Newsletter 12-2018

Zukunft braucht Rückblick

Stadtmarketing bedeutet die Zukunft der Stadt gestalten, lösungsorientiert nach vorne schauen, Prozesse anstoßen und Szenarien durchspielen. Das Arbeitsumfeld ist ein sich stetig wandelndes, geprägt von Bewegung und Innovation, von Menschen und der ihnen eigenen Dynamik. Und dennoch speist sich die Zukunft stets auch aus der Vergangenheit, schöpfen Städte Identität und Ideen aus ihrer Historie, bildet sich das Gesicht der Stadt aus ihren Erlebnissen und Geschichten. Deshalb wollen wir auch in diesem Jahr kurz zurückblicken auf die Themen, die uns und unsere Städte beschäftigten:

Ob zur Christmasworld im Januar in Frankfurt, zum Deutschen Stadtmarketingtag im April in Aachen unter dem Titel „Häuser allein machen keine Städte“, in zahlreichen Seminaren zu Themen wie Stadt und Marke oder Eventmanagement, oder im Themenpanel Stadtkultur auf dem KulturInvest Kongress im November – immer wieder haben wir uns damit befasst, was Städte ausmacht und sind dabei stets auf das Miteinander, den gesellschaftlichen Zusammenhalt, das Stadtgefühl, die Stadtkultur, die Stadtidentität gekommen. Und auch in 2019 werden wir diesen Weg weitergehen: mit dem Deutschen Stadtmarketingtag in Chemnitz zum Thema Heimat zum Beispiel. Das zweite große Thema war die Digitalisierung und deren Auswirkung auf die Stadtgesellschaft. So stand 2018 die Stadtmarketingbörse in Ludwigsburg unter diesem Thema und wir haben ein Positionspapier zur digitalen Transformation im Stadtmarketing herausgebracht. 2018 ist auch die dritte Ausgabe der Schriftenreihe „Stadtmarketing im Profil“, die sich mit Events im Stadtmarketing befasst, herausgekommen.

Ein besonderes Highlight war die Definition unseres Berufsbilds im „**Praxishandbuch City- und Stadtmarketing**“. Anhand zahlreicher Beiträge aus Wissenschaft und Praxis wird hier das Aufgabenfeld des Stadtmarketings aufgezeigt.

Wir bedanken uns bei Ihnen allen – unseren Mitgliedern, den ehrenamtlich tätigen Vorständen und Landesbeauftragten, unseren Partnern und Unterstützern – und wünschen Ihnen frohe Festtage und einen guten Rutsch in 2019!

Wir freuen uns auf das neue Jahr mit Ihnen.

Themen

Seite 1
Zukunft braucht Rückblick
Seite 2
Deutscher Stadtmarketingtag
Seite 3
Aktuelle Landesverbandstreffen
Seite 4
Seminare Stadt als Marke und Projektmanagement
Events als Stadtmarkenkommunikation
Seite 6
Geschenkideen für Stadtmarketing-Fans
Seite 7
Digitale Stadt: Update und Seminar
Facebook-Fanpages und DSGVO
Seite 8
Zukunft des Wohnens
Probewohnen
Online-Plattformen
Seite 9
Pop-Up im Tourismus
Masterplan SMARTER HANDELN BOCHOLT
Jobblogger
Seite 10
Special zu regionalem Marketing
Barrierefreie Innenstädte
Seite 11
Jobbörse
Seite 12
Fördermitglieder
Der Trend der Zukunft
Seite 13
Aktuelle Wettbewerbe
Seite 14
Termine des Weiterbildungsangebotes ICR
Terminkalender

