

Newsletter 03-2021

Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – jetzt anmelden!
Am 20. April und 4. Mai – Online



Unter dem Titel „Das Wir im Ich – Stresstest Pandemie und die gemeinsame Zukunft unserer Städte“ laden wir Sie herzlich ein zum Deutschen Stadtmarketingtag 2021, der am 20. April und 04. Mai online stattfindet. Damit der Weg zu einer zukunftsfesten und vielfältigen Innenstadt gelingt, braucht es Mut, zu experimentieren und es bedarf der Mitarbeit, des Zusammenhalts und des gemeinwohlorientierten Handelns der Menschen in der Stadt. Wir laden dazu ein, diese Herausforderung gemeinsam anzugehen: Der Deutsche Stadtmarketingtag 2021 bietet zwei Tage voller Impulse, Ideen und

Diskussionen zu neuen Wegen für mehr Kreativität, mehr Gemeinwohl und mehr Wir-Gefühl in unseren Städten. Zu hören und zu sehen gibt es u.a. Beiträge von der Soziologin Prof. Dr. Martina Löw von der TU Berlin, Nicole Srock-Stanley, Gründerin der dan pearlman Group, Ares Kalandides, Professor für Stadtmanagement an der Manchester Metropolitan University, vom Deutschen Städtetag sowie inspirierende Praxisbeispiele aus Esslingen, Osnabrück, Dortmund und weiteren Städten. Hier finden Sie Programm und Anmeldung.

Mitgliederinformationsveranstaltung der bcSD

Da aufgrund der Pandemie keine Mitgliederversammlung vor Ort möglich ist, veranstaltet die bcSD am 27. April von 10 bis 12 Uhr eine Mitgliederinformationsveranstaltung via zoom. Eine Anmeldung ist nicht notwendig. Der Link zur Teilnahme ist den Mitgliedern bereits per E-Mail zugegangen. Sollten Sie diesen nicht erhalten haben, setzen Sie sich bitte mit uns in Verbindung. Im Anschluss an die Informationsveranstaltung werden die Beschlüsse der Mitgliederversammlung per elektronischen Umlaufverfahren gefasst (gemäß § 5 Abs. 3 Covid-19-MaßnG). Dies ist unabhängig von der Informationsveranstaltung. Es werden jedoch im Rahmen der Informationsveranstaltung auch Informationen zu den zu fassenden Beschlüssen gegeben und die Sachverhalte dargestellt. Wir freuen uns darauf, unsere 489 Mitglieder zahlreich zu begrüßen.

Themen

Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – jetzt anmelden](#)

[Mitgliederinformationsveranstaltung](#)

Seite 2

[bcSD-Landesverbandstreffen](#)

Seite 3

[Seminar Stadt als Marke](#)

[Dokumentationen Deutsche Stadtmarketingbörse und bcSD Sommerakademie](#)

[Zusammenarbeit Hochschule und Stadt](#)

Seite 5

[Obsolete Stadt](#)

[Podcast Stadtradar](#)

[Deutschland Kauf Lokal](#)

[Kreative Projekte öffentlicher Raum](#)

Seite 6

[Citywerbung Baunatal](#)

[Bochum Fonds](#)

[Stadtladen Donauwörth](#)

Seite 7

[Corona-Ticker](#)

Seite 9

[Jobbörsen](#)

Seite 10

[Fördermitglieder](#)

Seite 11

[Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 12

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 13

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

Seite 14

[ICR-Termine](#)

[Terminkalender](#)

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

bcsd-Landesverbandstreffen

Im März trafen sich sieben Landesverbände der bcsd. Wie immer stand der Erfahrungsaustausch im Mittelpunkt der Veranstaltungen, die alle digital stattfinden mussten. Die **Landesverbände Hessen, Rheinland-Pfalz, der Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen-Bremen** trafen sich zu ihren jeweiligen Sitzungen. Mit **Thüringen** und **Sachsen-Anhalt** trafen sich zwei neu gegründete Landesverbände zum ersten Mal. Themen waren zum Beispiel die Innenstadtförderprogramme in den jeweiligen Ländern, an deren Ausarbeitung die Landesverbände teils beteiligt waren, die Digitalisierung des Backends im Stadtmarketing, Modellprojekte zur Lockerung des Lockdowns sowie Aktionen und Instrumente zur Stärkung der Innenstädte wie etwa Stadtgutscheine, Ladenflächenmanagement, digitale Plattformen und die Durchführung coronakonformer Veranstaltungskonzepte. In Rheinland-Pfalz wurde die **Ausweitung des Landesprogramms Innenstadt-Impulse auf kleinere Städte** gefordert. Der **Landesverband Brandenburg** trifft sich am heutigen Mittwoch ab 16 Uhr.

