

Newsletter 11-2020

„Zeit für Stadtoptimisten“ –

Deutsche Stadtmarketingbörse 2020 online geht in die zweite Runde!



experimentellen Formats bei.

Am 1. Dezember setzen wir unseren Prozess des gemeinsamen Nachdenkens über die Gestaltung der Innenstadt der Zukunft fort und wollen dabei auf die Ergebnisse des ersten Teils aufbauen und gleichzeitig mit neuen Impulsen und Inhalten das Thema erschließen.

Programm

Auch dieses Mal haben wir ein buntes Potpourri an Inhalten für Sie zusammengestellt. In einem exklusiven Interview mit Public Marketing, Medienpartner der bcsd, wird Dr. Andreas Brill, Experte für Digitalisierung und Transformationsprozesse, den Wandel in der Innenstadt analysieren und einen Vergleich zu anderen Branchen ziehen. Wir hören von Rob Bruijnzeels wie kulturelle Einrichtungen den öffentlichen Raum aufwerten und beleben und von Norbert Hermanns erfahren wir von den innovativen Immobilienprojekten der Landmarken AG. Wieder am Start ist unser beliebtes 5-1-5 Format, freuen Sie sich auf fünf weitere pfiffige Praxisbeispiele von unseren Mitgliedern.

Der informelle Austausch, sei es in der Kaffeepause oder an der Hotelbar, ist das, was eine Tagung vor Ort besonders macht. Um diesen Austausch und auch etwas vorweihnachtliche Geselligkeit in der Veranstaltung abzubilden, haben wir uns ein paar ganz besondere Programmpunkte überlegt. Zusammen mit Frank Heinze, Inhaber von Heinze und Partner, werden wir anhand einer digitalen Landkarte die Stadtmarketinglandschaft der Zukunft gestalten. Ausklingen wird die Tagung mit einem musikalischen Jahresausblick und Rückblick von Moderatorin Eva-Maria Jazdejewski und Kabarettistin Katie Freudenschuss und einer gemeinsamen Weinprobe (Anmeldung bereits geschlossen).

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse 2020

Seite 2

bcsd Seminare online

Positionspapierpapier Innenstadt

Seite 4

Weihnachtsmarkt Umfrage

Weihnachtliche Aktionen

Seite 4

Stadtmarkenmonitor

KaufNebenan!

Seite 5

Deutscher Nachbarschaftspreis

Vertrauen in den Einzelhandel

Unterstützung der Innenstädte

Erstellung Online-Shop

Seite 6

Wiederherstellung Tourismus

Seite 7

Initiativen Kulturbranche

Seite 9

Jobbörse

Fördermitglieder

Seite 10

Der Trend der Zukunft

Seite 11

Aktuelle Wettbewerbe

ICR-Termine

Terminkalender

Die Anmeldung zur Tagung ist noch bis zum 30. November möglich. Nutzen Sie die Gelegenheit dieses Jahr noch mit Ihren Kolleg*innen zusammenzukommen und das Jahr Revue passieren zu lassen. Die Anmeldung und das Programm finden Sie auf der Tagungswebsite: www.stadtoptimisten.de

bcsd Seminare online



Die dynamischen Entwicklungen der Covid-19-Pandemie im Herbst hatten auch Auswirkungen auf die bcsd Weiterbildungsseminare: Wir mussten einige unserer bereits geplanten Präsenzveranstaltungen kurzerhand auf online umstellen. Die Seminare „Eventmanagement“ und „Tourismus“ konnten bereits erfolgreich online durchgeführt werden, wir danken an dieser Stelle den Referenten Thomas Severin und Michael Metzler für ihre Flexibilität und ihre Einsatzbereitschaft. Insgesamt wurden die Seminare von den Teilnehmenden positiv aufgenommen, auch wenn man sich einig war, dass der persönliche Austausch vor Ort leichter fällt. Gemeinsam mit den Referenten arbeiten wir daher weiter daran, die Seminare mit neuen Tools möglichst interaktiv zu gestalten. Um Planungssicherheit für uns, die Teilnehmenden und die Referenten zu schaffen, werden wir alle Seminare im ersten Halbjahr 2021 online durchführen. **Am 15. Januar** starten wir mit dem Seminar „**Die Stadt/Region als Marke**“. Sebastian Zenker, renommierter Dozent an der Copenhagen Business School, wird Ihnen zeigen, wieso Ihre Stadt bereits eine Marke hat, ob Sie es wissen oder nicht, und wie Sie diese Marke für sich nutzen und entwickeln können. **Hier** geht es zur Anmeldung.

