

### Seite 5

[Nominierte Preis für Stadtkultur](#)

[Abschlussbericht Handel 2030](#)

### Seite 6

[Smart Cities gestalten](#)

[Neue Chancen für strukturschwache Regionen](#)

[Digitalbonus Niedersachsen](#)

### Seite 7

[Stadtquiz Ahaus](#)

[Neuaufgabe Vitale Innenstädte 2020](#)

### Seite 8

[Lüdenscheid Vision 2020](#)

[Event Modul Gymnastics Warrior](#)

[Jobbörse](#)

### Seite 9

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

[Fördermitglieder](#)

### Seite 10

[Der Trend der Zukunft](#)

### Seite 11

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

[Termine des Weiterbildungsangebotes ICR](#)

[Terminkalender](#)

ANZEIGE

**SINKACOM**

**innenstadt 3.0**  
powered by SinkaCom

**Web & App**  
Beratung, Konzeption, Kreation und Technik aus einer Hand – Wir erstellen für Sie Ihre Website.

**Retail**  
Rundum-Betreuung für Ihren erfolgreichen Onlineshop.

**Banking**  
Von FinTech bis zu Prototyping sind wir Ihr digitaler Partner.

Mit virtuellen Marktplatzsystemen, individuellen Stadt Apps und städtischem WLAN werden Innenstädte für alle Zielgruppen digital erlebbar.

**SinkaCom AG** | Borsigstraße 32, 65205 Wiesbaden | Tel.: +49 61 22 5982-0, Fax: +49 61 22 5982-50 | kontakt@sinkacom.de, www.sinkacom.de

[www.sinkacom.de](http://www.sinkacom.de)

**Jetzt anmelden: Kooperationsforum Ost: Faszination Stadt – Faszination Sport**



Anfang September wurde das Programm für das Kooperationsforum Ost 2019 veröffentlicht. Es widmet sich am 24. und 25. Oktober unter dem Titel „Faszination Stadt – Faszination Sport: Stadtmarketing und Sport im Spannungsfeld zwischen Identität und Image“ dem Erfahrungsaustausch im und der Weiterentwicklung des City- und Stadtmarketings, insbesondere in Ostdeutschland. Die Inszenierung der Innenstadt wird am ersten Tag ebenso Thema sein wie die Vorbereitung und Vermarktung der olympischen Sportler im Magdeburger Projekt Tokio. Zudem werden die Herausforderungen der Innenstadtlogistik und die Rolle von Sport als Frequenzbringer für den Handel eine Rolle spielen. Das gemeinsame Abendessen mit Erfahrungsaustausch findet im Stadion des 1. FC Magdeburg statt, dessen Aktivitäten im Marketing ebenfalls Inhalt der Tagung sein werden. Der zweite Tag widmet sich in drei Themenblöcken den Aspekten des Zusammenspiels von Sport und Stadt: „Sport und kooperative Stadtentwicklung“, Sport, Identität und Image“ sowie „Sport und Marke als Ausdruck regionaler Lebensqualität“. Dabei werden gute kommunale Beispiele

für Sportevents, (Handels-)Marketing für und mit Sport und zur Förderung von Identität und Image präsentiert. Die Veranstaltung ist eine Kooperation des Landesverbands Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen der bcsd und des City-Management-Verband Ost e.V.. Wir freuen uns, wenn wir Sie in Magdeburg begrüßen dürfen! Die Tage können auch einzeln gebucht werden. **Hier** finden Sie das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung. **Hier** finden Sie einen Kurzflyer.

### SinkaCom AG wird Newsletter-Sponsor – ein Firmenportrait



Mit den vier Komponenten: Stadtwebsite, virtueller Marktplatz, StadtApp und freies WLAN, lassen sich die idealen Grundvoraussetzungen für ein digitales Stadtbild schaffen!