Jetzt anmelden: Deutscher Stadtmarketingtag 2019

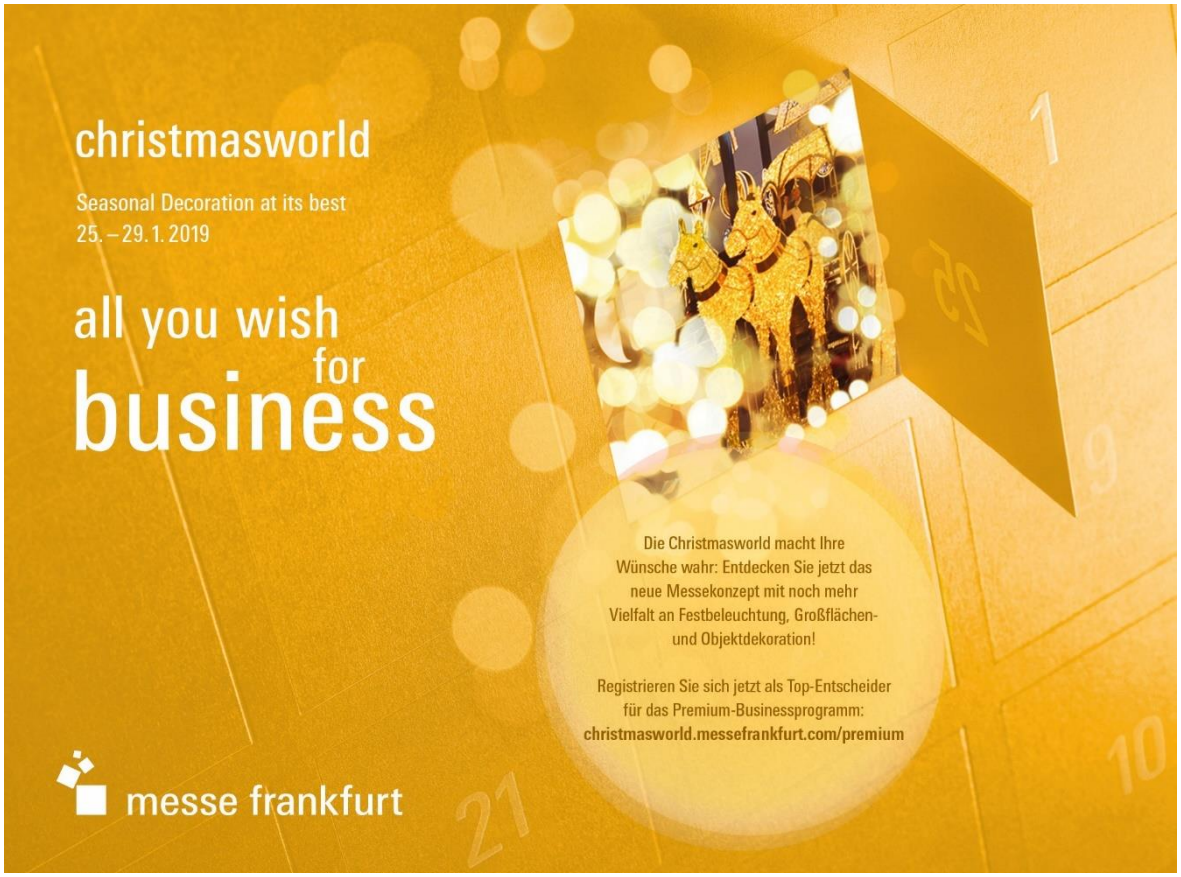
Sehnsucht nach Hier. Stadtmarketing zwischen Regionalität und Diversität.

17. bis 19. März in Chemnitz

Heimat: Ein Wort, das wir längst für verschollen und untergegangen hielten, missbraucht und überstrapaziert. Dass das Wort „Heimat“ noch einmal eine Funktion in der Beschreibung relevanter Gegenwartsphänomene erhalten könnte, erschien lange ausgeschlossen.
Und jetzt ist es wieder da! Es ist quasi überall. Die „Sehnsucht nach Hier“ füllt Supermärkte mit regionalen Produkten, sie schmückt unsere Interieurs mit Möbeln aus der Zeit der Großeltern, sie lässt Heimatministerien entstehen. Diese Sehnsucht, dieses diffuse gute Gefühl, lässt sich blendend vermarkten.
Das begreifen auch Stadtmarketingorganisationen, die Städte für die Menschen zum Sehnsuchtsort machen, eben zu dem, was man gemeinhin Heimat nennt. Und längst wollen sich auch Touristen nicht mehr wie Fremde oder Durchreisende fühlen, sondern wie Einheimische in die Geheimnisse der Destination eintauchen.
Mit dem Deutschen Stadtmarketingtag wollen wir diesem Phänomen nachgehen. Wir wollen uns vor allem mit der Frage auseinandersetzen, was Heimat bedeuten kann, in einer Zeit, in der die Frage nach Identität in einer digitalisierten, spezialisierten Gesellschaft so dringlich und präsent geworden ist.
Wie gehen wir mit dieser „Sehnsucht nach Hier“ um? Wie verhindern wir mit geeigneten Projekten im Stadtmarketing, dass Heimat abgrenzend gegen Gäste und neu hinzu gekommene Bürger verstanden wird? Welche Angebote machen wir, um Heimat und Identität nach vorne, in die diverse, digitale und globalisierte Zukunft zu entwickeln und dabei möglichst viele Menschen mitzunehmen?
Wir besprechen diese so zentralen Fragen in Chemnitz, einer Stadt, die sich gerade auf den Weg macht, sich als Kulturhauptstadt Europas zu bewerben. Und das in einer Situation, in der sich die Identitätsfrage in der Stadt so drastisch und schockierend öffentlich gestellt hat, dass daran niemand mehr vorbeischauen kann. Gerade hier ist, so meinen wir, der richtige Ort für diese Diskussion und für den Versuch, die Stadtmarketingorganisationen zu Partnern in der nicht ganz leichten, aber umso wichtigeren Zukunftsfrage der Stadtidentität zu machen.

