

# Newsletter 10-2019

## Das war das Kooperationsforum Ost 2019

### Faszination Stadt – Faszination Sport: Stadtmarketing und Sport im Spannungsfeld zwischen Identität und Image



Vom 24. bis 26. Oktober trafen sich Stadt- und Citymarketingverantwortliche, vorwiegend aus den neuen Bundesländern, in Magdeburg zum Erfahrungsaustausch und um mehr über das Zusammenspiel von Sport und Stadtmarketing zu erfahren. Die Tagung stand unter dem Titel Faszination Stadt – Faszination Sport und so wechselten sich Vorträge von Citymanagern und Stadtmarketingverantwortlichen auf der einen Seite sowie Sportfunktionären und Sportmarketer auf der anderen Seite ab.

Auch die Veranstaltungsstätten wechselten sich: neben dem Kulturhistorischen Museum, Heimat der Ausstellung „Faszination Stadt“, wurde auch im Stadion des 1. FC Magdeburg genetzt. Die Teilnehmer konnten so viele Eindrücke und Inspirationen in ihre Heimatstädte mitnehmen, wie Spitzen- und Breitensport für das Stadt- und Citymarketing genutzt werden können. Sport und die Möglichkeit Sport zu treiben tragen maßgeblich zur Lebensqualität einer Stadt bei, erfolgreiche Sportclubs betreiben unbezahlbares Marketing für den Standort und ein Alleinstellungsmerkmal in bestimmten Sportarten kann auch als Grundlage für die Markenarchitektur einer Stadt dienen. Nicht zuletzt ist der Sport geeignet, die unterschiedlichsten Bevölkerungsschichten zusammen zu bringen und ein Gemeinschaftsgefühl, eine kollektive Identität, zu erschaffen. Die Stadt Magdeburg fiel als herzlicher Gastgeber auf und gewann mit spannenden Einblicken in die lokalen Highlights viele Sympathien. Wir danken unseren Mitveranstaltern Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V., dem Handelsverband Sachsen-Anhalt e.V. und dem City-Management-Verband Ost e.V. für die gute Zusammenarbeit.

## Sport im Stadtmarketing



Foto: Braunschweig Stadtmarketing GmbH / Philipp Ziebart

Wie die Vorträge des Kooperationsforums Ost in Magdeburg gezeigt haben, können Sport und Sport-Events einen großen Mehrwert für die Stadt und das Stadtmarketing haben. Auch ist Sport und alles was dazu gehört wie Sportartikel, Sponsoring etc. eine wirtschaftlich starke Branche, wie **aktuelle Zahlen des BMWi** verdeutlichen. Viele Städte

## Themen

### Seite 1

Das war das Kooperationsforum Ost 2019

Sport im Stadtmarketing

### Seite 3

Prof. Dr. Scheytt gibt Juryvorsitz ab – Neuorientierung bei Kulturmarken-Award

Premium-Programm der Messe Christmasworld

### Seite 4

Storytelling im Tourismus Leitfa-den

### Seite 5

Innenstadt Influencer- Rechtliche Fallen

Wir für Goslar

### Seite 7

Studie: Trends im Standortmarke-tung 2019

Erster Bundesweiter Digitaltag

Smart City Index

### Seite 8

Gewinner Deutscher Nachbar-schaftspreis

Modernes City- und Stadtmarke-tung – Inhalte, Strukturen, Recht und Finanzen.

### Seite 9

Jobbörse

Fördermitglieder

### Seite 10

Der Trend der Zukunft

### Seite 11

Aktuelle Wettbewerbe

Termine des Weiterbildungsange-botes ICR

Terminkalender

haben bereits spannende sportliche Projekte durchgeführt, einige davon stellen wir Ihnen hier vor: Auf der Webplattform „Sportatlas Sachsen-Anhalt“ sind über 3.000 Sportstätten auf einer interaktiven Karte zu finden. Die Plattform soll dazu dienen, Menschen auf das Angebot in ihrem Umfeld aufmerksam zu machen. **Hier** finden Sie den Sportatlas.

Braunschweig präsentiert mit seinem jährlich stattfindenden Aktionswochenende „trendsporlerlebnis“ in der Innenstadt eine große Auswahl von Sportarten, unter denen auch einige unbekanntere sind, sowohl zum Zuschauen als auch zum Mitmachen. Einen Überblick zu vergangenen Veranstaltungen finden Sie **hier**.

