



Stadtmarketingbörse 2025



Vorstand der bcsd neu gewählt



Best-Practice-Beispiel des Monats



-ICR-Kompaktstudium startet in nächste Runde



Kommunen kaufen gemeinsam Zufahrtssperren



GEMA und BVMV einigen sich auf Tarif

IN DIESER AUSGABE:

bcsd kompakt	Seite 2
Best-Practice Interview	Seite 10
Trends & Neuigkeiten	Seite 11
Jobs	Seite 12
Das Neueste aus den Städten.....	Seite 13
Wettbewerbe & Publikationen.....	Seite 14
Veranstaltungen	Seite 15
Die wichtigsten Termine	Seite 16

„Bildet Banden! Allianzen für eine starke Stadt“

Rückblick: Das war die Deutsche Stadtmarketingbörse 2025

Vom 14. bis 16. September 2025 trafen sich rund 250 Stadtmarketing-Expert:innen in Münster zur Deutschen Stadtmarketingbörse der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland. Unter dem Motto „Bildet Banden! Allianzen für eine starke Stadt“ stand die zentrale Frage im Fokus: Wie können Städte gemeinsam Herausforderungen meistern, Innenstädte beleben und vor allem auch soziale Orte stärken?

In ihrer Keynote plädierte Prof. Dr. Maren Urner (FH Münster) für integriertes Denken statt isolierter Silos: „Das Erfolgsrezept der Menschen ist es, zu kollaborieren.“

Prof. Dr. Friedrich von Borries (HFBK Hamburg) ergänzte: „Stadt gestalten heißt, Menschen zusammenzubringen und Verantwortung zu teilen.“

Theorie trifft Praxis

Von der Theorie ging es direkt in die Praxis: In Experience-Centern präsentierten Städte ihre Projekte, von der kooperativen Innenstadtentwicklung in Aachen über die Wirkung und den Wert von Städtepartnerschaften aus Bochum, digitalen Kooperationen in Marburg bis hin zur Neupositionierung der Marke Bielefeld. Dabei zeigte sich: Kooperation wirkt – auf das Stadtgefühl, die Identifikation der Bürger:innen und die wirtschaftliche Belebung.



Kooperation statt Silos

„Nirgendwo zeigen sich grundlegende Veränderungen – seien sie politisch, sozial oder kulturell – so unmittelbar wie in Städten. Den Auftrag, Städte auch in Zukunft als demokratische Orte zu fördern, die Identität stiften und in denen man gerne lebt, kann Stadtmarketing nicht alleine erfüllen. Dafür braucht es vielfältige Partnerinnen und Partner“, so Bernadette Spinnen, Leiterin Münster Marketing. Die Tagung machte deutlich: In einer Zeit wachsender Komplexität sind Kooperation, Vernetzung und kreative Lösungen entscheidend.

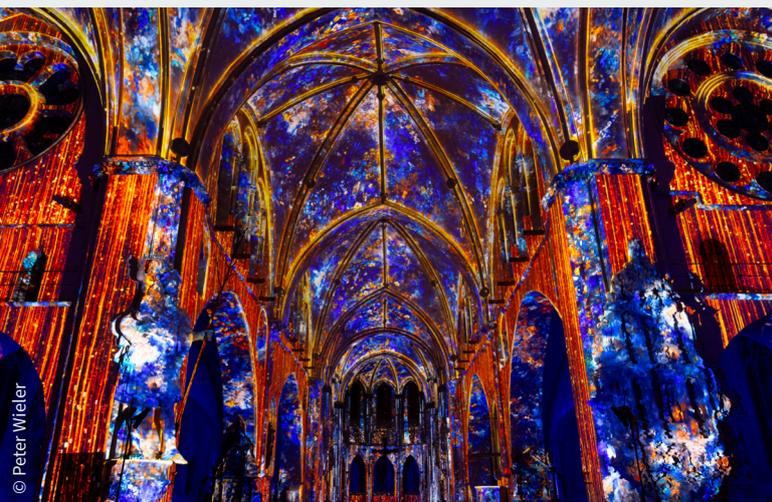


Münster zeigte eindrücklich vor Ort, was gute Banden bewirken können: Ob bei gemeinsamen Rundgängen durch die Innenstadt und im Hafen, beim Gastgeberempfang im LWL Museum für Kunst und Kultur mit Unterstützung der Sparkasse Münsterland Ost oder bei der Lichtshow Luminiscence* im St.-Paulus-Dom in Münster – die Praxis machte greifbar, wie Vernetzung und gemeinsame Projekte direkt das Stadtleben bereichern.



