



Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2026



bcsd KI-Lab



Parkplätze müssen weichen



Best-Practice-Beispiele des Monats



Starke Zahlen für Ost-Tourismus



Kinder gestalten ihre Stadt

IN DIESER AUSGABE:

bcsd kompakt	Seite 2
Interview des Monats.....	Seite 4
Best-Practice des Monats	Seite 7
Trends & Neuigkeiten	Seite 8
Unsere neuen Mitglieder	Seite 10
Neues aus den Städten.....	Seite 12
Wettbewerbe & Aufrufe.....	Seite 13
Veranstaltungen Jobs	Seite 14
Die wichtigsten Termine	Seite 16

Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2026 in Cottbus/Chóšebuz

KI im Stadtmarketing – eintauchen in die Praxis!

Vom 13. bis 15. September 2026 trifft sich das deutsche Stadtmarketing in Cottbus/Chóšebuz zur Deutschen Stadtmarketingbörse. Unter dem Motto „**Künstlich intelligent, natürlich kommunikativ**“ widmet sich die Tagung einer der zentralen Zukunftsfragen für Städte: Wie kann Künstliche Intelligenz Kommunikation, Beteiligung und Stadtentwicklung sinnvoll unterstützen – und welche Verantwortung geht damit einher?

Am zweiten Tag wird es besonders konkret: Im Experience Center stehen parallel drei Räume mit Praxisimpulsen und Best-Practice-Beispielen zur Auswahl. Dabei geht der Blick bewusst über klassische KI-Anwendungen in der Kommunikation hinaus. So zeigt Christine Melz-Dürnagel von aconium, wie Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung angesichts von Digitalisierung, Klimawandel, demografischen Veränderungen und neuen Anforderungen an Innenstädte resilienter und vorausschauender handeln können – und welche Rolle KI dabei spielen kann. Wie vielfältig der Einsatz von KI bereits heute ist, zeigen auch die Beispiele aus den Städten selbst: Reutlingen gibt Einblicke in den StaRT. Punkt und ein digitales Markenportal, bei denen KI unter anderem bei Texterstellung und Übersetzung unterstützt. In Spremberg wiederum wurde KI zum Beteiligungsinstrument: Kinder entwickelten Bilder ihrer Stadt im Jahr 2051 und machten damit ihre Vorstellungen von der Zukunft sichtbar. Und Ahaus zeigt, wie weit der Schritt vom Experimentieren zum festen Bestandteil des Arbeitsalltags bereits gehen kann: Dort unterstützen KI-Agenten bei Service, Kommunikation und internen Abläufen.



Trailer
**Deutsche Stadtmarketingbörse
in Cottbus/ Chóšebuz**
13.–15. September 2026

30 **bc
sd**
JAHRE

eigene KI-Strategie entwickeln und aus einzelnen Prompts zunehmend strukturierte Prozesse machen können. Dabei geht es auch um agentische KI – also Systeme, die komplexere Aufgaben zunehmend selbstständig bearbeiten können – und um die Frage, wo menschliche Steuerung und Verantwortung unverzichtbar bleiben. Ein weiterer Praxisimpuls nimmt die Kommunikation mit KI selbst in den Blick: Denn gute Ergebnisse hängen nicht zuletzt davon ab, wie klar Aufgaben, Kontext und Erwartungen formuliert werden. Darüber hinaus bringt die bc sd gemeinsam mit der imakomm Akademie erstmals Ergebnisse der bundesweiten Studie zu KI, Digitalisierung und Smart City im Stadtmarketing auf die Bühne. Sie geben einen aktuellen Einblick darin, wie weit die Branche bereits ist, wo Potenziale gesehen werden und welche Herausforderungen Stadtmarketingorganisationen besonders beschäftigen.

Cottbus/Chóšebuz ist dabei weit mehr als Gastgeber der Tagung. Kaum eine Stadt steht derzeit so sichtbar für den Strukturwandel wie die Hauptstadt der Niederlausitz. Mit der BTU Cottbus-Senftenberg, der Medizinischen Universität Lausitz – Carl Thiem, dem Lausitz Science Park und dem entstehenden Cottbuser Ostsee wird Zukunft hier konkret erlebbar. Bereits am Sonntag laden Exkursionen dazu ein, die Stadt und die Lausitz aus unterschiedlichen Perspektiven kennenzulernen – von sorbisch/wendischer Kultur über den Wandel vom Tagebau zur Zukunftsregion bis hin zu innovativen Projekten unter dem Motto „Zukunft made in Cottbus/Chóšebuz“. Auch die Netzwerkabende im „Mittendrin“ und der Alten Chemiefabrik sowie der Tagungsort STARTBLOCK B2 zeigen eindrucksvoll, wie aus ehemaligen Industrie- und Traditionsstandorten neue Orte für Innovation, Begegnung und Austausch entstehen. Alle Informationen finden Sie **hier - jetzt anmelden!**



Auch die strategische Ebene kommt nicht zu kurz. Frank Tentler widmet sich in mehreren Sessions der Frage, wie Organisationen sinnvolle Einsatzfelder identifizieren, eine

Wir feiern Jubiläum

Regionale Kompetenz seit fast 20 Jahren

30 bc
JAHRE sd

Wenn die bcSD in diesem Jahr auf 30 Jahre Verbandsgeschichte zurückblickt, gehört der Landesverband Nordrhein-Westfalen ganz selbstverständlich dazu. 2007 gegründet, ist der Landesverband NRW heute unser ältester und zugleich größter Landesverband: 120 Städte und Stadtmarketingorganisationen sowie 26 Fördermitglieder bilden ein starkes Netzwerk

zwischen Rhein und Ruhr, Rheinland, Westfalen, Lippe und darüber hinaus.

Wie wichtig diese regionale Ebene für die bcSD ist, zeigt sich gerade hier besonders gut. Die Landesverbände bringen Menschen zusammen, schaffen Raum für kollegialen Austausch und sorgen dafür, dass Erfahrungen, Herausforderungen und Ideen aus den Städten ihren Weg in die Arbeit des Bundesverbandes finden. Die ehrenamtlichen Landesbeauftragten aus Essen und Mönchengladbach sind dabei Ansprechpartner:innen vor Ort und zugleich wichtige Stimmen auf Bundesebene.