Der Grazathlon vermarktet sich als „härteste Sightseeingtour der Welt“. Teilnehmer müssen eine 11km lange Strecke mit 18 Hindernissen absolvieren, die an den touristischen Highlights der Stadt vorbeiführt. Mehr dazu **hier**.

Unter dem Motto „die ganze Stadt ist dein Fitnessstudio“ erlaubt die Webplattform SportCityKiel vor allem Touristen, aber auch Bürgern der Stadt Kiel, ihr eigenes personalisiertes Sportpaket zusammenzustellen. Im Angebot unter anderem: Klettern, Yoga, Boxen, Kanu und vieles mehr. Auch Sportevents zum passiven Genuss können dort gebucht werden. Mehr dazu finden Sie **hier**.

## ANZEIGE

Modulare Plattform

### Schritt für Schritt zur digitalen Innenstadt

-  **Virtueller Marktplatz**  
Lokal online shoppen.
-  **StadtApp**  
Ihre Stadt im Taschenformat.
-  **Stadtwebsite**  
Bereits vorhanden?  
Einfach an die Plattform anbinden.
-  **Schnittstellenmanagement**  
Zentrale Verwaltung all Ihrer Inhalte.
-  **WLAN**  
Immer und überall verbunden sein.

**Ist Ihre Stadt digital erlebbar?**  
Unsere modulare Plattform ermöglicht eine schrittweise Integration einzelner Komponenten und gestattet es, bereits vorhandene Inhalte nahtlos anzubinden. Wir bieten die nötigen Schnittstellen für eine einfache, zentrale Verwaltung.

**Gemeinsam verwirklichen wir Ihre individuelle Lösung!**



**Sprechen wir darüber!**

**innenstadt 3.0**  
powered by SinkaCom

Borsigstraße 32  
65205 Wiesbaden

Tel.: 06122 - 5982 - 0  
Fax: 06122 - 5982 - 50

www.innenstadt30.de  
www.sinkacom.de

## Prof. Dr. Scheytt gibt Juryvorsitz ab – Neuorientierung bei Kulturmarken-Award



Der Vorsitzende der Jury des Kulturmarken-Award, Prof. Dr. Oliver Scheytt, gibt seinen Vorsitz ab und stellt die anderen Mitglieder damit vor die Aufgabe eine neue Führungspersönlichkeit als Nachfolger/in zu suchen. Die bcsd, die mit Bernadette Spinnen und Jürgen Block ebenfalls in der Jury des wichtigsten deutschen Kultursponsoring-Preises vertreten ist, bedankt sich für die hervorragende Zusammenarbeit und leidenschaftliche

Diskussionen. Der ehemalige Vorsitzende der Kulturpolitischen Gesellschaft hat mit seinem Engagement nicht nur diesen Wettbewerb geprägt, sondern unter anderem auch die Kulturhauptstadt Ruhr2010 maßgeblich verantwortet. Der bcsd bleibt er über seine Beratungsagentur **Kulturexperten Dr. Scheytt GmbH**, die eine umfassende Personal- und Strategieberatung für Städte offeriert, weiterhin als Fördermitglied verbunden.

Im Rahmen der diesjährigen **Kulturmarken-Gala „Night of Cultural Brands“** am 07. November auf dem Gelände der Zeche Zollverein in Essen wird er mit dem Lifetime Achievement Award ausgezeichnet. Die Kulturmarken-Gala findet im Rahmen des KulturInvest!-Kongresses statt, der sich am 07. und 08. November, ebenfalls auf der Zeche Zollverein, in parallelen Foren unter anderem mit Kultursponsoring, Stadtkultur, Kulturtourismus, Ticketing, kultureller Bildung und der Umnutzung von (ehemaligen) Industrieorten befasst. bcsd-Mitglieder erhalten einen deutlichen Preisnachlass auf die Teilnahmegebühr. **Hier** finden Sie das Programm und **hier** die Möglichkeit zur Anmeldung.