bcsd-Positionspapier „Innenstadt der Zukunft“ erschienen



Wie gestalten wir die Innenstadt der Zukunft? Im Pandemiejahr 2020 stellen wir uns diese Frage mit erhöhter Dringlichkeit, denn durch die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie verläuft der Strukturwandel in den Innenstädten wie im Zeitraffer. Wie wir unsere Innenstadt in Zukunft gestalten, war und ist daher auch Thema der beiden Termine der Deutschen Stadtmarketingbörse 2020. Die Ergebnisse des ersten Termins am 27. Oktober sind Grundlage unseres Positionspapiers „Innenstadt der Zukunft – urbanes Leben gemeinsam gestalten.“ Das Papier soll den Stadtmarketingorganisationen als Hilfestellung dienen, um die Rolle und Aufgaben des Stadtmarketings im Zuge des Strukturwandels in den Innenstädten zu definieren und die Relevanz des Stadtmarketings in diesem Prozess vor politischen Entscheidungsträgern und weiteren Stakeholdern zu verdeutlichen. Es geht uns in diesem Papier aber auch darum,

Voraussetzungen zu formulieren, um die Innenstädte zukunftsfähig aufzustellen sowie EU, Bund, Länder und Kommunen dazu aufzufordern, ihre Förderinstrumente ganzheitlich auf die Innenstadt auszurichten. Das Papier ist **hier** zu finden.

ANZEIGE



Traffeum ist 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, der Montage sowie der anschließenden Wartung. Ziel ist es, Best Practices nicht nur anzuwenden, sondern sie zu entwickeln.

Dabei sind wir sowohl analytisch-planerisch als auch tatkräftig-anpackend für Sie im Einsatz. Ob bei der Erstellung eines Leitsystems, Lehrpfades, Stadt- oder Parkrundgangs, etc. Gemeinsam mit Ihnen schaffen wir echte Werte und erzielen nachhaltige Standort- und Wettbewerbsvorteile.

Schätze heben. Stadtraum erobern.

TRAFFEUM CONSULTING
+49 6103 69750-0 · www.traffeum-consulting.de · info@traffeum.de

www.traffeum-consulting.de

Umfrageergebnisse veröffentlicht: Aktivitäten der Städte in der Adventszeit 2020



Gemeinsam mit der CIMA Beratung+Management GmbH, dem Handelsverband Deutschland (HDE) und weiteren Partnern haben wir eine bundesweite Umfrage zu den Strategien der Städte zur Gestaltung des Weihnachtseinkaufes durchgeführt, mit dem Ziel, die Absichten und Planungen der Städte zu erfahren und so den Erfahrungsaustausch gezielt zu fördern. Der Umfrage nach wurden bisher fast 80% der Weihnachtsmärkte in Deutschland abgesagt. Auch wenn uns die Weihnachtsmärkte sicherlich fehlen werden, gilt es für die Städte jetzt umso mehr mit entschlossenem und koordiniertem Handeln durch alternative Aktionen und Maßnahmen eine weihnachtliche Atmosphäre zu schaffen und so die Innenstadtakteure zu unterstützen. Auffällig ist, dass in Städten, die eine professionelle Stadtmarketingorganisation vor Ort haben, weitaus mehr Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt umgesetzt werden als in Kommunen ohne entsprechend aufgestellte Organisationen. Wir sehen das als weiteres Zeichen für die bedeutende Rolle des Stadtmarketings als Impulsgeber und Netzwerkmoderator für den Erhalt unserer attraktiven Innenstädte. Die Auswertung der Umfrage finden Sie [hier](#).

