



Stadtmarketingbörse 2025



bcsd-Mentoring startet in die nächste Runde



Best-Practice-Beispiel des Monats



Prognose zu Kommunalfinanzen



Gericht stärkt Außengastronomie



Stadtwald am Rathausplatz

IN DIESER AUSGABE:

bcsd kompakt	Seite 2
Best-Practice Interview	Seite 5
Trends & Neuigkeiten	Seite 7
Jobs	Seite 11
Unsere neuen Mitglieder	Seite 11
Das Neueste aus den Städten.....	Seite 12
Wettbewerbe & Publikationen.....	Seite 13
Veranstaltungen	Seite 14
Die wichtigsten Termine	Seite 16

„Bildet Banden! - Allianzen für eine starke Stadt“

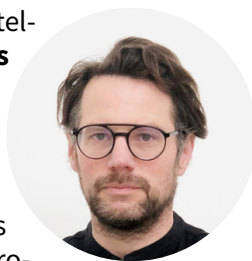
Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2025 in Münster

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 – und wie Stadtmarketing seine Rolle als Brückenbauer und Impulsgeber weiterentwickeln kann.



Impulse für dieses Nachdenken geben drei herausragende Vorträge: **Prof. Dr. Maren Urner**, Neurowissenschaftlerin und Professorin für Nachhaltige Transformation, fordert ein dynamisches, vernetztes Denken. Sie zeigt, warum Kooperation über Silogrenzen hinaus nötig ist und weshalb gerade Stadtmarketing als Brückenbauer zwischen Verwaltung und Stadtgesellschaft eine Schlüsselrolle in der Transformation spielt.

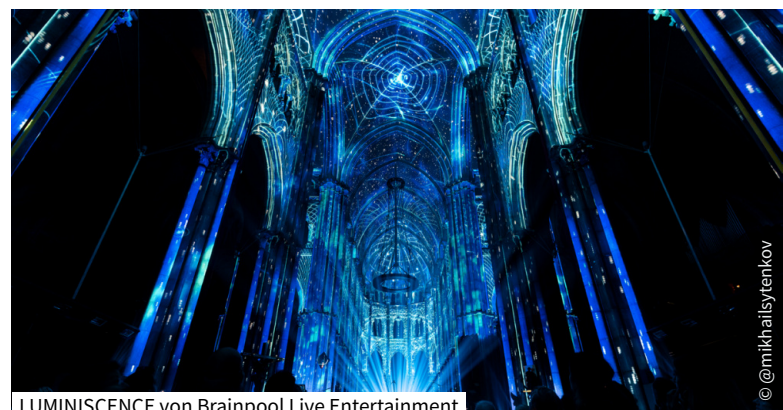
Architekturtheoretiker und Schriftsteller **Prof. Dr. Friedrich von Borries** plädiert für ein radikales Umdenken in der Stadtgestaltung. Er ermutigt dazu, gewohnte Fachlogiken zu verlassen, mutig neue Allianzen zu schmieden und Stadtentwicklung als gesellschaftliches Gemeinschaftsprojekt zu begreifen.



Wie strategische Kommunikation dabei konkret aussehen kann, verdeutlicht **Prof. Dr. Sebastian Zenker**, einer der international führenden Experten im Stadt- und Regionalmarketing. Sein Konzept des Touchpoint-Managements zeigt, wie die Wahrnehmung einer Stadt an ihren Kontaktpunkten gestaltet werden kann – für ein konsistentes, überzeugendes Stadterlebnis.

Bereits am Sonntag vor der Tagung können die Teilnehmenden Münster aus nächster Nähe erleben: Ab 16 Uhr laden verschiedene Spaziergänge und Exkursionen dazu ein, die Stadt aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln kennenzulernen und den Abend in der 11. Etage des Stadthauses mit Blick über Münster und den Dom ausklingen zu lassen.

Der Montagabend steht im Zeichen des Gastgeberempfangs im LWL-Museum für Kunst und Kultur. Nach einem festlichen Empfang im eindrucksvollen Foyer erleben die Gäste mit LUMINISCENCE von Brainpool Live Entertainment eine einzigartige Licht- und Toninszenierung. Anschließend lädt die Sparkasse Münsterland Ost gemeinsam mit dem Museum zum Empfang in dem besonderen architektonischen Ambiente des LWL-Foyers.



LUMINISCENCE von Brainpool Live Entertainment

Der Dienstag ist schließlich dem inhaltlichen Austausch gewidmet. Nach dem Gastgebervortrag von Bernadette Spinnen über das neue Kongress- und Tourismuskonzept „Münster Experience“, liefern die Experience Center spannende Praxis-Einblicke rund um das Thema „Allianzen für die Stadt“.

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**.



Das Foyer des LWL-Museums für Kunst und Kultur

Klimawandel trifft Innenstadt

Kooperationsforum Ost in Gotha

Vom **25. bis 26. September 2025** findet die Herbsttagung des City-Management-Verband Ost (**CMVO**) als Kooperationsforum Ost gemeinsam mit der bcSD in Gotha statt. Im Mittelpunkt steht das hochaktuelle Thema „Klimawandel in Innenstädten – Ausblick, Strategien, Finanzierung“. Wie können Innenstädte trotz steigender Temperaturen attraktiv bleiben? Welche Anpassungen sind nötig, um öffentliche Räume langfristig lebenswert und zukunftsfähig zu gestalten? Und wie lassen sich Klimaschutz, Denkmalschutz und knappe kommunale Ressourcen in Einklang bringen? Mit diesen Fragen setzt sich das Kooperationsforum Ost in Gotha intensiv auseinander. Fachvorträge, Diskussionsrunden und Praxisbeispiele geben konkrete Einblicke in Lösungsansätze und eröffnen unterschiedliche Perspektiven.



