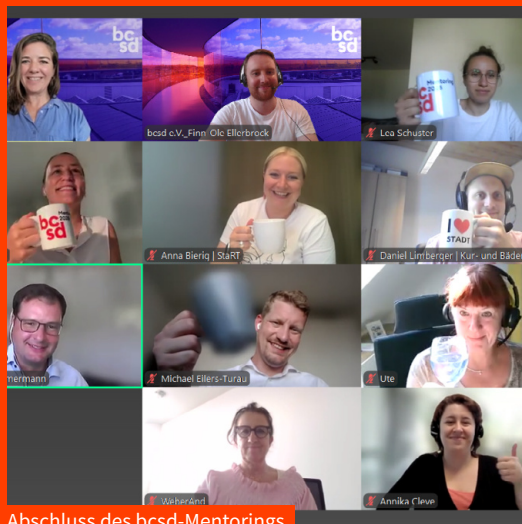




Stadtmarketingbörse 2025



Abschluss des bc sd-Mentorings



Best-Practice-Beispiel des Monats



Positionspapier des Deutschen Städtetages



Städtebaupreis 2025



bc sd-Umfrage zu Veranstaltungen

IN DIESER AUSGABE:

bc sd kompakt	Seite 2
Best-Practice Interview	Seite 5
Trends & Neuigkeiten	Seite 6
Jobs	Seite 9
Unsere neuen Mitglieder	Seite 10
Das Neueste aus den Städten.....	Seite 11
Wettbewerbe & Publikationen.....	Seite 12
Veranstaltungen	Seite 13
Die wichtigsten Termine	Seite 15

„Bildet Banden! - Allianzen für eine starke Stadt“

Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2025 in Münster

Vom **14. bis 16. September 2025** lädt die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bc sd e. V.) zur Deutschen Stadtmarketingbörse nach Münster ein. Unter dem Motto **„Bildet Banden! Allianzen für eine starke Stadt“** steht in diesem Jahr die Kraft der Zusammenarbeit im Fokus – ob zwischen Verwaltungseinheiten, Stadtgesellschaft und Wirtschaft oder innerhalb interdisziplinärer Teams. Gemeinsam wollen wir ausloten, wie gelingende Kooperation zum Motor für nachhaltige Stadtentwicklung werden kann – und wie Stadtmarketing seine Rolle als Brückenbauer und Impulsgeber weiterentwickeln kann.

Ein zentrales Element der Stadtmarketingbörse bleibt der Austausch von Erfahrungen aus der Praxis: In den Experience Rooms werden am Dienstagvormittag herausragende Best-Practice-Beispiele präsentiert, die zeigen, wie Kooperation in der Stadtentwicklung ganz konkret gelingt. Eines der vielen Highlights ist **allesBremen**, wo Stadtteilkoordination als strategisches Bindeglied zwischen Stadtgesellschaft, Verwaltung und Wirtschaft fungiert – für mehr Sichtbarkeit, Beteiligung und Identifikation. **@marburgliebe**, der Instagram-Kanal des Stadtmarketings Marburg inspiriert, indem kreative Collab-Postings digitale Reichweite in reale Wirkung für die Stadt übersetzen. Und Bielefeld Marketing zeigt eindrucksvoll, wie eine ehemals unterschätzte Stadtmarke durch partizipative Prozesse zur emotional aufgeladenen **Love Brand** wurde.

Daneben geben viele weitere Projekte wertvolle Impulse: von gemeinschaftlichem Stadtteilengagement wie bei **Aachener Innenstadtmorgen** oder dem **HUB Erle** in Raesfeld über Kulturformate wie **SCHNITTSTELLEN** in Meißen



Bielefelds Weg von der grauen Maus zur Love Brand

oder **Menden tanzt**, bis hin zu **strategischen Kooperationen** in Norderstedt, dem Städtepartnerschaftsprojekt **Sheffield Inn** in Bochum, innovativer **Jugendbeteiligung** im Zentrenverbund Soest-Lippstadt-Bad Sassendorf und der **Gründungsförderung 2.0** in Esslingen. Die Bandbreite zeigt: Erfolgreiches Stadtmarketing kann viele Formen annehmen – entscheidend ist der Mut zur Zusammenarbeit und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen.

Bereits am Sonntag können Teilnehmende Münster auf **verschiedenen Exkursionen** erleben – mit spannenden Touren zu Projekten und Orten, die zeigen, wie Stadtentwicklung konkret und kooperativ umgesetzt wird. Am Montagabend lädt der **Gastgeberempfang im LWL-Museum für Kunst und Kultur** zu Austausch und Vernetzung in besonderem Ambiente ein. Begleitend zum Programm bietet wie gewohnt die umfangreiche Fachausstellung die Möglichkeit, sich über neue Produkte, Projekte und Partner im Stadtmarketing zu informieren.

Wir freuen uns auf ein inspirierendes Wiedersehen in Münster! Wir danken zudem unseren Sponsoren MK Illumination, Zmyle, Ice-World, Hystreet.com, Nordflair Events, Deine Stadt lebt, Paul Lange & Co. KG. sowie der Consel Group.

Alle Informationen zum Programm sowie die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie **hier**.



Aachener Innenstadtmorgen

© Stadt Aachen - David Hermant - High-Social-Media

Sechs Monate. Acht Tandems. Viele Impulse

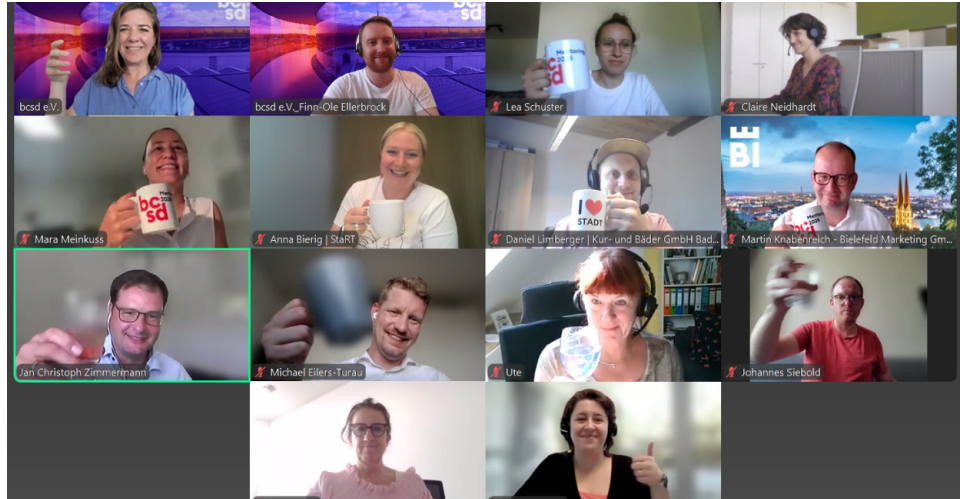
Der erste Jahrgang des bcSD-Mentorings ist abgeschlossen