Die Deutsche Stadtmarketingbörse ist mehr als eine Fachveranstaltung – sie ist der Ort, an dem Ideen für die Städte von morgen entstehen. Hier zeigt sich, Zusammenarbeit zahlt sich aus.

Weitere Impressionen auf www.stadtoptimisten.de



*LUMINISCENCE ist eine immersive Kunstinstallation die Licht, Musik und Sprache vereint. Für jeden neuen Ort wird eine neue Show produziert. Die Veranstaltungen können erst nach Sonnenuntergang stattfinden und sie werden so geplant, dass der übliche Ablauf in der Kirche nicht gestört wird. Aufgrund der aufwendigen Planungen und Installationen benötigen wir eine Spielzeit von 3-4 Monaten (je nach Jahreszeit), mit Veranstaltungen von Mittwoch bis Sonntag.

LUMINISCENCE ist immer auf der Suche nach neuen Kirchenräumen. Für weitere Informationen steht Ihnen der Veranstaltungsleiter von Luminiscence, Markus Steeger, gerne zur Verfügung. (Mobil: 0171 3007711 oder markus.steeger@brainpool-live.de)

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

bc sd unter neuer Leitung

Gerold Leppa ist Bundesvorsitzender

Auf der Mitgliederversammlung der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bc sd e.V.) am 14. September 2025 in Münster wurde ein neuer Bundesvorstand gewählt. An die Spitze des Verbandes tritt künftig Gerold Leppa Wirtschaftsdezernent der Stadt Braunschweig und Geschäftsführer der Braunschweig Marketing GmbH und Braunschweig Zukunft GmbH, als neuer Bundesvorsitzender. Leppa ist bereits seit 1999 im Vorstand der bc sd und seit 2021 bereits in der Rolle des stellvertretenden Vorsitzenden an der Verbandsspitze aktiv.

Die bisherige Vorsitzende Bernadette Spinnen hatte nach 16 Jahren im Bundesvorstand, davon neun Jahre als Bundesvorsitzende, nicht erneut kandidiert. Der Verband dankte ihr für ihr langjähriges Engagement und die prägenden Impulse, mit denen sie die Arbeit der bc sd wesentlich gestaltet hat, und verlieh ihr in Anerkennung dafür die Ehrenmitgliedschaft.

Neu in den Bundesvorstand gewählt wurde einstimmig Martin Knabenreich, Geschäftsführer Bielefeld Marketing GmbH.

Der neue Bundesvorsitz setzt sich wie folgt zusammen: Bundesvorsitzender: **Gerold Leppa**, Wirtschaftsdezernent der Stadt Braunschweig und Geschäftsführer Braunschweig Stadtmarketing GmbH und Braunschweig Zukunft GmbH; Erste stellvertretende Vorsitzende: **Karmen Strahonja**, Geschäftsführerin, CongressForum Franken-

Die bc sd auf LinkedIn Themen, die unsere Community begeistern

Unser LinkedIn-Post zur neuen bc sd-Leitung war gleichzeitig auch der meistgeklickte Beitrag des Monats – wohl ein Zeichen dafür, wie spannend dieses Thema für unsere Community ist! **Hier** geht es zum Post. Vernetzen Sie sich gerne mit uns auf LinkedIn und erhalten Sie spannende Einblicke und aktuelle News aus dem Stadtmarketing.



thal GmbH; Zweiter stellvertretender Vorsitzender: **Martin Knabenreich**, Geschäftsführer Bielefeld Marketing GmbH; Vervollständigt wird der 7-köpfige Vorstand durch **Michael Gerber** (Geschäftsführer Erlebnis Bremerhaven, Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen mbH), **Michael Metzler** (Geschäftsführer, Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH), **Steffen Schoch** (Geschäftsführer Heilbronn Marketing GmbH) und **Katja Teixeira** (Geschäftsführerin Stadtmarketing Siegen GmbH).

Gerold Leppa erklärte: „Ich freue mich gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen des Bundesvorstands die gute Arbeit der bc sd in die Zukunft zu führen. Gerade in den aktuell nicht nur die Kommunen herausfordernden Zeiten wird es eine unserer wichtigsten Aufgaben sein, den Stellenwert des Stadtmarketing auszubauen und seine Kompetenzen weiterzuentwickeln.“

Neben dem Bundesvorstand vertreten aktuell 18 Landessprecher:innen die bc sd auf Landesebene und setzen sich im Dialog mit anderen Verbänden und Politik für die Interessen der Mitgliedsorganisationen ein. Weitere Informationen finden Sie bei unseren **Landesverbänden**.