Neben strategischen Impulsen – etwa zur Aufwertung des öffentlichen Raums oder zu tragfähigen Finanzierungsmodellen – stehen praktische Erfahrungen aus verschiedenen Städten im Mittelpunkt. Hameln berichtet, wie Stadtmarketing zur klimaangepassten Umgestaltung beiträgt, Helmstedt stellt die Verbindung von Klima-, Umwelt- und Denkmalschutz vor, während Bad Langensalza neue Ansätze zur Gewerbeentwicklung in Innenstädten präsentiert. Auch das Projekt „Essbare Stadt“ in Mühlhausen oder das Thüringer Aktionsbündnis „Innenstädte mit

Zukunft“ liefern konkrete Impulse für klimaorientierte und gemeinschaftlich getragene Stadtentwicklung.

Ein besonderes Highlight ist die Ost-Auswertung der Deutschlandstudie, die aufzeigt, wie Innenstädte in der Region aktuell wahrgenommen werden und welche Handlungserfordernisse sich daraus ergeben. Ergänzend dazu bietet die bcSD neueste Erkenntnisse aus einer bundesweiten Umfrage zum Eventmanagement – von Sicherheitsfragen bis hin zu GEMA-Themen. Abgerundet wird das Programm durch Arbeitsgruppen zu Leerstand, Wohnen und Leben sowie Klima, die den Transfer in die Praxis sicherstellen und zum Austausch unter den Teilnehmenden einladen. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

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

Gemeinsam weiterkommen

Das bcSD-Mentoring startet in den nächsten Jahrgang

Erfahrung trifft frische Perspektiven. Das bcSD-Mentoring bringt erfahrene Fach- und Führungskräfte mit Nachwuchstalente im Stadtmarketing zusammen – für mehr Orientierung, Rückenwind und konkrete Schritte im Berufsalltag. Das Programm bietet einen Raum für ehrlichen Austausch auf Augenhöhe: zuhören, spiegeln und gemeinsam über aktuelle Herausforderungen und Zukunftsperspektiven sprechen. Der Pilotjahrgang hat gezeigt: Mentoring wirkt – und stößt auf große Zustimmung. Für Mentor:innen wie Mentees war der Austausch 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.“

Mentorin

Was Sie erwartet

Das Programm läuft über rund neun Monate. Im Mittelpunkt steht Ihr Tandem: 1:1-Mentorings alle 4–6 Wochen, digital oder persönlich – so, wie es zu Ihrem Alltag passt. Ergänzend gibt es einen digitalen Auftakt, Reflexionstreffen für Mentees, optionale Mentor:innen-Runden und eine digitale Abschlussveranstaltung. Ein informelles Präsenztreffen im Rahmen einer bcSD-Tagung fördert zusätzlich das persönliche Kennenlernen. Alle Termine finden Sie auf der Webseite.

„Ich habe den regelmäßigen Austausch mit meinem Mentor, etwa alle 3 Wochen, sehr genossen. Dabei konnte ich viele Impulse und hilfreiche Anregungen für meine Arbeit mitnehmen. Ich würde jederzeit wieder teilnehmen.“

Mentee



Für wen ist das Mentoring gedacht?

Mentees – die ihre persönliche und berufliche Entwicklung im Stadtmarketing voranbringen wollen. Ideal mit erster Führungsverantwortung oder relevanter Projekterfahrung, Empfehlung: mind. drei Jahre Berufserfahrung. Wichtig sind Eigeninitiative, Verbindlichkeit und eigene Fragestellungen – denn Mentees steuern den Prozess aktiv. Voraussetzung ist die bcSD-Mitgliedschaft.

Mentor:innen – die Lust haben, ihre Erfahrung weiterzugeben, den Blick zu weiten und durch die Nachwuchsgeneration neue Impulse zu bekommen.

Weitere Informationen

Start: Januar 2026 – Laufzeit ca. 9 Monate

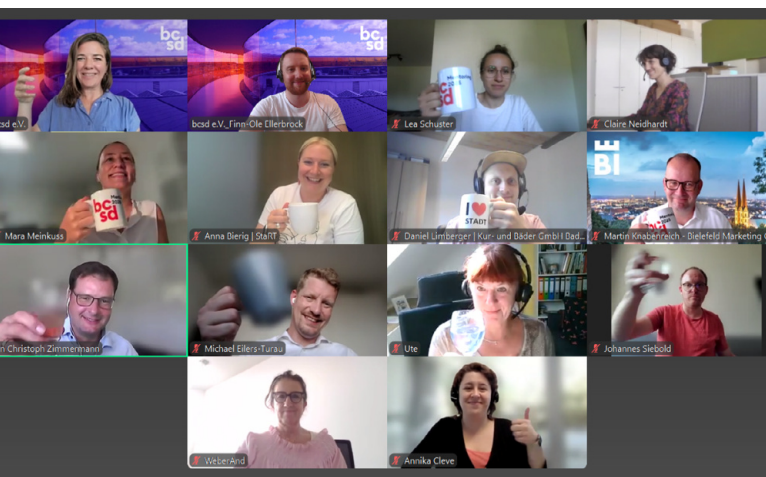
Anmeldung: Ab sofort bis zum 31. Oktober

Jetzt mitmachen:

- **Mentees** – Bringen Sie Ihre Themen ein und gestalten Sie Ihre Entwicklung aktiv.
- **Mentor:innen** – Geben Sie Erfahrung weiter und profitieren Sie von neuen Perspektiven.

Alle Infos, häufig gestellte Fragen & Bewerbungsunterlagen finden Sie auf der Mentoring-Seite der bcSD.
www.bcsd.de/mentoring

Fragen? Eine kurze Mail an office@bcsd.de genügt – wir melden uns. Oder stellen Sie Ihre Fragen direkt an ehemalige Teilnehmer:innen bei der **bcSD-Know-How Insel auf der Deutschen Stadtmarketingbörse in Münster**. Kommen Sie einfach am Dienstag (16.09.) in der ersten Kaffeepause zum Stand und lassen Sie sich beraten. Wir freuen uns auf den Austausch!