Seminar Stadt als Marke am 07. Juni 2021 - Online



Das Seminar Stadt als Marke von Prof. Dr. Sebastian Zenker wird am 07. Juni aufgrund der hohen Nachfrage und Aktualität erneut angeboten. Eine gut durchdachte Standortmarke kann identitätsstiftend wirken, die Menschen an die Stadt binden und für die Stadt begeistern. Gerade jetzt in der Pandemie ist es daher für das Stadtmarketing essenziell, sich auf das zu fokussieren, was den eigenen Stadtcharakter ausmacht und die Menschen dazu zu bewegen, sich für eine lebendige Stadt und Stadtkultur einzusetzen. Mit der richtigen Kommunikation gilt es, Vertrauen zu schaffen in die eigene Stadt als krisenfester Wohnort und als sicheres Reiseziel. Um das Markenpotential zu nutzen, reicht es nicht, ein Logo und eine Werbekampagne entwerfen zu lassen. Vielmehr braucht es ein tieferes Verständnis, was eine Marke eigentlich ist, wie diese gemessen, weiterentwickelt und geführt werden kann. Außerdem braucht es klare Kriterien für eine Erfolgsmessung, nicht zuletzt, um die Ausgaben der öffentlichen Hand zu rechtfertigen. Ziel des Seminars am 07. Juni ist es daher, einen umfassenden Überblick über diese Aufgaben und konkrete Lösungsansätze zu liefern. **Hier** finden Sie weitere Informationen sowie die Möglichkeit zur Anmeldung.

Dokumentationen der Deutschen Stadtmarketingbörse und der bcsd Sommerakademie frei verfügbar



Nachdem die auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2020 und der bcsd Sommerakademie präsentierten Vorträge zunächst nur den Teilnehmer*innen zur Verfügung gestanden haben, sind diese nun frei zugänglich. Die Beiträge behandeln aktuelle Herausforderungen des Stadtmarketings wie das Leerstandsmanagement, die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, den Umgang mit der Pandemie, das Stärken der Identifikation mit der Stadt und das Aktivieren und Beteiligen von Bürger*innen. Bei der Sommerakademie liegt zudem ein inhaltlicher Schwerpunkt auf der Nachhaltigkeit. Die Beiträge zur Deutschen Stadtmarketingbörse 2020 (Tag 1 und 2) finden Sie **hier**. Die Beiträge zur Sommerakademie inklusive der internationalen Ein- und Ausblicke finden Sie **hier**.

Die bcsd Sommerakademie wird 2021 vom 23. bis 25. Juni neu aufgelegt. Merken Sie sich den Termin gerne schon vor.

Zur Digitalisierung der Veranstaltungen und der Mitgliederkommunikation der bcsd hat die Zeitschrift **Public Marketing** den bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block interviewt. Einen Auszug aus dem Gespräch finden Sie **hier**.

Zusammenarbeit Hochschule und Stadt – Tipps aus Praxis und Wissenschaft

Im Mittelpunkt des Projekts "Hochschule und Standort" stand die Formulierung von Voraussetzungen und Strategien, die zu einer erfolgreichen Standortinitiative von Stadtverwaltungen, Hochschulen und lokaler Wirtschaft führen. Erarbeitet wurde die Publikation von der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer und der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz im Rahmen einer

Workshop-Reihe. Die Strategien wurden anhand von drei Modellstädten – Pirmasens, Koblenz und Trier – entwickelt. Die Abschlusspublikation versammelt Workshop-Ergebnisse und Erfahrungen aus den drei Modellstädten, Best-Practice-Beispiele und Einschätzungen aus Kommunalverwaltung, Politik, Wissenschaft und Wirtschaft. Sie liefert Erkenntnisse aus dem Projekt zu den Themen Netzwerkbildung und -pflege, Standortmarketing, MINT-Strategien und Aufbau einer Gründungsszene. bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block beteiligte sich ebenfalls an der Workshop-Reihe und hat einen Beitrag zum Marketing für Hochschulstandorte verfasst, den Sie auf Seite 43 finden. Die gesamte Publikation finden Sie [hier](#).