Und NRW ist vor allem eines: vielfältig. Entsprechend unterschiedlich waren auch die Orte unserer Landestreffen – von Siegen bis Ahaus, von Köln bis Witten. Ob Großstadt, Mittelzentrum oder kleinere Kommune: Überall entstehen andere Perspektiven auf Innenstadt, Handel, Tourismus, Kultur und Stadtentwicklung. Die nächste Gelegenheit zum Wiedersehen, Austauschen und Vernetzen gibt es bereits am 12. November. **Hier** finden Sie weitere Informationen. Denn gerade im dicht geknüpften Städtenetz Nordrhein-Westfalens gilt: Die besten Ideen entstehen oft nicht allein, sondern im Austausch miteinander.

Unser ältester und größter Landesverband



„**Wir sind Mitglied, weil** starke Stadtmarken im offenen Austausch entstehen – und im Dialog mit anderen Städten immer besser werden.“



Martin Knabenreich
2. stellvertretender Bundesvorsitzender der bcSD
Geschäftsführer Bielefeld Marketing GmbH
Mitglied der bcSD seit 1998

Hier finden Sie weitere Stimmen aus unserem Netzwerk.

ANZEIGE



Landesverband Hessen zu Gast in Baunatal

Von Förderprogrammen bis Volkswagen

Am 19. August 2026 kam der bcsd-Landesverband Hessen in Baunatal zu seinem Landesverbandstreffen zusammen. Zum Auftakt gab die ZAV-Künstlervermittlung der Agentur für Arbeit einen Impuls zu ihrer Arbeit und zum Thema Künstlervermittlung für Veranstaltungen. Anschließend berichteten die Landessprecher über aktuelle Entwicklungen in Hessen – darunter den Stand verschiedener Förderprogramme sowie die Beratungen zum neuen Leitfaden für Veranstaltungssicherheit im Hessischen Innenministerium. Auch das Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“ und aktuelle Entwicklungen auf Bundesebene waren Teil der Diskussion. Finn-Ole Ellerbrock gab dazu einen Bericht

aus Berlin und ordnete gemeinsam mit Vorstandsmitglied Katja Teixeira Themen aus der Arbeit der bcsd ein.

Ein wichtiger Bestandteil des Treffens war erneut der offene Austausch unter den hessischen

Kolleg:innen. Dabei zeigte sich, wie wertvoll die Landesverbandstreffen als unkomplizierte Plattform für Erfahrungsaustausch, gegenseitige Unterstützung und neue Kontakte sind. Zum Abschluss wechselte die Gruppe vom Tagungsort in der Baunataler Innenstadt zum Volkswagen-Werk. Bei einer exklusiven Werksführung durch die gigantischen Fertigungshallen des Werks erhielten die Teilnehmenden Einblicke in einen der prägenden Wirtschaftsstandorte der Region. Ein herzliches Dankeschön gilt Gastgeber Dirk Wuschko und seinem Team für die Einladung nach Baunatal sowie allen Teilnehmenden und Gästen für den offenen und engagierten Austausch.



Interview des Monats

Julia Erdmann

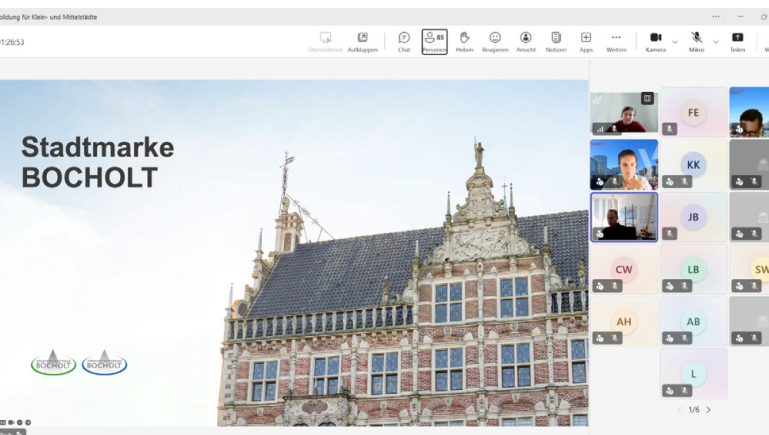
In unseren Innenstädten zeigen sich die großen gesellschaftlichen Fragen unserer Zeit: Wie wollen wir leben, arbeiten, uns begegnen – und was gibt urbanen Räumen künftig Sinn? Julia Erdmann wirft aus Socialtec-ture-Perspektive einen interdisziplinären Blick auf die Transformation unserer Zentren und zeigt, wie sie zu Plattformen für lebendiges Miteinander, Zukunftsmut und gemeinschaftliche Identität werden – gestaltet nach den Principles of Life. Dabei wird deutlich, dass zukunftsfähige Innenstädte nicht allein durch bauliche Maßnahmen entstehen, sondern vor allem dort, wo soziale Beziehungen, Teilhabe und gemeinschaftliche Verantwortung mitgedacht werden.



Hier geht es zum Interview. Weitere Videos zu spannenden Themen rund ums Stadtmarketing finden Sie in unserer **Mediathek**.

Die Landesverbände der bcsd vertreten die Mitglieder auf Landesebene. Die kostenlosen Landesverbandstreffen sind in der Regel auch für Nicht-Mitglieder zugänglich und dienen der Vernetzung und dem Austausch auf regionaler Ebene. Alle Infos zu den Landesverbänden und den Landestreffen finden Sie **hier**.





Thema Stadtmarke

Über 80 Teilnehmende beim kostenlosen bcsd-Webinar

Wie können Klein- und Mittelstädte auch mit begrenzten Ressourcen eine starke Stadtmarke entwickeln? Diese Frage stand im Mittelpunkt unseres kostenlosen Webinars „Markenbildung für Klein- und Mittelstädte“ am 11. August 2026. Mit mehr als 80 Teilnehmenden stieß das gemeinsame Onlineformat von bcsd und **Brandmeyer Markenberatung** auf große Resonanz.