Die bcsd auf LinkedIn

Themen, die unsere Community begeistern

Große Resonanz gab es letzten Monat für unseren LinkedIn-Post zum Diskussionspapier „Die Stadt als Marke“ des Deutschen Städtetags. Das Papier unterstreicht die strategische Relevanz von Stadtmarketing als verbindende Kraft in Stadtentwicklung, Standortprofilierung und Bürgerkommunikation. Unsere Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen begrüßte diese klare Positionierung: Stadtmarketing bringe Menschen, Themen und Institutionen zusammen, verbinde lokale Identität mit Zukunftsvisionen, schaffe Sichtbarkeit und Begegnungsräume – und mache Städte lebenswerter.

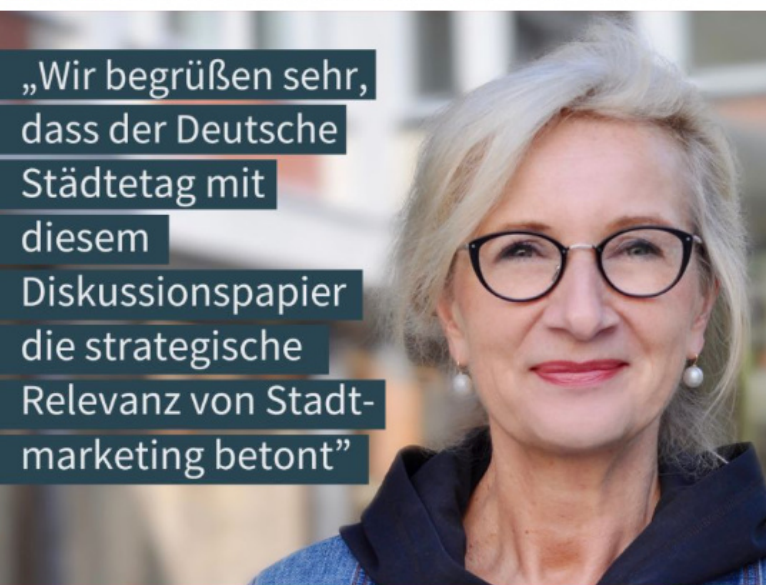
Besonders betonte sie den Appell nach verlässlichen Rahmenbedingungen und flexiblen Förderstrukturen, damit Kommunen ihre Potenziale nachhaltig entfalten können. Dass die bcsd maßgeblich zur Entstehung des Papiers beigetragen hat, zeigt, wie stark die Expertise unserer Mitglieder mittlerweile in bundespolitische Debatten ein-

fließt. Der Post wurde vielfach geteilt und kommentiert – ein deutliches Signal, dass das Thema auch in der Fachcommunity hohe Aufmerksamkeit erfährt. Diese breite Rückmeldung verdeutlicht zugleich, dass Stadtmarketing längst als zentrale Schnittstelle zwischen Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft wahrgenommen wird. Sie macht deutlich, wie wichtig es ist, die Stimme unserer Mitglieder auch künftig aktiv in nationale und europäische Diskurse einzubringen. Gleichzeitig stärkt die Diskussion die Sichtbarkeit unserer Arbeit nach außen und gibt unseren Mitgliedern Rückenwind für ihre lokale Praxis. Damit zeigt sich: Stadtmarketing ist kein „nice to have“, sondern eine unverzichtbare Zukunftsaufgabe.

Hier geht es zum Post. Vernetzen Sie sich mit uns auf LinkedIn für spannende Einblicke und aktuelle News. Und **hier** finden Sie weitere Informationen zum Diskussionspapier.

bcsd Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschla...
4.150 Follower:innen
3 Wochen • Bearbeitet •

Deutscher Städtetag veröffentlicht Diskussionspapier „Die Stadt als Marke“
Mit dem neuen Diskussionspapier „Die Stadt als Marke“ hebt der **Deutscher Städtetag** die strategische Relevanz von Stadtmarketing hervor - als ... mehr



Bernadette Spinnen

• Bernadette Spinnen und 1 weitere Person

bc
sd

85

3 Kommentare • 7 Reposts

Interview des Monats

Thorsten Kausch

Im Stadtmarketing ist das Management vielfältiger Anspruchsgruppen zentral. Stadtmarketingorganisationen moderieren zwischen unterschiedlichen Interessen – besonders die Wirtschaftspartner spielen dabei eine Schlüsselrolle: Sie sichern nicht nur die Finanzierung, sondern prägen durch ihre Mitarbeitenden auch die Entwicklung der Stadt.

Doch wie findet man die richtigen Partner, und wie gelingen langfristig tragfähige Kooperationen? Im Interview mit bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block erklärt Thorsten Kausch, worauf es bei der Partnerwahl ankommt, welche Fallstricke lauern und welche Chancen kluge Zusammenarbeit eröffnet.



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**.

Zertifizierter Projektpool

Best-Practice-Beispiele des Monats

Die bcsd ist Mit-Initiator der Stadtpulse, 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-stadtpulse.de



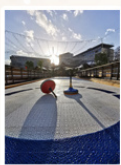
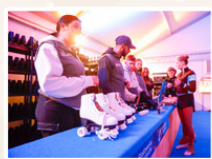
Diesen Monat stellen wir Ihnen gleich drei neue Projekte aus dem Projektpool vor: Das Projekt **Amberg: Innenstadt-Million** zeigt, wie kommunale Investitionen neue Dynamiken entfalten können: Mit einem Budget von 1 Million Euro wurden über 250 eingereichte Ideen geprüft und 16 Vorhaben umgesetzt – von Parklets und Spielgeräten bis zu Freiluftkonzerten. Damit setzt Amberg ein klares Signal für eine lebenswerte Innenstadt und führt das erfolgreiche Konzept inzwischen unter dem Titel „Stadtteil-Million“ fort. Auch das Projekt **Lichterstadt Eutin** beweist Innovationskraft: Ein 1,5 km langer Lichterrundgang durch die Innenstadt inszeniert historische Orte wie Schloss und Museum künstlerisch und macht Stadtgeschichte atmosphärisch erlebbar. Jährlich neu gesetzte Schwerpunkte steigern die Attraktivität und sorgen nachweislich für mehr Besucherinnen und Besucher, besonders in der Nebensaison.