Zu weiteren Informationen und Anmeldung

ANZEIGE



www.christmasworld.messefrankfurt.com/premium

Landesverbandstreffen in Hessen und Niedersachsen-Bremen

Der **Landesverband Hessen** der bcsd traf sich am 04. Dezember 2018 in Fulda. Rund 30 Teilnehmer wurden vom Oberbürgermeister Dr. Heiko Wingenfeld begrüßt und erhielten im Anschluss einen Einblick in die vielfältigen Citymarketing-Aktivitäten Fuldas. Nach der Vorstellung des Projekts „**Friedrichsdorf bringt's**“, bei dem Einkäufe aus dem stationären Händlern von einem festangestellten Fahrer per e-Auto am Abend nach Hause geliefert werden, folgte eine Runde des Erfahrungsaustausches, in der die Vertreter der Stadtmarketingorganisationen jeweils die Tops und Flops ihrer Arbeit vor Ort vorstellten. Dadurch bekamen die anwesenden Mitglieder viele spannende Ansätze wie zum Beispiel das **rote Sofa in Fulda** oder der Zusammenschluss von ehemals auf Dawanda aktiven Verkäuferinnen in Baunatal, die nun in der Tourist-Information und auf dem Weihnachtsmarkt ihre handgefertigten Produkte stationär

anbieten. Zum Abschluss bestand die Möglichkeit zu einem gemeinsamen Besuch auf dem Fuldaer Weihnachtsmarkt.
Der **Landesverband Niedersachsen-Bremen** traf sich am 11. Dezember in Peine. Rund 30 Teilnehmer hörten Impulsvorträge von Mitgliedern, die jeweils eine Viertelstunde ihre Veranstaltungskonzepte vorstellten: Vom Kleinkunstfestival über Wintermärchen bis hin zum Sommerfest. Auf Interesse stieß beispielsweise der leicht verständliche Flyer zu Hygiene-Themen für private Standbetreiber anlässlich der Gröpelinger Grillfestspiele. Darüber hinaus wurden auch hier Erfahrungen ausgetauscht und über den aktuellen Stand der Gesetzgebung zu den Verkaufsoffenen Sonntagen im Land Niedersachsen informiert. Im Anschluss fand die gemeinsame Tagung von PeineMarketing GmbH und MK Illumination zum Thema „Weihnachten erfolgreich inszenieren“ statt, auf der der Einsatz von Licht, Weihnachtsmärkte, die Innenstadt als Erlebnisort und die Förderung des Einzelhandels im Mittelpunkt stand.

Seminare „Stadt als Marke“ und „Projektmanagement“

Am 25. und 26. Februar 2019 bietet die bcsd in Bielefeld wieder zwei beliebte Seminare an. Im Seminar **„Die Stadt / Region als Marke“** geht es nicht nur um die theoretische Einordnung des Begriffs und Themas der Stadtmarke und dessen Bedeutung im Stadtmarketing, sondern ganz praktisch auch darum, dass die Teilnehmer Handlungsansätze kennenlernen, wie sie die Marke der eigenen Stadt in Szene setzen können. **Prof. Dr. Zenker** zeigt Ihnen Wege und Möglichkeiten auf, die städtische Identität herauszufinden und diese für die positive Entwicklung der Stadt einzusetzen. Unterstützt wird er dabei von Martin Knabenreich, der den Markenbildungsprozess in Bielefeld als Best-Practice-Beispiel vorstellt. Michael Metzler zeigt Ihnen am darauffolgenden Tag im Seminar **„Projektmanagement“** anhand des Beispiels der Weihnachtsmarktorganisation auf, wie Arbeitsabläufe und -prozesse bei der Projektplanung und -durchführung optimiert werden können und gibt Ihnen Werkzeuge für die Strukturierung der Stadtmarketingarbeit, die häufig projektbezogen ist, an die Hand. Weitere Informationen zu unserem Seminarprogramm sowie die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie **hier**.

Events als Stadtmarkenkommunikation

Mit der kostenfreien Teilnahme am exklusiven Businessprogramm Premium der Messe Christmasworld bietet die Messe Frankfurt ein besonderes Paket: mit zukunftsweisenden Keynotes, exklusiven Führungen über die Messe und komfortablen Services für unsere Mitglieder und weitere Stadtmarketing-Verantwortliche sowie Vertreter von Shopping-Centern und Einzelhandel. Enthalten sind unter

anderem der freie Eintritt an allen Messetagen, der Besuch der Premium Lounge mit ganztägigem Catering, ein kostenloser Parkplatz auf dem Messegelände, die freie Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel im RMV von und zur Messe und ein kostenloser Garderobenservice. Die bcsd ist Partner des Thementags Stadtmarketing und Kommunen am 28. Januar 2019, der mit dem Vortrag von Prof. Dr. Sebastian Zenker von der Copenhagen Business School zu „Events als Stadtmarkenkommunikation“ ein sehr aktuelles und relevantes Thema für das Stadtmarketing und damit ein echtes Highlight für die Besucher bietet. Auf der Messe treffen Sie zahlreiche Kolleginnen und Kollegen aus dem Stadt- und Citymarketing sowie Anbieter von Dekorationen und Weihnachtsbeleuchtung, die sicher auch für Ihre Stadt interessante Angebote haben. **Hier** erfahren Sie mehr und können sich zur Teilnahme an der Veranstaltung registrieren.