## Premium-Programm der Messe Christmasworld



Das Businessprogramm „Premium“ der Messe Christmasworld bringt Vertreter aus City- und Stadtmarketing, Kommunen, Handel und Shoppingcentern zusammen. In diesem Rahmen hält Ibrahim Ibrahim, CEO Portland Design Associates London, am 27. Januar 2020 eine Keynote zum Thema „Urban regeneration: The internet will not kill shops, it will liberate them!“. Er vertritt die These, dass in den Geschäften weniger gekauft wird und dafür Raum zur Kundengewinnung und -bindung entsteht. So werden Läden zu Orten, die Shopping, Gastronomie, Unterhaltung, gemeinsames Arbeiten und Lernen verbinden und sozialer Treffpunkt sind. Der Vortrag wird ins Deutsche übersetzt. Im Anschluss besteht die Möglichkeit der Teilnahme an einer Messeführung sowie an der Preisverleihung des Wettbewerbs Best Christmas City. Als Mitglied des Premium Programms profitieren Sie neben der Möglichkeit des Besuchs des Vortragsprogramms von kostenfreiem Nahverkehr im RMV, dem freien Eintritt zur Messe und einem kostenfreien Parkplatz auf dem Messegelände. Auch Garderobenservice, eine Messeführung und Catering sind inklusive. bcsd-

Mitglieder erhalten in Kürze eine Einladung zum Premiumprogramm von der Messe Frankfurt. Wer noch nicht Mitglied des Premiumprogramms ist, kann sich **hier** mit dem Code CWP232 registrieren.

**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®**  
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)**

**Storytelling im Tourismus Leitfaden**



Unter dem Motto „Gehört.Erzählt! Geschichten aus dem Teutoburger Wald“ hat der Fachbereich Teutoburger Wald Tourismus der OstWestfalenLippe GmbH sich zum Ziel gesetzt, die Highlights der Kulturlandschaft Teutoburger Wald durch seine Geschichten erlebbar zu machen. Herausgekommen sind 22 Geschichten in unterschiedlichen Formaten, unter anderem als Video oder Hörspiel, die Sie **hier** finden.

Aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (ERFE) geförderten Projekt kam zusätzlich ein Leitfaden hervor, der Praktikern des Marketings im Tourismus- und Kulturbereich eine Anleitung bietet, um Besucher und Gäste durch effektives

Storytelling erfolgreich anzusprechen. Anhand der Heldenreise wird beispielhaft aufgezeigt, wie Geschichten zu touristischen Themen erzählt werden können, um die Zielgruppe auf einer emotionalen Ebene zu berühren. Weiterhin werden viele Best-Practice Beispiele aufgeführt. Mehr dazu **hier**.

## Innenstadt Influencer- Rechtliche Fallen

Wie die bcsd bereits 2018 **berichtete**, setzt die bayerische Stadt Hof auf Influencerin Debora Fikentscher um den Einzelhandel vor Ort zu stärken. Fikentscher berichtet auf Instagram und in einem Blog über das Angebot der Hofer Innenstadt. Für Hof ist das Projekt ein Erfolg. Andere Städte, wie beispielsweise das sächsische Grimma, stießen bei dem Versuch, das Projekt zu kopieren, auf Kritik. Der Vorwurf sowohl der Medien als auch kommunaler Vertreter lautet, dass unzulässige Werbung betrieben wird und die Stadt das Informationsangebot unzulässig ausdehnt.

Der Rechtsbeistand der bcsd, Andreas Schriefers, bezieht zum Gegenstand im Magazin Kommunal Stellung. Wegen des Grundsatzes der Staatsferne der Presse dürfen Kommunen in ihren Amtsblättern keine redaktionellen Inhalte führen. Sie dürfen beispielsweise nicht über lokale Unternehmen oder Veranstaltungen, sondern nur über Aufgaben der Gemeinde informieren, so entschied der Bundesgerichtshof in einem Urteil aus 2018. Bei neuen Medien wie Instagram, Facebook, Blog und Co. ist die Rechtslage unklar. Die oben genannte Entscheidung lässt sich hier schwer übertragen, da es fraglich ist, inwiefern ein Instagrampost überhaupt als Presseergebnis zählt.

RA Schriefers hält das Nutzen von Social Media durch Städte dennoch durchaus für rechtens, solange die Beiträge einen eher informierenden Charakter haben, also Bewohner lediglich über das vielfältige Angebot in der Innenstadt informiert werden, und nicht versucht wird, den Umsatz bestimmter Händler aktiv zu steigern. **Hier** finden Sie den Artikel.