Mit dem Projekt **Plauen: Regionalkaufhaus Regionalware** wiederum wird regionale Wertschöpfung sichtbar in der Innenstadt verankert. Unter einer gemeinsamen Marke bündeln Produzenten und Händler hochwertige Erzeugnisse, die im Flagship-Store präsentiert werden und das Leitbild einer lebendigen, nachhaltigen City im Vogtland stärken.



ANZEIGE

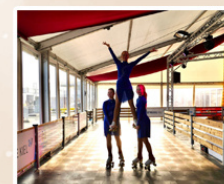


interevent

Ihr Partner für mobile Rollschuh-
und
Stockschießbahnen



www.interevent.de



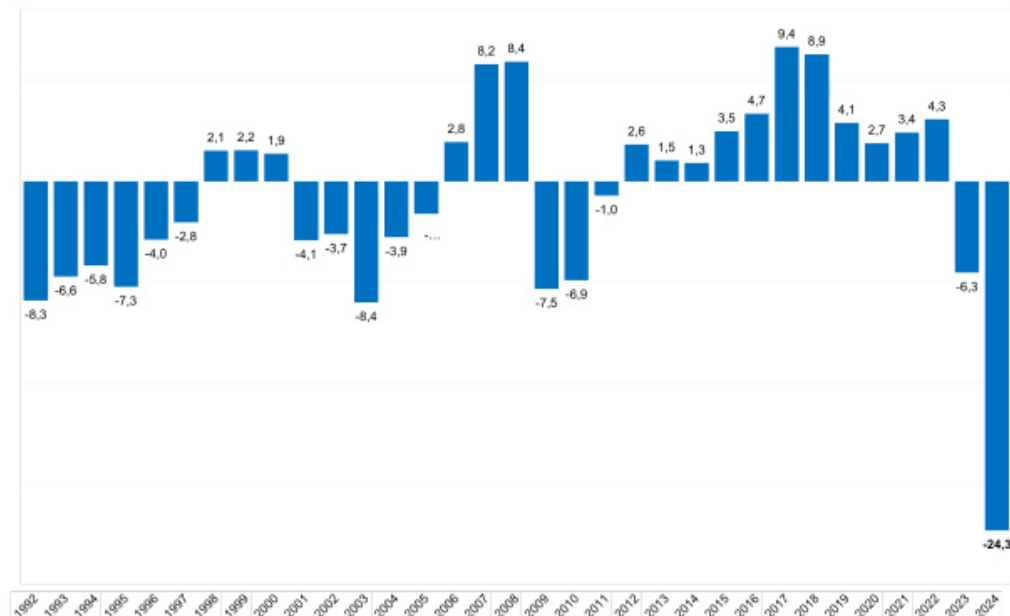
Prognose zur Finanzlage der Kommunen veröffentlicht

Drohende Verschuldungsspirale der Kommunalfinanzen

Die kommunalen Spitzenverbände haben Anfang August eine alarmierende Prognose zur Finanzlage der Kommunen veröffentlicht. Demnach droht den Städten, Landkreisen und Gemeinden eine bislang undenkbbare Verschuldungsspirale. Bereits 2024 verzeichneten die kommunalen Kernhaushalte ein Rekorddefizit von fast 25 Milliarden Euro – und die Lage verschärft sich weiter. Für die kommenden Jahre rechnen die Verbände mit einem jährlichen Fehlbetrag von über 35 Milliarden Euro.

Besonders die stark steigenden Sozial- und Personalausgaben belasten die Haushalte. Gleichzeitig bleiben die Einnahmen weit hinter dem Bedarf zurück. Schon jetzt müssen viele Kommunen Investitionen kürzen und freiwillige Leistungen, etwa in Sport, Kultur, ÖPNV oder Wirtschaftsförderung, einschränken. Die Rücklagen sind vielerorts aufgezehrt. Es drohen massive Liquiditätsprobleme und eine Explosion der Kassenkredite. Die Präsidenten von Deutschem Städtetag, Landkreistag

Entwicklung der kommunalen Finanzierungssalden, 1992-2024 (in Mrd. €)



und Städte- und Gemeindebund warnen: Die föderale Finanzarchitektur sei „völlig aus dem Gleichgewicht geraten“. Sie fordern Bund und Länder auf, endlich gegenzusteuern. Konkret geht es um drei Maßnahmen: einen dauerhaft höheren Anteil der Kommunen an der Umsatzsteuer, eine Eindämmung der Ausgabendynamik im Sozialbereich sowie die Überprüfung gesetzlicher Standards und Verfahren.

Klar ist: Die Zeiten ausgeglichener Kommunalhaushalte sind vorbei. Ohne grundlegende Reformen bleibt die kommunale Selbstverwaltung akut gefährdet. Für das Stadtmarketing bedeutet dies, dass kreative Projekte und freiwillige Leistungen künftig noch stärker unter Rechtfertigungsdruck geraten – und die Notwendigkeit überzeugender Argumente für lebenswerte Innenstädte weiter wächst. 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

Fördermittelratgeber der KOMMUNAL

Raus aus dem Förderlabyrinth

Fördermittel sind für viele Kommunen unverzichtbar – 88 Prozent nutzen sie regelmäßig. Doch der Weg dorthin ist oft beschwerlich: Rund 2.000 Förderprogramme stehen zur Verfügung, doch Verfahren und Anforderungen überfordern viele Rathäuser. Laut KfW-Kommunalpanel 2025 empfinden 91 Prozent die Dokumentationspflichten als zu aufwendig, 80 Prozent den Personalaufwand als zu hoch. Besonders belastend ist die Sorge, Gelder wegen kleiner Formfehler zurückzahlen zu müssen.