ANZEIGE

www.studieninstitut.de

Geschenkideen für Stadtmarketing-Fans

LOCAL COMMERCE – Wie Städte und Innenstadthandel die digitale Transformation meistern
Wie gehen unsere Städte und der lokale Handel mit den Herausforderungen der Digitalisierung und dem zunehmenden Abfluss von Kaufkraft in das Internet um? Welche Antworten finden sie und warum tun sich insbesondere inhabergeführte Fachgeschäfte so schwer, dem Strukturwandel im Einzelhandel etwas entgegenzusetzen? Diesen und weiteren Fragen geht Andreas Haderlein in seinem Buch „Local Commerce“ auf den Grund und liefert als Berater, Impulsgeber und Kümmerer des viel beachteten nationalen Pilotprojekts *Online City Wuppertal* konkrete Lösungsansätze. **Hier** finden Sie Informationen zum Buch und das Bestellformular. Ein Interview mit Andreas Haderlein anlässlich seines Beitrags im Praxishandbuch City- und Stadtmarketing finden Sie **hier**. Die Homepage der von Andreas Haderlein initiierten Local Commerce Alliance finden Sie **hier**.

Praxishandbuch City- und Stadtmarketing

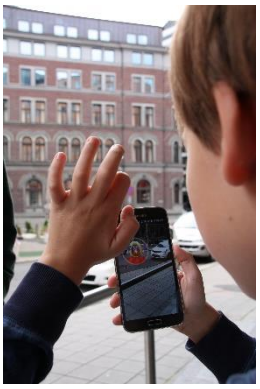
Mit dem „Praxishandbuch City- und Stadtmarketing“ wird erstmals das Berufsbild Stadtmarketing definiert - ein weiterer wichtiger Schritt für die Professionalisierung und Legitimation des Stadtmarketings. Zahlreiche renommierte Autorinnen und Autoren aus der Stadtmarketingszene – sowohl Wissenschaftler als auch Stadtmarketingverantwortliche und Berater – haben sich daran beteiligt. Das Buch soll Berufseinsteigern, aber auch denjenigen, die bereits im Stadtmarketing tätig sind, Orientierung bieten und als Nachschlagwerk dienen. Es soll aber auch all jenen, mit denen das Stadtmarketing vor Ort kooperiert, der lokalen Politik und Verwaltung, der Wirtschaft und den Vereinen, einen Überblick über die Arbeitsweise, die Aufgaben und die Möglichkeiten des Stadtmarketings geben. Sie können das Buch beim lokalen Buchhändler Ihres Vertrauens oder **hier** bestellen. Das Vorwort zum Buch finden Sie **hier**. **Hier** finden Sie zudem einen kurzen Trailer dazu.

„Smart City: Innovationen für die vernetzte Stadt – Geschäftsmodelle und Management“
Themen wie Co-Design oder die Kommunikation von Smart-City Projekten werden zukünftig zentrale Aufgaben des Stadtmarketings sein. Die Neuerscheinung "Smart City" wurde uns von Bettina Zobel von der Bochum Marketing GmbH empfohlen und bietet Anregungen und Hilfestellungen zum Themenbereich „Smart City“ in Form von Best-Practice-Beispielen und Tools für die eigene Planung und Umsetzung. Bei der Vision "Smart City" sollten nicht nur die technischen Ziele eine Rolle spielen, sondern auch Verbesserungen in Lebens- und Aufenthaltsqualität in die Überlegungen einfließen. So entstehen für das Arbeitsfeld Stadtmarketing neue Geschäftsmodelle und gleichzeitig die Möglichkeit an der Zukunft der Stadt "mitzubauen". Eine spannende Lektüre zu der Sie **hier** mehr erfahren!

Abonnement Public Marketing

Die Zeitschrift Public Marketing informiert in zehn gedruckten Magazinen jährlich zuverlässig über Neuigkeiten aus dem City- und Stadtmarketing, dem Tourismusmarketing, der Wirtschaftsförderung, der Agenturwelt und der Kulturszene mit einem Schwerpunkt auf öffentlichkeitswirksame Kampagnen und Konzepte, zudem gibt es gesonderte Kategorien für Personalien, Studien und Termine. Auch Themen der bcsd und ihrer Mitglieder werden regelmäßig vorgestellt. **Hier** finden Sie die Sonderausgabe zum 20-jährigen Jubiläum der bcsd. Die gedruckten Themen-Hefte werden durch den Newsletter und die Homepage, die ebenfalls zahlreiche Neuigkeiten beinhalten, ergänzt. bcsd-Mitglieder erhalten einen Rabatt von zehn Prozent auf das **Jahresabo**. **Hier** finden Sie die Homepage von Public Marketing.