Mit einem digitalen Abschlusstreffen ist unser erstes Mentoringprogramm erfolgreich zu Ende gegangen. Was als Pilotprojekt begann, hat sich schnell als wertvolles Format für persönlichen Austausch, berufliche Entwicklung und gegenseitiges Lernen etabliert.

„Das Mentoringprogramm des bcSD war für beide Seiten ein echter Gewinn: Mein Mentee konnte von meiner Erfahrung in der strategischen Unternehmensführung profitieren – und ich habe durch den frischen Blick und die Gründungsenergie neue Impulse für meine eigene Arbeit erhalten. Stadtmarketing bewegt sich in einem komplexen Geflecht verschiedenster Anspruchsgruppen – umso wichtiger ist es, voneinander zu lernen, mit positiver Energie voranzugehen und klare Impulse für eine lebendige Stadtentwicklung zu setzen.“

– Anja Barlen-Herbig, Mentorin

Für viele Mentees war das Programm die Gelegenheit, konkrete Fragen zu klären, neue Perspektiven zu gewinnen und sich in der eigenen Rolle zu stärken. Für die Mentor:innen war es eine Chance, ihr Wissen weiterzugeben – und dabei selbst neue Denkanstöße zu erhalten. Besonders erfreulich: einige Tandems wollen ihre Mentoring-Beziehung auch über das Programm hinaus fortsetzen.



Schon jetzt vormerken:

Die Bewerbungsfrist für die nächste Mentoringrunde startet voraussichtlich im September 2025. Wer Interesse hat, dabei zu sein – ob als Mentor:in oder Mentee – kann sich ab sofort unverbindlich bei uns melden. Senden Sie dazu eine Email an office@bcSD.de.

Und wer uns persönlich treffen möchte:

Im Rahmen der Deutschen Stadtmarketingbörse in Münster planen wir ein informelles Meet-up – Gelegenheit zum Kennenlernen, Austauschen und Fragen stellen.

Mehr Infos zum Mentoringprogramm:
www.bcsd.de/mentoring

ANZEIGE

Wie attraktiv ist Ihre City? Passantenfrequenz ist die Messzahl.

MESSEN – VERGLEICHEN – PROFITIEREN
mit hystreet.com

Mehrwerte

- Einzelhändler mit exakten Frequenzdaten unterstützen
- Cityevents analysieren und begründen
- Stadtentwicklung planen und evaluieren

JETZT PARTNER WERDEN



hystreet.com

Das größte
Netzwerk für
Passantenfrequenzen
➤ 110 STÄDTE
➤ 320 STANDORTE
6 LÄNDER

Die Landestreffen in Schleswig-Holstein

Das Neueste aus den Landesverbänden

Am 17. Juli traf sich der bcsd-Landesverband Schleswig-Holstein zum Sommer-Treffen in Kiel. Im Mittelpunkt stand das Thema „Digitale Stadt“. Neben dem Bericht aus Berlin gab es spannende Impulse aus Kiel, etwa zur Digitalisierung der lokalen Wirtschaft und zum KielGutschein. Im anschließenden Austausch konnten die Teilnehmenden eigene Erfahrungen und Projekte einbringen. Nach einem gemeinsamen Mittagsimbiss führte eine Innenstadt-Exkursion in den „Zukunftsraum“ – ein innovativer Ort für Beteiligung, Wandel und urbane Entwicklung. Die optionale Besichtigung des SEALEVEL ergänzte das Programm. Vielen Dank an Kiel-Marketing für die Gastfreundschaft und Organisation!



Das SEA LEVEL in Kiel

Die bcsd auf LinkedIn

Themen, die unsere Community begeistern

Große Resonanz gab es im Juli für unseren LinkedIn-Post zur Referentin Dr. Annegret Saxe. Sie spricht auf der **Deutschen Stadtmarketingbörse 2025** über die Rolle regionaler Banken als starke Partner des Stadtmarketings und wie durch vertrauensvolle Kooperationen echte Wirkung für Städte erzielt werden kann.

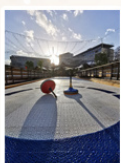
Hier geht es zum Post. Vernetzen Sie sich mit uns auf LinkedIn für spannende Einblicke und aktuelle News.



Schon gewusst?

Die Landesverbände der bcsd vertreten die Mitglieder auf Landesebene und organisieren zweimal jährlich kostenlose Landestreffen zur regionalen Vernetzung. Auch Nicht-Mitglieder sind willkommen – kommen Sie gerne vorbei! Alle Infos zu den Landesverbänden und den Landestreffen finden Sie **hier**.

ANZEIGE

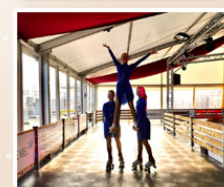
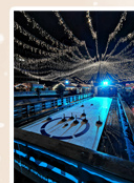


interevent

Ihr Partner für mobile Rollschuh-
und
Stockschießbahnen



www.interevent.de



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 130 ausgezeichnete Best-Practice-Beispiele. Sie haben ebenfalls ein innovatives Projekt? Dann bewerben Sie sich gerne. Weitere Informationen finden Sie unter: www.unsere-stadtimpulse.de



© Markt Teisendorf / Wirtschaftskreis Teisendorf

Dieses Mal stellen wir Ihnen ein Projekt aus den Kategorien „Innovation im Handel“, „Events. Belebung & Frequenz“ und „Organisation und Zusammenhalt“ vor: Was während der Pandemie als kreative Idee begann, hat sich längst als Erfolgsmodell etabliert: Beim **„ZammKema in der Marktstraße“** verwandelt sich die historische Marktstraße in Teisendorf alle zwei Wochen im Sommer in einen lebendigen Treffpunkt. Donnerstags von 17 bis 22 Uhr wird die Straße für den Verkehr gesperrt und zur Bühne für Musik, Genuss und Begegnung. Lokale Gastronomie, Geschäfte und Vereine sorgen gemeinsam mit Musikerinnen, Künstlerinnen und Ehrenamtlichen für ein herzliches Miteinander.