Beispiele aus Wunsiedel, Neuhausen/Spree oder Grasleben zeigen aber, dass Engagement und eine klare Strategie lohnen. Der Landkreis Wunsiedel setzte früh auf regionale Kooperation und entwickelte eigene Förderinstrumente, die bis heute wirken. In Neuhausen/Spree kümmert sich eine eigene Mitarbeiterin ausschließlich um Fördermittel und verwaltet Projekte im Volumen von über 20 Millionen



© Adobe Stock/Melina Lebel

Euro. Ihr Fazit: Fördermittelmanagement ist kein Nebenjob – aber unverzichtbar, um wichtige Vorhaben umzusetzen. Viele Kommunen wünschen sich mehr Übersichtlichkeit und fordern eine zentrale Förderdatenbank. Bis dahin gilt: Kooperation, klare Konzepte und Selbstbewusstsein gegenüber Land und Bund helfen, im Förderdschungel nicht den Überblick zu verlieren. Oder wie Landrat Peter Berek rät: Erst Strategie entwickeln, dann gezielt nach passenden Programmen suchen – und nicht umgekehrt. Den vollständigen Artikel der KOMMUNAL finden Sie [hier](#).

Sperrstunde gekippt

Gericht stärkt Außengastronomie in Berlin

Ein Urteil des Berliner Verwaltungsgerichts sorgt derzeit für viel Aufmerksamkeit: Die Betreiber des Cafés Schwarz Sauer in der Kastanienallee, Prenzlauer Berg, dürfen ihren Außenbereich auch nach 22 Uhr geöffnet lassen – trotz Anwohner:innenbeschwerden. Das Bezirksamt Pankow hatte eine Sperrstunde verfügt, doch das Gericht erklärte diese im Eilverfahren für rechtswidrig.



Entscheidend: In historisch gewachsenen Ausgehvierteln wie der Kastanienallee gilt ein gewisser Geräuschpegel als sozial akzeptiert, und einzelne Beschwerden reichen nicht aus, um Betriebe einzuschränken.

Das Urteil, das von Bezirksstadträtin Manuela Anders-Granitzki (CDU) als „Novum“ bezeichnet wurde, stellt klar: Einschränkungen sind nur zulässig, wenn eine qualifizierte Betroffenheit nachweisbar ist. Für Gastronom:innen in Berlin, aber auch bundesweit, hat das Signalwirkung. Gerade in beliebten Kiezen sind Außengastronomie und lebendige Straßen Teil der städtischen Identität – und zugleich häufig Konfliktfeld zwischen Anwohnerinteressen und urbanem Nachtleben.

Für die Innenstadtentwicklung bedeutet das Urteil eine wichtige Weichenstellung: Es stärkt die Rolle öffentlicher Räume als Orte sozialer Begegnung und urbaner Kultur. Gleichzeitig macht es deutlich, dass Kommunen gut ausgetarnte Konzepte benötigen, um Lebensqualität, Ruhebedürfnis und die Attraktivität lebendiger Viertel in Balance zu halten. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Entsiegelung der Innenstadt – Paris macht es vor

Ein Stadtwald am Rathausplatz

Paris hat ein weithin sichtbares Zeichen für die grüne Transformation der Innenstadt gesetzt: Der traditionsreiche Rathausplatz, Place de l'Hôtel de Ville, wurde entsiegelt und im Juni 2025 in einen „Stadtwald“ mit 50 Bäumen und über 20.000 Pflanzen verwandelt. Wo früher Asphalt und Stein dominierten, entstand eine grüne Oase mit schattigen Hainen, Brunnen und klimaresistenten Baumarten wie Eichen, Hainbuchen und Feigenbäumen. Der neue Platz dient nicht nur als Rückzugsort, sondern auch als natürliche Kühlzone gegen die Sommerhitze.



Place de l'Hôtel de Ville vor der Umgestaltung

Das Projekt ist Teil einer umfassenden Strategie von Bürgermeisterin Anne Hidalgo, Paris bis 2025 zur „15-Minuten-Stadt“ zu machen – einer Stadt, in der alle wichtigen Alltagsbedürfnisse in kurzer Zeit zu Fuß oder per Rad er-



Place de l'Hôtel de Ville nach der Umgestaltung

reichbar sind. Mit Maßnahmen wie autofreien Seine-Ufern, hunderten Kilometern neuer Radwege und konsequenter Begrünung zeigt Paris, wie Klimaanpassung und Lebensqualität Hand in Hand gehen können.

Der Stadtwald am Rathausplatz ist dabei mehr als Symbolpolitik: Er erfüllt konkrete ökologische und soziale Funktionen und begeistert Bürger:innen wie Besucher:innen gleichermaßen. Paris sendet damit ein starkes Signal – auch an deutsche Städte – wie Mut und Entschlossenheit urbane Transformation vorantreiben können. **Hier** finden Sie weitere Informationen zu dem Projekt.

Versuchslabor der Verkehrspolitik in Helsinki

Tempo 30 rettet Leben und schafft sichere Innenstädte

Ein Jahr lang kein einziger Verkehrstoter – Helsinki setzt mit seiner Verkehrspolitik europaweit Maßstäbe. Möglich wurde dieser Erfolg vor allem durch die flächendeckende Einführung von Tempo-30-Zonen, ergänzt um mehr Zebrastreifen, sichere Radwege und den Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs. Die finnische Hauptstadt stellt damit nicht nur Sicherheit in den Vordergrund, sondern gestaltet auch den öffentlichen Raum neu: Straßen werden lebenswerter, Bewegungsräume für Fußgänger:innen und Radfahrende gewinnen an Bedeutung. Helsinki zeigt, wie kluge Regulierung und mutige Maßnahmen Innenstädte sicherer, attraktiver und zukunftsfähiger machen können. In Deutschland steigt die Zahl der Verkehrstoten hingegen wieder – viele Städte experimentieren zwar mit Tempo-30-Zonen, doch fehlt es noch an Konsequenz. Helsinki

zeigt, dass mutige Schritte nicht nur Leben retten, sondern auch die Innenstadt als sicheren und lebenswerten Raum stärken können. Weitere Infos finden Sie **hier**.