Hier geht es zur **vollständigen Pressemitteilung**.



Bildet Banden!

Gemeinsam gestalten: die Partnerschaften der bcSD für lebenswerte Städte

Stadtmarketing wirkt dort, wo Menschen, Ideen und Institutionen zusammenkommen. Als Bundesvereinigung verstehen wir Kooperation nicht nur als Mittel zum Zweck, sondern als grundlegendes Prinzip unserer Arbeit: vernetzend, impulsgebend, strategisch.

Stadtmarketing lebt vom Austausch und vom gemeinsamen Handeln. Gemeinsam mit unseren Freunden und Partnern bilden wir ein starkes Netzwerk, das in Gremien, Arbeitsrunden und Gesprächen aktiv ist. Wir bündeln Kräfte, vertreten gemeinsame Interessen gegenüber Politik und Verwaltung und entwickeln Ideen weiter, die Städte lebenswerter machen. Einige Organisationen sind sowohl in der bcSD als auch bei Partnern Mitglied. Dazu zählen unter anderem der Deutsche Städtetag, der Deutsche Städte- und Gemeindebund, der Deutsche Tourismusverband, der Handelsverband Deutschland und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag. Unser Netzwerk ist vielfältig und reicht von internationalen Partnern über überregionale Verbände bis hin zu branchenübergreifenden, politischen und institutionellen Verbindungen. Diese unterschiedlichen Ebenen ergänzen sich und tragen gemeinsam dazu bei, Stadtmarketing in seiner ganzen Breite zu stärken und weiterzuentwickeln.

Politik trifft Praxis – mit dem Beirat Innenstadt

Auf verschiedenen Ebenen steht die bcSD mit den kommunalen Spitzenverbänden im Austausch, um die Interessen des Stadtmarketings auf politischer Ebene einzubringen.



Übergabe der Handlungsempfehlungen des Beirat Innenstadt an das BMWBSB

Durch den regelmäßigen Austausch werden Entwicklungen in der Stadtentwicklung und Innenstädten frühzeitig positioniert und strategische Themen zur Sprache gebracht. Ziel ist die Sichtbarkeit des Stadtmarketings und innerhalb der kommunalen Entscheidungsprozesse zu stärken und den Dialog zwischen Verwaltung, Politik und Praxis zu fördern.

Ein Beispiel dafür ist der Beirat Innenstadt, in dem Akteur:innen aus Stadtmarketing, Verwaltung, Verbänden und Bundespolitik regelmäßig zusammenkommen. Hier entstehen tragfähige Ideen, wie Innenstädte neu gedacht und gestaltet werden können. Der Austausch im Beirat

stärkt nicht nur die politische Relevanz unserer Anliegen, sondern schafft auch Resonanzräume für lokale Erfahrungen und Praxiswissen.

Internationaler Austausch als Perspektivwechsel

Diese Öffnung für neue Perspektiven zeigt sich auch in unserer engen Zusammenarbeit mit Stadtmarketing Austria. Der grenzüberschreitende Dialog hilft uns, aktuelle Herausforderungen einzuordnen und Lösungsansätze weiterzuentwickeln. Die regelmäßige Beteiligung an Veranstaltungen, der Austausch zu relevanten Stadtmarketingthemen und gegenseitigen Besuchen macht deutlich: Stadtmarketing lebt vom Blick über den Tellerrand.



Daniela Limberger und Michael Gsaller, Vizepräsidentin & Präsident Stadtmarketing Austria auf der Deutschen Stadtmarketingbörse in Münster

Regionale Stärke – bundesweit vernetzt

Gemeinsam mit dem Stadtmarketingverband Ostdeutschland (CMVO) bündeln wir Know-how und Erfahrung, um die Strukturen und Aktivitäten des Stadtmarketings in Ostdeutschland nachhaltig zu stärken. Durch den Austausch fördern wir die Sichtbarkeit regionaler Besonderheiten und bringen die Interessen der Städte aktiv in den bundesweiten Diskurs ein.