Weihnachtliche Aktionen der Städte



Auf einige Aktionen und Maßnahmen zur Schaffung von weihnachtlicher Atmosphäre und Stärkung des Einzelhandels sind wir bereits aufmerksam geworden. Wie bereits im Frühjahr sehen wir auch jetzt wieder: Das Stadtmarketing lässt sich nicht unterkriegen und hat immer eine kreative Lösung parat. Ein paar davon stellen wir Ihnen hier vor:

Funkelnde Lichter und ein prachtvoller Weihnachtsbaum, mit etwas festlicher Dekoration ist schon viel getan, weswegen viele Städte dieses Jahr sich hier etwas Besonderes einfallen lassen. In **Buxtehude** sollen geschmückte Bäume und Märchenfiguren die Altstadt dekorieren und in **Neumarkt St. Veit** soll ein Krippenweg für ein festliches Bild in der Stadt sorgen.

Gedrängel vor dem Glühweinstand wird es in diesem Jahr eher nicht geben. Manche setzen dennoch auf vereinzelte Stände. Unter dem Motto „Sternlestadt“ werden in **Ettlingen** Kunsthandwerk- und Süßwarenstände auf verschiedenen Plätzen der Altstadt verteilt sein. In **Ahaus** stehen 24 Holzhütten in der Innenstadt bereit, in denen Besucher*innen per QR-Code aus der umliegenden Gastronomie und Einzelhandel bestellen und liefern lassen können.

Vielerorts wird auch versucht alternative Räume für die Weihnachtsmarkthändler zu schaffen, in **Annaberg-Buchholz** zum Beispiel sollen sie leerstehende Geschäfte nutzen, online werden sie unter anderem in **Bochum**, **Ludwigsburg** und **Bestwig** dargestellt.

Gibt es inspirierende oder innovative coronakonforme Weihnachtsaktionen in Ihrer Stadt? Berichten Sie uns davon und schreiben Sie uns an: office@bcsd.de

Brandmeyer Stadtmarkenmonitor



Immer mehr Städte haben sich in den vergangenen Jahren mit dem Thema Markenbildung auseinandergesetzt. Wie eine Stadt ihre Marke nutzen kann, um für Besucher*innen und Bürger*innen attraktiv zu sein und sich im Wettbewerb mit anderen Städten zu behaupten, ist eines der zentralen Themen des Stadtmarketings. Welche Städte deutschlandweit den besten Ruf und die höchste Anziehungskraft haben und damit die stärkste Marke, versucht die Brandmeyer Markenberatung in der Neuauflage ihres Stadtmarkenmonitors festzustellen.

Es wurden 10.000 Bundesbürger*innen zu den 50 größten Städten Deutschlands befragt. Der Fokus sollte ausdrücklich nicht auf objektiven Kennzahlen liegen, sondern darauf, wie die Stadt in der Bevölkerung subjektiv wahrgenommen wird. Hierfür wurden die Teilnehmenden zu unterschiedlichen Aspekten des Markenbildes der Stadt befragt, wie Sympathie, guter Ruf, Einzigartigkeit, Attraktivität als Wohnort usw. Sieger war, wie bereits 2015 auch, Hamburg. Die Hansestadt konnte bei allen Altersklassen gleichermaßen punkten und wurde auch zur beliebtesten innerdeutschen Destination für Städtereisen gewählt. Abseits der großen Metropolen schafften es auch kleinere Städte wie Freiburg, Lübeck, Münster und Potsdam in die Top 10. Eine Kurzzusammenfassung der Auswertung finden Sie [hier](#).

Kauf nebenan!-Akademie & -Woche



Die **Kauf nebenan!-Akademie** ist eine Initiative der Nachbarschaftsplattform nebenan.de. Sie soll zeigen, welche Chancen die Digitalisierung für das lokale Gewerbe bietet und wie man sie nutzen kann. Nach der kostenlosen Anmeldung erhält man direkten Zugriff auf alle Inhalte der Akademie und kann mithilfe von Tutorials und Webinaren erlernen, wie man bspw. einen Online-Shop konkret umsetzt oder die sozialen Medien zur Kundenbindung richtig nutzen kann. Des Weiteren erhält man Zugang zu Best Practice Beispielen und Online-Ressourcen zur Stärkung der digitalen Kundenbindung, Vernetzung und Online-Sichtbarkeit.