Umfrageergebnisse und Seminar zum Thema digitale Stadt



Im Jahr 2015 hat die bcsd eine Umfrage zum Stand der Digitalisierung in den deutschen Städten durchgeführt und die Ergebnisse in der Publikation **„Stadtmarketing im Profil - Die digitale Stadt“** veröffentlicht. Aufgrund der schnellen technologischen Entwicklungen und der weiterhin zunehmenden Bedeutung der digitalen Transformation wurde die Umfrage durch die Aktualisierung einzelner Fragen in diesem Jahr von unserer Praktikantin Leonie König fortgeführt. Die Studentin der Hochschule für öffentliche Verwaltung und Finanzen in Ludwigsburg hat die Geschäftsstelle von Februar bis Mai 2018 unterstützt. **Hier** finden Sie ihre Auswertung.

Für alle, die sich zu diesem Thema weiterbilden möchten, bietet die bcsd am 28. und 29. März das zweitägige Seminar **„Die digitale Stadt verstehen und gestalten“** in Bochum an. Der renommierte Berater Frank Tentler zeigt dabei auf, wie sich die eigene Stadt im Kontext der Digitalisierung entwickeln kann und soll. Die Teilnehmer erarbeiten hierzu am ersten Seminartag gemeinsam eine Strategie, wie man sich den Herausforderungen der digitalen Transformation stellt und ihre Chancen richtig nutzt. Wie diese Strategie durch konkrete Maßnahmen in der Praxis umgesetzt werden kann, zeigt der Referent am zweiten Seminartag an konkreten Beispielen auf. Die Anmeldung ist sowohl nur für den ersten als auch für beide Seminartage möglich. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie **hier**.

Facebook Fanpages und die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) – Update

Im **September-Newsletter** haben wir bereits auf die aktuell nicht rechtssichere Situation beim Betreiben einer Facebook-Fanpage hingewiesen. Dies ist leider noch immer der Fall. Daran hat auch die durch Facebook in seinen AGB eingebundene sog. Vereinbarung unter dem Titel „Seiten-Insights-Ergänzung bezüglich des Verantwortlichen“ nichts geändert. Eine Einschätzung zur aktuellen Entwicklung, die in Absprache mit unserem Rechtsbeistand entstanden ist, finden Sie **hier** auf unserer Homepage.

Die Zukunft des städtischen Wohnens

Die Publikation „The Future of Urban Living“ von Pop Up City widmet sich aktuellen Trends des städtischen Wohnens wie dem Wachstum von Städten, neuen Wohnformen, der Sharing-Bewegung und dem Streben nach Komfort. Dabei werden neben Statistiken und der Sicht der Bewohner verschiedene moderne Co-Living-Projekte vorgestellt. **Hier** finden Sie den Bericht.

Projekt Probewohnen -Städte locken neue Einwohner

Mit einer kreativen Idee möchten die Städte Eberswalde und Görlitz neue Einwohner gewinnen: Sie ermöglichen interessierten potentiellen Zuzüglern zu Bewohnern auf Zeit zu werden. Die Stadt Eberswalde setzte dabei besonders auf ihre Nähe zu Berlin und verloste im Jahr 2018 unter den Großstädtern drei Mal je eine Woche kostenloses Probewohnen in einer möblierten Gästewohnung. Zusätzlich dazu erhielten die Gewinner der Verlosung freien Eintritt zu allen wichtigen Freizeiteinrichtungen. Auf diese Weise will Eberswalde als attraktiver Wohnstandort bekannt werden. Einen ausführlicheren Artikel zu der Aktion finden Sie **hier**. Görlitz führt das Projekt „Stadt auf Probe – Wohnen und Arbeiten in Görlitz“ von Januar 2019 bis Juni 2020 bereits zum vierten Mal durch. Interessierte, die standortungebunden sind, konnten sich bis zum 31. Oktober bewerben und die glücklichen Gewinner dürfen jeweils für einen Zeitraum von vier Wochen kostenfrei in Görlitz wohnen. Für diese Aktion stehen für je drei Haushalte Zwei- und Dreiraum-Wohnungen sowie Arbeitsräume zur Verfügung. Um den Bewohnern auf Probe eine möglichst angenehme Erfahrung zu ermöglichen, werden sie durch einen Ansprechpartner vor Ort unterstützt. Weitere Informationen dazu finden Sie **hier**.