Unser Konzept Innenstadt 3.0 erfüllt die verschiedenen Anforderungen von Kommunen und bietet Ihnen eine modulare Plattform, mit der wir Sie im täglichen Wettbewerb und bei dem Aufbau Ihrer digitalen Stadtmarke unterstützen.

Die Module können auch einzeln in Betrieb genommen und sukzessive weiter ausgebaut werden. Mit unserer webbasierten Plattform (SaaS) können wir alle Ihre Anforderungen abbilden: Integration bestehender Webseiten-Inhalte, Schnittstellen für Newsletter, Einlesen von Veranstaltungen, Stadtgutschein, Importieren von Produktdaten etc. Somit bieten wir Ihnen ein modernes Betriebssystem, dass sowohl Stadtverwaltung, Stadtmarketing als auch Gewerbetreibende bei der Digitalisierung der Innenstädte unterstützt. Mieten Sie die Technologie die Sie benötigen bei uns und konzentrieren Sie sich auf die Inhalte und Umsetzung Ihrer digitalen Stadtmarke.

Als erfahrener Digital-Dienstleister haben wir uns auf vier Geschäftsfelder spezialisiert. Insbesondere unsere Expertise in den Bereichen Web & App und Retail / eCommerce haben wir genutzt, um daraus unsere Lösung Innenstadt 3.0 zu entwickeln.

Sie stehen vor der Herausforderung in ländlichen Gebieten die Daseinsvorsorge gewährleisten zu müssen? Hier bieten wir Ihnen eine bundesweit einzigartige Lösung.

Wir begleiten Sie in der Entwicklung Ihrer Digitalstrategie über Workshops und unterstützen Sie in der Konzeption und Umsetzung. Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Digitalstrategie entwickeln!

### Landesverbandstreffen Hessen



Am 27. August trafen sich 14 Mitglieder des Landesverbands Hessen in Eltville. Die Gastgeberstadt präsentierte ihre Stadtmarketingaktivitäten, darunter das neu geschaffene, regional ausgerichtete Festival **Schön hier**, das durch Sponsoren und weiteren Partnern finanziert wird und in mehreren Kommunen des Rheingaus gleichzeitig stattfindet. Jedes Jahr ist eine andere Kommune Hauptort. Zudem wurden die vom Stadtmarketing koordinierten Aktivitäten rund um die Erreichung

der Sustainable Development Goals (SDG) bzw. der Agenda 2030 vorgestellt. Eltville ist beispielsweise dem **Netzwerk Global Nachhaltige Kommunen** beigetreten, um sich mit anderen Gemeinden auszutauschen und hat seine Stadtmarketing-Aktivitäten (z.B. **Nachhaltigkeits-Stadtrallye**) angepasst. Zahlreiche weitere kommunale Praxisbeispiele zur Umsetzung der SDG finden Sie **hier**. Ein Monitoring über den Stand der Erreichung der SDG-Ziele in der eigenen Kommune ist **hier** zu finden. Neben dem allgemeinen Erfahrungsaustausch sowie Berichten aus der bcscd-Geschäftsstelle und dem hessischen Landesverband wurde über die Themen Nachhaltigkeit bei Stadtfesten, Frequenzbringer für Innenstädte sowie digitales Stadtmarketing diskutiert. Darüber hinaus berichtete die Landesbeauftragte Barbara Battenhausen über die aktuellen Entwicklungen im Land im Zusammenhang mit der Gesetzgebung zu verkaufsoffenen Sonntagen bzw. Ladenöffnungszeiten. Eine besondere Aktion in diesem Zusammenhang ist ein Video aus Gelnhausen, wo sich Bürger, Politik, Händler und Angestellte im Handel im öffentlichen Raum versammelt haben und sich für den Erhalt (und die Genehmigung) verkaufsoffener Sonntage aussprechen. Sie finden das Video **hier** in der Kurzfassung und **hier** die Langfassung.