Bis zum 28.11 läuft noch die **Kauf nebenan!-Woche**, die Aktionswoche wirbt dafür, mit subventionierte Gutscheinen lokale Händler*innen zu unterstützen.

Gewinner des Deutschen Nachbarschaftspreises

Seit 2017 verleiht die nebenan.de Stiftung den **Deutschen Nachbarschaftspreis** an Nachbarschaftsprojekte mit Vorbildcharakter, die sich vielerorts für ihr lokales Umfeld einsetzen, das Miteinander stärken und das WIR gestalten. Nun stehen die Bundessieger*innen aus diesem Jahr fest: Der WELCOME Treff aus Halle, der Offene Garten aus Osnabrück und Krone-wachgeküsst! aus Schweina wurden auf der Preisverleihung am 10. November ausgezeichnet. In diesem besonderen Jahr ging der Publikumspreis Corona-Hilfe an die „Nachbarschaftshilfe Fürstenfeldbruck“ aus Bayern.

Braunschweig Stadtmarketing wirbt für Vertrauen in den Einzelhandel

In Zusammenarbeit mit dem Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V. (AAI) hat die Braunschweig Stadtmarketing GmbH die regionale Kampagne "**Sicher für dich da**" gestartet. Mit dieser soll vor allem im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft daran erinnert werden, dass die Einzelhändler*innen ihren Kund*innen unter Einhaltung von Hygienemaßnahmen weiterhin Kompetenz und Qualität bieten können und wollen. Die Kampagne läuft analog mithilfe von Plakatierungen an digitalen Cityscreens der Innenstadt und digital in den sozialen Medien.

HDE, DEHOGA und Deutscher Kulturrat fordern Unterstützung der Innenstädte

Um den deutschen Innenstädten zu helfen, haben Katrin Göring-Eckardt MdB, Fraktionsvorsitzende von Bündnis 90/Die Grünen, der Handelsverband Deutschland (HDE), der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) und der Deutsche Kulturrat einen Forderungskatalog erstellt, der am 12. November in der Bundespressekonferenz vorgestellt wurde. Dieser richtet sich an die Bundesregierung und enthält Forderungen, wie unter anderem Rechtssicherheit und mehr Flexibilität bei Gewerbemieten, die Entbürokratisierung von Hilfsprogrammen und zielgenaue Unterstützung des lokalen Handels und der Kultur. Den gesamten Forderungskatalog finden Sie **hier**.

Leitfaden zur Erstellung eines Online-Shops

Der Online-Umsatz im Handel steigt weiter und auch die stationären Geschäfte können davon profitieren. Wer die Online- und Offlinewelt im Handel verbinden und somit neue Chancen nutzen möchte, kann einen Online-Shop in sein Geschäftsmodell integrieren. Nach ersten strategischen Überlegungen zu den konkreten Zielen und Ressourcen stellt der neue Leitfaden des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Handel „**Wie erstelle ich einen Online-Shop?**“ künftigen Multikanalhändler*innen wertvolle Tipps und weiterführende Informationen bereit.

Handbuch zu Wiederherstellungsstrategien für Tourismusorganisationen

Das Handbuch der European Travel Commission (ETC) zu den **Wiederherstellungsstrategien für nationale Tourismusorganisationen** stellt dar, dass der Wiederaufbau von Unternehmen und städtischen Organisationen nach der COVID-19-Pandemie so erfolgen muss, dass die negativen Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt und die lokalen Gemeinden verringert werden und ein ausgewogenerer und gerechterer Beitrag zum Wirtschaftswachstum geleistet wird. Anstatt einer „Einheitsstrategie“ enthält das Handbuch strategische Richtlinien mit Anleitungen, welche Aktionslinien am dringendsten priorisiert werden sollten. Diese Leitlinien konzentrieren sich grundsätzlich auf nachhaltige Tourismuspraktiken.