Das Format punktet mit niedrigen Kosten, hoher Identifikation und regionaler Strahlkraft: „ZammKema“



© Markt Teisendorf / Wirtschaftskreis Teisendorf

Interview des Monats Dr. Carsten Brosda

Warum fällt es uns so schwer, optimistisch in die Zukunft zu blicken? Was braucht eine Gesellschaft, die sich nicht spalten lässt - sondern zusammenhält? Im Interview spricht Hamburgs Kultursenator Dr. Carsten Brosda über Zuversicht als politische Haltung, die Rolle von Kultur, Stadtmarketing und bürgerschaftlichem Engagement.



Hier finden Sie das gesamte Interview. Schreiben Sie gerne in die Kommentare, was Sie darüber denken und abonnieren Sie unseren Kanal. Weitere Expert:innen-Interviews finden Sie auch in unserer **Mediathek**.

wurde bereits mit dem Bayerischen Stadtmarketingpreis ausgezeichnet und gilt über die Gemeindegrenzen hinaus als Markenzeichen Teisendorfs.

Einheimische, Gäste und Urlauber erleben die Ortsmitte neu – als Ort des Austauschs, der Lebensfreude und des gemeinschaftlichen Feierns. So stärkt „ZammKema“ nicht nur den sozialen Zusammenhalt, sondern auch das Image und die Attraktivität Teisendorfs als lebendigen Gewerbestandort mit besonderer Aufenthaltsqualität.

Städte als Marken

Deutscher Städtetag betont Relevanz von Stadtmarketing

Mit dem Diskussionspapier „**Die Stadt als Marke**“ hat der Deutsche Städtetag ein starkes Signal gesetzt: Stadtmarketing wird als zentraler Bestandteil integrierter Stadtentwicklung anerkannt. Beschlossen vom Hauptausschuss im Mai 2025, beleuchtet das Papier die strategische Bedeutung von Markenprozessen und die vielfältigen Rollen der beteiligten Akteur:innen – von der Verwaltung über Wirtschaft und Tourismus bis hin zur Kultur und Zivilgesellschaft.

Städte stehen in einem zunehmenden Standortwettbewerb – um Fachkräfte, Unternehmen, Investitionen, Gäste und neue Einwohner:innen. Eine klare Positionierung und ein überzeugendes Stadtimago werden dabei immer wichtiger. Die Stadtmarke fungiert in diesem Kontext als Instrument, das die Stärken, Besonderheiten und Zukunftsbilder einer Stadt bündelt und sichtbar macht. Sie schafft Identifikation nach innen und Orientierung nach außen – und macht so die Stadt als Lebens-, Arbeits- und Erlebnisraum greifbar.

Das Diskussionspapier macht deutlich, dass Stadtmarketing nicht isoliert funktionieren kann. Es ist eine Querschnittsaufgabe, die Kooperation erfordert und auf Dialog setzt. Ob Klimaprozesse, Quartiersentwicklung, Innenstadtbelebung oder kulturelle Stadtinszenierungen – überall dort, wo es um gemeinsames Stadtgestalten geht, ist Stadtmarketing Brückenbauerin und Impulsgeberin. Zahlreiche Praxisbeispiele im Papier zeigen, wie Städte diesen Weg bereits erfolgreich beschreiten.

Besonders wichtig ist der Appell des Städtetags an Bund und Länder: Um die Potenziale des Stadtmarketings dauerhaft zu sichern, braucht es verlässliche Rahmenbedingungen und ein breites, flexibles Förderangebot – insbesondere in Zeiten kommunaler Haushaltsengpässe.

Die Stadt als Marke

Diskussionspapier des Deutschen Städtetages

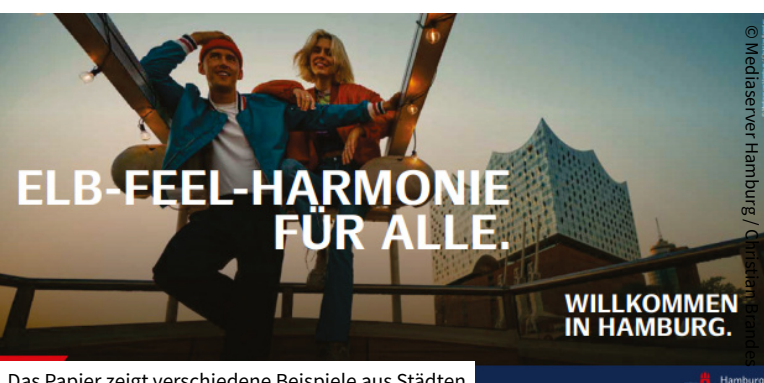


STAEDTETAG.DE

„Wir begrüßen sehr, dass der Deutsche Städtetag mit diesem Diskussionspapier die strategische Relevanz von Stadtmarketing betont und die Vielfalt seiner Akteurinnen und Akteure sichtbar macht. Stadtmarketing ist ein unverzichtbarer Bestandteil integrierter Stadtentwicklung. Es bringt Menschen, Themen und Institutionen zusammen, verbindet lokale Identität mit Zukunftsvisionen, schafft Sichtbarkeit und Begegnungsorte – und sorgt so für lebenswerte Städte. Wir freuen uns, dass diese zentrale Rolle nun auch in diesem Papier klar anerkannt wird, und unterstützen ausdrücklich den Appell nach verlässlichen Rahmenbedingungen sowie flexiblen Förderstrukturen, damit Städte ihre Potenziale nachhaltig entfalten können. Die bcSD hat maßgeblichen Anteil daran, dass das Papier entstanden ist und im Deutschen Städtetag beraten wurde. Wir werden auch weiterhin mit vielen anderen daran arbeiten, dass möglichst viele Kommunen die Kraft des Stadtmarketings für die Stadtentwicklung entfalten können.“



- Bernadette Spinnen, Bundesvorsitzende bcSD



Das Papier zeigt verschiedene Beispiele aus Städten

Spannende Impulse für unsere Städte

Wuppertal gewinnt den Städtebaupreis 2025

Der Deutsche Städtebaupreis 2025 geht an den BOB Campus in Wuppertal, während der Sonderpreis unter dem Motto „Umbaukultur in der zirkulären Stadt“ an das Projekt Kellogg Pier in Bremen verliehen wurde. Der von der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung (DASL) ausgelobte und von der Wüstenrot Stiftung geförderte Preis gilt als wichtigste nationale Auszeichnung für nachhaltige und zukunftsweisende Stadtgestaltung.