ANZEIGE

Führen Sie Ihren **Stadtgutschein** in die digitale Zukunft

- Cent-genau einlösen per App/Webseite
- Automatische Abrechnung
(zugleich liegt das Geld auf Ihrem Bankkonto)
- Professionelles Arbeitgeberportal
- **Kostenlos starten**
(Keine Einrichtungskosten, keine monatlichen Kosten, kein Anteil am Restguthaben, es fällt nur eine geringe Transaktionsgebühr an)

Corona-Förderprojekte
einfach & sicher umsetzen

Sie möchten Ihren bestehenden Papiergutschein umstellen oder in Ihrer Stadt einen lokalen Stadtgutschein neu etablieren? Wir unterstützen Sie mit der Erfahrung aus über 60 Partnerstädten.

Mit **stadtguthaben** wird es Ihre **Stadt gut haben**.

**Unverbindliche
Systemvorstellung
vereinbaren**

stadtguthaben
Das lokale Gutscheinsystem

www.stadtguthaben.de

Forschungsprojekt Obsolete Stadt

Im Rahmen des interdisziplinären Forschungsprojekts „Die Obsolete Stadt“ wird in deutschen Großstädten drei Jahre lang untersucht, welche Flächen das Risiko haben, obsolet zu werden und wie diese weiter genutzt werden könnten. Anhand von konkret erarbeiteten Raumpotentialen werden die Flächen für eine gemeinwohlorientierte, klimagerechte und ko-produktive Stadtentwicklung erschlossen und die Handlungsfähigkeit der Kommunen gestärkt. Der Hintergrund des Projektes ist das steigende Risiko für viele Flächen und Gebäude, in Zukunft obsolet zu werden, ausgelöst durch Megatrends wie Digitalisierung, Mobilitätswende oder Religionswandel, sowie disruptive Ereignisse wie die Corona-Pandemie. Neben zahlreichen negativen Folgen für die Kommunen, wie beispielsweise Leerstand und hohe Kosten, bieten diese Flächen jedoch auch Platz für neue, nachhaltige und innovative Stadtplanungs- und Stadtentwicklungsansätze. Alle Informationen zum Forschungsprojekt sowie eine Dokumentation der Arbeitsschritte finden Sie [hier](#).

Podcast Stadtradar

Im letzten Jahr wurde die neue Leipzig Charta verabschiedet, die Grundprinzipien einer guten Stadtentwicklung vorstellt. Um die Inhalte der Charta zu vermitteln und zu vertiefen, organisiert die Nationale Stadtentwicklungspolitik den Podcast „Stadtradar“. Die vier bisher erschienenen, je halbstündigen Folgen widmen sich der gerechten Stadt, den Neuerungen in der Leipzig Charta, der produktiven Stadt und dem Podcast selbst. [Hier](#) finden Sie den Podcast.

Initiative Deutschland KAUF LOKAL

Die Initiative von Miguel Müllenbach, Vorsitzender der Geschäftsführung bei Galeria Karstadt Kaufhof, Frank Schuffelen, Sprecher des Vorstands der ANWR Group und Dr. Thomas M. Fischer, Beiratsvorsitzender der brandcom Group möchte unter dem Motto „Deutschland KAUF LOKAL“ informieren und aktivieren und eine möglichst große Reichweite aufzubauen. Die Kampagne ist keine Verkaufsaktion und verfolgt keine politische Ausrichtung, sondern will die vielen lokalen Initiativen und die Arbeit der Verbände, Wirtschaftsförderungen und Stadtmarketingorganisationen flankieren und unterstützen. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen. Eine Übersicht der bereits angeschlossenen Akteure sowie dazu, wie Sie sich beteiligen können, finden Sie [hier](#).

Kreative Projekte für den öffentlichen Raum und kooperative Stadtentwicklung



Kreative Projekte rund um die selbstgemachte Stadt finden sich im Stadtmacher-Archiv. Viele der vorgestellten Projekte erhöhen die Lebensqualität in der Stadt, indem sie kleine Nischen aufwerten und so für neue und überraschende Impulse sorgen. Die Palette reicht von Obstbäumen, die im Park gepflanzt werden, über die Gestaltung von Parklets und Sitzmöglichkeiten im öffentlichen Raum bis hin zur Organisation kleiner Aktionen zum nachbarschaftlichen Austausch. Die Projekte laden dazu ein, selbst kreativ zu werden oder im Sinne der Rolle des Stadtmarketings als Ermöglicher die eigenen Bürger*innen bei der Umsetzung zu unterstützen. Initiiert wurde die Projektdatenbank von **stadtstattstrand**. [Hier](#)

finden Sie das Stadtmacher-Archiv. Für interessierte Bürger*innen bietet die **Freiraumfibel** einen Kompass durch den Dschungel der rechtlichen Vorschriften, die bei solchen Projekten zu beachten sind.