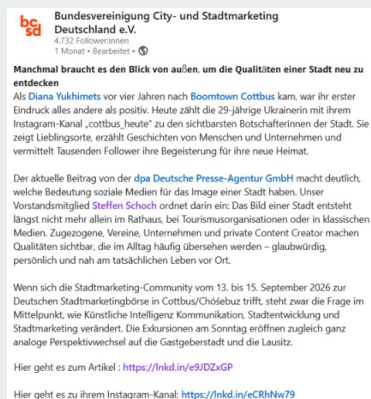
Peter Pirck zeigte zunächst, warum eine Stadtmarke weit mehr ist als Logo, Claim oder Kampagne. Entscheidend sind vielmehr die positiven Vorstellungen und Assoziationen, die mit einer Stadt verbunden werden – und die gezielt aufgebaut und gestärkt werden können. Gerade in angespannten Haushaltslagen gilt deshalb: Marke nicht einsparen, sondern anders denken. Im Fokus standen drei Schritte: klare Positionierung, Resonanz durch Beteiligung sowie die systematische Umsetzung an bestehenden Kontaktpunkten.

Wie dieser Ansatz in der Praxis funktioniert, machte **Ludger Dieckhues** am Beispiel **Bocholt** deutlich. Ausgehend von einer umfassenden Markenstudie wurden dort fünf

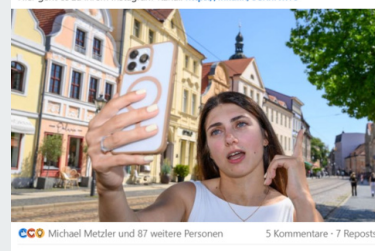
Post des Monats

Der Blick von außen...

Als Diana Yukhimets vor vier Jahren nach Boomtown Cottbus kam, war ihr erster Eindruck alles andere als positiv. Heute zählt die 29-jährige Ukrainerin mit ihrem Instagram-Kanal „cottbus_heute“ zu den sichtbarsten Botschafterinnen der Stadt. Sie zeigt Lieblingsorte, erzählt Geschichten von Menschen und Unternehmen und vermittelt Tausenden Follower:innen ihre Begeisterung für die neue Heimat...



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



profilierende Stärken definiert – von der Nähe zu den Niederlanden über die Fahrradfreundlichkeit bis zur starken Gemeinschaft. Durch gezieltes Touchpoint-Management werden diese Stärken nun Schritt für Schritt in Veranstaltungen, Stadtgestaltung, Kommunikation und weitere Handlungsfelder übersetzt.

Für alle bcsd-Mitglieder stehen die Seminarunterlagen ab sofort exklusiv im Mitgliederportal zur Verfügung. Damit können die Impulse des Webinars auch im Nachgang für die eigene Markenarbeit genutzt werden. **Hier** gelangen Sie zum Mitgliederportal der bcsd.

ANZEIGE

PlayFountain

Mobiler Spielbrunnen
für Städte zum
Sonderpreis!



bcSD Seminar

„Veranstaltungsleiter:in im öffentlichen Raum“

Mit steigenden Sicherheitsanforderungen wachsen auch die Unsicherheiten bei Veranstalter:innen. Mit dem Seminar vom **19.–21. Oktober in Bielefeld** 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. Am **18.09.** ist der Anmeldeschluss. **Hier** geht es zur Anmeldung.



Online-Reihe

bcSD KI-Lab Stadtmarketing

Künstliche Intelligenz entwickelt sich rasant. Neue KI-Tools, Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten entstehen in immer kürzeren Abständen. Für Stadtmarketingorganisationen wird es deshalb zunehmend anspruchsvoll, mit den Entwicklungen Schritt zu halten und gleichzeitig zu entscheiden: Welche KI-Anwendungen sind für die eigene Arbeit wirklich relevant und wie lassen sie sich sinnvoll einsetzen? Das KI-Lab Stadtmarketing der bcSD richtet sich an alle, die bereits erste Erfahrungen mit Künstlicher Intelligenz gesammelt haben und KI in ihrer Stadtmarketingarbeit einsetzen. Über drei Monate haben Sie die Möglichkeit, Ihr Wissen zu vertiefen, neue Anwendungen kennenzulernen und den Einsatz von KI in der eigenen Arbeit weiter zu professionalisieren.

In einer kleinen Gruppe von maximal 15 Teilnehmenden treffen Sie sich regelmäßig online mit unserem KI-Experten Frank Tentler. Jede Session verbindet ein kompaktes Update zu aktuellen KI-Entwicklungen, neuen Funktionen und relevanten Tools mit einer gemeinsamen Arbeits- und Austauschphase. Eigene Fragen und konkrete Anwendungsfälle aus dem Stadtmarketing sind ausdrücklich willkommen. Im Mittelpunkt steht dabei immer die Frage: Wie kann KI die tägliche Stadtmarketingarbeit konkret unterstützen und verbessern? Alle Informationen zur Teilnahme finden Sie **hier**.

Frank Tentler berät seit 2004 Unternehmen, Kommunen und Kulturinstitutionen bei der digitalen Transformation. Seit 2020 arbeitet er an KI-Projekten für Stadtverwaltungen, darunter die vom Land Bayern unterstützte Digitale Manufaktur der Stadt Aschaffenburg. An der Hochschule Macromedia hat er Smart City Design unterrichtet. Für den bcSD hat er in diesem Jahr die Geschäftsstelle bei der Umstellung ihrer Arbeitsabläufe auf KI-gestützte Verfahren begleitet. Seine Arbeit beginnt bei dem, was heute funktioniert, und zielt auf das, was danach kommt: Neue Technologien werden zuerst benutzt, um Altes nachzumachen. Erst danach zeigt sich, wofür sie eigentlich taugen. Bei Künstlicher Intelligenz wird dieser Übergang sehr schnell erfolgen.



Zertifizierter Projektpool

Best-Practice-Beispiele 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 153 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 der **Ahaus SuperApp** erscheint ein neues zertifiziertes Best Practice bei den Stadtimpulsen, das zeigt, wie kommunale Digitalisierung ganz praktisch im Alltag ankommen kann. Statt vieler einzelner Anwendungen bündelt Ahaus Rathaus, Schulen, Vereine, Stadtmarketing und lokale Wirtschaft auf einer gemeinsamen Plattform. Termine finden, Tickets kaufen, Fahrräder leihen, Gutscheine einlösen oder digitale Verwaltungsangebote nutzen: Die SuperApp verbindet digitale Services mit dem realen Stadtleben. Ein KI-gestützter Assistent ergänzt das Angebot nach dem Prinzip „fragen statt Suchen“. Mehr als 40.000 Nutzer*innen und über eine Million Interaktionen im Monat zeigen, dass dieser Ansatz angenommen wird.