ANZEIGE

**LICHTBLICK
WEIHNACHTEN**

ALLES FÜR IHR BESTES WEIHNACHTEN

www.mk-illumination.com

www.mk-illumination.com

Initiativen der Kulturbranche in der Krise

Die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie stellen besonders die Kulturbranche vor besonders große Herausforderungen. Im November mussten erneut Kultureinrichtungen schließen. In diesem Zusammenhang werden aktuell zahlreiche Aktionen und Initiativen ins Leben gerufen, um die Branche zu unterstützen und uns daran zu erinnern, dass Kultur nicht nur der Unterhaltung und Bildung dient, sondern auch einen der stärksten Wirtschaftszweige Deutschlands darstellt. Einige dieser Projekte stellen wir Ihnen hier vor:

Am Abend des 2. Novembers hoben Menschen aus der Kultur- und Veranstaltungswirtschaft **#sangundklanglos** ihre Stimmen, um die Aufmerksamkeit von Regierung und Öffentlichkeit auf die Auswirkungen des Lockdowns auf die Kulturschaffenden zu lenken.

Eine kreative Idee, die der Kunstszene mehr Sichtbarkeit verleihen soll, sind Videoporträts auf der Online-Plattform „**Open Studio**“, welche Einblicke in die Ateliers von lokalen Künstler*innen bieten.

Mit der Idee „**Freie Sendezeit für freie Künstlerinnen und Künstler**“ rief der MDR kurzfristig zu einem Ideenwettbewerb für Kulturschaffende aus Mitteldeutschland auf. Die Beiträge sind seit dem 23. November in der MDR-Themenwoche Kultur zu sehen.

Die **KreativRegion Braunschweig Wolfsburg** hat eine Liste mit Ideen zusammengestellt, wie Kunst- und Kulturkonsument*innen die Braunschweiger Kultur- und Kreativwirtschaft ganz ohne finanziellen Aufwand oder mit wenig Budget unterstützen können.

Die **Corona-Kulturhilfe des Landes Brandenburg** möchte mit einem Hilfsprogramm die vielfältige Kulturlandschaft Brandenburgs mit unterschiedlichen Kulturhilfsprogrammen und Mitteln strukturell erhalten und stärken.



Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
die Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dormagen mbH	Projektmitarbeiter/in (m/w/d) Digitaler Einzelhandel/E-Commerce	29. November 2020
Der City-Management Kempten e.V.	Projekt- & Veranstaltungsmanager/in	31. Dezember 2020
Der City-Management Kempten e.V.	Marketing- & Office-Manager/in	31. Dezember 2020

Fördermitglieder der bcsd

KMConcept GmbH

„Es geht nicht darum, wie bekannt, sondern wie begehrt man ist. Und begehrenswert ist man, wenn man nicht sich selbst bewirbt, sondern seine Kunden umwirbt – mit Idee & Erlebnissen, die berühren!“ Weihnachten ist nicht nur Jahreszeit, es ist ein Gefühl! Von diesem Gefühl geht ein Zauber aus – ein „Christmas Spirit“.

KMConcept ist ein Familienbetrieb mit Hauptsitz in Wien – begeisterte Kunden sind für uns oberste Priorität! Seit über 25 Jahren erschaffen wir Weihnachts-Illuminationen für Städte & Gemeinden, Shoppingcenter sowie viele verschiedenste weitere Objekte! Perfektes planen, kreieren & produzieren professioneller Weihnachtsbeleuchtung erlaubt es unserem Unternehmen maßgeschneiderte Konzepte speziell nach Ihren Vorstellungen & Wünschen anzubieten! Wir verfügen über ein langjähriges Know-how, stehen für Individualität, globale Denkweise und höchste Qualität – mit unzähligen Referenzen.

Wir bieten Ihnen alle Möglichkeiten und Leistungen um Weihnachten zu einem einzigartigen Erlebnis werden zu lassen. Ihre Besucher danken es Ihnen!