### ANZEIGE

**SPRICHT ALEXA SCHON ÜBER SIE?**

„Architektur“ „Aktivitäten“ „Events“ „Kultur“ „Sound der Stadt“ „Gastro“ „News“

**SPRECHEN SIE MIT UNS.**

Wir sind die, die ALEXA sagen, was sie sagen soll.  
Dank uns verrät ALEXA der ganzen Welt Gutes über  
Ihre Stadt, Ihre Kultureinrichtung, Ihr Projekt.

**three-2-one<sup>®</sup>**  
DIGITALE KOMMUNIKATION.

three-2-one GmbH · Südwall 22 · 47798 Krefeld · +49 2151 319450 · info@three-2-one.com · three-2-one.com

[www.three-2-one.com](http://www.three-2-one.com)

## Nominierungen Preis für Stadtkultur



Im Nachgang zur Jurysitzung des Kulturmarken Awards wurden die Nominierten in den unterschiedlichen Kategorien bekannt gegeben. In der von der bcsd präsentierte Kategorie „Preis für Stadtkultur“ sind die Stadt Krefeld, die Stadt Bad Oldesloe sowie die Monheimer Kulturwerke GmbH nominiert. Die Stadt Krefeld (ca. 227.000 Einwohner) wurde wegen ihres **Perspektivwechsel** ausgewählt, der als „urban curator“ Stadt und Stadtmarke neu in Szene setzt und neue Blickwinkel auf die Stadt ermöglicht und provoziert. Die Stadt Bad Oldesloe (ca. 25.000 Einwohner) hat sich mit einer intensiven Kulturförderung durch Kulturschaffende, Politik und Verwaltung beworben, deren Kernstück der Neubau des **Kultur- und Bildungszentrums** KuB darstellt. Die Monheimer Kulturwerke GmbH wiederum ist eine 100%ige Tochter der Stadt Monheim (ca. 41.000 Einwohner), die Kultur, Tourismus und Brauchtum fördert, dabei Bürger einbindet und Hochkultur und Alltagskultur verbindet. Die durch Konversion eines Industriegebäudes neu zu schaffende **Kulturraffinerie K714** wird ein Mehrspartenhaus und ein Aushängeschild der Stadt. Eine Übersicht der Nominierten in allen Sparten des Kulturmarken-Awards finden Sie **hier**. Die Preisverleihung, die **Kulturmarken-Gala**, findet am 07. November 2019 auf der Zeche Zollverein in Essen im Rahmen des **KulturInvest!-Kongresses** statt. bcsd-Mitglieder sowie Teilnehmer aus Nordrhein-Westfalen erhalten einen Preisnachlass auf den Eintritt zum Kongress, dessen spannendes Programm Sie **hier** finden. Die Anmeldung ist **hier** möglich.

## Abschlussbericht und Handlungsempfehlungen „Handel 2030“

Das baden-württembergische Dialogprojekt Handel 2030, in das die bcsd durch ihren Landesbeauftragten Thomas Goldschmidt eingebunden war, ist beendet. Die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen sind in einer 72-seitigen Broschüre zusammengefasst, die Sie **hier** kostenfrei herunterladen können. Anlass für die Initiierung des Prozesses war der Strukturwandel im Handel und das Ziel, diesen zu erhalten und zu stärken. Organisatorisch war das Projekt in die sechs Arbeitsgruppen „Digitalisierung“, „Fachkräftesicherung und Qualifizierung“, „Zukunft der Innenstädte“, „Nahversorgung“, „Rechtliche Rahmenbedingungen“ und „Bau- und Raumordnungsrecht“ gegliedert. Ebenfalls die Zukunft des (lokalen) Handels im Blick hat Buy Local, das in seinem neuen Podcast „**Stadtgespräch**“ beispielsweise mit dem Local-Commerce-Experten Andreas Haderlein über digitales Stadtmarketing und die Digitalisierung im Handel spricht.