Stadtmarketing Baunatal macht Citywerbung selbst

Die Citywerbung in der Innenstadt Baunatals läuft seit Januar 2021 über digitale Displays, die vom Stadtmarketing Baunatal bewirtschaftet werden. Kommerzielle Werbung ist dabei jedoch nur Firmen mit Sitz in Baunatal vorbehalten. Neben den 10-sekündigen Werbespots der lokalen Firmen sowie der eigenen Werbung des Stadtmarketings können auf den Citydisplays auch Echtzeit-Stadtinformationen wie beispielsweise ein Hinweis auf die Maskenpflicht in der Innenstadt abgespielt werden. Bei der Vermarktung der Werbeflächen steht dabei jedoch nicht die Gewinnmaximierung im Fokus, sondern ganz klar der Auftrag lokal zu agieren und die Kaufkraft in der eigenen Stadt zu halten. So erhalten gemeinnützige Vereine einen deutlich reduzierten Preis für ihre Veranstaltungswerbung. Mehr zur Citywerbung Baunatal erfahren Sie [hier](#).

Bochum Fonds unterstützt lebenswerte Stadtteile



Die Stadt Bochum unterstützt mit dem Bochum-Fonds als Kernaktivität der Bochum-Strategie gemeinnützige Projekte und Aktionen in allen Bochumer Ortsteilen. So will sie die Bürger*innen dazu einladen, das Leben in der Stadt mitzugestalten und an der Zukunft Bochums mitzuwirken. Hierfür stellt die Stadt jährlich ein Budget von 372.000 Euro (1 Euro pro Einwohner*in) zur Verfügung. Gefördert werden gemeinwohlorientierte Projektideen, die in Bochum außerhalb von aktiven Stadterneuerungsgebieten umgesetzt werden und das Zusammenleben und bürgerschaftliche Engagement der Stadt stärken. In den letzten Jahren wurden bereits Projekte wie ein Stadtteilzentrum, ein Quartiersgarten oder ein foodsharing-Konzept umgesetzt. Weitere Projekte der letzten Jahre, sowie alle Informationen zum Bochum-Fonds finden Sie [hier](#).

Stadtladen Donauwörth

Mitte Dezember 2020 hat in Donauwörth ein von über 200 Bürger*innen, der Stadt und dem Citymanagement getragener Stadtladen eröffnet. Um die Realisierung zu ermöglichen wurden Anteile an der neu gegründeten Betreibergesellschaft in Höhe von 100.000 € gezeichnet. Ziel war die Verbesserung der Versorgungssituation, die laut einer Bürger*innenbefragung von einer überwältigenden Mehrheit gewünscht wurde. Neben oft regionalen Lebensmitteln, Drogerie- und Schreibwaren gab es während des Lockdowns auch Waren der geschlossenen Innenstadthändler*innen per Click & Collect zu kaufen. Die Realisierung nahm etwa zwei Jahre in Anspruch. [Hier](#) erfahren Sie mehr.

Corona-Ticker

Praxisbeispiele

Die Gastronomie mit der Nutzung von Take Away Angeboten zu unterstützen, ist eine tolle Sache, verursacht aber oft viel Verpackungsmüll. Die Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH setzt als erste deutsche Stadt auf **wiederverwendbare Verpackungen** von REBOWL, die aus demselben Hause wie das Bechersystem RECUP stammen.

Am Bahnhof im baden-württembergischen Renningen hat ein **automatisierter Supermarkt** eröffnet, bei dem Kund*innen per Touch-Screen oder Smartphone ihre Waren bestellen und den fertig gepackten Warenkorb an einer Abholstation erhalten können. Der Edeka-Markt, eine Kooperation mit der Deutschen Bahn, ist rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche geöffnet. Auch die Schwarz Gruppe (LIDL, Kaufland) aus Heilbronn testet am dortigen Campus **kassenlose Supermärkte**. tegut aus Fulda hat mit dem Konzept **teo** zudem bislang drei eigene, vollautomatisierte Supermärkte eröffnet, die rund um die Uhr geöffnet sind.

Helsinki sendet Tech-Talente ein Paket mit Produkten, die die Stadt ausmachen, um ein Gefühl davon zu vermitteln, was sie bei der Verlagerung ihres Lebensmittelpunkts erwarten würde, da es momentan nicht so einfach ist, die Stadt selbst zu besuchen.

In Frankfurt am Main hat sich das **Visionsbüro Frankfurt** gebildet, das sich mit der Zukunft von Stadt und Handel beschäftigt. Es wurde von der Wirtschaftsförderung und dem Wirtschaftsdienst des Hessischen Einzelhandels ins Leben gerufen. Das Visionsbüro denkt in die Zukunft, teilt gute Beispiele und informiert beispielsweise mit einem eigenen Podcast.