Onlineplattformen zu lokalen Onlineplattformen

Die Initiativen **gemeinsam.online** und **Local Commerce Alliance** bieten einen Überblick über die deutschland- bzw. europaweiten Aktivitäten im Bereich lokaler Online-Initiativen. Die Informationsseite gemeinsam.online, ein Studienprojekt der CIMA Beratung + Management GmbH, hat ein neues Erscheinungsbild und unter anderem mit dem dritten Zwischenbericht neue Inhalte zu bieten. Im Bericht werden Ergebnisse von Händlerbefragungen vorgestellt und ausgewertet. Demnach tragen die Plattformen unter anderem zu einem besseren Zusammenhalt unter den Händlern bei und steigern die Bekanntheit bei den Kunden. Gleichwohl sind beispielsweise der Zeitaufwand und fehlende Warenwirtschaftssysteme weiterhin Hindernisse. Neben der Auswertung werden Projektmanagern und Gewerbetreibenden jeweils Tipps für den Umgang mit der Digitalisierung vor Ort gegeben. **Hier** finden Sie den dritten Zwischenbericht.
Die Local Commerce Alliance berichtet von neuen Entwicklungen im Bereich der lokalen Online-Plattformen, unter anderem auch über eingestellte Projekte und den Grund des Scheiterns. Andreas Haderlein, der Initiator der Plattform, fordert dazu auf, die Sinnhaftigkeit vor Ort kritisch zu hinterfragen und sich vor dem Start einer Initiative sechs Fragen zu stellen, die Sie **hier** finden. **Hier** finden Sie die aktuellen Meldungen zu lokalen Online-Plattformen, die man sich auch als **Newsletter** bestellen kann.

Trendmagazin Pop-Up-Tourismus

Tourismus NRW widmet sich in der fünften Ausgabe seines Trendmagazins der Nutzung des Pop-Up-Konzepts im Tourismus. Darin werden Geschichte und Vorzüge des Pop-Up-Konzepts vorgestellt. Neben dem Hinweis auf die Bedeutung von Pop-Ups in der Stadtentwicklung werden dann auch touristische Beispiele wie ein **Gartencafé**, ein **Sandhotel, Betten unter freiem Himmel,** das **Hotel Total** in einer entwidmeten Kirche oder ein **Eishotel** vorgestellt. Das Magazin mit zahlreichen weiteren Beispielen und Handlungsempfehlungen finden Sie **hier**.
Bereits in unserer letzten Ausgabe haben wir auf die Umfrage zum Thema Pop-Up-Stores durch einen Studenten der Universität Osnabrück im Rahmen seiner Masterarbeit hingewiesen. Die Umfrage läuft noch und wir freuen uns, wenn Sie sich **hier** daran beteiligen.

Masterplan SMARTER HANDELN BOCHOLT

Die Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt mbH & Co. KG hat in einem Einzelhandelsgeschäft den Masterplan Smarter Handeln Bocholt vor über 100 Teilnehmern präsentiert. Der Masterplan widmet sich den Herausforderungen, denen sich der Einzelhandel gegenübersteht und ist in Zusammenarbeit mit dem Smartsphere-Experten Frank Tentler entstanden. Neben einer Herleitung der Notwendigkeit sich mit dem Thema zu befassen, beschreibt der Masterplan die Prinzipien der Digitalisierung bzw. digitaler Geschäftsmodelle und stellt im Anschluss die Bocholter Strategie anhand von drei Zielen vor, denen zehn Maßnahmen zugeordnet sind. Darüber hinaus wird auf weiterführende Literatur hingewiesen. Einige der formulierten Maßnahmen erhalten bereits Förderung vom Land Nordrhein-Westfalen, für andere Maßnahmen ist dies angestrebt. Der Masterplan kann angepasst und erweitert werden und bildet die Grundlage für einen auf drei Jahre angelegten Prozess zur Digitalisierung des Einzelhandels vor Ort bis 2025. **Hier** finden Sie den Masterplan und **hier** die Projektseite.

Jobblogger

Fachkräfte und auch Auszubildende sind je nach Region und Branche Mangelware mit teils drastischen Auswirkungen auf die Produktivität. Unternehmen müssen Angestellten immer mehr bieten und entdecken vermehrt das Stadtmarketing als Instrument zur Schaffung eines attraktiven Wohn- und Arbeitsortes mit hoher Lebensqualität. Die Allgäu GmbH hat mit der „Jobchallenge – 30 Jobs in 180 Tagen“ ein Projekt durchgeführt, das die vielfältigen Möglichkeiten für Arbeitnehmer im Wirtschaftsraum vorstellt. Die Jobhopperin Annabelle bloggte über die Jobs, die sie in der Region ausprobiert hat. Neben Texten und Bildern zu den Kurz-Praktika gibt es

jeweils auch einen Film und Kurzsteckbriefe zu den Anforderungen und Tätigkeiten. Auch an die Zeit nach Feierabend wird gedacht, indem auch über die Lebensqualität und Freizeitmöglichkeiten der Region berichtet wird. Sie finden die Berichte **hier** sowie auf Instagram und Facebook. Ein ähnliches Projekt verfolgt auch das Regionalmanagement Bad Kissingen, dass seine Job-Bloggerin ebenfalls verschiedene Unternehmen, Stellen und Freizeitaktivitäten testen und darüber berichten ließ. Die Berichte von Melissa finden Sie **hier**.