## Smart Cities gestalten



Angesichts der immer vernetzteren Städte entstehen neue Chancen, aber auch neue Herausforderungen. Wie sollen Digitale Lösungen eingesetzt werden, so dass sie dem Bürger größtmöglichen Nutzen bringen, gleichzeitig aber den Ansprüchen von Datensicherheit und Privatsphäre gerecht werden? Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt-, und Raumforschung hat fünf Dossiers herausgebracht, die den Umgang mit den Themen Rechts- und Organisationsformen, Vergaberecht, Nutzen und Weitergabe kommunaler Daten, Kommunalwirtschaft und Daseinsvorsorge von einem Digitalisierungsstandpunkt behandeln und damit Kommunen praxisorientierte Arbeitshilfen an die Hand geben. Die Dossiers finden Sie **hier**. **Hier** finden Sie zudem die vom Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat herausgegebene Gebrauchsanleitung Kommunales Open Government.

## Neue Chancen für strukturschwache Regionen



40% der Deutschen leben in sogenannten strukturschwachen Regionen. Im Sommer 2018 hat die Bundesregierung daher die Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ ins Leben gerufen, um sich damit zu beschäftigen, wie dafür gesorgt werden kann, dass mehr Ressourcen- und Chancen-Gleichheit herrscht. Begleitend zur Arbeit der Kommission hat das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) mit „Chancen.Regionen“ ein Konzept entwickelt, das durch das Zusammenführen von Maßnahmen in Bildung, Forschung und Innovation und die Entwicklung neuer Förderprogramme strukturschwache Regionen neu beleben will. Bis 2024 sollen hierfür 600 Millionen Euro bereitgestellt werden. Mehr dazu finden sie **hier**. Thematisch passend ist der Leitfaden des Deutschen Instituts für Urbanistik zu Lebensqualität und Daseinsvorsorge durch interkommunale Kooperationen in ländlichen Räumen, den Sie **hier** finden. Ein Ansatz zur Belebung sind Co-Working Spaces im ländlichen Raum, zu denen Sie **hier** einen Artikel finden.

## Digitalbonus Niedersachsen gestartet – Förderung für KMU



Besonders für kleine und mittlere Unternehmen kann die Investition in neue digitale Infrastruktur schwer zu stemmen sein. Um hierbei Niedersächsische Unternehmer unter die Arme zu greifen, hat die Landesregierung einen neuen Fördertopf ins Leben gerufen. Seit dem 3. September werden im Rahmen des "Digitalbonus Niedersachsen" 15 Millionen Euro zur Verfügung gestellt.

Unternehmen können sich Investitionen sowohl in Hard- als auch in Software fördern lassen, wenn diese dazu dienen, die Digitalisierung von Dienstleistungen oder Prozessen voranzubringen oder die IT-Sicherheit zu verbessern und der Kaufpreis über 5.000 Euro liegt. Das Förderprogramm endet am 31. Dezember 2021. Mehr dazu **hier**. Das Mittelstand 4.0 – Kompetenzzentrum Handel, das offiziell am 07. Oktober in Berlin seine Arbeit aufnimmt, hat einen ähnlichen Auftrag: Einzelhändler bei der Digitalisierung zu unterstützen. Dazu kann beispielsweise das DigitalMobil Handel in die eigene Region bestellt werden. Weitere Leistungen des Kompetenzzentrums finden Sie **hier**.

### Stadtquiz Ahaus



Das Stadtmarketing ist immer auf der Suche nach neuen, innovativen Möglichkeiten die Stadtbürger zu erreichen. Mit dem Stadtquiz setzt Ahaus seit Mai dieses Jahres auf Gamification, um seine Bewohner für die Stadt zu begeistern. Auf seiner Stadtapp veranstaltet Ahaus täglich ein digitales Echtzeitquiz. Nutzer beantworten klassische Allgemeinwissensfragen sowie Fragen zu lokalen Events, Aktionen und Themen.