In Coesfeld wird **über Crowdfunding Geld für Blumenampeln in der Innenstadt eingesammelt**. Das Ziel von 7.000 € wurde mit aktuell rund 11.000 € weit übererfüllt.

Das **Stadtgeschichtliche Museum Leipzig** bietet seinen (durch den Lockdown verhinderten) Besucher*innen eine **Telefonsprechstunde an**, in der diese mit Mitarbeiter*innen ins Gespräch über Ausstellungsgegenstände kommen können.

Gemeinsam mit Schwäbische.de rief das Stadtmarketing Friedrichshafen den **Wettbewerb „lokal & digital“** aus. Prämiert werden stationäre Einzelhändler, die während der Pandemie ihr Geschäftsmodell digital ergänzen. Zwölf Händler haben sich beworben, drei Finalisten wurden von der Jury ausgewählt und der Sieger wird nun von den Nutzern gewählt. Zu gewinnen gibt es ein Medienbudget der Schwäbische.de in Höhe von 12.000 €.

Heilbronn hat einen **Fünf-Punkte-Plan für die Belebung der Innenstadt** beschlossen. Das Paket umfasst die Punkte „Stärkung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt“, „Mobilitätspaket“, „Gastronomie“, „Heilbronn Marketing GmbH“ und „Kulturbunte Stadt“ und hat ein Volumen von insgesamt vier Millionen Euro. Der verlinkte Artikel enthält eine Übersicht über die geplanten Maßnahmen in den Bereichen.

Pforzheim hat einen **Fünf-Punkte-Plan** zur Belebung der Stadt verabschiedet. Darunter ein 20 Euro Gutschein, den alle erhalten, die innerhalb einer Kalenderwoche Ausgaben in Höhe von 200 € bei

den über 170 teilnehmenden Unternehmen nachweisen können. Auch Taxifahrten zum Impfzentrum werden so belohnt.

Marbach hat einen **Fünf-Punkte-Plan zur Belebung der Innenstadt** beschlossen. Unter anderem wird neuen Mitgliedern des Stadtmarketingvereins der Beitrag erlassen, dafür verpflichten diese sich, sich am Gutscheinssystem, der Online-Plattform sowie Gemeinschaftsaktionen zu beteiligen.

Die Stadt Leonberg **erhöht das Budget für das Citymanagement um 50.000 €**.

Braunschweig und **Radebeul** unterstützen ihre Händler mit für diese kostenfreien Terminbuchungssystemen.

Pirna berät Kunden per Telefon zu den Einkaufsmöglichkeiten im lokalen Einzelhandel.

Hamburg stellt eine **Software für digitale Partizipation als Open Source Software** anderen Kommunen kostenfrei zur Verfügung.

Die Stadt Rutesheim und ihre Bürger*innen unterstützen **lokale Gewerbetreibende durch eine Crowd-Funding-Aktion**. Die Unternehmen sammeln dort beispielsweise Geld zur Deckung laufender Kosten oder zur Ausweitung und Anpassung ihres Leistungsangebots, etwa durch die Anschaffung einer Käsetheke.

Das Stadtmarketing in **Meschede unterstützt lokale Unternehmen mit einer wöchentlichen digitalen Sprechstunde mit dem Bürgermeister und der Wirtschaftsförderin**.

In Lübeck wird der **nicht mehr genutzte Karstadt Sport zu einem Mixed Use Haus** umgebaut.

Hilfestellungen

Die Bundesregierung hat eine **Übersichtsseite mit Informationen zu den verschiedenen Hilfsprogrammen während der Corona Pandemie** (Überbrückungshilfe, November- und Dezemberhilfen, etc.) aufgelegt.

Die Städtebauförderung und insbesondere das Instrument Aktive Stadt- und Ortsteilzentren wird gerade als ein Mittel zur (Wieder-)Belebung der Innenstadt nachgefragt und soll aufgestockt werden. Bereits im Mai 2020 wurde ein **Leitfaden für die Nutzung des Instruments der Verfügungsfonds für kleinere Städte und Gemeinden** erstellt.

Der Deutsche Tourismusverband hat einen **Leitfaden zur Besucherlenkung in touristischen Destinationen** veröffentlicht.

Der dwif-Corona-Kompass zeigt auf, **wie unterschiedlich die Regionen in Deutschland vom Rückgang des Tourismus betroffen sind**.