Der BOB Campus zeigt, wie aus einer ehemaligen Industriebrache durch gemeinschaftliches Engagement, Beteiligung und sensiblen Umbau ein lebendiger Ort zum Arbeiten, Lernen und Wohnen entsteht. Die Jury würdigte besonders das partizipative Vorgehen und die gemeinwohlorientierte Zielsetzung – Aspekte, die auch für das Stadtmarketing zunehmend an Bedeutung gewinnen.



BOB Campus Wuppertal

Der Sonderpreis ging an den Kellogg Pier in Bremen – ein Projekt, das industrielle Bestandsarchitektur durch kreative Umnutzung, Zwischennutzungen und ein quartiersbezogenes Energiekonzept neu belebt. Es steht beispielhaft für den ressourcenschonenden Umgang mit bestehenden Strukturen und bietet Impulse für transformative Stadtteilentwicklung im Sinne einer nachhaltigen Umbaukultur. Mit insgesamt 85 eingereichten Projekten zeigte der Wettbewerb erneut die große Vielfalt und Qualität aktueller Stadtentwicklungsinitiativen.

Für das Stadtmarketing liefern die Preisträger wertvolle Ansätze: Wie können Orte durch kooperative Prozesse neu belebt werden? Wie gelingt es, räumliche, soziale und ökologische Aspekte in zukunftsfähige Gesamtstrategien zu integrieren? Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



ANZEIGE

Planen Sie jetzt Ihre
Eisbahn für Winter
2025 – und machen
Sie Ihre Stadt
zum winterlichen
Highlight!



ICE-WORLD^{GmbH}
JOIN THE ICE EXPERIENCE

JETZT EISBAHN SICHERN



Ein Debattenbeitrag über den Einsatz künstlicher Intelligenz

KI im Stadtmarketing: Zwischen Effizienz und Haltung

Wie nutzen wir Künstliche Intelligenz im Stadtmarketing – und wo sind ihre Grenzen? Unsere Kolleg:innen von Stadtmarketing Austria haben diese Fragen in einem aktuellen Beitrag treffend auf den Punkt gebracht. Ihre Botschaft: KI ist da, sie bleibt – aber sie ersetzt nicht das Gespür für Stadt, nicht die Haltung, nicht das menschliche Maß.

Auch wir bei der bc sd sehen in KI ein hilfreiches Werkzeug, etwa bei der Analyse von Daten, der Texterstellung oder der Visualisierung von Ideen. Sie kann Prozesse beschleunigen und Ressourcen freisetzen. Aber sie kann nicht zuhören, nicht vermitteln, nicht spüren. Und sie ersetzt keine Beteiligung, keine Verantwortung und keine Vision.



Gerade im Stadtmarketing, das Brücken baut zwischen Verwaltung und Stadtgesellschaft, zwischen Ort und Identität, braucht es beides: Offenheit für neue Tools – und einen wachen Blick für deren Wirkung. KI kann inspirieren, aber sie darf nicht die Erzählung übernehmen. Denn Stadt ist mehr als ein Algorithmus. Sie ist Beziehung, Geschichte, Atmosphäre.

Deshalb begrüßen wir sehr, dass Stadtmarketing Austria diese Debatte eröffnet und betont: KI muss mit Bedacht eingesetzt werden. Als Unterstützung, nicht als Ersatz. Als Impuls, nicht als Automatismus. Und immer mit der Frage: Was nützt der Stadt – und was nützt den Menschen, die in ihr leben?

Hier gelangen Sie zum Artikel von Daniela Limberger, Vizepräsidentin Stadtmarketing Austria.

Mobilität und Erreichbarkeit neu denken

Stellplätze bedarfsgerecht planen

Wie kann die Reduzierung von Stellplätzen im Wohnungsbau gelingen – ohne die Erreichbarkeit des Einzelhandels zu gefährden? Ein aktuelles Projekt der stattbau münchen GmbH zeigt: Mobilitätsstationen mit Lastenrädern, Pedelecs und Anhängern auf privaten Flächen bieten alltags-taugliche Alternativen zum privaten PKW. Besonders im kommunalen Wohnungsbau funktioniert das bereits erfolgreich. Die Landeshauptstadt München hat in der vergangenen Woche den Auftrag vergeben, das Konzept weiterzuentwickeln. Die Ergebnisse sollen in die Erstellung der neuen Stellplatzsatzung einfließen – ein praxisnaher Beitrag für eine flexible, zukunftsorientierte Mobilitätsplanung im urbanen Raum.



Ein Blick über den Tellerrand

Ausgezeichnete Innenstadtprojekte in den Niederlanden

Beim Dag voor de Binnenstad 2025 wurden Den Bosch und Alphen aan den Rijn mit dem Titel „Meest Inspirerende Binnenstadsproject“ ausgezeichnet. Die jährlich vergebene Auszeichnung würdigt Projekte, die neue Impulse für Innenstädte setzen – dieses Jahr unter den Leitmotiven „Zusammenarbeit“ sowie „Erreichbarkeit & Zugänglichkeit“.

Den Bosch erhielt die Auszeichnung für das Projekt „Waar Draken Wonen“, das auf spielerische Weise Familien und Kinder in die Innenstadt einlädt. Durch Drachenspuuren, Poster und eine digitale Schnitzeljagd entsteht eine alternative Nutzung der Innenstadt in frequenzschwächeren Zeiten. Die Jury hob hervor, wie hier niedrigschwellige Zugänge geschaffen werden, um den öffentlichen Raum attraktiv und familienfreundlich zu gestalten.