Der Lokalbezug dient dazu, die Spielenden über ihre Stadt zu informieren und dadurch auch ihre Verbindung zur Stadt zu stärken. Mitspieler können durch das richtige Beantworten von Fragen Geldpreise gewinnen. Finanziert wird das Quiz von lokalen Unternehmen, die als Werbetreibende über die Plattform direkten Zugang zu Kunden vor Ort finden. Das Quiz ist spielbar über die Ahaus App, die **hier** im Playstore zum Download zu finden ist. Ahaus wird zudem Veranstaltungsort des nächsten Landesverbandstreffen der bcsd sein. Das Programm und die Anmeldung finden Sie **hier**.

### Vitale Innenstädte – Neuauflage 2020



Die Erhebung Vitale Innenstädte liefert mittels Passantenbefragung mit einem standardisierten Fragebogen ein umfassendes Bild über die Attraktivität Ihrer Innenstadt aus Kundensicht. Neben Basisfragen, die einen Langzeitvergleich erlauben, werden auch neue Themenschwerpunkte gesetzt. Für 2020 steht die Visitor Journey im Fokus, die alle Kontaktpunkte beschreibt, die ein Innenstadtbesucher mit der Stadt hat: vom Anlass des Innenstadtbesuchs bis zu Kundenbindungsmaßnahmen, die zum erneuten Besuch animieren. Mit neuen und ergänzenden Fragen lassen sich Optimierungspotenziale erkennen. Zudem besteht wieder die Möglichkeit, lokalspezifische Fragen zu stellen. Mitglieder der bcsd erhalten

Sonderkonditionen. **Hier** finden Sie weitere Informationen sowie die Möglichkeit zur Anmeldung. **Hier** finden Sie eine kurze Übersicht der Ergebnisse aus 2018.

## Lüdenscheid Vision 2020

Nicht nur Politiker, sondern auch Bürger können die Zukunft einer Stadt gestalten, das zeigt das Projekt Lüdenscheid Vision 2020. Zum Start des Projektes im April 2016 hat die Lüdenscheider Stadtmarketing GmbH 70 „Visionäre“ ausgewählt. Diese bestanden aus Kreativen, Gewerbetreibenden und Innenstadt-Bewohnern. Damit Politik und Stadtverwaltung das Vorhaben nicht dominieren, wurden sie am partizipativen Prozess bewusst nicht beteiligt.

Die Visionäre trafen sich regelmäßig in Arbeitsgruppen zu den Themen „Kultur“, „Gastronomie“, „Veranstaltungen“, „Architektur & Wohnen“ und „Einkaufen & Dienstleistungen“ und erarbeiteten so 70 Projekte, oder „Visionen“, für Lüdenscheid bis zum Jahr 2020.

Die teils spektakulären Ideen wurden durch diverse Formate der Öffentlichkeit vorgestellt, unter anderem über eine Präsentation im Lüdenscheider Kulturhaus, ein Buch und eine Website. Für die Umsetzung wurden Menschen gesucht, die einzelne Projekte als Paten bis zur Realisierung begleiteten. Mit der Unterstützung von der Lüdenscheider Stadtmarketing GmbH konnten bereits einige der Visionen erfolgreich umgesetzt werden, beispielsweise der **Historische Weihnachtsmarkt** in der Altstadt, das **Lüdenscheider Bier** und das Musikfestival „**Bautz**“.

## Event Modul Gymnastics Warrior

Hangeln, Klettern und Balancieren: Hindernisparcours haben sich durch die TV-Sendung „Ninja Warrior“ zu einer Trendsportart entwickelt. Der Schwäbische Turnerbund zeigt in seinem Eventmodul „Gymnastics Warrior“, was der Turnsport abseits der klassischen Hallengymnastik alles zu bieten hat. Adrenalin Junkies treten gegeneinander an, um zu zeigen, wer am schnellsten Hindernisse wie die „Salmon Ladder“ oder die „Mega-Wall“ überwinden kann. Zu erleben war das Event bereits auf dem Kessel Festival in Stuttgart und der Turn WM in Berlin. Es wird außerdem am 11. und 12. Oktober bei der Turn WM in Stuttgart aufgebaut sein. Buchbar ist das Modul über den **Schwäbischen Turnerbund**, die Veranstaltung in Stuttgart finden Sie **hier**. Einige Eindrücke finden Sie **hier**.