Weitere Fehler im Umgang mit Social Media und wie diese zu vermeiden sind, hat Stadtmarketing Austria in diesem **Beitrag** zusammengefasst.

## Wir für Goslar



Das niedersächsische Goslar hat mit seiner 1.000-jährigen Geschichte und seinen Weltkulturerbe-Stätten Altstadt und Erzbergwerk Rammelsberg Besuchern bereits einiges zu bieten. Die Kampagne „Wir für Goslar“ von der GOSLAR Marketing GmbH zeigt nun Bürgern und Besuchern auf spielerische Art und Weise eine andere Seite der Stadt. Auf Plakaten im öffentlichen

Raum, in Bussen und an einigen Geschäften der Kaufmannsgilde Goslar e.V. werden kuriose Fakten zur Stadt aufgeführt, jenseits der Informationen, die in einem gewöhnlichen Stadtführer zu finden sind. Beispielsweise erinnert die Überschrift „Herzensangelegenheit“ daran, dass das Herz von Heinrich III. in der Ulrichskapelle zu finden ist. „Oker macht die Welt bunter“ macht auf den Chemie- und Industriestandort Oker aufmerksam, einer der wichtigsten in Niedersachsen, wo unter anderem

Rohstoffe für Farben und Lacke hergestellt werden können. Mehr zu der Kampagne **hier**. Weitere Fakten und Ideen können an **marketing@goslar.de** gemeldet werden.

ANZEIGE



The advertisement features a photograph of a city square at night. In the foreground, there are several large, spherical light sculptures made of thin metal rods and strings of lights, some glowing yellow and others red. In the background, a large, dark sculpture of a person is visible, and a building with the 'mk ILLUMINATION' logo is prominent. The logo consists of the letters 'mk' in a white, lowercase, sans-serif font, with a white arc above it, and the word 'ILLUMINATION' in a smaller, uppercase, sans-serif font below it. The overall scene is illuminated by the city lights and the sculptures themselves.

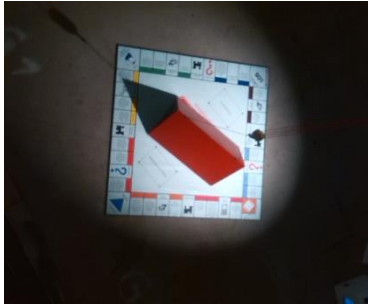
Enlightening  
your vision

*Festliche Beleuchtung. Dekoration. Themenwelten.*

[www.mk-illumination.de](http://www.mk-illumination.de)

**[www.mk-illumination.de](http://www.mk-illumination.de)**

## Studie: Trends im Standortmarketing 2019



Die Berliner Agentur index hat 206 Standortverantwortliche zu ihren größten Herausforderungen im Standortmarketing befragt. Als größte Herausforderung wurde der Fachkräftemangel identifiziert: 85% gaben an, vom Fachkräftemangel stark betroffen zu sein und sahen somit die Anwerbung und Sicherung von Fachkräften als ihre wichtigste Aufgabe. Index empfiehlt eine Neuausrichtung des Standortmarketings, es gilt nicht nur, potentielle Investoren anzusprechen, sondern vor allem sich als attraktive und zukunftssträchtige Wohnorte zu präsentieren. Um dies zu erreichen, sollte laut index in der Ansprache der Zielgruppe verstärkt auf Digitale Medien gesetzt werden. Print-Broschüre und statische Website reichen demnach nicht mehr aus, die Möglichkeiten, die Social Media, SEO und Content-Marketing bieten, sollten ausgeschöpft werden. Die komplette Studie finden Sie **hier** zum kostenlosen Download.

## Erster Bundesweiter Digitaltag

21 Organisationen aus Zivilgesellschaft, Kultur, Wirtschaft und öffentlicher Hand wollen sich mit der Initiative „Digital für alle“ für Chancengleichheit in der Digitalisierung einsetzen. Im Rahmen der Initiative wird am 19. Juni der erste bundesweite Digitaltag stattfinden. In ganz Deutschland sollen Diskurse zur Digitalisierung stattfinden, online und analog, in Form von unter anderem öffentlichen Vorträgen, Diskussionsrunden und Vorführungen digitaler Technologien. Mehr dazu **hier**.

