



Der Deutsche Stadtmarketingtag 2026



Geballte Power für unsere Mitglieder



Tourismus vor Investitionslücke



Seminare zum Stadtmarketing



Best-Practice-Beispiel des Monats



Impulspapier der IHK zu Smart Stores

IN DIESER AUSGABE:

bcsd kompakt	Seite 2
Interview des Monats.....	Seite 7
Best-Practice des Monats	Seite 8
Trends & Neuigkeiten	Seite 9
Unser neues Mitglied	Seite 11
Neues aus den Städten Jobs.....	Seite 12
Wettbewerbe & Publikationen.....	Seite 13
Veranstaltungen	Seite 14
Die wichtigsten Termine	Seite 15

Der Deutsche Stadtmarketingtag 2026 in Frankfurt am Main

Zukunft Stadt – Diese Themen stehen im Fokus

Vom **03. bis 05. Mai 2026** lädt die bcsd unter dem Motto „Zukunft Stadt“ zum Deutschen Stadtmarketingtag nach **Frankfurt am Main** ein. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Städte angesichts von Digitalisierung, Klimaanpassung, wirtschaftlichem Strukturwandel und sozialem Zusammenhalt zukunftsfähig bleiben – und welche Rolle Stadtmarketing dabei als vernetzender Akteur, Übersetzer und Katalysator übernimmt.

Impulse & Austausch in acht Themenfeldern

Der Stadtmarketingtag ist klar gegliedert und spannt den Bogen über acht Themenfelder – von Stadt & Gesellschaft über junge Zielgruppen, Stadtfinanzen, Innenstadt & Handel bis hin zu Tourismus, digitaler Stadtentwicklung & KI, öffentlichem Raum & Erreichbarkeit sowie „Zukunft Stadt für alle“:

Julia Erdmann (JES Socialtecture) setzt mit „Innenstadt als Spiegel der Gesellschaft – Wie wollen wir unsere Stadträume weiterentwickeln?“ den Auftakt im Themenfeld Stadt und Gesellschaft: In unseren Innenstädten zeigen sich die großen gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit: Wie wollen wir leben, arbeiten, uns begegnen – und was gibt urbanen Räumen künftig Sinn?



Prof. Dr. Markus Gabriel (Universität Bonn) führt die Leitfrage „KI – smart, digital, menschlich?“ aus und betont die Notwendigkeit von Regeln, Transparenz, Datensouveränität und einer „ethischen Intelligenz“, damit KI menschliche Werte (und damit auch unsere Städte) stärkt – passend zu seinem am 26.02.2026 erschienenem Buch „Ethische Intelligenz – Wie KI uns moralisch weiterbringen kann“.



Lena Papasabbas (Trend- & Zukunftsforscherin) setzt im Themenfeld Zukunft Stadt für alle mit „Radikale Zuversicht“ einen klaren Fokus auf Teilhabe im Alltag: Barrierefreiheit, Sicherheitsgefühl und Zugehörigkeit werden als konkrete Gestaltungsaufgaben verhandelt – von Licht und Sprache bis Infrastruktur und Kommunikation – mit dem Ziel einer Stadt, die niemanden ausschließt.



Gleichzeitig bleibt der Deutsche Stadtmarketingtag bewusst Austauschplattform: mit Raum für Diskussion, Lernen voneinander und den Transfer in die Praxis.



Frankfurt am Main erleben

Frankfurt am Main bringt dafür nicht nur die passende inhaltliche Bühne mit, sondern auch ein besonderes Rahmenprogramm: Am Sonntag zeigen Exkursionen unterschiedliche Perspektiven der Stadt – historisch, grün, europäisch, als Global City oder rund um die World Design Capital Frankfurt RheinMain 2026. Den stimmungsvollen Abschluss bilden der Kaisersaal-Empfang im Römer sowie die Jubiläumsfeier „30 Jahre bcsd“.

Tagungsort mit Atmosphäre

Tagungsort ist das Gesellschaftshaus im Palmengarten – ein historischer Rahmen und perfektes Ambiente für Tagung und Gastgeberempfang.

Wir danken unserem Gastgeber, dem Stadtmarketing Frankfurt am Main für die Unterstützung. Sichern Sie sich jetzt Ihr Ticket – zum 30-jährigen Jubiläum erhält die zweite Person 30% Rabatt. **Jetzt anmelden!**

Die erweiterte Vorstandssitzung der bcsd

Geballte Power für unsere Mitglieder

Die bcsd lebt von einem starken Netzwerk aus 11 Landesverbänden, die vor Ort Stimme, Netzwerk und Impulsgeber für die Kolleginnen und Kollegen in den Regionen sind.

Einmal im Jahr kommen Landessprecher:innen, stellvertretende Landessprecher:innen, Bundesvorstand und Geschäftsstelle zur erweiterten Vorstandssitzung zusammen – für Austausch und gemeinsames Weiterdenken. Die Sitzung war dicht an Themen, Input und Diskussionen. Es ging um Sicherheit im öffentlichen Raum, GEMA, um das Zusammenspiel von Tourismus und Stadtmarketing sowie um weitere Fragestellungen aus der täglichen Arbeit für starke Städte vor Ort. Neben den Inhalten ging es auch um das Zusammenspiel von Bundesebene und Landesverbänden – und um gemeinsame Perspektiven für die Zukunft.

Danke an alle Landessprecher:innen für ihr großes Engagement. Wir freuen uns sehr, euch bei der bcsd an unserer Seite zu haben. Ein besonderer Dank an die Congressforum Frankenthal GmbH für die tolle Location und Bewirtung.