© Binnenstadsmanagement

Alphen aan den Rijn wurde für das Projekt „Gezond Stadshart“ geehrt – ein kooperatives Vorhaben, das seit 2019 auf Begrünung, Hitzeminderung und Aufenthaltsqualität im Zentrum zielt. Stadtverwaltung, Anwohnende, Handel und weitere Akteure arbeiten gemeinsam an einer nachhaltigen Entwicklung des Stadtkerns. Die Jury würdigte insbesondere die langfristige Zusammenarbeit und den strategischen Anspruch des Projekts.

Beide Beispiele zeigen praxisnahe Ansätze zur Innenstadtentwicklung, die auch für Akteurinnen und Akteure im deutschsprachigen Raum Anknüpfungspunkte bieten – etwa im Bereich zielgruppenspezifischer Ansprache oder integrierter Kooperationsmodelle. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



© Alphen aan den Rijn

Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot (m/w/d)	Bewerbungsfrist
Stadtmarketing Fellbach e. V.	<u>Geschäftsführer:in</u>	31. August
Linzer City Ring	<u>Standortmanager:in</u>	17. August
Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau	<u>Geschäftsführer:in</u>	30. August
Lemgo Marketing e. V. & Lemgo Veranstaltungs GmbH & Co. KG	<u>Geschäftsführer:in</u>	31. August

Stadtmarketing Bad Gandersheim GmbH

Die Stadtmarketing Bad Gandersheim GmbH ist seit Anfang 2024 als 100-prozentige Tochter der Stadt aktiv und bündelt seit Februar 2025 die bisherigen Stadtmarketing-aktivitäten sowie die städtische Tourist-Information unter einem Dach. Mit sieben Mitarbeitenden verfolgt die Gesellschaft das Leitmotiv „Kultur pur“ und macht die kulturelle Identität der Stadt sichtbar.

Seit ihrer Gründung hat die GmbH die Sichtbarkeit des Stadtmarketings gestärkt – u.a. durch ein Leuchtturmprojekt an den Osterbergseen, einen zentralen Veranstaltungskalender, eine moderne touristische Website mit Anbindung an den Niedersachsen HUB sowie eine enge Zusammenarbeit mit der lokalen Gastronomie. Aktuelle Schwerpunkte liegen im Tourismusmarketing, Veranstaltungsmanagement, der Digitalisierung und dem Ausbau des Kulturmarketings. Zudem engagiert sich die GmbH stark für das Ehrenamt und plant die Neugestaltung der Tourist-Information in der Innenstadt.

Zukünftig stehen vor allem die Innenstadtbelebung, Leerstandsmanagement und die Stärkung lokaler Betriebe im Fokus – bei gleichzeitig begrenzten Ressourcen. Gefragt sind kreative und kooperative Ansätze, um Bad Gandersheim nachhaltig weiterzuentwickeln.



© Stadt Bad Gandersheim - Hötzel

STICKERFREUNDE

Wir sind die STICKERFREUNDE und verwandeln Ihre Stadt in ein unvergessliches Sammlerlebnis! Mit unserer Herzensidee „Sammel Deine Stadt“ bringen wir Emotion, Identität und Gemeinschaft in ein einzigartiges Stickeralbum. Jeder Sticker erzählt eine Geschichte – von Menschen, Geschäften, Lieblingsplätzen, besonderen Momenten und Vereinen. Das Ergebnis: Ein Album, das nicht nur großen Sammelspaß bereitet, sondern auch die eigene Heimatliebe zum Vorschein bringt.

Unsere Sammelaktionen sind mehr als ein Projekt – sie sind ein Erlebnis für die ganze Region. Sie wecken Heimatstolz, bringen Generationen zusammen und zeigen die eigene Heimat aus einer anderen Perspektive. Individuell gestaltet, liebevoll umgesetzt und nachhaltig produziert, wird jede Aktion zu einem Unikat – so einzigartig wie Ihre Stadt selbst. Ob Stadtjubiläum, Stadtmarketing-Kampagne oder Kinderstadttalbuch – wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen ein Konzept, das begeistert. Ein weiteres Marketingtool könnte die Einbindung Ihres regionalen Stadtgutscheins in die gesamte Sammelaktion sein.

Dadurch lenken Sie die Aufmerksamkeit gezielt auf den lokalen Handel. So entsteht echtes Miteinander – emotional, sichtbar und wirksam.



STICKERFREUNDE
Heimat. Liebe. Leidenschaft.

Unsere Stärke ist die Nähe – zu den Menschen, zu den Orten, zu Ihren Ideen. Denn wir glauben: Zusammenhalt beginnt bei gemeinsamen Erlebnissen. Und was könnte verbindender sein, als gemeinsam zu sammeln, zu tauschen, zu kleben?

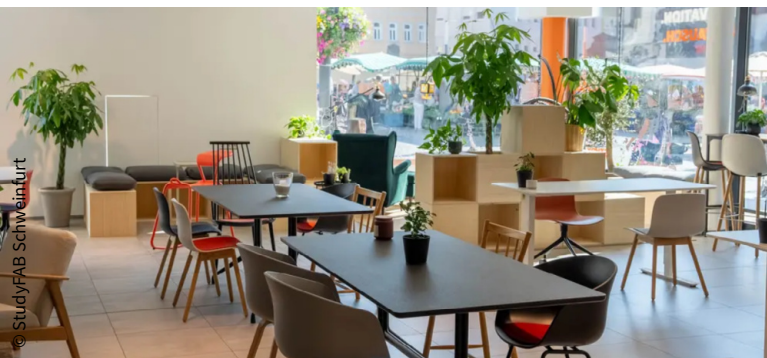
Lassen Sie uns gemeinsam Erinnerungen schaffen, die bleiben. Haben Sie eine Idee, ein Ziel, ein Herzensprojekt? Ganz gleich, welcher Anlass oder wie groß der Umfang – wir realisieren Ihr individuelles Projekt gemeinsam mit Ihnen. Sprechen Sie uns an – wir **STICKERFREUNDE** freuen uns darauf, Ihre Geschichte aufs Papier zu bringen.