Unsere Erfolgsformel? ALLES AUS EINER HAND! Konzeption, Beratung, Umsetzung... alles genau, unverlässlich und zielsicher! Mit unseren eigenen Handelsprodukten von KMConcept „LED Easy4Quick“ garantieren wir Ihnen zudem Top-Qualität zu Top-Preisen! Lassen Sie sich von uns überzeugen und machen Sie auch Ihre Stadt zu einer einzigartigen Weihnachtskulisse mit innovativen Lichtdesign! Wir machen Weihnachten zu einem Erfolgsfaktor! Mehr dazu finden Sie **hier**.

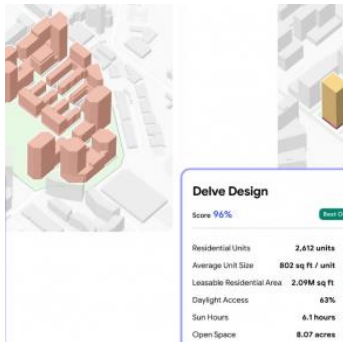


Der Trend der Zukunft

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 können aktuell kaum stattfinden. 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**.

KI-basiertes Tool für den Städtebau



Sidewalk Labs hat mit „Delve“ ein neues KI-basiertes Tool für den Städtebau eingeführt. Die Plattform verwendet maschinelles Lernen, um Millionen von Möglichkeiten für ein bestimmtes Projekt zu erkunden, damit Entwickler*innen, Architekt*innen und Planer*innen schnell Entwurfsoptionen identifizieren können, die den zugrundeliegenden Zeit-, Planungs- und Kostenbeschränkungen am besten entsprechen. Ferner kann das Tool auch Aspekte der Lebensqualität wie Tageslicht oder die Begehbarkeit von Gebäuden analysieren, sodass in Summe das bestmögliche Ergebnis im Rahmen des Städtebaus erzielt werden kann.

Weihnachtseinkäufe in virtueller Umgebung



Die US-Kette von Einzelhandelsclubs „Sam's Club“ hat ein VR-Erlebnis kreiert, bei dem Nutzer im virtuellen Haus der Familie Griswold aus der Weihnachtskomödie Christmas Vacation Weihnachtsgeschenke einkaufen können. Das Unternehmen wählte das Haus aus, um Kunden in Zeiten der Covid-19-Krise ein festliches und wohliges Gefühl zu vermitteln. Nutzer können auf der entsprechenden Website das Griswold-Haus betreten, sich in festlich geschmückten Räumen umschaun und mit einzelnen Elementen interagieren. Dabei können sie Möbel sowie Elektronik- und Haushaltsgeräte entdecken und einkaufen.

Natürlicher Feinstaubfilter mit IoT-Anbindung



Das deutsche Start-up Green City Solutions kooperiert mit dem Londoner IoT-Spezialisten BlockDox, um seine Stadtmöbel „Smart Trees 2020“ IoT-fähig zu machen. Die „City Trees“ bestehen aus Holztürmen, die große Moosflächen, Bewässerungssysteme, Ventilatoren und Sensoren integrieren. Die Moospflanzen können Feinstaub aus der Luft binden, Sauerstoff produzieren und ihre Umgebung abkühlen. Durch die Erweiterung mit IoT-Technologie sollen die „Smart Trees 2020“ Daten über Luftverschmutzung, Verkehr und die Trittfrequenz von Passanten auswerten können, um ihre eigene Steuerung zu optimieren.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen, Förderprogramme und Wettbewerbe, an welchen Städte oder Bürger*innen 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

Otto Borst Preis zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses in den Fachgebieten Stadtgeschichte, Stadtsoziologie, Denkmalpflege und Stadtplanung, bis 15 Februar 2021

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

ICR-Termine

15. Januar 2020, bcSD-Seminar "**Die Stadt/Region als Marke**", online.

Termine

25. bis 27. November 2020, **KulturInvest-Kongress 2020: Der innovative Kulturbetrieb. Klimaneutral. Demokratisch. Partizipativ**, online.

01. Dezember 2020, Deutsche Stadtmarketingbörse Teil 2, online.

Weitere Termine finden Sie [hier](#).

Impressum:

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

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

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

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

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

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