Das Neueste aus den Landesverbänden

Auftakt der bcsd-Landestreffen 2026 in Sachsen-Anhalt

Inhaltlicher Schwerpunkt des Landestreffens am 10. Februar in Wernigerode war das Thema Veranstaltungssicherheit, insbesondere der Zufahrtsschutz bei öffentlichen Events. Angesichts steigender Anforderungen und Kosten diskutierten die Teilnehmenden gemeinsam mit bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block über praktikable Lösungen und notwendige politische Unterstützung. Nancy Wesemeier betont: „Derzeit stehen alle Mitgliedsstädte mit ihren Veranstaltungsorganisationen vor der Herausforderung, Events am Leben zu halten, ohne riesige finanzielle Löcher zu reißen, die die zusätzlichen Auflagen für Veranstaltungssicherheit verursachen. Wir wünschen uns Unterstützung aus der Bundes- und Landespolitik und ein klares Bekenntnis, lebendige Innenstädte zu erhalten. Dafür brauchen wir einen Rahmen, der die wirtschaftliche Durchführung von Veranstaltungen sicherstellt.“

Zudem stand neben den Themen auch die Wahl der Landesbeauftragten an. Zur neuen Landessprecherin wurde Nancy Wesemeier, Stadtmarketingleiterin in Halberstadt,

gewählt. Ihr zur Seite steht als neuer stellvertretender Landessprecher Lutz Zimmermann, Abteilungsleiter Wirtschaftsförderung, Tourismus und Kommunikation in Haldensleben. Abgerundet wurde das Treffen mit einem Rundgang durch die Gastgeberstadt Wernigerode und der Besichtigung des Konzerthaus Liebfrauen. Weitere Informationen zu den Landestreffen finden Sie [hier](#).



Beruflich und persönlich weiterentwickeln im Stadtmarketing

bcsd-Mentoring startet in die nächste Runde

Mit acht Tandems startete die zweite Runde unseres bcsd-Mentoring-Programms. Wir freuen uns, dass das was im vergangenen Jahr als Pilotprojekt begann, nun weiter Form annimmt: Auch in dieser Runde bringen wir engagierte Mentees und erfahrene Mentorinnen zusammen, um Austausch, persönliche Entwicklung und fachliche Perspektiven im Stadtmarketing gezielt zu fördern. Schon beim Auftakt wurde deutlich, worauf es ankommt: Offenheit, Vertrauen und die Bereitschaft, Erfahrungen ehrlich zu teilen. Genau daraus entstehen neue Sichtweisen, mehr Sicherheit im eigenen Handeln und wertvolle Netzwerke über die eigene Stadt hinaus.

Ein besonderer Dank gilt unseren Mentorinnen und Mentoren, die Zeit investieren, Wissen aus ihrer Praxis teilen und individuelle Entwicklungswege begleiten – dieses Engagement ist alles andere als selbstverständlich. Ebenso danken wir unseren Mentees für ihr Vertrauen, ihre

Offenheit und ihr starkes Engagement, in die eigene Rolle und die Zukunft des Stadtmarketings zu investieren. Wir freuen uns auf die kommenden Monate, intensive Gespräche in den Tandems und viele Impulse, die über das Programm hinaus in unsere gemeinsame Arbeit wirken werden. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



ANZEIGE

**Mobiler Spielbrunnen
für Städte zum
Sonderpreis!**



Jetzt PlayFountain sichern



ICR Kompaktweiterbildung in neue Runde gestartet

Seminare zu den wichtigsten Themen des Stadtmarketings besuchen

Der ICR-Kompakt-Studiengang ist in die neue Runde gestartet: Im Februar und März 2026 lassen sich erneut engagierte Teilnehmende zum/zur ICR-geprüften und bcsd-zertifizierten City-, Stadt- und Regionalmanager:in qualifizieren. Der Auftakt setzte bereits starke Grundlagen – mit den Seminaren „Strategische Grundlagen im Stadtmarketing“, „Finanzierung und Personal“ sowie „Partizipation und Stakeholdermanagement“.

Gleichzeitig gilt: Wer (noch) nicht den kompletten Studiengang durchläuft, kann alle weiteren Module auch einzeln buchen – und bcsd-Mitglieder profitieren dabei von vergünstigten Konditionen. Inhaltlich reicht das Spektrum von Eventmanagement (03.03.) und Projektmanagement (05.03.) über Recht kompakt (06.03.) bis hin zu City- und Quartiersmanagement (09.03.). Wer Kommunikation stärken möchte, ist bei „Reels for real – Deine Stadt im Feed“ (12.03., online) und den „Grundlagen der Medienarbeit“ (20.03.) genau richtig – praxisnah, strategisch und mit vielen direkt anwendbaren Tipps. Mit „Integrierte Stadtentwicklung und Planungsrecht“ (13.03.), „Wirtschaftsförderung“ (17.03.) sowie „Bausteine einer vitalen City“ (18.03.) rücken zudem die großen Transformationsfragen der Innenstadt in den Fokus. Zum Monatsende wird es besonders zukunftsgerichtet: „KI im Stadtmarketing“ (25.03.) liefert einen fundierten Einstieg in Workflows, Ethik und Einsatzmöglichkeiten, „Moderation“ (26.03.) stärkt Prozess- und Beteiligungskompetenz – und „Die Stadt/Region als Marke“ (27.03.) rundet das Programm mit Strategien für Positionierung, Markenführung und Kommunikation ab.

So wird aus Weiterbildung direkt Praxis: kompakt, anwendungsnah – und offen für alle, die Stadtmarketing professionell weiterdenken wollen. Alle Informationen und Anmeldung: www.icr-studium.de

Die bcsd auf LinkedIn

Themen, die unsere Community begeistern

Der LinkedIn-Post zum Programm des Stadtmarketingtages in Frankfurt am Main stieß auf viel positives Feedback – wir freuen uns, dass das Programm gefällt!