Zamanand Festival in München

KI-gestütztes Beteiligungsformat für Gestaltungsideen

Im Rahmen des Münchner Zamanand Festivals wurde ein innovatives Beteiligungsformat erprobt, das digitale KI-Tools mit klassischer Bürgerbeteiligung verbindet. Besucher:innen konnten mithilfe von Text-zu-Bild-KI über 100 Gestaltungsideen für den öffentlichen Raum entwickeln, die anschließend online bewertet wurden. Das favorisierte Konzept wurde noch vor Ort von Landschaftsarchitektur-studierenden als Prototyp umgesetzt – ein Verkehrskorridor verwandelte sich so in einen lebendigen Begegnungs-ort.

Begleitet wurde das Projekt wissenschaftlich von der Laurea University of Applied Sciences. Die Studie zeigt: KI-Visualisierungen senken die Einstiegshürden und regen kreative Beiträge an. Wirklich wertvoll wird der Prozess aber erst durch Dialog, Feedback und physische Aneignung des Raums. Das Projekt liefert praxisnahe Leitlinien für eine partizipative, bürgerorientierte Stadtentwicklung

– von Living Labs über Feedback-Mechanismen bis hin zu ethischen Standards im Einsatz von KI. Ein Best-Practice-Beispiel, wie digitale Tools echte Mitgestaltung bereichern können. **Hier** finden Sie Informationen zum Festival.



Wenn Städte sprechen könnten

Humboldt-Universität erprobt neue Wege im digitalen Stadtmarketing

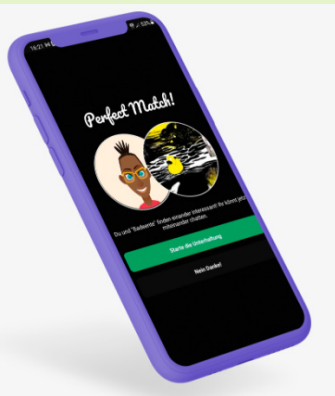
Was wäre, wenn das historische Rathaus seine Geschichte selbst erzählen könnte? Oder ein Denkmal auf Fragen reagiert, die Passanten ihm stellen? Eine Forschungsgruppe der Humboldt-Universität zu Berlin hat gemeinsam mit Historiker:innen und Gamedesigner:innen genau dieses Szenario Wirklichkeit werden lassen. Mit der Technologie „Mein Objekt“ erhalten Orte, Gebäude oder Exponate eine eigene Stimme und zwar im wahrsten Sinne des Wortes. Besucherinnen und Besucher „matchen“ – ähnlich wie in einer Dating-App – mit spannenden Objekten und treten anschließend in interaktive Chats, die Text-, Audio- oder

Videoinhalte enthalten können. Jedes Objekt bekommt dabei eine individuelle Persönlichkeit und vermittelt sein Wissen auf dialogische, oft überraschende Weise.

Für Stadtmarketing und Tourismus eröffnet dieser Ansatz neue Möglichkeiten, um Stadtgeschichte erlebbar zu machen, Zielgruppen niedrigschwellig einzubinden und

digitale Formate mit lokaler Beteiligung zu verknüpfen. Dass die Idee funktioniert, zeigen bereits mehrere Praxisbeispiele: In Berlin lädt der „Bahnhof der Wissenschaften“ Unter den Linden dazu ein, direkt vom Bahnsteig aus mit Forschenden ins Gespräch zu kommen – etwa zu Themen wie Klimawandel oder Künstliche Intelligenz. In Karlsruhe führt die Anwendung unter dem Titel „Ping!“ auf Demokratie-Touren durch die Stadt. Stationen wie das Bundesverfassungsgericht oder das historische Ständehaus „erzählen“ hier ihre Rolle in der Geschichte.

Ein besonderer Reiz entsteht, wenn Bürger:innen selbst Inhalte beisteuern – von persönlichen Erinnerungen bis zu kleinen historischen Recherchen. So formt sich ein vielstimmiges Bild, das von der Stadtgesellschaft geprägt ist. Neu ist zudem, dass alle Funktionen auch ohne App-Download genutzt werden können: Ein QR-Code genügt, um direkt in Themenführungen, Kartenansichten oder Objekt-Chats einzusteigen. Das macht es möglich, sowohl dauerhafte Angebote als auch temporäre Veranstaltungen unkompliziert zu erweitern – vom Stadtjubiläum bis hin zu partizipativen Planungsprozessen. Bei Fragen oder Interesse schreiben Sie gerne an: thomas.lilge@hu-berlin.de



Unser neues Mitglied

cityvent – die Event-App für Städte & Kommunen

Städte leben von ihren Events, doch die Organisation und Kommunikation bringt einige Herausforderungen mit sich. Nachhaltigkeit zu fördern, Innovation und Digitalisierung voranzutreiben sowie mit begrenzten Ressourcen auszukommen und veraltete Tools mit aufwändiger Datenpflege zu nutzen, sind dabei nur einige Hürden, die es zu überwinden gilt. Gleichzeitig erwarten Bürger und Touristen eine gute Orientierung, exzellenten Service und ein unvergessliches Event-Erlebnis.



Die maßgeschneiderte App-Lösung cityvent setzt genau hier an. Sie bietet ein modernes,

intuitives Dashboard, übersichtliche Programmlisten, eine praktische Favoritenfunktion, Pushnachrichten, ein integriertes Bewertungssystem sowie eine interaktive Karte mit Bühnen, Themenmeilen, ÖPNV-Anschlüssen, WCs und individuellen Standorten. Individuell an das Branding Ihrer Stadt angepasst, schnell einsatzbereit und deutlich günstiger als eine Eigenentwicklung.

Und wie sieht es mit der Pflege der Inhalte für die Veranstaltungen aus? Dank des exakt auf die Bedürfnisse von Städten und Kommunen zugeschnittenen cityvent-Portals ist es absolut stressfrei und intuitiv.

Darüber hinaus ist cityvent nicht nur ein Produkt, sondern auch eine Einnahmequelle. Durch vielfältige Sponsoring-



und Werbemöglichkeiten bieten Sie lokalen Unternehmen die Chance, ihre Reichweite zu vergrößern. So wird die Digitalisierung Ihrer Veranstaltung bezahlbar und nachhaltig effektiv.