## Jobbörse

| Arbeitgeber               | Stellenangebot                  | Bewerbungsfrist   |
|---------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Heide Stadtmarketing GmbH | <b>Geschäftsführung (m/w/d)</b> | 06. November 2019 |
| Einbeck Marketing GmbH    | <b>Geschäftsführung (m/w/d)</b> | 15. Oktober 2019  |
| Stadt Emsdetten           | <b>Citymanager (m/w/d)</b>      | 06. Oktober 2019  |

## 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.

### Stadtmarketing Witten GmbH



Witten hat knapp 99.000 gute Gründe, warum es so lebens- und liebeswert ist, und das sind die Einwohner der grünen Stadt mitten im Ruhrgebiet. Die Stadtmarketing Witten GmbH wurde vor mehr als 10 Jahren im Sinne einer echten Public-Private-Partnership zwischen Unternehmen und der Stadt gegründet und ist seitdem federführend in Veranstaltungsorganisation, Touristik- und Ticket-Service sowie Stadtmarketing. 10 Mitarbeiter kümmern sich um die Vermarktung des Stadtimages.

Ganz im Sinne eines kooperativen Stadtmarketingmodells arbeiten wir daran, die Identifikation mit der Stadt durch den Fokus auf ihre Stärken zu verbessern und zu festigen. Witten ist durch zahlreiche touristisch interessante Attraktionen, wie Denkmäler der Industriekultur, Bergbau, Burgen, Klöster & Herrenhäuser, Rad- und Landerlebnisse breit aufgestellt. Neben der jahrhundertealten Kirmestradition, sorgen auch Highlights wie das Oldtimerfestival, das Muttentalfest, Kneipennächte und After Work Events in der City für marketingwirksame Impulse. In Zukunft rücken, neben den etablierten Säulen des Stadtmarketings, die Digitalisierung und das Thema des Ruhrbergbaus und seine Bedeutung für Mensch und Stadt in den Fokus. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Fördermitglieder der bcsd

### Fotografie Peter Wieler



Peter Wieler setzt Stadtimage fotografisch in Szene: Von 1985 bis 2014 arbeitete er als Stadtfotograf für die Ruhrmetropole Essen. In dieser Zeit prägte er nachhaltig die Außenwahrnehmung der Stadt, zum Beispiel durch seine bekannten Skyline-Aufnahmen, durch die Dokumentation der Aktivitäten im Rahmen der Kulturhauptstadt Europas 2010 oder die Mitwirkung an Reiseführern. Darüber hinaus war und ist er für zahlreiche große Unternehmen, Institutionen und Verbände tätig, darunter zum

Beispiel ThyssenKrupp, Siemens, der Initiativkreis Ruhrgebiet, das Klavierfestival Ruhr, das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und der Deutsche Bundestag. Zum Portfolio gehören Dokumentationen von Stadtimagemaßnahmen, Tagungen und Reportagen.

## 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**.

### Händler im Online-Nachbarschaftsnetz



Das Nachbarschaftsnetzwerk Neben.de ermöglicht es lokalen Händlern und Dienstleistern, sich auf der Plattform zu registrieren. So können sie mit den Bewohnern eines Stadtteils auch online in Kontakt kommen. Neben.de folgt dabei dem Motto „Kauf nebenan“ und möchte den oft vom Aussterben bedrohten kleinen Geschäften und ihren Betreibern

mehr Sichtbarkeit verschaffen. Gewerbetreibende können sich kostenfrei für ein Grundprofil registrieren; Zusatzpakete kosten acht bis 59 Euro im Monat. Kleine Händler können so Teil der Stadtteil-Community werden, ohne viel Geld für Online-Anzeigen auszugeben.