Hier geht es zum Post. Vernetzen Sie sich gerne mit uns auf LinkedIn und erhalten Sie spannende Einblicke und aktuelle News aus dem Stadtmarketing.



Innenstadtbeleuchtung

Rückblick auf die Christmas-world 2026

Ein Messebesuch mit klarem Mehrwert für das Stadtmarketing: Auch in diesem Jahr war die Christmasworld in der Stadt Frankfurt am Main ein inspirierender Impulsgeber für alle, die sich mit der Gestaltung lebenswerter und attraktiver Innenstädte beschäftigen. Für bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block bot der Besuch einmal mehr die Gelegenheit, aktuelle Trends und Entwicklungen in den Bereichen Lichtinszenierung, Dekoration und inszenierter Stadtraum aus erster Hand zu erleben.



Gerade in Zeiten, in denen Innenstädte um Frequenz, Aufenthaltsqualität und emotionale Bindung ringen, sind atmosphärische Gestaltungselemente ein entscheidender Erfolgsfaktor. Hochwertige Lichtkonzepte und kreative Dekorationen leisten nicht nur einen Beitrag zur Standortprofilierung, sondern stiften Identifikation, fördern das Sicherheitsgefühl und steigern ganz konkret die Lebensqualität im urbanen Raum. Die gezeigten Lösungen machen deutlich, wie mit gestalterischen Mitteln städtische Räume zu Erlebnisorten werden können – ganzjährig und mit saisonalen Highlights.

ANZEIGE



„Wenn Sie mit einem KI-Agenten sprechen möchten, müssen Sie woanders anrufen. Bei uns sprechen Sie mit Menschen, die zuhören, mitdenken und sicherstellen, dass jede Frage schnell, präzise und freundlich beantwortet wird.“

Julius Jülicher
Leiter Kundenservice, Stadtguthaben GmbH



Die Nummer 1 für digitale Stadtguthaben

www.stadtguthaben.de

Interview des Monats

Jürgen Block zu Gast beim VerbandsPlausch

Die Frage, wie unsere Städte zu Orten werden, in denen wir gern leben, arbeiten, einkaufen, uns erholen und feiern. Klingt selbstverständlich – ist es aber nicht. Innenstädte im Wandel – das ist kein Schlagwort, das ist unser Alltag. Leere Läden, neue Nutzungsideen, mehr Events, mehr Begegnung, mehr Leben. Aber wie gelingt das eigentlich wirklich? Jürgen Block, Geschäftsführer der bcsd war zu Gast beim Verbands-Plausch von Daniela Wintzer und sprach darüber, wie Städte attraktiv bleiben, warum Zusammenarbeit der Schlüssel ist und was es braucht, damit Innenstädte wieder Orte werden, an denen man sich gerne aufhält.



Hier finden Sie die Podcastfolge. Weitere Videos zu spannenden Themen rund ums Stadtmarketing finden Sie in unserer **Mediathek**.

Ein Höhepunkt des Besuchs war die Keynote von Pierre Nierhaus (FCSI) zum Thema „Hospitality Trends 26/27“. Mit seinem internationalen Blick machte er deutlich, wie Gastronomie, Kultur und Erlebnis in Zukunft noch stärker ineinandergreifen müssen, um Menschen dauerhaft für den Innenstadtbesuch zu begeistern.

Wie immer war die Christmasworld auch eine gute Gelegenheit, unsere Stadtoptimist:innen und Mitglieder persönlich zu treffen und den fachlichen Austausch fortzusetzen. Vielen Dank an die Messe Frankfurt GmbH und Stefan Schopp für diese wertvolle Plattform für Innovation, Gestaltung und Dialog.

Zertifizierter Projektpool

Best-Practice-Beispiel des Monats

Die bcsd ist Mit-Initiator der Stadtimpulse, dem ersten bundesweiten, zertifizierten Projektpool für Innenstadt, Handel und städtisches Leben. Hier haben Sie Zugriff auf über 140 ausgezeichnete Best-Practice-Beispiele. Sie haben ebenfalls ein innovatives Projekt? Dann bewerben Sie sich gerne. Weitere Informationen finden Sie unter: www.unsere-stadtimpulse.de

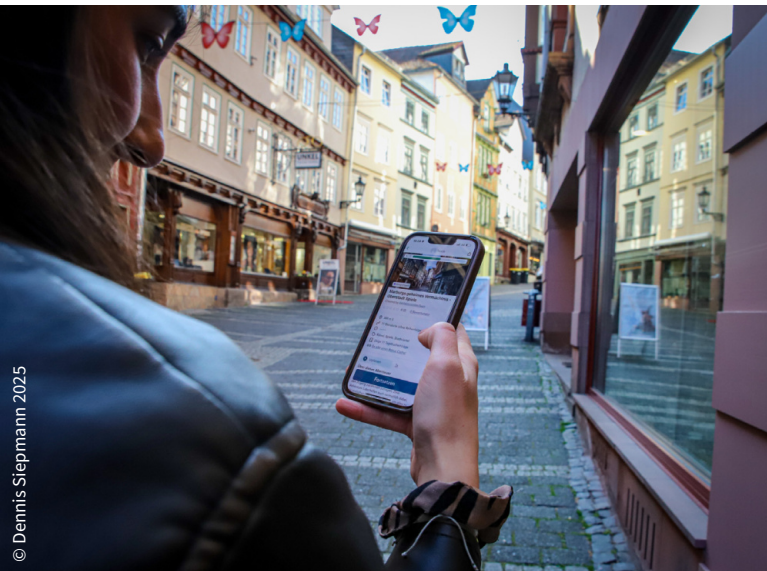
Mit zwei neuen Best-Practice-Projekten zeigen Ludwigsburg und Marburg, wie Stadtmarketing Kaufkraft bindet, Erlebnisse schafft und lokale Akteur:innen wirksam zusammenbringt – mit Formaten, die sich auch in anderen Städten gut adaptieren lassen.