Ahaus SuperApp

Dass Best Practice nicht mit der Zertifizierung endet, zeigt zugleich unser Blick nach **Büsum**: Das Projekt zur Sicherung der medizinischen Versorgung wurde aktualisiert. Nach mehr als zehn Jahren kommunalen Engagements ist dort ein bemerkenswerter Schritt gelungen: Die Gemeinde konnte die medizinische Versorgung zunächst stabilisieren und die Verantwortung anschließend wieder geordnet an niedergelassene Ärzt*innen übergeben. 2026 wurde deshalb die Ärztezentrums Büsum gGmbH aufgelöst

– die medizinische Versorgung vor Ort bleibt gesichert. Damit liefert Büsum auch für den „Ausstieg“ aus einer kommunalen Trägerschaft wertvolle Impulse für andere Kommunen.

Zwei Projekte, zwei ganz unterschiedliche Themen und eine gemeinsame Botschaft: Gute Lösungen für Städte und Gemeinden entwickeln sich weiter. Es lohnt sich, hinzuschauen, voneinander zu lernen und erfolgreiche Ansätze auf die eigenen Herausforderungen zu übertragen.



Ärztezentrums Büsum

ANZEIGE



4. Webkonferenz Stadt Gutscheine (24.09.2026, 9:30 Uhr)

Fünf Vertreter aus Stadt Guthaben-Partnerstädten stellen wieder Aktionen und Kampagnen rund um Ihren Stadt Gutschein vor. Die kurzen Impulse sollen inspirieren und sind offen für alle Herausgeber eines lokalen Stadt Gutscheins – Nachahmung explizit erlaubt und erwünscht.

[Programm und Anmeldung](#)



Die Nummer 1 für digitale Stadt Gutscheine

www.stadt guthaben.de

Interview mit Städtetagspräsident Burkhard Jung

Warum Städte Straßen und Parkplätze opfern müssen

Hitzeschutz wird für Städte zunehmend zu einer dauerhaften Aufgabe – und erfordert nach Ansicht von Burkhard Jung, Präsident des Deutschen Städtetages, einen grundlegenden Umbau des öffentlichen Raums. Mehr Grün, zusätzliche Bäume und Schattenplätze seien dabei keine kurzfristigen Einzelmaßnahmen, sondern Teil eines Generationenprojekts. Denn an steigende Temperaturen müssten sich Städte langfristig anpassen.

Dafür müsse auch die bisherige Flächennutzung neu bewertet werden. Straßen- und Parkplatzflächen könnten nicht überall unangetastet bleiben, wenn gleichzeitig Raum für Bäume, Grünflächen, Entsiegelung und klimafreundlichere Mobilität benötigt werde. Klimaanpassung werde damit unmittelbar zu einer Frage der Stadtgestaltung und der Prioritäten im öffentlichen Raum. Jung betont zugleich, dass Kommunen diese Aufgabe finanziell nicht allein bewältigen können. Er spricht sich dafür aus, Klimaanpassung und Hitzeschutz als Gemeinschaftsaufgabe von Bund, Ländern und Kommunen stärker abzusichern – gegebenenfalls auch über eine Änderung des Grundgesetzes. Gerade strukturell unterfinanzierte Städte benötigten verlässliche Unterstützung, um den notwendigen Umbau langfristig umsetzen zu können.



Aus Stadtmarketing- und Verbandssicht ist diese Debatte besonders relevant, weil Hitzeschutz längst auch eine Frage der Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit und Attraktivität von Innenstädten ist. Entscheidend wird sein, Klimaanpassung nicht isoliert zu betrachten, sondern gemeinsam mit Handel, Gastronomie, Mobilität, Stadtplanung und Stadtgesellschaft Lösungen zu entwickeln, die lebenswerte und zugleich funktionierende Stadträume schaffen. **Hier** gelangen Sie zum Interview.

Fachwerk verbindet

Fünf Städte, ein gemeinsames Zukunftsprojekt

Mit dem Fachwerk5Eck zeigen Duderstadt, Einbeck, Hann. Münden, Northeim und Osterode am Harz, wie interkommunale Zusammenarbeit rund um ein gemeinsames Profil funktionieren kann. Die fünf südniedersächsischen Mittelzentren verbindet ihr außergewöhnlich reicher Fachwerkbestand – gemeinsam arbeiten sie daran, ihre historischen Altstädte als Orte zum Wohnen, Arbeiten und Leben zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

Ein wichtiger Baustein ist das daraus entstandene Wohnraum5Eck. Die Plattform richtet den Blick auf historisches Wohnen und unterstützt Eigentümer sowie Kaufinteressierte mit einer Hausbörse, Informationen zur Sanierung und Beratungsangeboten. Damit wird Fachwerk nicht nur als touristisches oder baukulturelles Erbe verstanden, sondern auch als Potenzial für neuen Wohnraum und lebendige Innenstädte.



FEZitty wird zur Hauptstadt der Kinder

Wenn Kinder ihre Stadt selbst gestalten

Was passiert, wenn Kinder nicht nur in einer Stadt leben, sondern selbst darüber entscheiden können, wie diese Stadt funktioniert und aussehen soll? Genau das erprobt FEZitty im Berliner FEZ: Sechs Wochen lang wird das Gelände zur „Hauptstadt der Kinder“, in der 7- bis 14-Jährige arbeiten, Unternehmen gründen, studieren, eine eigene Währung verdienen und ihre Stadt gemeinsam gestalten. Besonders spannend aus Sicht der Stadtentwicklung: In der täglichen Bürgerversammlung wird diskutiert und abgestimmt, die Stadtregierung wird jede Woche neu gewählt. Themen wie Mobilität, Nachhaltigkeit, Wirtschaft oder gesellschaftliches Miteinander werden dabei nicht abstrakt vermittelt, sondern unmittelbar erlebt. Kinder entwickeln sogar Ideen dafür, wie leerstehende Gebäude und brachliegende Orte in ihrem eigenen Kiez künftig genutzt werden könnten.