Die Stiftung Lebendige Stadt bietet eine **Datenbank mit guten Beispielen zum Umgang mit der Pandemie in den Städten**.

Die Bundestagsfraktion Bündnis 90 / Die Grünen veranstaltete die Online-Konferenz „**Städte neu denken**“ auf der sich die bcsd als Aussteller präsentierte. Die Videoaufzeichnungen der Vorträge der Tagung sind nun frei abrufbar.

Beim Hackathon **Update Deutschland** der Bundesregierung wurden zahlreiche aktuelle Herausforderungen interdisziplinären Teams vorgestellt, die in einem 48h-Sprint erste Lösungen entwarfen, die nun weiter ausgearbeitet werden. Auch die bcsd hat sich mit einer Herausforderung zur Innenstadt der Zukunft beteiligt.

Der Städte- und Gemeindebund Brandenburg hat ein **Positionspapier zur Innenstadt vor dem Hintergrund der Pandemie** veröffentlicht.

Das Land Nordrhein-Westfalen, die Kommunen und zahlreiche weitere Partner haben eine **Erklärung für eine gemeinsame Innenstadtoffensive** veröffentlicht.

Panorama

Eine Befragung zeigt, **an welchen in der Pandemie neu erlernten oder wieder entdeckten Gewohnheiten die Deutschen festhalten wollen**.

Die **Urban Change Academy** fragt Bürger*innen danach, **welche Veränderungen sie während der Pandemie in ihrer Nachbarschaft und im Alltag wahrgenommen haben**.

Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbsfrist
Großstadt in Nordrhein-Westfalen (über zfm – Zentrum für Management und Personalberatung)	Leitung Wirtschaftsförderung (m/w/d)	Bewerbsfrist nicht angegeben
Calwer Stadtmarketing GmbH	Citymanager*in (m/w/d)	Bewerbsfrist nicht angegeben
CIMA Beratung und Management GmbH, Standort Lübeck	Berater*in für Stadt- und Gemeindeentwicklung (m/w/d)	16.05.2021
Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB	Projektleitung (m/w/d) für Innenstadtstrategien und Citymanagement	22.04.2021
Stadtmarketing Plochingen e.V.	Leitung (m/w/d) der Geschäftsstelle	15.04.2021
EMG Essen Marketing GmbH	City- und Zentrenmanager*in (m/w/d)	10.04.2021
Stadt Gießen	Referent*in für Sonderprojekte (m/w/d)	06.04.2021

Stadt Hildesheim	Sachbearbeitung (m/w/d) Quartiersmanagement	05.04.2021
Marketing Osnabrück GmbH	Citymanager*in (m/w/d)	01.04.2021
CIMA Beratung und Management GmbH, Standort Stuttgart	Berater*in (m/w/d) für die Geschäftsfelder Einzelhandel und Stadtentwicklung	31.03.2021

Fördermitglieder der bcsd

LUX MOMENTUM GmbH

THINK X-MAS? THINK LUX MOMENTUM.



Die Konzeption außergewöhnlicher Weihnachtsbeleuchtungen und einzigartiger Lichtdekorationen für Städte und Kommunen sind unsere Passion. Wir wollen mit Ihnen das Weihnachtsfest neu gestalten, Ihnen neben all den wundervollen klassischen Dekorationsansätzen immer auch einen Weg in eine individuelle und unvergessliche neue Lichterwelt aufzeigen. Dabei verstehen wir uns als kreative Berater und Ideengeber, als Trendsetter und Visionäre.

Licht ist das perfekte Medium, um Emotionen zu erzeugen und zu transportieren. Als eine der wirkungsvollsten Stadtmarketingaktivitäten, welche von über 40 % der Besucher bewusst wahrgenommen wird, löst Weihnachtsbeleuchtung auch in Kleinstädten eine Magnetwirkung aus und steigert die Attraktivität des Standortes. Davon profitieren in der Folge nicht nur der örtliche Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus, sondern die gesamte Stadt.

Durch die Premium-Partnerschaft mit MK Illumination, dem Weltmarktführer für festliche Inszenierungen, profitieren wir vom KnowHow des Global Players. Somit sind wir hinsichtlich aktueller Trends, technischen Entwicklungen und der Gestaltung kreativer Lichtlösungen immer am Puls der Zeit.