## Smart City Index



Wie digital sind Deutschlands Großstädte? Dieser Frage geht die Bitkom (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien) in ihrer Datenerhebung zur Digitalisierung in deutschen Großstädten nach. Die Städte wurden in den fünf Kategorien Verwaltung, IT-Infrastruktur, Energie/Umwelt, Mobilität und Gesellschaft bewertet. Maßgeblich waren unter anderem Angebote wie Online-Bürger-Services, Breitbandverfügbarkeit und Sharing-Angebote für Mobilität. Insgesamt wurden 7.800 Datenpunkte erhoben. Nach den angelegten Kriterien ist die Hansestadt Hamburg mit 79,5 von 100 Punkten die digitalste Stadt Deutschlands. Das komplette Ranking können Sie **hier** einsehen.

## Gewinner Deutscher Nachbarschaftspreis



Mit dem Deutschen Nachbarschaftspreis würdigt die nebenan.de Stiftung Engagement im lokalen Umfeld. Es werden je 16 Landessieger sowie ein Bundessieger und ein Publikumssieger bestimmt. Die diesjährige Preisverleihung fand am 24. Oktober 2019 in Berlin statt.

Bundesweit erstplatziert wurden die „**Stinknormalen Superhelden**“ aus Rathenow (Brandenburg). Dahinter verbirgt sich eine Gruppe von jungen Leuten, die in schrulligen Superheldenkostümen auf Themen wie Umwelt- und Tierschutz aufmerksam machen und sich für mehr Miteinander einsetzen. Zu den Aktionen der „Helden“ gehören: Auftritte in Schulen, Bewirtschaftung des „Stinknormalen Stadtgartens“, Müllsammelaktionen und Obdachlosenhilfe. Alle Gewinner finden Sie **hier**.

## Modernes City- und Stadtmarketing – Inhalte, Strukturen, Recht und Finanzen.

Um sich effektiv als attraktiver Standort im Wettbewerb der Städte zu positionieren, entdecken immer mehr Klein- und Mittelstädte das Instrument City- und Stadtmarketing und machen sich daran, ein solches auf- oder auszubauen. Zum erfolgreichen und rechtssicheren Vorgehen dabei, gibt das eintägige Seminar „Modernes City- und Stadtmarketing – Inhalte, Strukturen, Recht und Finanzen“ des Bundesverbands für Wohnen und Stadtentwicklung e.V. am 12. November 2019 in Nürnberg Hilfestellungen. Referenten sind Heike Büttner und Dr. Peter Markert von der immakom AKADEMIE GmbH sowie bcsd Rechtsbeistand Andreas Schriefers. **Hier** können Sie sich anmelden.



## Jobbörse

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadtmarketing Weißenburg i. Bay. e.V.	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	30. November 2019
LUKOM Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft mbH	Geschäftsführerin/Geschäftsführer (m/w/d) ab 04.11.2019 auf der bcsd Jobbörse einzusehen.	29. November 2019
Stadt Erkrath	<b>Abteilungsleitung Wirtschaftsförderung</b>	15. November 2019
Marketing & Tourismus Konstanz GmbH	<b>Bereichsleitung Stadtmarketing (m/w/d)</b>	15. November 2019
Stadt Wuppertal	<b>Beigeordneter (m/w/d) für Wirtschaft, Stadtentwicklung und Klimaschutz</b>	10. November 2019
Heide Stadtmarketing GmbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	06. November 2019
Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH (EST)	<b>Citymanager/in (m/w/d)</b>	06. November 2019
Wirtschaftsförderungsgesellschaft Schwarzwald-Baar-Heuberg	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	03. November 2019
Stadt + Handel Beckmann und Föhler PartGmbH	<b>Projektbearbeitung City.- und Quartiersmanagement (m/w/d)</b>	ohne
Stadtentwicklung Bebra GmbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	ohne
bcsd e.V.	<b>Studentische Aushilfe (m/w/d)</b>	ohne