FEZitty zeigt damit spielerisch, was gute Stadtentwicklung ausmacht: Beteiligung, Verantwortung, Aushandlung und die Möglichkeit, eigene Ideen tatsächlich einzubringen. Und vielleicht lohnt sich für Stadtmarketing und Kommunen ein genauer Blick darauf, welche Stadt entsteht, wenn diejenigen gestalten dürfen, die sonst bei Zukunftsfragen noch viel zu selten gefragt werden. Besonders sichtbar

wurde der politische Anspruch von FEZitty beim Besuch der Kinderregierung im Roten Rathaus Berlin. Dort trafen Bürgermeister und Stadträte der Kinderstadt den Regierenden Bürgermeister Kai Wegner, erhielten Einblicke in den Senatssitzungssaal und die politische Arbeit Berlins und erneuerten symbolisch die Städtepartnerschaft zwischen Berlin und FEZitty. Ein starkes Zeichen dafür, dass Kinder nicht nur spielerisch Stadt gestalten, sondern ihre Perspektiven auf Stadtentwicklung und Zusammenleben ernst genommen werden. Weitere Infos zur FEZitty finden Sie [hier](#) und die Pressemitteilung [hier](#).



ANZEIGE

cima.monitor

Citystudie

IHRE STADT

Wo steht Ihre (Innen-)Stadt?

Ihre Stadt im Faktencheck: lokale Daten, bundesweiter Vergleich und konkrete Impulse für Ihre Innenstadt.

Jetzt anfragen unter citystudien.de

SONDERAKTION

Mitglieder des bcSD erhalten die Studie für ihre Stadt zu einem Sonderpreis.



Handlungsbedarf
in Ihrer Stadt

Public Marketing Awards gehen in neue Runde

Innovative Public-Marketing-Maßnahmen gesucht!

Die Public Marketing Awards 2026 zeichnen herausragende Kommunikations- und Marketingprojekte der öffentlichen Hand aus dem Jahr 2025 aus. Gesucht werden Maßnahmen, die zeigen, wie wirkungsvoll, authentisch und zukunftsorientiert öffentliche Kommunikation heute sein kann.

Für Stadtmarketingorganisationen bietet die Auszeichnung eine gute Gelegenheit, erfolgreiche Kampagnen, Markenprozesse, Beteiligungsformate oder Kooperationsprojekte sichtbar zu machen. Denn Städte, Regionen und öffentliche Akteure stehen zunehmend im Wettbewerb um Aufmerksamkeit, Fachkräfte, Gäste, Neubürger, Unternehmen und Fördermittel. Eine klare Markenidentität und

überzeugende Kommunikation werden damit zu zentralen Erfolgsfaktoren. Einreichungen sind in sechs Kategorien möglich – von Image und Identity über Experience und Interaction bis hin zu Public Value, Employer Branding und Craft. Bewertet werden Konzeption, Umsetzung und Effektivität durch eine Fachjury. Die Einreichungsphase läuft bis zum **31. Oktober. Hier** finden Sie alles zur Anmeldung.



Neues Mitglied der bcsc

Hoplr – Die soziale Infrastruktur für starke Nachbarschaften

Kommunale Kommunikation wird immer anspruchsvoller: Bürger erwarten aktuelle Informationen, möchten sich beteiligen und über digitale Kanäle mit ihrer Stadt in Kontakt treten. Gleichzeitig stehen viele Kommunen unter wachsendem Ressourcen- und Kostendruck.

Hoplr bietet dafür eine Lösung. Unsere digitale Infrastrukturlösung verbindet Verwaltung, Bürger, Vereine, Initiativen und lokale Unternehmen in einem geschützten, DSGVO-konformen und werbefreien Umfeld. Informationen erreichen Menschen gezielt bis auf Nachbarschaftsebene. Ob Bürgerbeteiligung, Integration neuer Bewohner, Nachbarschaftshilfe oder Krisenkommunikation: Hoplr bündelt Information, Beteiligung und Vernetzung auf einer zentralen Plattform und erleichtert den direkten Austausch vor Ort.



Hoplr bringt Menschen nicht nur online zusammen – die Plattform stärkt Begegnungen, Engagement und Zusammenhalt im realen Lebensumfeld. Als digitale soziale Infrastruktur kann Hoplr für die Kommune dazu beitragen, Kommunikations- und Beteiligungsprozesse effizienter zu organisieren, Ressourcen gezielter einzusetzen und bestehende Kommunikationskanäle sinnvoll zu ergänzen.

250 Städte und Gemeinden in Belgien, den Niederlanden und Luxemburg setzen Hoplr erfolgreich ein. Mit ersten Projekten in Österreich und Deutschland wächst das Netzwerk nun auch im deutschsprachigen Raum. Falls Ihre Kommune das gesamte lokale Ökosystem vernetzen will – online und offline, über Generationen hinweg, gegen Einsamkeit und für echten Zusammenhalt: Vereinbaren Sie einen Vorstellungstermin. Wir wissen, wie das geht. Kontakt: daniela.krautsack@hoplr.com



Anders als klassische soziale Netzwerke setzt Hoplr auf verifizierte Nachbarschaften statt anonyme Reichweite. Kommunen kommunizieren mit den Menschen vor Ort – ohne algorithmische Filter und mit einem klaren Fokus auf das lokale Zusammenleben.

Unser neues Mitglied

COREGO stellt sich vor und lädt zur Rooftop Reception ein

Wir freuen uns, seit Kurzem ein neues Fördermitglied der bcsd zu sein. Bei uns stehen die Menschen und ihre Erlebnisse im Mittelpunkt. Mit langjähriger Erfahrung in den Bereichen Events, Kultur und digitale Besucherprozesse unterstützen wir unsere Partner dabei, Veranstaltungen und Angebote effizient, innovativ und nutzerfreundlich zu gestalten. Smarte Technologien wie Cashless Payment inkl. eigenem Netzwerk oder kamerabasierte und datenschutzkonforme Besucherzahl-Systeme sind ein echter und unerlässlicher Mehrwert für die Organisatoren.

Zum Start unserer Mitgliedschaft möchten wir die Gelegenheit nutzen, die bcsd-Community persönlich kennenzulernen und laden alle Mitglieder herzlich zu unserer **CoreGo Rooftop Reception** im Rahmen des Reeperbahn Festivals ein: Am **15. September ab 14:00 Uhr** öffnen wir die Türen unserer Rooftop-Location im Herzen Hamburgs an den Landungsbrücken und freuen uns auf einen inspirierenden Nachmittag und Abend mit spannenden Begegnungen, neuen Kontakten und guten Gesprächen. Über

den Dächern der Stadt erwarten Sie Drinks, Food, Musik und jede Menge Networking in entspannter Festivalatmosphäre.