Der Ludwigsburger Innenstadtverein setzt im Vorweihnachtsgeschäft auf einen cleveren Mix aus garantierter Leistung und Überraschungseffekt. Für jeweils 100 Euro werden über den Online-Shop limitierte **Ludwigsburger „Mystery-Beutel“** verkauft: In den nachhaltigen Einkaufstaschen steckt ein Ludwigsburg-Gutschein im Wert von



100 Euro – plus zusätzliche Wertgutscheine lokaler Betriebe nach dem Zufallsprinzip. Mindestens 20 Extras sind pro Beutel dabei, teils ergänzt um Glühwein-Gutscheine oder Eintrittskarten. Das Ergebnis überzeugt: Die Auflage von 750 Beuteln war 2025 innerhalb weniger Stunden vergriffen. So wurden Stadtgutscheine im Wert von 75.000 Euro verkauft; zusätzlich kamen über 21.000 beigelegte Wertgutscheine mit einem Gesamtwert von mehr als 423.000 Euro in Umlauf. Mit über 200 teilnehmenden Betrieben entsteht ein spürbarer Innenstadtimpuls – kostengünstig, aufmerksamkeitsstark und stark übertragbar.

Die **Marburger Geocaching-Route** verbindet ein beliebtes Freizeitformat mit Innenstadtbelebung: Seit April 2025 führt eine Geocaching-Rätseltour durch die Oberstadt – und gezielt auch in Geschäfte. Zehn Geocaches plus Bonusstation schicken Schatzsucher:innen durch Gassen, zu besonderen Orten wie einem Gewölbekeller und in den lokalen Einzelhandel. Jede Station enthält ein Rätsel, das zur nächsten führt; die Route ist modular und kann jederzeit erweitert werden. Die freiwillige Beteiligung der Händler:innen stieß auf große Resonanz. Zusätzlich sorgt Social Sharing – u. a. durch eine Kooperation mit einem international bekannten Geocaching-Influencer – für überregionale Aufmerksamkeit und messbaren Mehrwert für Handel, Gastronomie und Hotellerie.



© Dennis Siepmann 2025



143

aktuell zertifizierte
Best Practice Projekte



Touristische Infrastruktur

Trotz Rekordjahr: Deutschlandtourismus steht vor Investitionslücke

Der Deutschlandtourismus hat 2025 ein neues Rekordergebnis erreicht: Laut Statistischem Bundesamt verzeichneten Hotels, Pensionen und Campingplätze 497,5 Millionen Übernachtungen von Gästen aus dem In- und Ausland – 0,3 % mehr als im bisherigen Rekordjahr 2024. DTV-Präsident Reinhard Meyer betont, dass vor allem in-

ländische Gäste die Entwicklung tragen: Auf sie entfallen 83 % der Übernachtungen. Insgesamt sind die Übernachtungszahlen von 2005 bis 2025 um mehr als 150 Millionen gestiegen.

Mit dem Wachstum steigen jedoch auch die Anforderungen. Gäste erwarten verlässlichen ÖPNV, gepflegte Rad- und Wanderwege, saubere Städte und Strände sowie barrierefreie Sehenswürdigkeiten – ein Bedarf, der durch den demografischen Wandel weiter zunimmt. Gleichzeitig warnt der DTV: Viele Kommunen, die die touristische Basisinfrastruktur vor Ort tragen, seien finanziell überlastet. Wachsende Haushaltsdefizite gefährdeten Investitionen in Instandhaltung und Ausbau. Ohne Entlastung durch Bund und Länder drohten Überlastungen, Qualitätsverlust und Imageschäden für das Reiseland Deutschland. Für das Stadtmarketing ist das hochrelevant, weil Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit die Grundlage dafür sind, Gäste zu gewinnen – und sie als begeisterte Wiederkehrer zu halten. **Hier** finden Sie weitere Informationen



© Norbert Braun - Unsplash

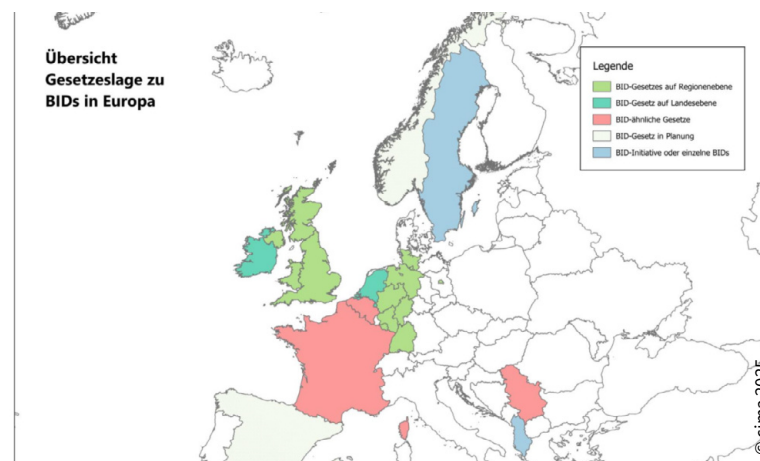
Einbindung von Hausbesitzer:innen in Stadtfinanzierung

Die Wirkung von Business Improvement Districts

Business Improvement Districts (BIDs) gelten international als bewährtes Finanzierungsmodell für Stadt- und Quartiersentwicklung – besonders in Zeiten knapper öffentlicher Kassen. Darauf weist Mag. Roland Muraier (CIMA Österreich) in einem Blog-Beitrag von Stadtmarketing Austria hin. Der Kern: In einem klar abgegrenzten Gebiet (z. B. Einkaufsstraße oder Quartier) beteiligen sich nicht nur Betriebe, sondern auch Haus- und Immobilieneigentümer:innen verbindlich an der Finanzierung gemeinsamer Maßnahmen – demokratisch legitimiert durch ein festgelegtes Quorum und meist für einen befristeten Zeitraum (oft fünf Jahre).