StudyFAB Schweinfurt – Raum für Ideen, Innovation und Innenstadtbelebung

Mit der StudyFAB ist in Schweinfurt ein offener Innovationsraum entstanden, der Stadtentwicklung, Gründungskultur und Hochschulwissen verbindet. In Kooperation mit der THWS wurde ein leerstehendes Innenstadtbauwerk zum kreativen Treffpunkt für Studierende, Gründer, Unternehmen und Bürger umgestaltet.

Die StudyFAB steht für niederschwellige Teilhabe, neue Netzwerke und gemeinsames Gestalten – vom Workshop bis zum After-Work. Sie zeigt, wie Wirtschaftsförderung sichtbar und erlebbar wird – durch Kooperation, Vertrauen und kreative Nutzung vorhandener Räume. Ein zukunftsweisender Impuls für lebendige Innenstädte.



WhatsApp-Kommunikation in Gronau

In Gronau nutzt das Stadtmarketing seit über zwei Jahren erfolgreich WhatsApp-Kanäle, um Einzelhandel, Gastronomie und Innenstadtakteure schnell und zielgerichtet zu informieren. Ob Eventankündigungen, Baustelleninfos oder Verwaltungsthemen – die Informationen landen direkt auf dem Smartphone, ohne Umwege. Die unkomplizierte Kommunikation spart Ressourcen, stärkt das Vertrauen und fördert die Zusammenarbeit. Auch Servicekräfte und Aushilfen bleiben so informiert. Das Projekt zeigt: Mit einfachen, digitalen Mitteln lässt sich Teilhabe im Stadtmarketing stärken – alltagstauglich, effizient und mit großer Wirkung für die Innenstadtkommunikation.



Kooperation, die wirkt – Quartiersmanagement Sandheide in Erkrath

Das Quartiersmanagement Sandheide zeigt, wie Stadtmarketing als Brückenbauer wirkt: Es vernetzt Verwaltung, Vereine und Stadtgesellschaft und schafft durch kreative Beteiligungsformate echte Teilhabe – etwa bei der Neugestaltung des Campus oder dem Nachbarschaftsfest „Lichterwald“.

Besonders erfolgreich: analoge, niedrigschwellige Aktionen direkt im Quartier, die Menschen aktivieren und Vertrauen aufbauen. Stadtmarketing wird so zur dauerhaften Plattform für Kooperation. Die Sandheide macht vor, wie Nachbarschaft, Identifikation und Stadtentwicklung in herausfordernden Quartieren gestärkt werden können – nachhaltig, wirksam und gemeinsam.



Ein Raum für alle in Monheims Innenstadt

Das Pop-Up „Mittendrin“ in Monheim am Rhein verwandelt Leerstände in kreative Begegnungsräume. Workshops, Ausstellungen und Mitmachformate fördern Teilhabe und Gemeinschaft. Das Projekt lebt von echter Kooperation zwischen Stadt, Handel, Kultur und Bürgerschaft – und zeigt, wie Innenstadtentwicklung emotional, flexibel und gemeinschaftlich gestaltet werden kann. „Mittendrin“ macht Stadtidentität erlebbar und schafft Raum für neue Ideen.



Wettbewerb „Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort“ Niedersachsen

Die Besucher:innen- und Kund:innenfrequenz in den Zentren von Städten und Gemeinden lässt sich auf vielfältige Weise steigern. Der Kreativität sind dabei kaum Grenzen gesetzt – entscheidend ist der sichtbare Erfolg vor Ort. Gesucht werden Projekte, die das stationäre Einkaufserlebnis stärken, neue Zielgruppen ansprechen und zur Belebung des lokalen Handels beitragen. Im Fokus stehen Konzepte, die sich bewusst von traditionellen Formaten abheben und innovative Wege gehen.

Teilnahmeberechtigt sind sowohl Einzelunternehmen als auch gemeinschaftliche Initiativen auf lokaler oder regionaler Ebene. Ziel des Wettbewerbs ist es, gelungene Ansätze zu würdigen und als Best-Practice-Beispiele aus Niedersachsen öffentlich sichtbar zu machen. Der Wettbewerb 2025 steht unter dem Motto „Frequenzbringer Handel“. Ausgezeichnet werden die überzeugendsten Projekte aus dem ganzen Bundesland. Bewerbungsschluss ist der **22. August**. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

BBSR-Veröffentlichung „Gesundheit in der Stadt“

Das Forschungsprojekt „Gesundheit in der Stadt“ des Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung untersucht, wie sich das Spannungsfeld zwischen zunehmender Verdichtung, Innenentwicklung und gesundheitlichen Anforderungen gestalten lässt. Dichte und Nähe in wachsenden Städten führen häufig zu Nutzungskonflikten, etwa durch Lärm, schlechte Luftqualität, Hitze oder unzureichende Grünflächen. Diese Faktoren können die Lebensqualität und Gesundheit beeinträchtigen. Die Studie zeigt: Viele Großstädte sind konzeptionell gut aufgestellt

und setzen auf integrierte Ansätze auf Quartiersebene. Formelle Planungsinstrumente wie Flächennutzungs- und Landschaftsplan helfen, gesundheitliche Aspekte auch gesamtstädtisch zu berücksichtigen. Am Beispiel zweier Berliner Bezirke wurde gezeigt, wie kleinräumige, rasterbasierte Analysen helfen können, konkrete Problemstellungen sichtbar zu machen und Maßnahmen gezielt umzusetzen. [Hier](#) gelangen Sie zur Publikation.