Mit erfolgreichen Einsätzen bei der Osnabrücker Maiwoche, dem Leineweber-Markt und dem Sparrenburgfest in Bielefeld sowie dem Tag der Niedersachsen hat cityvent schon tausende Besucher begeistert und Städten dabei geholfen, ihre Veranstaltungen zukunftssicher zu machen. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot (m/w/d)	Bewerbungsfrist
KWL Kultur und Werbung Lippstadt GmbH	<u>Geschäftsführer:in</u>	15. Oktober
Kiel Marketing e. V.	<u>Geschäftsführer:in</u>	21. September
Stadtmarketing Fellbach e. V.	<u>Geschäftsführer:in</u>	31. August
WIR Villingen-Schwenningen GmbH	<u>Wirtschaftsförder:in und Verwaltungslots:in</u>	Keine Angabe
Stadt Friedrichsdorf	<u>Fachkraft in der Wirtschaftsförderung</u>	Keine Angabe
Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau	<u>Geschäftsführer:in</u>	30. August
Lemgo Marketing e. V. & Lemgo Veranstaltungs GmbH & Co. KG	<u>Geschäftsführer:in</u>	31. August

Adelsheim – wo Zukunft leuchtet

Die Stadt Adelsheim zeigt eindrucksvoll, wie Kultur Stadtentwicklung prägen kann – auch in ländlichen Räumen. Als eine der kleinsten Modellstädte im Bundesprogramm Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren hat sie über 40 Projekte realisiert, viele davon von Bürger:innen initiiert. Besonders das Festival Adelsheim leuchtet verwandelte die Stadt in eine begehbare Galerie aus Licht, Klang und Kunst. Mit Verfügungsfonds, Beirat Innenstadt und Artist-in-Residence-Programmen gelingt es, kreative Ideen niedrigschwellig umzusetzen – ein starkes Beispiel für kooperative Stadtentwicklung.



Ettlinger Verfügungsfonds: Innenstadt gemeinsam gestalten

In Ettlingen setzt das Citymanagement mit einem Verfügungsfonds auf Co-Creation: Private Akteure wie Händler, Gastronomie, Vereine oder Anwohner können unkompliziert Fördermittel beantragen, um Projekte für die Innenstadt umzusetzen. Ziel ist es, Aufenthaltsqualität zu steigern, Leerstände zu beleben und kreative Ideen sichtbar zu machen. 2024 wurden bereits 15 Maßnahmen bewilligt – vom Lichterhimmel in der Adventszeit bis zu neuen Verweilflächen. Der Fonds erweist sich als wirksames Instrument, um privates Engagement zu aktivieren und die Innenstadt zu stärken.



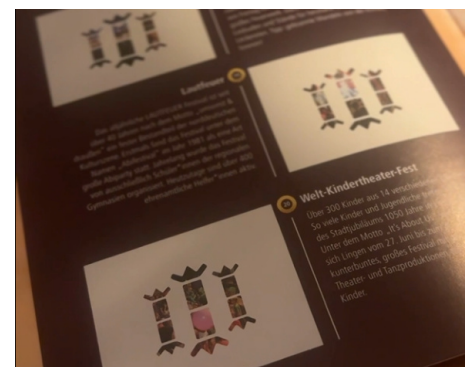
Kiez-Festival in Soest: Quartier neu belebt

Mit dem erstmals durchgeführten Kiez-Festival am Brüdertor hat Soest gezeigt, wie kooperative Stadtentwicklung auf Quartiersebene gelingt. Gemeinsam mit Einzelhandel, Gastronomie, Vereinen und Kulturschaffenden entstand in nur vier Wochen ein buntes Nachbarschafts- und Familienfest. Kostenfreie Mitmach-Angebote, Auftritte lokaler Gruppen und eine Rallye durch die Geschäfte stärkten Identifikation und Frequenz im Quartier. Besonders symbolisch: die temporäre Sperrung einer Busspur, die zusätzlichen Raum für Begegnung schuf. Ein übertragbares Format, das Gemeinschaft fördert und Stadtteile sichtbar aufwertet. Eine Besonderheit war, dass bewusst auf eine klassische Bühne verzichtet wurde – alle Aktionen fanden auf Augenhöhe statt und luden die Besucher:innen direkt zum Mitmachen ein.



Ein Sammelalbum für die Stadt Lingen

Zum 1050-jährigen Jubiläum hat Lingen ein besonderes Projekt gestartet: Ein Sticker-Sammelalbum zeigt Orte, Menschen, Geschichte – und vor allem den lokalen Handel. Bürger:innen erhalten die Sticker beim Einkauf in teilnehmenden Geschäften, wodurch Stadtidentität, Kaufkraftbindung und Gemeinschaftsgefühl spielerisch gestärkt werden. Das individuell gestaltete Album wurde Anfang des Monats erfolgreich eingeführt und sorgt seither für Sammel- und Tauschfieber. Unterstützt wurde das Projekt von Stickerfreunde – ein Beispiel, wie Marketing kreativ Stadtliebe fördern kann.



Public Marketing Awards

Die Public Marketing Awards zeichnen erstmals die besten Marketing- und Kommunikationsprojekte 2024/25 von Städten, Verwaltungen, Museen, Universitäten und weiteren öffentlichen Institutionen aus. Bewerbungen sind in sieben Kategorien möglich: politische, kulturelle, gesellschaftliche, soziale, wissenschaftliche Anliegen, Employer Branding & Recruiting sowie Craft Categories (Bewegt, Design, Text). Eine Jury bewertet Konzeption, Effizienz und Umsetzung. Gesucht werden Kampagnen, die neue Maßstäbe setzen, Menschen erreichen und gesellschaftliche Wirkung entfalten. Gerade für Stadtmarketingorganisationen ist die Teilnahme eine Chance, erfolgreiche Projekte sichtbar zu machen und Impulse für die gesamte Branche zu setzen. Zeigen Sie, wie innovativ Ihr Projekt ist – und sichern Sie sich eine hochkarätige Auszeichnung! Bewerbungsschluss ist der **30. September**. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



Weil authentische
Kommunikation bewegt

Staatsanzeiger Award 2025 – jetzt bewerben!