Muraier betont: BIDs sind keine „neue Steuer“, sondern zweckgebundene, transparente Beiträge für definierte Projekte. Für Stadtmarketingorganisationen liegt darin eine Chance, die Finanzierungsbasis zu verbreitern und Maßnahmen verlässlicher zu verstetigen. **Hier** kommen Sie zum Blog-Eintrag von Stadtmarketing Austria.

Entstanden ist das Modell als Reaktion auf Finanzkrisen (u. a. Toronto 1973, New Orleans 1975) und ist heute in vielen Ländern etabliert – in Deutschland inzwischen in 15 von 16 Bundesländern. Typische BID-Aufgaben reichen von strategischer Standortarbeit, Gestaltung und Sauberkeit über Leerstandsmanagement bis zu Marketing und Veranstaltungen; hoheitliche Aufgaben bleiben ausgeschlossen.



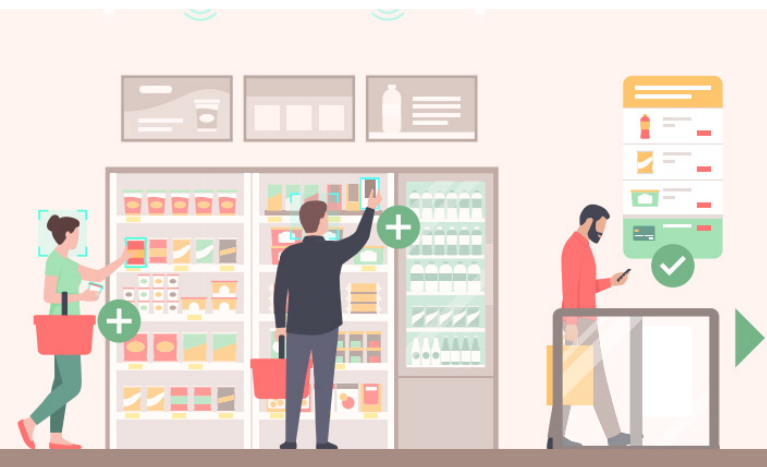
© cima 2025

IHK Impulspapier zu Smart Stores

Innovative Nahversorgung in Niedersachsen – Wie praxistauglich sind die Smart Stores?

Die IHK Niedersachsen hat mit dem Impulspapier „Smart Stores: Innovative Nahversorgung in Niedersachsen“ einen kompakten Praxis- und Orientierungsrahmen vorgelegt, wie digitale Kleinstsupermärkte Versorgungslücken schließen können – insbesondere dort, wo klassische Lebensmittelmärkte wegen zu kleiner Einzugsgebiete nicht

mehr wirtschaftlich sind. Nach Angaben der IHKN gibt es bereits rund 90 Smart Stores im Land. Sie verbinden kleinere Verkaufsflächen (bis ca. 500 m²) mit minimalem Personaleinsatz, automatisierten Abläufen und oft 24/7-Öffnung – teils ergänzt um Funktionen wie Postservice, Bankautomat oder sogar telemedizinische Angebote und damit als multifunktionale Anlaufstellen im Ort.



Ein Schwerpunkt des Papiers ist der rechtliche „Flickenteppich“ – besonders bei der Sonntagsöffnung, die laut Betreiberpraxis für die Wirtschaftlichkeit zentral ist (bis zu 30 % Umsatz am Sonntag). Die IHKN fordert deshalb für Niedersachsen klare, praxistaugliche und unbürokratische Regeln und formuliert Empfehlungen – u. a. für eine rechtssichere Öffnung ohne Personal sowie eine Sortimentslogik, die Nahversorgung stärkt. Die bcSD teilt diese Einschätzung: Smart Stores sind kein Ersatz für lebendige Zentren – aber ein wichtiges, ergänzendes Instrument der Daseinsvorsorge und können auch Leerstände sinnvoll aktivieren. **Hier** finden Sie das Impulspapier.

Marketingidee der Hamburger Kunsthalle

Leere Schaufenster als Bühne für Kultur

Die Hamburger Kunsthalle bringt Kunst dorthin, wo täglich zehntausende Menschen unterwegs sind – mitten in die City. In einem Zwischennutzungsprojekt werden leerstehende Schaufenster an der prominenten Schnittstelle von Mönckebergstraße und Spitalerstraße genutzt, um Arbeiten von Maria Lassnig und Edvard Munch im Stadtraum sichtbar zu machen. Damit wird der Museumsauftrag, Menschen und Kunst zusammenzubringen, ganz wörtlich genommen: nicht nur bewahren, sondern Begegnungen ermöglichen – niedrigschwellig, überraschend und ohne Eintrittstür.