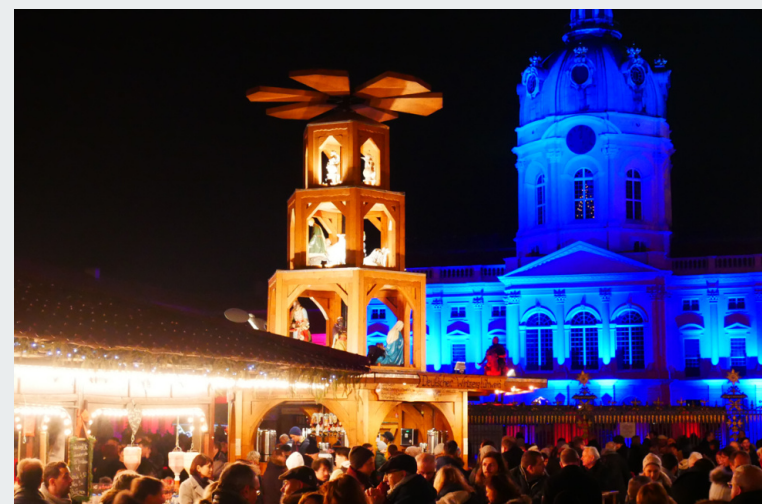
bcsd-Umfrage zu Veranstaltungen im öffentlichen Raum

Veranstaltungen im öffentlichen Raum sind ein zentraler Bestandteil der Stadtentwicklung und des Stadtmarketings. Sie fördern das Gemeinschaftsgefühl, machen Innenstädte lebendig und attraktiv und sind zugleich wichtige Impulsgeber für Handel, Gastronomie und Tourismus. Doch die Rahmenbedingungen für deren Durchführung verändern sich zunehmend: Sicherheitsauflagen, Zufahrtsschutz, Genehmigungsverfahren, steigende Kosten und neue Anforderungen an Nachhaltigkeit stellen Kommunen und Veranstalter gleichermaßen vor wachsende Herausforderungen.

Vor diesem Hintergrund führt die bcsd aktuell eine umfassende Umfrage durch, die sich mit genau diesen Themen beschäftigt. Ziel ist es, aktuelle Entwicklungen, Erfahrungen und Problemlagen zu erfassen und belastbare Daten zu generieren, die eine Grundlage für die politische Kommunikation und die strategische Weiterentwicklung der Verbandsarbeit bieten. Die Umfrage ist eine Fortschreibung der bcsd-Erhebung aus dem Jahr 2017 und wurde um relevante neue Themenfelder erweitert – insbesondere zu Nachhaltigkeit, Sicherheit und Finanzierung

Die Beantwortung der Umfrage dauert etwa 30 Minuten – ein Zeitaufwand, der sich lohnt. Je mehr Erfahrungswerte und Perspektiven einfließen, desto aussagekräftiger werden die Ergebnisse – und desto stärker die Stimme der Stadtmarketing-Akteure im politischen Diskurs.

Eine Teilnahme ist für Mitglieder noch bis zum **18. August** möglich.



27. & 28. November

ICR-Seminare „Moderation“ und „Großgruppen moderieren“

Ob kleine Teamsitzung oder großer Bürgerdialog – gute Moderation ist entscheidend. Am 27. November vermittelt das Seminar „Moderation“ praxisnah die Grundlagen wirksamer Moderation, Methodenwahl und typische Stolperfallen. Das Training bietet Raum zum Ausprobieren und richtet sich an Einsteiger:innen wie Fortgeschrittene.

Am 28. November folgt das Seminar „Großgruppen moderieren“. Hier geht es um geeignete Formate für Bürgerbeteiligung, den Umgang mit kritischen Themen und die Auswahl passender Methoden für verschiedene Fragestellungen. Ziel ist es, fundierte Entscheidungen zur Beteiligungskultur treffen zu können. Beide Seminare finden in München statt und werden von Andrea Bastian und Gisela Goblirsch gehalten. Alle Informationen und zum genauen Ablauf finden Sie [hier](#).

20. August

Fachtagung Stadtmarketing in Chemnitz

Die „Fachtagung Stadtmarketing“ ist seit mehreren Jahren ein vielbeachtete Tagung für Stadt- und Citymarketing-Verantwortliche, Wirtschaftsförderer sowie weitere kommunale Vertreter:innen und Institutionen, die sich mit den Themen der Innenstadtentwicklung beschäftigen. Sie findet regelmäßig in der Industrie- und Handelskammer Chemnitz statt. Der Veranstaltung kommt in diesem Jahr eine besondere Bedeutung zu, da Chemnitz als Europäische Kulturhauptstadt 2025 viel zu bieten hat.

Die IHK Chemnitz und das Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, unterstützt von der fachlichen Expertise der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH und der MK Illumination Handels GmbH, zeichnen für eine fachlich hochkarätige Veranstaltung. Gemeinsam mit dem CMVO werden hierfür Referenten mit spannenden Themen und Praxisbeispielen gewonnen.

Auf Sie warten neue Impulse und kreative Ideen für das Stadtmarketing, Praxisbeispiele aus verschiedenen Regionen Deutschlands und natürlich viel Raum für Diskussionen. Nutzen Sie die Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch mit Stadtmarketingakteur:innen aus ganz Sachsen und darüber hinaus. Das Programm und die Möglichkeit der Anmeldung findet sich [hier](#).

02. Oktober online

bcsd-Seminar „Organisationsstrukturelle Aspekte“

Knappe Haushalte und begrenzte Fördermittel stellen das Stadtmarketing vor neue Herausforderungen. Fragen nach geeigneter Organisation und Finanzierung gewinnen an Bedeutung – oft unter stärkerer Berücksichtigung rechtlicher und haushalterischer Rahmenbedingungen. Das Seminar bietet Personen in leitender Funktion im Stadtmarketing Einblick in die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen und relevanten Veränderungen. Im Mittelpunkt stehen dabei unter anderem Überlegungen zur passenden Organisationsform, zu Kooperationsmodellen sowie zur Rolle von Fördervereinen. Auch steuerliche, vergabe- und beihilferechtliche Aspekte im Kontext von Stadtmarketing und Veranstaltungsmanagement werden behandelt. Das Seminar wird geleitet von Rechtsanwalt Andreas Schriefer (anwaltsKontor Schriefer Rechtsanwälte). [Hier](#) können Sie sich anmelden.



27.-29. Oktober

bcsd-Seminar „Veranstaltungsleiter:in im öffentlichen Raum“

Mit steigenden Sicherheitsanforderungen wachsen auch die Unsicherheiten bei Veranstalter:innen. Erst kürzlich haben wir dieses Thema im bcsd-Online-Austausch mit über 170 Teilnehmenden diskutiert. Mit dem Seminar vom 27. - 29. Oktober in Frankfurt möchten wir konkrete Hilfestellung geben. Es richtet sich an Jene, die Veranstaltungen professionell planen und sicher durchführen möchten. Referent Thomas Severin – selbst lange im Stadtmarketing aktiv – vermittelt rechtliche Grundlagen, Aufgabenprofile der Veranstaltungsleitung sowie Handlungsempfehlungen zur Gefährdungsbeurteilung und Erstellung von Sicherheitskonzepten. Ziel ist es, Sicherheit im Stadtmarketing strategisch mitzudenken – praxisnah, rechtskonform und abgestimmt mit allen Beteiligten. Hier geht es [zur Anmeldung](#).