Kontinuierliche Tests durch unabhängige, zertifizierte Prüfinstitute, gewährleisten die Einhaltung höchster Anforderungen an Produktqualität, Normenkonformität, Produktsicherheit und Legalität sowie eine fortwährende Optimierung hinsichtlich Effizienz und Nachhaltigkeit. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

Staatsbad Bad Oeynhausen GmbH



Die 10 Mitarbeiter*innen der Staatsbad Bad Oeynhausen GmbH arbeiten mitten in Bad Oeynhausen, im Lenné-Kurpark. Der Kurpark ist zusammen mit einer kleinen Innenstadt das Zentrum der 50.000 Einwohner zählenden Stadt im Kreis Minden-Lübbecke. Die Staatsbad GmbH betreibt, als 100-prozentige Tochter der Stadt, die Tourist-Info und ist zuständig für das Tourismus- und Citymarketing der Stadt Bad Oeynhausen, die Bespielung des Theaters im Park sowie die Traditionsvoranstaltung „Parklichter“ im Kurpark. Seit einigen Jahren flankieren Innenstadtveranstaltungen die verkaufsoffenen Sonntage für den Handel. Die derzeit relevantesten Themen für das City- und Stadtmketing in Bad Oeynhausen sind das Leerstandsmanagement, die Sichtbarkeit und Digitalisierung des Handels sowie die Belebung der Innenstadt nach den Lockdowns. Die „Weihnachtlichen Lichter im Park“, welche als Alternative zum Weihnachtsmarkt angeboten wurden, lockten viele Besucher in den Park und stellten einen großen Erfolg für die Staatsbad GmbH dar. **Hier** erfahren Sie mehr. (Foto: Peter Hübbe)

BeSt Bernauer Stadtmarketing GmbH



Bernau bei Berlin ist eine mehr als 40.000 Einwohner*innen zählende Stadt im Land Brandenburg, wenige Kilometer nordöstlich der Stadtgrenze Berlins. Besonders in der Gesundheitsbranche ist die Stadt Arbeitgeberin für viele Menschen. Die BeSt Bernauer Stadtmarketing GmbH (BeSt) wurde Anfang 2009 als 100-prozentige Tochter der Stadt Bernau gegründet und umfasst heute ein Team von fünf festen Mitarbeiter*innen. Wichtige Ziele der Gesellschaft sind die Profilierung und Vermarktung von Image und Identität der Stadt Bernau als lebendiger und kulturell geprägter Identifikationsraum. Das Citymanagement soll die Kommunikation und Kooperation innerhalb der Innenstadt fördern und Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität, zur weiteren Qualifizierung der Innenstadtakteure sowie zur Bündelung der Kaufkraft und Erhöhung der Kundenfrequenzen umsetzen. Seit 2013 ist die BeSt Trägerin der GALERIE BERNAU, welche zeitgenössische Kunst zeigt. Im Juli 2017 wurde die in Bernau gelegene ehemalige Bundesschule des ADGB als Bauhaus Denkmal in die UNESCO-Welterbeliste aufgenommen. **Hier** erfahren Sie mehr. (Foto: Stefan Klenke)

Atento Technology Germany



"Unsere Mission bei ATENTO – Gemeinschaften stärken, indem wir die lokalen Unternehmen unterstützen und dadurch die regionale Wirtschaft stärken". Mit ATENTO können Sie Ihre lokale Wirtschaft unterstützen, indem

Sie Geschenkgutscheine für Ihre regionalen Geschäfte anbieten. Atento ist der größte Anbieter lokaler Geschenkkarten in Deutschland. Über 10.000 lokale Einzelhändler in rund 20 Städten vertrauen bereits auf die Atento Plattform. Mit zwischenzeitlich über 200.000 verkauften Gutscheinen im Wert von rund 3 Millionen Euro konnten wir die verschiedenen Kommunen in Berlin und ganz Deutschland schon begeistern sowie Geschäfte, Restaurant- und Barbetreiber auch in schwierigen Zeiten unterstützen. Gerne würden wir auch Ihrer Kommune mit unserem System dabei helfen, den lokalen Einzelhandel zu fördern. **Kontaktieren** Sie uns gerne unverbindlich um mehr zu erfahren! Hier finden Sie weitere Informationen.

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 ausschließlich digital 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.

Schaufensterwerbung als Unterstützung



Die deutsche Versicherungsgruppe CosmosDirekt hat zur Unterstützung kleiner Geschäfte oder Restaurants während des Lockdowns deren Schaufenster für je zehn Tage als Werbefläche gemietet. CosmosDirekt warb mit dem Slogan „Schütze, was Du liebst“ in 40 Läden in Hamburg, Frankfurt und Saarbrücken. Die Aktion soll fortgesetzt und dadurch auch weitere Läden während der Covid-19-Pandemie unterstützt werden.