Ab 27. März 2026 ist die Doppelschau „Maria Lassnig und Edvard Munch“ dann auch in der Hamburger Kunsthalle zu sehen – die Schaufenster fungieren als neugierig machender Auftakt und als starkes Signal, wie Innenstadt, Immobilieneigentümer:innen und Kulturinstitutionen gemeinsam Frequenz und Aufenthaltsqualität stärken können. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

Unser neues Mitglied

MidtownVibes – Impulse zur Belebung der Innenstädte im Wandel

Wie bringen wir Menschen und soziale Interaktion zurück in die Innenstadt? Wie entstehen positive Erlebnisse, die im Gedächtnis bleiben? Wie schaffen wir Orte zum Verweilen, zum Interagieren, zum Wiederkehren? MidtownVibes arbeitet an genau diesen Fragen und realisiert temporäre, kuratierte Kunstprojekte in deutschen Städten. Dazu zählen kleinere Impulsformate zur Belebung der Innenstadt und zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität ebenso wie groß angelegte Ausstellungen, wie die bekannten Alltagsmenschen-Skulpturen. Unsere Projekte verwandeln Straßen, Plätze, Grünflächen, Fassaden und Leerstände - ganze Innenstädte - in lebendige Stadträume, die Aufmerksamkeit erzeugen und neue Geschichten erzählen. Sie schaffen emotionale Anker, stärken die Identität der Stadt und entfalten Wirkung dort, wo klassische Belebnungsmaßnahmen an Grenzen stoßen.

Je nach Format und Standort können Ausstellungen über mehrere Wochen hinweg mehr als 100.000 Besucher:innen in eine Stadt ziehen und bundesweite eine hohe mediale Aufmerksamkeit erzeugen. Gemeinsam entwickeln wir

midtown
vibes

KREATIVE INNENSTADTBELEBUNG

das passende Projekt für Ihre Stadt. Ob kompakte Impulse oder mehrmonatige Ausstellungen, wir begleiten Sie von der Konzeption bis zur Umsetzung. MidtownVibes richtet sich an Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung, Innenstadtmanagement und Kommunen, die neue Wege gehen möchten. Projektbeispiele und weitere Informationen finden Sie unter: midtownvibes.art



Advertorial

Wasser, das verbindet

Sie sprudelt, tanzt, überrascht – und zieht Menschen magisch an: Die **PlayFountain** ist weit mehr als ein Wasserspiel. Sie ist Treffpunkt, Abkühlung, Erlebnisraum und Wohlfühlort zugleich. Kaum installiert, wird sie zum neuen Herz eines Platzes – lebendig, fröhlich und generationsübergreifend. Kinder lieben die PlayFountain sofort. Sie rennen lachend durch die Wasserstrahlen, erfinden Spiele, vergessen Zeit und Smartphone. Für sie ist es pu-

res Abenteuer: Wasser, Bewegung, Freiheit. Jugendliche machen Selfies, treffen Freunde, genießen den urbanen Vibe. Eltern und Großeltern sitzen daneben, schauen zu, kommen ins Gespräch – und freuen sich über das unbeschwertere Treiben. Genau hier liegt die große Stärke der PlayFountain: Sie bringt Menschen zusammen, ganz ohne Eintritt, Konsumzwang oder Erklärungen.

Auch Städte profitieren enorm. Die PlayFountain wertet Plätze sichtbar auf, schafft Aufenthaltsqualität und macht Innenstädte im Sommer spürbar attraktiver. Sie wirkt wie ein natürlicher Magnet, belebt sonst anonyme Flächen und sorgt dafür, dass Menschen länger bleiben. Gleichzeitig ist sie flexibel und nachhaltig konzipiert – ein modernes Element für moderne Stadtentwicklung. An heißen Tagen wird sie zur willkommenen Oase, an normalen Tagen zum Ort der Begegnung. Die PlayFountain ist spielerisch und stilvoll, funktional und emotional zugleich. Wer sie einmal erlebt hat, versteht sofort, warum sie überall dort, wo sie steht, geliebt wird. Und warum Städte, die sie haben, ein kleines bisschen lebenswerter sind.



Osnabrücks Stadtlogo feiert 1-jährigen Geburtstag

Seit dem Start des Markenprozesses Ende 2022 hat sich in Osnabrück viel bewegt. Zum ersten Jubiläum des neuen Stadtlogos zieht die Marketing Osnabrück GmbH Bilanz und richtet zugleich den Blick nach vorn. Die neu erschienene Markenbroschüre fasst die zentralen Meilensteine zusammen. Von der Einführung des Stadtlogos über das Osnabrück-Magazin bis hin zu prägenden Großveranstaltungen wie dem Tag der Niedersachsen 2025. Die Publikation macht deutlich, wofür Osnabrück steht: wirtschaftliche Stärke und Innovationskraft, für eine lebendige Wissenschaftslandschaft, ein historisches Stadtbild und eine hohe Lebensqualität durch das attraktive Freizeitangebot, die Nähe zur Natur und einer gelebten Friedenskultur.



Zugleich dokumentiert sie, wie in einem breit angelegten Beteiligungsprozess eine starke Stadtmarke entstanden ist – getragen von zahlreichen engagierten Akteurinnen und Akteuren aus Stadtgesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Die Markenbroschüre bietet damit nicht nur einen Rückblick, sondern auch Impulse für die weitere Profilierung Osnabrücks im regionalen und überregionalen Kontext. Interessierte können die **digitale Broschüre** lesen oder ein gedrucktes Exemplar per E-Mail an marketing@marketingosnabrueck.de anfordern.

Kostenloser ÖPNV in Hanau Innenstadt

Ab Samstag, 14. Februar, konnten Fahrgäste in Hanau im Innenstadtbereich die Busse der Hanauer Straßenbahn GmbH (HSB) kostenlos nutzen. Unter dem Motto „Unser Gratis-Bussi für dich“ umfasst die kostenfreie Cityzone sieben zentrale Haltestellen: Marktplatz/Stadthof, Freiheitsplatz, Heumarkt, Leimenstraße, Westbahnhof, Schlossplatz und Heinrich-Fischer-Bad. In diesem Bereich werden durchschnittlich rund 30.000 Ein- und Ausstiege pro Tag gezählt.