## Fördermitglieder der bcsd

### GMA - Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH



Die GMA als führendes Institut der Kommunal- und Wirtschaftsberatung verbindet seit 1972 erfolgreich Kontinuität mit Innovation: In den vier Jahrzehnten ihrer Tätigkeit auf den Märkten Europas hat die GMA ihre Methoden stets weiterentwickelt. Der Blick über den Tellerrand unterstützt das interdisziplinäre Team mit rund 30 festangestellten wissenschaftlichen Mitarbeitern bei der Einschätzung der lokalen Verhältnisse. Als Unternehmen der W&W-Gruppe agiert die GMA unabhängig von Verbänden und anderen Organisationen. Wir finden Ihre Stärken und Entwicklungsperspektiven und leiten umsetzungsorientierte Entscheidungs- und Managementprozesse ein. Wir sind erfolgreich im Stadt-, Gemeinde- und Citymarketing (mit Erfahrung aus über 100 Projekten) tätig, erstellen Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte, Tourismus- und Gastronomiekonzepte, Wirtschaftsförderung und Gewerbeflächenentwicklungsanalysen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Immobilienentwicklung und -bewertung sowie Kunden- und Unternehmensbefragungen – sprechen Sie uns an. **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**.

### Steuererleichterung bei bargeldlosem Einkauf



Die japanische Regierung hat den Startschuss für „The Cashless Project“ gegeben, bei dem Einkäufe mit mobilen Zahlungsmethoden und Bankkarten mit einer vergünstigten Mehrwertsteuer belohnt werden. Das Projekt wurde parallel zur Erhöhung des Mehrwertsteuersatzes von acht auf zehn Prozent eingeführt. Personen, die bei landesweit 730.000 Händlern ihre Einkäufe bargeldlos bezahlen, erhalten einen Rabatt – bei großen Geschäften zwei Prozent, bei kleinen Händlern fünf Prozent. Der Rabatt wird in Form von Belohnungspunkten gutgeschrieben und in Mini-Märkten direkt von der Einkaufssumme abgezogen.



### Plastikflaschen sammeln fürs Bahnticket

Die römischen Verkehrsbetriebe Atac haben Automaten aufgestellt, an denen Nutzer Plastikflaschen abgeben können und dafür Tickets für den öffentlichen Nahverkehr bekommen. Für 30 gesammelte Flaschen gibt es ein Ticket für eine einfache Fahrt im Wert von rund 1,50 Euro. Der Automat lädt das Geld via App aufs Handy. In Italien gibt es kein mit Deutschland vergleichbares System für das Sammeln von Plastikflaschen. Die Aktion ist sehr erfolgreich gestartet: Es bilden sich oft lange Schlangen. Täglich werden mehr als 20.000 Flaschen recycelt. Atac will daher mehr Automaten an Stationen aufstellen.

### Südkorea führt Kryptowährung ein



Südkorea bereitet sich auf die Einführung seiner digitalen Kryptowährung namens „S-Coin“ vor. 14 öffentliche Dienste in Seoul werden zu den ersten Programmen und Organisationen gehören, die die neue Währung einsetzen. Dazu gehören unter anderem die öffentliche Dokumentenverwaltung oder die Fahrzeugregistrierung. Einwohner der südkoreanischen Hauptstadt erhalten „S-Coins“, wenn sie bestimmte öffentliche Dienstleistungen in Anspruch nehmen oder entsprechende staatsbürgerliche Pflichten erfüllen. Das Ziel besteht darin, die Zusammenarbeit zwischen Bürgern und Staat zu erleichtern und darüber hinaus Informationen zu sammeln.

### 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

**Stores of the Year**, Handelsverband Deutschland, 30. November 2019

**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

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**.

### Terminkalender

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

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

14. November 2019, **5. Martini-Tagung: Smarte Standorte**, DVAG Deutscher Verband für Angewandte Geographie, Friedberg in Bayern

20. – 21. November 2019, **Deutscher Tourismustag**, Deutscher Tourismusverband, Rostock

25. November 2019, **Stadtmanufaktur-Akademie: Stakeholder Management**, Stadtmanufaktur, Düsseldorf

02. Dezember 2019, **bcsd-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Oldenburg

17. Januar 2020, **SPORT.TOURISMUS.FORUM**, ESB Marketing Netzwerk, St. Gallen, Schweiz

23. Januar 2020, **Vitail 20**, IFH Köln, Langenfeld

24. – 28. Januar 2020, **Messe christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main

27. Januar 2020, **Premiumprogramm der Messe Christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main

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.