Der Staatsanzeiger Award würdigt seit 2021 herausragende Projekte von Verwaltungen und öffentlichen Institutionen – und damit auch von Stadtmarketingorganisationen. Gesucht werden kreative Ideen und mutige Lösungen, die das Miteinander stärken und Impulse für die Stadtgesellschaft setzen. 2025 können Projekte in fünf Kategorien eingereicht werden: Bürgerbeteiligung, Bürgermeister:in in Mission, Kultur & Tourismus, Digitalisierung & Innovation sowie Kommune für Alle – Soziale Teilhabe. Die Teilnahme ist kostenlos, Bewerbungsschluss ist der **31. Oktober 2025**. Zeigen Sie, wie Ihr Projekt Wirkung entfaltet – und sichern Sie sich die Chance auf eine der einzigartigen Trophäen. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen zur Bewerbung.



Bewerbungsauftrag „Zukunft Innenstadt“

Das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum unterstützt mit dem Programm „Zukunft Innenstadt“ Städte und Gemeinden in Hessen bei der Entwicklung innovativer Projekte. Ziel ist es, Ortskerne als vielfältige, nachhaltige und lebenswerte Räume zu gestalten – von neuen Nutzungskonzepten für Immobilien über digitale Tools bis hin zu klimafreundlicher Freiraumgestaltung. Antragsberechtigt sind alle Kommunen in Hessen, die bis zu fünf Projektideen einreichen können. Die Förderung umfasst mindestens 30.000 Euro und maximal 200.000 Euro pro Kommune, insgesamt stehen 11,5 Mio. Euro bereit. Bewerbungen sind bis zum **25. September 2025** möglich. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Difu-Publikation: „Krisenmanagement als kommunale Daueraufgabe?“

Das neue Difu Policy Paper zeigt, wie Kommunen mit langwierigen Krisen umgehen und welche Lehren aus der COVID-19-Pandemie zu ziehen sind. Klassische Katastrophenschutz-Instrumente stießen an Grenzen, weshalb neue Kooperationen, digitale Lösungen und flexible Strukturen nötig wurden. Verwaltungen modernisierten Abläufe, führten Homeoffice und digitale Dienste ein, standen aber auch vor Personalengpässen und Herausforderungen in der Ansprache vulnerabler Gruppen. Das Paper macht deutlich: Krisen sind nicht nur Belastungen, sondern können Transformation anstoßen – wenn Erfahrungen in Regelstrukturen überführt werden. Für das Stadtmarketing ist dies besonders relevant, da Resilienz, Kommunikation und Stadtgesellschaft eng miteinander verknüpft sind. [Hier](#) gelangen Sie zur Publikation.



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](#).

17. September–26. November

LinkedIn-Webinarreihe für Wirtschaftsförderungen

Der DVWE e.V. bietet ab September 2025 eine dreiteilige Webinar-Reihe zum Thema „LinkedIn für Wirtschaftsförderungen“ an, entwickelt in Kooperation mit LinkedIn-Experte Martin Fennemann. Zielgruppe sind Fach- und Führungskräfte kommunaler und regionaler Wirtschaftsförderungen im deutschsprachigen Raum, die ihre digitale Sichtbarkeit ausbauen möchten – vom Einsteiger bis zur erfahrenen Nutzer:in.

Die Reihe startet am 17. September mit dem Schwerpunkt auf strategischer Beitragserstellung und Redaktionsplanung: Welche Themen, Formate und Tonalitäten wirken, und wie lassen sich Inhalte professionell planen? Am 15. Oktober folgen Best Practices erfolgreicher Wirtschaftsförderungen sowie die Analyse von Beiträgen der Teilnehmenden. Den Abschluss bildet am 26. November ein Webinar zu Reichweite, aktuellen Algorithmus-Trends und Mitarbeitenden-Aktivierung.

Die Veranstaltungen sind praxisnah, kompakt und bieten sowohl Grundlagen als auch vertiefte Einblicke. Damit unterstützen sie Wirtschaftsförderungen, LinkedIn als strategisches Kommunikationsinstrument noch wirkungsvoller einzusetzen. 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](#).



02. September – 18. November

Veranstaltungsreihe „Zukunft Handel“ der IHK Niedersachsen

Niedersachsens Einzelhandel und Innenstädte stehen unter Druck: Bürokratie, Fachkräftemangel, Nachfolgeprobleme, Billigkonkurrenz und ein schwaches Konsumklima fordern Betriebe und Standortgemeinschaften heraus. Gleichzeitig engagieren sich Händler:innen leidenschaftlich für lebendige Innenstädte. Digitale Werkzeuge und KI können dabei helfen, neue Kund:innen zu erreichen, Prozesse zu optimieren und den Alltag zu entlasten. Um Unterstützung zu bieten, veranstaltet die IHK Niedersachsen (IHKN) erneut eine kostenfreie Online-Reihe. Unter dem Titel „Zukunft Handel: Trends, Tools, Themen“ werden von September bis November 2025 praxisnahe Inhalte von Warenwirtschaft über Erlebnismarketing bis zu KI-Potenzialen behandelt. Die Veranstaltungsreihe beginnt am 2. September 2025 und endet am 18. November 2025 in Emden. [Hier](#) finden Sie weitere 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

03.–05. Mai 2026

Der Deutsche Stadtmarketingtag 2026 in Frankfurt am Main

Weitere Veranstaltungen:

02. September 2025

Beginn Veranstaltungsreihe „Zukunft Handel“ der IHK Niedersachsen

04. September 2025

29. IHK-Forum „Stadtmarketing“ in Hannover

04. September 2025

Smart City Festival in Ahaus

08.–09. September 2025

21. Deutscher Kämmerertag in Berlin

11. September 2025

Fachtagung „Respekt statt Hass!“ des DStGB in Berlin

15.–17. September 2025

18. Bundeskongress der Nationalen Stadtentwicklungspolitik in Rostock

17. September 2025

Beginn Webinar-Reihe „LinkedIn für Wirtschaftsförderungen“ vom DVWE

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.–12. 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](#).