Die Stadt will damit die Erreichbarkeit der Innenstadt weiter verbessern – ein Impuls, der besonders Handel, Gastronomie, Kultur und Tourismus zugutekommt. Gleichzeitig soll das Angebot die Verkehrssituation entlasten, indem das Parken in den Innenstadt-Parkhäusern am Rand attraktiver wird: Wer mit dem Auto anreist, kann dort parken und sich anschließend bequem und kostenfrei in der City bewegen. Der Starttermin ist bewusst gewählt: Valentinstag, ein Fastnachtswochenende und die kurz zuvor eröffnete Banksy-Ausstellung liefern gleich mehrere Anlässe, das neue Angebot direkt auszuprobieren und Hanau Innenstadt zu besuchen. **Hier** finden Sie weitere Informationen .



Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot (m/w/d)	Bewerbungsfrist
Landratsamt Breisgau-Hochschwarzwald	<u>Wirtschaftsförder:in</u>	15. März
Wedel Marketing e. V.	<u>Geschäftsführer:in</u>	22. März
Stadt Lohr am Main	<u>Citymanager:in</u>	15. März
Rendsburg Tourismus und Marketing GmbH	<u>Flächenmanager:in</u>	keine Angabe
Stadt Wildeshausen	<u>Wirtschaftsförder:in</u>	15. März

Wettbewerb „Klimaaktive Kommune 2026“

Bewerben können sich Städte, Landkreise und Gemeinden deutschlandweit mit bereits umgesetzten oder weit fortgeschrittenen, innovativen Klimaschutzprojekten, die nachweislich Treibhausgas-Emissionen vermeiden oder reduzieren. Ausrichter ist das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) mit Förderung der Nationalen Klimaschutzinitiative des Bundesumweltministeriums; Kooperationspartner sind die kommunalen Spitzenverbände. Teilnahmen sind in vier Kategorien möglich (Groß-, Mittel-, Kleinstädte/Gemeinden sowie Landkreise). Besonders erwünscht sind Kooperationen mit Wirtschaft, Zivilgesellschaft oder anderen Kommunen. Bewerbungszeitraum: Januar bis **Ende März 2026**. Sechs Projekte erhalten je 40.000 Euro; die Prämierung erfolgt voraussichtlich im November 2026 in Berlin. Projekte mit überwiegender NKI/Bundesmittel-Finanzierung sind ausgeschlossen. **Hier** finden Sie weitere Informationen zur Bewerbung.

Bundespreis Blauer Kompass

Zum 10-jährigen Jubiläum zeichnet der Bundespreis „Blauer Kompass“ die besten Projekte zur Anpassung an Klimafolgen wie Hitze, Dürre und Starkregen aus. Ausgelobt vom Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt, ist er die höchste staatliche Auszeichnung für Klimafolgenprojekte und mit 25.000 Euro pro Preisträgerprojekt dotiert. Bewerben können sich Projekte in fünf Kategorien: Kommunen, private und kommunale Unternehmen, Schulen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen sowie Vereine/Verbände/Stiftungen. Bewerbungsfrist ist der **20.03.2026** (Wettbewerbsstart: 20.01.2026). Nach Nominierung von 25 Projekten folgt ein öffentliches Online-Voting (16.–23.06.2026) für den Community-Preis; die Jury kürt am 02.07.2026 je Kategorie ein Gewinnerprojekt. Preisverleihung: 17.09.2026 in Berlin. Bewertet wird u. a. nach Wirksamkeit, Robustheit, Nachhaltigkeit, finanzieller Tragbarkeit, Flexibilität und positiven Nebeneffekten. **Hier** geht es zur Bewerbung.

Publikation: Transformation wirkungsvoll gestalten

Die Publikation **„Transformation wirkungsvoll gestalten – Kompetenzen für die Stadt im Wandel“** des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) zeigt, welche Fähigkeiten Städte und Gemeinden brauchen, um Wandel nicht nur zu verwalten, sondern aktiv zu gestalten – mitten im Alltag und gemeinsam mit der Stadtgesellschaft. Im Fokus stehen zentrale Herausforderungen wie Klimaanpassung, sozialer Zusammenhalt, neue Mobilitätsformen und die Belebung von Innenstädten. Klar wird: Transformation gelingt nur kooperativ – über Ressortgrenzen, Disziplinen und Organisationen hinweg.

Anhand von vier Pilotprojekten der Nationalen Stadtentwicklungspolitik in Homberg (Efze), Neuruppin, Nürnberg und Stuttgart wird greifbar, wie Kommunen zu Lernräumen für den Wandel werden: durch neue Partnerschaften zwischen Verwaltung, Zivilgesellschaft und Wirtschaft, durch Orte für Zukunftsbilder und durch Methoden, die Veränderung dauerhaft verankern. Die Publikation macht deutlich, wie „transformativer Muskelaufbau“ im Kleinen beginnt – und strategisch wirksam wird.



Bibliothek des Jahres 2026

Die Auszeichnung „Bibliothek des Jahres“ ist der einzige nationale Bibliothekspreis in Deutschland und würdigt seit 2000 vorbildliche, innovative Bibliothekskonzepte. Verliehen wird der mit 20.000 Euro dotierte Preis vom Deutschen Bibliotheksverband (dbv) mit wechselnden Partnern (2018–2025 gemeinsam mit der Deutschen Telekom Stiftung). Ausgezeichnet werden Bibliotheken aller Sparten und Größen. Vorschläge können dbv-Sektionen, Landesverbände, Kommissionen und Jurymitglieder einreichen; auch Eigenbewerbungen und wiederholte Bewerbungen sind möglich. Bewertet werden u. a. Qualität und Innovation, Strategie, Zukunftsorientierung und nachhaltige Wirkung, Service, Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung sowie die Qualität der Unterlagen. Bewerbungsschluss für 2026 ist der 31.03.2026. **Hier** finden Sie weitere Informationen.