Special zu regionalem Marketing

Das Magazin W & V pflegt neben seinen Specials zur **Zukunft des Handels** und zu **kreativem Stadtmarketing** aus 2016 auch ein Special zu regionalem Marketing, in dem einige interessante Artikel und Themen zu finden sind. Unter anderem wird das Projekt zweier junger Unternehmer vorgestellt, die einen **Co-Working-Space im ländlichen Raum**, genauer in Bad Tölz, eröffnet haben. Auch die Kampagne Freiraum für Macher des Fichtelgebirges, die **neue Einwohner locken** soll, wird präsentiert. Ein weiteres Beispiel ist die **Bürgermarke der Löwenstadt Braunschweig**, die vom Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit einer Design-Agentur entwickelt wurde und Privatpersonen sowie auf Anfrage auch Gewerbetreibenden zur Verwendung frei steht. Zudem wird eine Initiative des Bundeslands Kärnten vorgestellt, die **Pop-Up-Stores und junge Unternehmen fördert**. Ergänzend gibt es beispielsweise eine Liste der am häufigsten erwähnten **Kleinstädte auf Instagram** und eine Beschreibung des **Better Friday**, den der Zusammenschluss der Traditionsgeschäfte „Münchens Erste Häuser“ am 23. November als Gegenpol zum Black Friday ausgerufen hat, bei dem Teile der Erlöse für gute Zwecke gespendet werden. **Hier** finden Sie die Artikelsammlung.

Barrierefreie Innenstädte

Der Leitfaden „Wie wird meine Innenstadt barrierefrei“ der Arbeitsgruppe Urbane Sicherheit des Netzwerk Innenstadt NRW stellt die Phasen des barrierefreien Umbaus einer Innenstadt sowie das Praxis-Beispiel der Stadt Telgte vor. Sie finden die Arbeitshilfe **hier**. Der Verband Tourismus NRW widmet sich außerdem in seinem Trendmagazin dem Thema Barrierefreies Reisen, darin wird die Notwendigkeit hergeleitet, sich um dieses Thema zu kümmern, Beispiele guter Praxis vorgestellt und ebenfalls Hilfen und Tipps zur Berücksichtigung bei der Umsetzung von Projekten gegeben. Das Trendmagazin „Reisen für Alle – Barrierefreiheit im Tourismus“ finden Sie **hier**.

Jobbörse

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Wirtschaftsagentur Neumünster GmbH	**Mitarbeiter Gründerzentrum / Sachbearbeiter Gewerbeimmobilien**	Ohne, online seit 10. Dezember 2018
Wirtschaftsagentur Neumünster GmbH	**Mitarbeiter Wirtschaftsförderung**	Ohne, online seit 10. Dezember 2018
Nordseebad Spiekeroog GmbH	**Bereichsleitung Tourismus**	Ohne, online seit 06. Dezember 2018
Stadtmarketing Mannheim GmbH	**Referent Tourismusmarketing**	Ohne, online seit 14. November 2018
Düsseldorf Tourismus GmbH	**Marketing-Manager in der Abteilung Market Development**	Ohne, online seit 31. Oktober 2018
Düsseldorf Tourismus GmbH	**Head of Marketing Communications**	Ohne, online seit 23. Oktober 2018
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH	**Mitarbeiter Projektmanagement Standortmarketing mit Fokus Studierendengewinnung**	15. Januar 2019 (Nachfrist 30.01.19)
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH	**Mitarbeiter Projektmanagement Standortmarketing mit Fokus Tagungsmanagement**	15. Januar 2019 (Nachfrist 30.01.19)
Augsburg Marketing	**Leitung Strategisches Innenstadt-management / Innen- und Einzelhandelsentwicklung**	04. Januar 2019
Stadtmarketing Crailsheim e.V.	**Geschäftsführung / Citymanagement**	04. Januar 2019
Stadt Tuttlingen	**Citymanager**	31. Dezember 2018
Stadt Friedrichsdorf	**Wirtschaftsförderer**	21. Dezember 2018
Weingarten.IN Stadtmarketing GmbH	**Projektleiter zur Einrichtung eines Lokalen Online-Marktplatzes**	19. Dezember 2018
Stadt Ochtrup	**Geschäftsführung Ochtrup Stadtmarketing und Tourismus GmbH**	19. Dezember 2018

Fördermitglieder der bcsd

denkende portale GmbH

Die denkende portale GmbH entwickelt internetbasierte Portale für Unternehmen und Organisationen. Das Team aus erfahrenen IT-Experten und Beratern bietet E-Government- sowie sichere Gremienkommunikationslösungen und touristisches Portal-Know-How mit dem Ziel der intelligenten und einfachen Vermarktung von Städten und Regionen an. Die Grundlage für individuelle Softwarelösungen bildet das eigens entwickelte Content Management System (CMS). Das CMS zeichnet sich durch Funktionsvielfalt und Sicherheit sowie eine hohe Anpassungsfähigkeit an die Anforderungen des Kunden aus. Etwa 100 Kommunen und mehr als 130 Banken und Sparkassen vertrauen der Expertise der denkende portale GmbH. Mit dem Projekt **WORLD-QR** , dem kostenlosen Reiseführer für die Hosentasche, unterstützt das Unternehmen Tourismusregionen bei ihrer mobilen Vermarktung. **Hier** erfahren Sie mehr.