Kommen Sie vorbei, genießen Sie die besondere Atmosphäre während des Reeperbahn Festivals und verbringen Sie mit uns einige inspirierende Stunden über den Dächern Hamburgs.

Bei Interesse oder zur Anmeldung freuen wir uns über eine kurze Nachricht an: marketing.de@corego.com
Wir freuen uns auf Sie! Ihr CoreGo-Team



Starke Zahlen für den Tourismus im Osten

DTV: Tourismus-Erfolg braucht Weltoffenheit

Ostdeutschland bleibt ein starkes Reiseland: 2025 wurden dort 85,5 Millionen Übernachtungen und 466,5 Millionen Tagesreisen gezählt. Allein der Tagestourismus erwirtschaftete einen Bruttoumsatz von rund 13,9 Milliarden Euro. Einen wichtigen Anteil an dieser Attraktivität haben international bekannte Kulturorte wie das Bauhaus in Dessau, die Luthergedenkstätten in Wittenberg und Eisleben oder die Klassik in Weimar.

DTV-Präsident Reinhard Meyer sieht gerade in dieser internationalen Ausstrahlung einen wesentlichen Erfolgsfaktor des Tourismus. Weltoffenheit und Gastfreundschaft seien daher nicht nur gesellschaftliche Werte, sondern auch wirtschaftlich relevant.

Mit Blick auf die politische Debatte um das Bauhaus in Sachsen-Anhalt warnt Meyer zugleich davor, etablierte Kulturmarken parteipolitisch zu verengen. Ihre Stärke liege gerade darin, Menschen über Grenzen hinweg anzusprechen und Deutschland international sichtbar zu machen.

Seine Botschaft ist klar: Wer den Tourismus stärken will, sollte die gewachsene kulturelle Strahlkraft bewahren, Offenheit fördern und erfolgreiche Marken weiterentwickeln – statt ihre internationale Wirkung infrage zu stellen. **Hier** gelangen Sie zur Pressemitteilung.



Bauhaus Dessau



Stadtradeln fürs Klima

Vom 6. bis 26. September beteiligt sich Braunschweig wieder am Stadtradeln und setzt damit ein Zeichen für Klimaschutz und nachhaltige Mobilität. Ergänzend zum Kilometersammeln lädt die Braunschweig Stadtmarketing GmbH dazu ein, die Stadt und ihre Umgebung bei geführten Fahrradtouren neu zu entdecken.

Die Angebote verbinden Bewegung, Stadtgeschichte und Naturerlebnis: So führen Touren unter anderem entlang der Oker nach Wolfenbüttel, rund um die historischen Wallanlagen oder durch Braunschweigs Parks und Grünflächen. Dabei erfahren die Teilnehmenden Wissenswertes über Geschichte, Kultur und besondere Orte der „City of Lions“.

Besonders charmant ist die Verbindung von Klimaschutz und Stadterlebnis: Wer beim Stadtradeln ohnehin aufs Fahrrad steigt, kann die eigene Stadt zugleich bewusster wahrnehmen und neue Perspektiven kennenlernen. Die Touren werden in gemäßigttem Tempo und ohne größere Steigungen gefahren und richten sich damit an ein breites Publikum. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Halle setzt auf KI-Service

Mit „Willem“ setzt die Stadt Halle (Westf.) auf einen KI-gestützten Chatbot, der Bürger:innen bei Fragen rund um die Stadtverwaltung unterstützt. Der digitale Assistent soll dabei helfen, Informationen schneller zu finden und den Zugang zu Verwaltungsangeboten unkomplizierter zu machen. Gleichzeitig kommuniziert die Stadt sehr transparent, wo die Grenzen des Systems liegen: Willem lernt noch dazu, seine Antworten werden mit Künstlicher Intelligenz erzeugt und können unvollständig oder ungenau sein. Deshalb weist die Stadt ausdrücklich darauf hin, keine personenbezogenen oder sensiblen Daten einzugeben und Antworten kritisch zu prüfen.

Auch die Nutzung selbst wird erklärt: Präzise, neutral formulierte Fragen und passende Begriffe helfen dem Chatbot, bessere Ergebnisse zu liefern. Über eine einfache Feedbackfunktion können Nutzer außerdem direkt zurückmelden, ob eine Antwort hilfreich war. Spannend ist da-

bei vor allem die Kombination aus digitalem Service und klarer Verantwortung: Der Chatbot ergänzt bestehende Beratungsangebote, ersetzt persönliche Ansprechpartner aber nicht – bei komplexen Anliegen bleibt der direkte Kontakt zur Verwaltung ausdrücklich vorgesehen. Weitere Infos finden Sie [hier](#).



Noch kein Mitglied der bcsd?

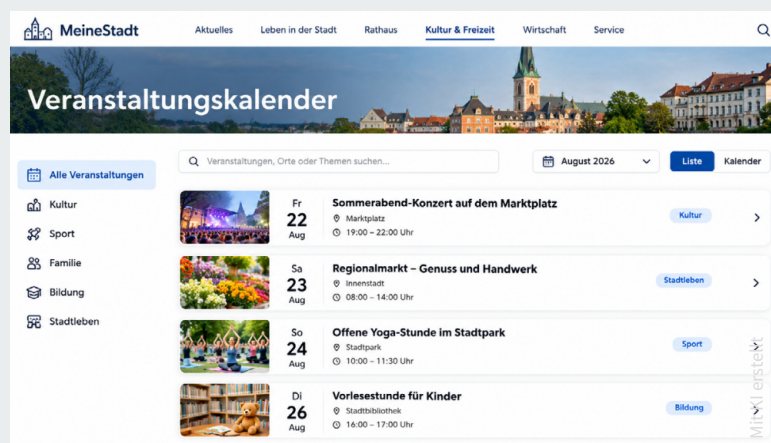
Dann wird es höchste Zeit, Teil unseres Netzwerks zu werden. Die bcsd verbindet Stadtmarketingorganisationen aus ganz Deutschland, schafft Austausch über Landesverbandstreffen und Jahrestagungen, bietet fachlichen Input, Sichtbarkeit und Interessenvertretung – und stärkt damit die Arbeit vor Ort. Noch nicht überzeugt? Dann hören Sie auf die **Stimmen aus unserem Netzwerk**: Mitgliedschaft bedeutet nicht nur Information, sondern echte Verbin-

dung, kollegialen Austausch und gemeinsame Weiterentwicklung. Wer Stadtmarketing aktiv mitgestalten möchte, ist bei uns herzlich willkommen! **Alle Mitglieder-vorteile auf einen Blick.**