20. März 2026

DVAG-Handelssymposium

Die Fachtagung „DVAG-Handelssymposium“ in Frankfurt am Main richtet den Blick nach vorn: Unter dem Leitmotiv „Zukünfte gestalten – Systeme, Spannungsfelder, Strategien“ diskutieren Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis, wie stationärer Einzelhandel und Innenstädte unter dem Druck von Digitalisierung, verändertem Konsumverhalten, Nachwirkungen der Corona-Pandemie und spürbarer Konsumzurückhaltung zukunftsfähig bleiben können. Statt Untergangsszenarien stehen realistische Perspektiven und tragfähige Lösungen im Mittelpunkt – für lebendige Einkaufsorte und attraktive Stadtzentren.

Im Programm am Freitag, 20. März 2026, setzen Impulsvorträge zentrale Akzente: Judith Behmer (rheingold Institut) beleuchtet gesellschaftliche und konsumbezogene Veränderungen, Prof. Dr. Tobias Just (IREBS) ordnet die Entwicklung moderner Innenstädte ein, und Manuel Jahn (Habona Invest Consulting) diskutiert die Spannung

zwischen Retail-Experience und User-Experience. In zwei Praxispanels geht es anschließend um die Zukunft des stationären Handels mit **Gerold Leppa**, Bundesvorsitzender bcsd, sowie um die Perspektiven von Handelsimmobilien zwischen Regulierung und sinkender Flächennachfrage. Den Abschluss bildet eine Exkursion in die Frankfurter Innenstadt mit Einblicken in aktuelle Projekte wie MyZeil und Midstad Frankfurt.

Die Teilnahmegebühr beträgt 180 Euro inklusive Programm und Catering; ermäßigte Tarife gelten für DVAG-Mitglieder und Studierende. **Hier** finden Sie weitere Informationen.



06. März 2026

Vorstellung Umfrageergebnisse „Digitale Verwaltung“

In vielen Kommunen wird intensiv an der Digitalen Transformation gearbeitet. Prozesse werden optimiert, neue Tools eingeführt, Pilotprojekte gestartet. Gleichzeitig fehlt oft der systematische Austausch darüber, welche digitalen Anwendungsfälle im Alltag tatsächlich Wirkung entfalten und die Lebensqualität für Bürger:innen verbessern.

Mit dieser Umfrage richten urban digital gemeinsam mit der bcsd den Blick genau darauf und machen sichtbar, wo Kommunen heute stehen. Die Ergebnisse und nächsten Schritte werden am 6. März von 10:00 bis 12:00 Uhr online besprochen. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

17. April 2026

Stadtimpulse Xpert

Am 17. April 2026 (11:00–12:30 Uhr) lädt stadtimpulse Xpert zur Sonderausgabe ein: „Hanau macht Innenstadt: Stadthof, Gewächshaus & aufLaden“. Wie kann eine Innenstadt aktiv gestaltet und nachhaltig belebt werden – jenseits einzelner Aktionen? Daniel Freimuth, Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH, gibt dazu einen vertieften Einblick in drei zentrale Projekte: den Stadthof, das Gewächshaus sowie die Ladenkonzepte rund um „Hanau aufLADEN“.

Im Mittelpunkt steht integrierte Innenstadtentwicklung in der Praxis: von der ersten Idee über Betrieb und Organisation bis hin zur Verstetigung. Teilnehmende erhalten konkrete Learnings, Erfolgsfaktoren und übertragbare Ansätze für Kommunen und Innenstadttakteur:innen – kompakt, praxisnah und mit Raum für Fragen. **Hier** finden Sie weitere Informationen.



Digitale Verwaltung für
lebenswerte Kommunen



Klicken Sie auf die Termine um mehr zu erfahren

bcsd- Veranstaltungen:

19. März 2026

Landesverbandstreffen
Brandenburg in Teltow

24. März 2026

Landesverbandstreffen
NRW in Mönchengladbach

03.–05. Mai 2026

Der Deutsche Stadtmarketingtag in
Frankfurt am Main

20. Mai 2026

Landesverbandstreffen
Niedersachsen-Bremen in Oldenburg

21. Mai 2026

Landesverbandstreffen
Baden-Württemberg

13.–15. September 2026

Die Deutsche Stadtmarketingbörse
in Cottbus

Weitere Veranstaltungen:

03.–05. März 2026

Internationale Tourismusbörse in
Berlin

06. März 2026

Präsentation Umfrageergebnisse
„Digitale Verwaltung“

06. März 2026

Forum StadtRaumZukunft 2026

09.–10. März 2026

German Council Congress Klartext

20. März 2026

DVAG-Handelssymposium
„Zukünfte gestalten“

24.–25. März 2026

Handelsimmobilienkongress

24.–27. März 2026

Urban future in Ljubljana, Slowenien

17. April 2026

Stadtimpulse Xpert

07.–09. Mai 2026

Frühjahrstagung des CMVO

09. Mai 2026

Tag der Städtebauförderung

21. Mai 2026

Aktionstag „Zusammenhalt in
Vielfalt“

08.–09. Juni 2026

Bundeskongress „Tag der Regionen“

09. Juni 2026

17. Hessischer Stadtmarketingtag

03. September 2026

30. IHK-Forum Stadtmarketing

03.–05. September 2026

Smart City Festival in Arhaus



© Peter Wleier

Besuchen Sie die bcsd auch auf und | Exklusiv für Mitglieder der bcsd: das **Mitgliederportal**

Impressum:

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

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Die in dieser E-Mail/diesem Newsletter 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. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger:innen bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter:in sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender:in der E-Mail in Verbindung. Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf www.bcسد.de dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an unsere Mail-Adresse office@bcسد.de. Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e. V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie [hier](#).