### Online-Spiel gegen Fake News



Der öffentliche finnische Sender Yle hat mit „Troll Factory“ ein Spiel konzipiert, das die Nutzer für manipulierte Inhalte und Fake News sensibilisieren soll. Der Spieler nimmt dabei die Position eines Trolls ein. Zu Beginn wird er gewarnt, dass er mit authentischen Social-Media-Inhalten konfrontiert wird. So werden beispielsweise islamfeindliche Sprüche und Memes verwendet. Der

Spieler muss im Auftrag eines fiktiven Chefs auf einem virtuellen Smartphone fremdenfeindliche Stimmung erzeugen. Er muss entscheiden, welche Nachrichten er für eine möglichst große Reichweite über welche Kanäle postet.

### Zeitung spiegelt Vorurteile wider

Die schwedische Zeitung Göteborgs-Posten hat in Göteborg mit dem sozialen Experiment „Visible Thoughts“ für Qualitätsjournalismus geworben. Dafür wurden verschiedene Personen in ein Schaufenster gesetzt und sollten von Passanten und einem Online-Publikum charakterisiert werden.



Das Ergebnis: Die unbekanntenen Menschen im Schaufenster wurden wegen ihres Aussehens unter anderem als „privilegiert“, „ungebildet“ oder „kriminell“ abgestempelt. Die Vorurteile erschienen zeitgleich auf einem Display und entfachten eine Debatte über Filterblasen, Fake News und den Auftrag der Medien, unvoreingenommen zu berichten.

## 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

**Förderprogramm für städtische Logistik**, Bundesministerium für Verkehr und Infrastruktur, 31. Dezember 2019

Hier finden Sie regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

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

14. – 16. Oktober 2019, **Veranstaltungsleiter bcsd öffentlicher Raum**, Darmstadt

17. Oktober 2019, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, München

18. Oktober 2019, **Partizipation und Moderation**, München

04. November 2019, **Die Stadt / Region als Marke**, Darmstadt

13. November 2019, **14. Stadtmarketingtag Bayern: Stadtgeschichte(n) neu schreiben – Stadt modern (weiter)denken und präsentieren**, CIMA Beratung + Management GmbH, Schweinfurt

Weitere Termine und Informationen: [www.icr-studium.de](http://www.icr-studium.de).

## Terminkalender

11. – 13. Oktober 2019, **Seminar Stadt und Handel**, Universität zu Lübeck, Fernstudium „Historische Stadt“, Uelzen

21. – 22. Oktober 2019, **NØK – International Night Culture Conference**, Startup Mannheim, Mannheim

24. – 25. Oktober 2019, **Kooperationsforum Ost: Faszination Stadt, Faszination Sport**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. und City-Management Verband Ost e.V., Magdeburg

29. Oktober 2019, Seminar **Die Kraft des Raumes - Identität im Spannungsfeld von Stadtentwicklung und Positionierung**, Stadtmanufaktur-Akademie, Essen
06. November 2019, **bcsd-Landesverbandstreffen Nordrhein-Westfalen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Ahaus
06. November 2019, **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Sinzig
07. November 2019, **Konferenz „Mitten in der Stadt – neue Perspektiven für die Zentren“**, Hafen City Universität Hamburg u.a., Essen
07. – 08. November 2019, **KulturInvest!-Kongress**, Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Essen (bcsd-Mitglieder erhalten einen Preisnachlass)
07. November 2019, **Kulturmarken-Gala**, Causales - Gesellschaft für Kulturmarketing und Kultursponsoring mbH, Essen
08. November 2019, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Weil der Stadt
12. November 2019, **Modernes City- und Stadtmarketing – Inhalte, Struktur, Recht und Finanzen**, vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V., Nürnberg
14. November 2019, **5. Martini-Tagung: Smarte Standorte**, Friedberg in Bayern
20. – 21. November 2019, **Deutscher Tourismustag**, Deutscher Tourismusverband, Rostock
- 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](mailto:office@bcsd.de), [www.bcsd.de](http://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](mailto: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.