Der Trend der Zukunft

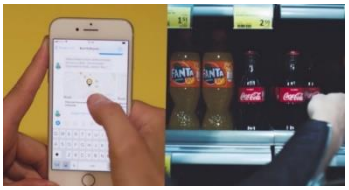
Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

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.**

Luxuskaufhaus erhält Skateschüssel

Das Londoner Luxuskaufhaus Selfridges hat in seinen Räumlichkeiten eine Skateschüssel eingerichtet und will damit vor allem ein jüngeres männliches Publikum anziehen. Die Aktion begleitet die Umgestaltung der Herrenabteilung, die nun eine größere Auswahl an Wellness- und Kosmetikbereichen sowie an von Streetwear inspirierten Kleidungsstücken enthält. Besucher mit Voranmeldung erhalten Einzelstunden mit bekannten Skateprofis wie Ross McGouran, Bryce Campbell und Husayn Smart. Neben dem Einkauf können sie so mit Sicht über die Stadt ihre Fähigkeiten verbessern.

Chatbot generiert hyperlokales Supermarktsortiment



Die finnische Supermarktkette Alepa hat eine „Block Wish"-Kampagne gestartet, die Kunden per Chatbot ermöglichte, in jeder Filiale ein hyperlokales Sortiment zu generieren. Damit jede Supermarktfiliale den Lifestyle, die Vorlieben und Wünsche ihrer Kunden besser kennenlernt, konnten Kunden per Chatbot alle Produkte, die sie in ihrer Filiale vermissten, kommunizieren. Von den ersten 150.000 Block Wishes, die eingingen, wurden 70 Prozent innerhalb von 48 Stunden erfüllt. So wurde das Sortiment in jeder Filiale individuell an die Wünsche aus der Nachbarschaft angepasst.

Autonomer Roboterkurier liefert Pakete

Nach Walmarts „Pickup-Tower hat das estländische Unternehmen Cleveron nun ein selbstfahrendes Auto namens „Lotte" entwickelt, das Pakete an Privatpersonen und Unternehmen liefern kann. Um die Pakete in die Abholstationen von Geschäften und Wohnhäusern befördern zu können, ist das Auto mit einem Roboterarm ausgestattet. Bald soll das Auto auch in der Lage sein, Pakete an Briefkästen und Pickup-Tower zu liefern. Einzelhändler haben in den letzten Jahren einen rasanten Anstieg von Versandkosten verzeichnet, die der Roboterkurier deutlich reduzieren könnte.

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

LIFT – Leistungssteigerung und Innovationsförderung im Tourismus, Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, bis 09. Januar 2019

Miteinander Reden, Bundeszentrale für politische Bildung, bis 20. Januar 2019

Ideenwettbewerb „Land schreibt Zukunft", Rat für Nachhaltige Entwicklung, bis 20. Januar 2019

Das goldene Stadttor, Huschert Film und Medien GmbH, bis 28. Januar 2019

Deutscher Fahrradpreis, Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e.V. (AGFS), bis 31. Januar 2019

German Brand Award, Rat für Formgebung, bis 15. Februar 2019

Werkstatt Vielfalt – Projekte für eine lebendige Nachbarschaft, Robert Bosch Stiftung, bis 15. März 2019

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

14. Januar 2019, **Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Düsseldorf

15. Januar 2019, **Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Düsseldorf

25. Februar 2019, **Die Stadt / Region als Marke**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bielefeld

26. Februar 2019, **Projektmanagement**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bielefeld

17. bis 19. März 2019, **Deutscher Stadtmarketingtag 2019**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz

11. April 2019, **Geschäfte führen und kalkulieren – Praxiswissen für Quereinsteiger**, Stein bei Nürnberg

12. April 2019, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Stein bei Nürnberg

16. Mai 2019, **Hessischer Stadtmarketingtag**, Hanau

22. September 2019, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2019**, Heilbronn

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

Terminkalender

10. Januar 2019, **Regionaltreffen der bcsd-Mitglieder Brandenburg**, Lübben (Spreewald)

25. – 29. Januar 2019, **Christmasworld 2019**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main

28. Januar 2019, **Thementag Stadtmarketing im Rahmen des Premium Programms der Christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main

17. – 19. März 2019, **Deutscher Stadtmarketingtag 2019**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz

12. April 2019, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Balingen

Weitere Termine finden Sie im **Terminkalender** auf unserer Homepage.

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

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten.
Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

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

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.