18.–19. September

46. Fachtagung des VMM

Die 46. Fachtagung des VMMs thematisiert die tiefgreifenden Veränderungen, vor denen Innenstädte und urbane Räume aktuell stehen – insbesondere im Zusammenspiel von Handel, Stadtentwicklung und kreativer Gestaltung. Im Zentrum steht die Frage, wie urbane Räume lebendig, attraktiv und zukunftsfähig bleiben können – und welche Aufgaben dabei auf Gestalter, Kreative und das visuelle Marketing zukommen. Die Veranstaltung ist Treffpunkt für Branchenexperten rund um aktuelle Trends und Zukunftsthemen und bietet eine Plattform zum Networking und Austausch von Erfahrungen. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



04. September

29. IHK-Forum Stadtmarketing

Wie lässt sich die Transformation der Innenstadt konkret gestalten – und welche Rolle spielt das Stadtmarketing dabei? Das diesjährige IHK-Forum Stadtmarketing in Hannover widmet sich diesen Fragen mit einem vielfältigen Programm. Keynotes am Vormittag beleuchten unter anderem, wie Multifunktionalität umgesetzt werden kann und welche Auswirkungen der Wandel auf das Stadtmarketing hat. Vier parallel stattfindende Fachforen greifen Themen wie KI, konsumfreie Orte oder Sicherheitsaspekte bei Veranstaltungen auf.

Am Nachmittag stellen Werkstattberichte praxisnahe Projekte zur Belebung von Innenstädten vor – mit Ideen, tragfähigen Strukturen und innovativen Finanzierungsansätzen. Die Veranstaltung bietet zahlreiche Möglichkeiten zum Austausch mit Fachkolleg:innen sowie mit ausstellenden Organisationen. Hier finden Sie die [Anmeldung](#).



18.–19. August

TÜV-Seminar „Zufahrtsschutz für Veranstaltungen im öffentlichen Raum“

Wie lassen sich Veranstaltungen wirksam vor Fahrzeugangriffen schützen? Dieses Seminar vermittelt praxisnahes Wissen zur sicheren Planung und Umsetzung von Zufahrtsschutzmaßnahmen. Teilnehmende erhalten Einblick in rechtliche Grundlagen, Prüfsysteme sowie Vor- und Nachteile verschiedener Fahrzeugsperren. Im Fokus stehen die Integration in Verkehrskonzepte, Gefährdungsanalysen und Best-Practice-Beispiele. Ziel ist es, Verantwortliche aus Verwaltung, Organisation und Eventplanung in die Lage zu versetzen, Schutzmaßnahmen fachlich fundiert zu bewerten und umzusetzen. Die Teilnehmenden erhalten nach bestandener Prüfung ein Zertifikat der TÜV Rheinland Akademie. Das Seminar findet vom 18.–19. August in Frankfurt a. M. statt – es gibt auch noch Termine im September und November. [Hier](#) finden Sie alle Informationen.

10.–11. November

Forum Deutscher Wirtschaftsförderungen

Unter dem Motto „Erfolgsfaktor Innovation – Wirtschaftsförderung für eine starke Wirtschaft vor Ort“ findet am 10. und 11. November das Forum deutscher Wirtschaftsförderungen in **Frankfurt am Main** statt. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie innovative Ansätze die regionale Wirtschaft nachhaltig stärken können. Das zweitägige Programm bietet Keynotes, Diskussionen sowie 34 Impulsbeiträge in sechs Praxis- und Ausstellerforen – ein neuer Rekord. Themen sind unter anderem Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Fachkräftegewinnung, Flächenentwicklung und Innenstädte.



Zahlreiche Partner aus Beratung, Wissenschaft und Technik sind in der begleitenden Ausstellung vertreten. Die Verleihung des Awards „Innovative Wirtschaftsförderungen“ sowie eine Abendveranstaltung runden das Programm ab. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie [hier](#).

bcsd- Veranstaltungen:

14.–16. September 2025

Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2025 in Münster

25.–27. September 2025

Kooperationsforum Ost in Gotha

02. Oktober 2025 online

Seminar „Organisationsstrukturelle Aspekte“ von RA Schriefers

27.–29. Oktober 2025

Seminar „Veranstaltungsleiter:in im öffentlichen Raum“ in Frankenthal

27.–28. November 2025

ICR-Seminare „Moderation“ & „Großgruppen moderieren“ in München

Weitere Veranstaltungen:

18.–19. August 2025

Seminar „Zufahrtsschutz für Veranstaltungen im öffentlichen Raum“ des TÜV Rheinland in Frankfurt a. M.

20. August 2025

Fachtagung Stadtmarketing in Chemnitz

27.–28. August 2025

Messe KOMMUNAL in Göttingen

04. September 2025

29. IHK-Forum „Stadtmarketing“ in Hannover

11. September 2025

Fachtagung „Respekt statt Hass!“ des DStGB in Berlin

15.–17. September 2025

18. Bundeskongress der Nationalen Stadtentwicklungspolitik in Rostock

17.–18. September 2025

German Council Congress KLARTEXT 2025 in Berlin

18.–19. September 2025

46. VMM Fachtagung „Zukunft im urbanen Raum“ in Düsseldorf

30. September – 2. Oktober 2025

Smart Country Convention in Berlin

27.–28. Oktober 2025

45. Urbanicom Studientagung in Köln

29. Oktober 2025

IHK-Handelsforum in Chemnitz

10.–11. November 2025

Forum Deutscher Wirtschaftsförderungen in Frankfurt am Main

11. November 2025

Stadt von Morgen Konferenz in Berlin

19. November 2025

Deutscher Tourismustag 2025 in Saarbrücken



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@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. 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.bcSD.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@bcSD.de. Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcSD e. V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie [hier](#).