Die Idee stammt von der Hamburger Kreativagentur Leagas Delaney. Die Versicherung möchte damit zum einen auf die existenzgefährdende Lage vieler Besitzer hinweisen, zum anderen die kleinen Läden aktiv finanziell unterstützen.

Kleinstadt lockt Großstädter mit Grundeinkommen



Die Kleinstadt Loitz im Landkreis Vorpommern-Greifswald hat im Rahmen des Projekts „Dein Jahr in Loitz“ Großstädter mit Basiseinkommen, mietfreiem Wohnen und Raum für Kreativität angelockt. Im Mittelpunkt steht ein sanierungsbedürftiges Haus, für das ein Nutzungskonzept entwickelt werden sollte.

Menschen, die der Großstadt überdrüssig sind,

konnten sich bewerben, um für ein Jahr in das Haus zu ziehen und mit Freiwilligen zusammen das Erdgeschoss in einen Ort für die ganze Gemeinschaft zu verwandeln. Inzwischen wurden zwei Berliner ausgewählt, deren Erfahrungen während des Jahres per Social Media geteilt werden sollen.

Mini-Büros im Park



Die chilenische Stadt Las Condes hat in einem Park 20 Mini-Kabinen installiert, um Freiberuflern und Kleinunternehmern eine Alternative zu geschlossenen Coworking-Spaces und Cafés zu bieten. Jede Kabine ist mit W-Lan, Klimaanlage, UV-Licht zur Desinfektion sowie ergonomischen Büromöbeln ausgestattet. Jene, die im Parque Araucano in Ruhe arbeiten möchten, können die Kabinen online buchen und sie 40 Stunden im Monat kostenfrei nutzen. Möchten sie den Service darüber hinaus in Anspruch nehmen, müssen sie eine Spende an Banco del Tiempo, einer Initiative zur geldlosen Tauschwirtschaft, leisten.

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@bcisd.de!](mailto:office@bcisd.de)

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Heimat 2.0 (Digitalisierungsprojekte für strukturschwache Räume), Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat, bis 15. April 2021

Wettbewerb Klimaaktive Kommune, Bundesumweltministerium und Deutsches Institut für Urbanistik, bis 20.04.2021

Aufruf zur Beteiligung am Tag der Städtebauförderung am 08. Mai 2021 – 50 Jahre Städtebauförderung, Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat u.a.

Zukunftsstadt Goes Europe, Bundesministerium für Bildung und Forschung – Forschung für nachhaltige Entwicklung, bis 30.06.2021

Förderprogramm städtische Logistik, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 31.08.2021

Stadt und Land – Förderung für flächendeckende Radverkehrsinfrastruktur, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 2023

Förderprogramm Klimafreundliche Logistik, Nationale Klimaschutzinitiative, bis 29. Februar 2024 (Lastenräder) bzw. 30. Juni 2024 (Mikro-Depots)

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

ICR-Termine

16.04.2021, Seminar „**Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**“, ICR – Institut für City- und Regionalmanagement, Online-Seminar

20.04.2021, **Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – Teil 1**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

04.05.2021, **Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – Teil 2**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

05.-06.05.2021, bcsd-Seminar „**Eventmanagement**“, Online-Seminar

07.05.2021, bcsd-Seminar „**Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing**“, Online-Seminar

07.06.2021, bcsd-Seminar „**Die Stadt/Region als Marke**“, Online-Seminar

Termine

20.04.2021, **Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – Teil 1**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

20.04.2021, **Consumer Goods Show (mit Messe Christmasworld)**, Messe Frankfurt, Frankfurt am Main

27.04.2021, **Mitgliederinformationsveranstaltung**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

29.-30.04.2021, **Stadtmarketing in diesen Zeiten – jetzt erst recht! Zwischen Pflicht und Kür: Inhalte, Strukturen, juristische und finanzielle Aspekte.**, vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung, Online-Veranstaltung

03.-04.05.2021, **Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungs politik**, Bundesministerium des Inneren für Bau und Heimat u.a., Online-Veranstaltung

04.05.2021, **Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – Teil 2**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

08.05.2021, **Tag der Städtebauförderung – 50 Jahre Städtebauförderung**, Bundesministerium des Inneren für Bau und Heimat u.a., bundesweite Online-Veranstaltung

26.05.2021, **bcsd-Mitgliedersprechstunde**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

14. – 15.06.2021, **Deutscher Tourismustag**, Deutscher Tourismusverband, Online und vor Ort in Berlin

23. – 25.06.2021, **bcsd-Sommerakademie**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

30.06.2021, **bcsd-Mitgliedersprechstunde**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

26. – 28. September 2021, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2021**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Geldern

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.