Umfrage zu lokalen Veranstaltungskalendern

Warum gibt es so selten gut funktionierende lokale Veranstaltungskalender? Meist laufen in einer Stadt mehrere Kalender nebeneinander — Stadt, Tourismus, Kultur, Vereine — jeder halb gepflegt, keiner vollständig. David Ruf, Gründer des Berliner Stadteilmagazins moazin, geht dieser Frage in seiner Masterarbeit an der Universität Potsdam (Medienrecht und Management, EPI Institut) nach. Gesucht sind Menschen aus Stadtmarketing, Tourismus, Kultur und Kommunen, die aus ihrer Praxis berichten. Dauer ca. 10 Minuten. **Jetzt teilnehmen!**



Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen“

Mit dem Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen“ zeichnen das **Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMUKN)**, das Bundesamt für Naturschutz (BfN) und der Deutsche Tourismusverband Destinationen aus, die ihre Tourismusentwicklung nachhaltig gestalten. Teilnehmen können Tourismusorte, -regionen und Städte – unabhängig davon, ob sie bereits über eine etablierte Nachhaltigkeitsstrategie verfügen oder sich noch am Anfang des Prozesses befinden.

Im Fokus stehen die tatsächlichen Nachhaltigkeitsleistungen vor Ort – von Strategien und Konzepten über Maßnahmen in den Bereichen Klimaschutz, Mobilität, Natur- und Ressourcenschutz bis hin zu regionaler Wertschöpfung, sozialer Verantwortung und der Einbindung lokaler Akteure. Neben einer Bewertung durch eine Fachjury profitieren alle Teilnehmenden von fachlichem Feedback, Vernetzungsmöglichkeiten und einer stärkeren öffentlichen Sichtbarkeit ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Staatsanzeiger Award

Seit 2021 zeichnet der Staatsanzeiger Award herausragende Projekte von Verwaltungen und öffentlichen Institutionen aus, die mit innovativen Ideen und mutigen Lösungen einen positiven Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leisten. Kommunen, Regionen und öffentliche Einrichtungen aus dem gesamten Bundesgebiet können ihre Projekte in mehreren Kategorien einreichen – darunter auch „Lebendige Regionen“, in der Initiativen zur Förderung von Kultur, Tourismus und regionaler Identität im Mittelpunkt stehen. Ausgezeichnet werden beispielsweise Kulturfestivals, Museumsprojekte, Stadtführungen oder digitale Kulturplattformen, die das kulturelle Leben bereichern und zugleich die Attraktivität ihrer Region stärken.

Die Teilnahme ist kostenlos und erfolgt über einen kurzen Bewerbungsbogen; ergänzend können Bild- oder Videomaterialien eingereicht werden. **Bewerbungsschluss ist der 31. Oktober.** Die Nominierten werden im Dezember bekannt gegeben, die Preisverleihung findet am 18. März 2027 im Alten Schloss in Stuttgart statt. Mit dem Award werden erfolgreiche Projekte sichtbar gemacht und als Inspiration für andere Kommunen gewürdigt. **Jetzt bewerben!**



30. IHK-Forum Stadtmarketing

3. September 2026 von 10:00 bis 17:00 Uhr
im Sheraton Hannover Pelikan Hotel
www.hannover.ihk.de/stadtmarketingforum

IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

03. September 2026

30. IHK-Forum Stadtmarketing

Am 3. September 2026 veranstaltet die IHK Projekte Hannover GmbH das 30. IHK-Forum Stadtmarketing unter dem Leitthema „Innenstadt mit Zukunft“. Im Mittelpunkt stehen Strategien und Praxisansätze, mit denen Innenstädte attraktiv, vielfältig und zukunftsfähig gestaltet werden können. Zukunftsforscher Andreas Reiter eröffnet die Tagung mit einem Blick auf die Innenstadt von morgen, bevor Expert:innen aus Stadtentwicklung, Verwaltung und Stadtmarketing aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze diskutieren. In vier parallelen Fachforen werden Themen wie Stadtstrategien, urbane Sicherheit, Markenentwicklung und der kollegiale Erfahrungsaustausch vertieft. Praxisberichte aus Südde, Marburg, Hamburg und Cuxhaven zeigen anschließend, wie innovative Konzepte erfolgreich umgesetzt werden können. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

03.–05. September 2026

Smart City Festival in Ahaus

Ahaus wird erneut zum Treffpunkt für Stadtentwickler:innen, Smart-City-Verantwortliche und Stadtmarketingexpert:innen. Das Smart City Festival verbindet Fachkonferenz, Praxisbeispiele und Festivalatmosphäre und zeigt, wie digitale Stadtentwicklung im kommunalen Alltag erfolgreich umgesetzt werden kann. Die mehrfach ausgezeichnete Digitalstadt Ahaus dient dabei selbst als Real-labor für smarte Lösungen. Auf dem Programm stehen Vorträge zu Stadtmarketing, Digitalisierung, Innenstadtentwicklung und kommunaler Innovation sowie zahlreiche Best-Practice-Beispiele aus ganz Deutschland. Mit dabei ist auch **Finn-Ole Ellerbrock, Referent für Stadtmarketing der bcsd**, der in seinem Vortrag zeigt, wie agiles Stadtmarketing zur Entwicklung smarter Städte beitragen kann. **Hier** finden Sie weitere Informationen.



Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot (m/w/d)	Bewerbungsfrist
Moers Marketing GmbH	<u>Geschäftsführung</u>	31. August
Buer Management GmbH	<u>Citymanager:in Hauptzentrum Gelsenkirchen-Buer</u>	07. September
StaRT Stadtmarketing und Tourismus Reutlingen GmbH	<u>Citymanager:in</u>	keine Angabe

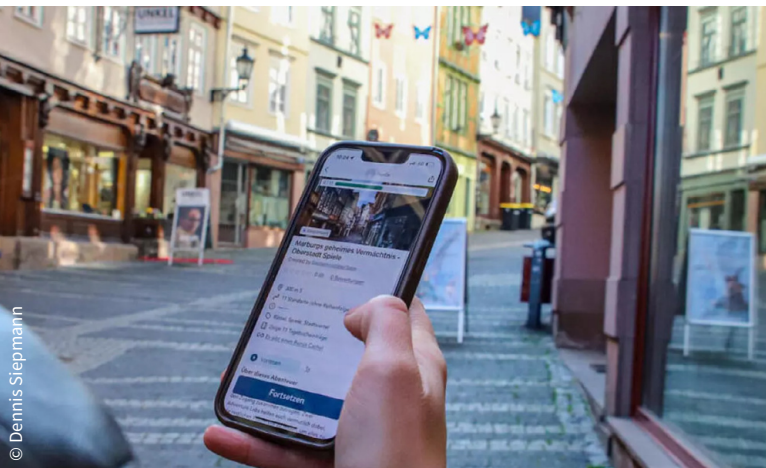
18.–19. November 2026

Deutscher Tourismustag in Leipzig

Gemeinsam mit dem Landestourismusverband Sachsen e.V., der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, der Touristik & Caravaning Leipzig sowie der Leipziger Messe lädt der Deutsche Tourismusverband Sie zum Deutschen Tourismustag am 18. und 19. November nach Leipzig ein.

Freuen Sie sich auf die Fachtagung zum Thema „Mehr als Automatisierung: Warum Arbeit im Tourismus trotz KI anders bleibt“ im Congress Center Leipzig mit hochkarätigen Referentinnen und Referenten aus Politik, Wissenschaft und Praxis. Das Rahmenprogramm startet bereits am 18. November mit Fachexkursionen, einem Warm-up & Networking mit der Deutschen Bahn und einem Get-together im Felix im Staycity Leipzig. Den Abschluss bildet am 19. November die feierliche Abendveranstaltung mit der Verleihung des Deutschen Tourismuspreises. Das detaillierte

Programm erscheint im Spätsommer. Gruppen und Nachwuchskräfte profitieren von Sonderkonditionen. Alle Details zum Programm und zur Anmeldung gibt es [hier](#).



25. September 2026

stadtpulse Xpress

Mit stadtpulse Xpress bieten wir allen Freund:innen attraktiver Innenstädte einen kompakten digitalen Praxis-transfer. In kurzen Online-Terminen werden zertifizierte Best-Practice-Projekte aus dem stadtpulse-Projektpool vorgestellt und konkrete Erfahrungen aus der Umsetzung geteilt. Am 25. September 2026 von 11:00 bis 11:45 Uhr stehen zwei Beispiele im Fokus: „**Geocaching in der Innenstadt**“ aus Marburg und die „**Mystery-Beutel**“ aus Ludwigsburg. Beide zeigen, wie Innenstädte erlebbar, digital sichtbar und wirtschaftlich gestärkt werden können. Für Stadtmarketingorganisationen lohnt sich die Teilnahme besonders, weil beide Projekte niedrigschwellig zeigen, wie mit überschaubarem Aufwand neue Frequenzimpulse und positive Innenstadtanlässe geschaffen werden können. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

21. September 2026

imakomm praxis INNOVATIV: standortbestimmungNEXT

Mit „standortbestimmungNEXT“ startet am 21. September 2026 die digitale Innovationsreihe der imakomm AKADEMIE. Von 15 bis 16 Uhr wird ein neues Instrument vorgestellt, mit dem Stadtmarketingorganisationen ihre Standortstärken sowie Wirkung, Effektivität und Effizienz der eigenen Arbeit systematisch bewerten können. Mehr als 40 Indikatoren aus sechs Themenfeldern sollen dabei helfen, schnell Optimierungspotenziale zu erkennen, Maßnahmen gezielter auszurichten und die Bedeutung des Stadtmarketings auch bei knappen Budgets fundiert zu belegen. Weitere Informationen zur Innovationsreihe und alles zur Anmeldung finden Sie [hier](#).



bcsd- Veranstaltungen:

02. September 2026

Digitaler Austausch Landesverband
Nordrhein-Westfalen

13.–15. September 2026

Die Deutsche Stadtmarketingbörse
in Cottbus

Ab 02. Oktober 2026

bcsd KI-Lab

19.–21. Oktober 2026

Seminar „Veranstaltungsleiter:in im
öffentlichen Raum“ in Bielefeld

22. Oktober 2026

Landestreffen Baden-Württemberg
in Karlsruhe

27. Oktober 2026

Landestreffen Schleswig-Holstein in
Rendsburg

12. November 2026

Landestreffen Nordrhein-Westfalen

25. November 2026

Landestreffen Bayern in München

17. Dezember 2026

Landestreffen Niedersachsen-
Bremen in Lingen

Weitere Veranstaltungen:

02. September 2026

IHK-Webinar: „Impulse für den Ein-
satz von KI im Handel“

03. September 2026

30. IHK-Forum Stadtmarketing in
Hannover

03.–05. September 2026

Smart City Festival in Ahaus

09.–10. September 2026

GCSP Congress Klartext in Berlin

14.–16. September 2026

19. Bundeskongress Nationale Stadt-
entwicklungspolitik in Köln

21. September 2026

imakomm praxis INNOVATIV:
standortbestimmungNEXT

24. September 2026

4. Webkonferenz Stadtgutscheine

25. September 2026

Stadtimpulse Xpress online

28.–29. September 2026

46. Urbanicom Studentagung in Bad
Wimpfen

30. September 2026

Tagung Fachwerk im Wandel 2026
in Göttingen

05.–07. Oktober 2026

Expo Real in München

13.–15. Oktober 2026

Smart Country Convention in Berlin

18.–19. November 2026

Deutscher Tourismustag in Leipzig

18.–19. November 2026

Handelskongress Deutschland in
Berlin

18.–19. November 2026

Messe Kommunal in Erfurt

24.–25. November 2026

DVWE Forum Deutscher Wirtschafts-
förderungen in Frankfurt a. M.

25.–27. Januar 2027

Internationale Kulturbörse Freiburg



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, Bundesvor-
sitzender Gerold Leppa.

Bei der Erstellung und redaktionellen Bearbeitung dieses Newsletters wurde unterstüt-
zend Künstliche Intelligenz eingesetzt. 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 ger-
ne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten Nutzung,
Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestat-
tet 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 News-
letter 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](#).