Fachübergreifend denken, gemeinsam handeln

Dass Stadtmarketing im Verbund mit anderen Disziplinen besonders wirksam ist, zeigt die enge Verbindung zu DVAG und DVWE. Durch regelmäßigen Wissensaustausch und die Vernetzung zu verwandten Themenbereichen stärken wir die Kommunikation und Sichtbarkeit gemeinsamer Anliegen. So können Erkenntnisse aus Stadtplanung, Wirtschaftsförderung und anderen Fachdisziplinen gebündelt werden, um Stadtmarketing strategisch wirksamer zu positionieren.

Impulse durch Studien, Daten und Plattformen

Neben kontinuierlichen Kooperationen engagieren wir uns auch in anlassbezogenen Projekten – etwa bei Studien wie „Vitale Innenstädte“ oder der „Deutschland Studie In-



Treffen des CMVO in Schwerin

nenstadt“, die wir gemeinsam mit dem Handelsverband Deutschland und dem IFH Köln begleiten. Diese Erhebungen liefern wichtige Daten, um Entwicklungen fundiert einzuordnen und Positionen mit Evidenz zu unterfüttern.

Auch die Initiative „**Stadtimpulse**“ folgt diesem Anspruch: Gute Praxis sichtbar machen, zur Nachahmung anregen und Wissen systematisch zugänglich machen.

Vernetzt in die Zukunft

Neben den hier genannten Partnern und Freunden, sind wir auch mit vielen weiteren Akteur:innen vernetzt, eine Übersicht finden Sie **hier**.

Partnerschaften sind für uns kein Add-on, sondern der Kitt, der unsere Arbeit zusammenhält. Sie ermöglichen uns, aktuelle Herausforderungen aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten, Synergien zu nutzen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln.

Wir sind stets daran interessiert, neue Verbindungen zu knüpfen – mit Kolleg:innen innerhalb und außerhalb der Branche, lokal und international. Denn wir glauben daran, dass Stadtmarketing im Netzwerk stärker wird – durch geteilte Verantwortung, neue Ideen und gemeinsames Wachsen.



Übergabe einer Auszeichnung für die Stadtimpulse

ANZEIGE

Erfolgsmodell:

**Digitaler
Stadtgutschein**

2 Minuten Erklärvideo anschauen



**Jetzt
scannen!
Begeistern
lassen!**

ICR Kompaktweiterbildung 2026

Jetzt anmelden und Frühbucherrabatt sichern!

In nur drei Monaten zum/zur ICR-geprüften und bcsd-zertifizierten City-, Stadt- und Regionalmanager:in!

Die ICR Kompaktweiterbildung setzt, unterstützt von bcsd und CIMA, seit vielen Jahren den Standard in der Qualifizierung für Stadt-, City- und Regionalmanagement. Sie vermittelt fundiertes Grundlagenwissen, greift aktuelle Themen wie KI im Stadtmarketing oder Instagram & TikTok auf und schafft wertvolle Möglichkeiten zum Austausch und Netzwerken.

Die Weiterbildung auf einen Blick:

- **Modulphase:** In der fünfwöchigen Modulphase vom 25.02. bis 27.03.2026 können Sie alle zwölf nötigen Seminare belegen. Mit einer Mischung aus Pflicht- und Wahlmodule vermittelt die Weiterbildung dabei das essentielle Grundlagenwissen und lässt Ihnen gleichzeitig Raum, die Inhalte an Ihren Interessen und Vorkenntnissen auszurichten. Das Themenspektrum bildet die vielfältige Bandbreite der Stadtmarketing- und Citymanagementarbeit ab: Von Markenprozessen über die Organisation von Veranstaltungen bis hin zu aktuellen Themen wie dem Einsatz von KI und Instagram und TikTok.



- **Netzwerk ausbauen:** Die Seminare, die in der ersten und letzten Woche der Modulphase in Präsenz in Leipzig und Köln stattfinden, bieten eine ideale Gelegenheit, um sich mit den anderen Teilnehmenden sowie mit den Referent:innen auszutauschen und zu vernetzen. Damit Sie auch über die Seminare hinaus Kontakte in die Stadtmarketingbranche knüpfen können, sieht die Weiterbildung auch die Teilnahme an zwei Netzwerksveranstaltungstagen vor.
- **Praxisnahe Abschlussprüfung:** Sie schließen die Weiterbildung mit einer Präsentation zu einem selbstgewählten Thema ab. Die Onlinetermine für die Abschlussprüfung finden Anfang Mai statt.



Früh buchen lohnt sich:

Melden Sie sich bis zum 15. November 2025 an und sichern Sie sich den Frühbucherrabatt von 200 Euro.

bcsd-Mitglieder profitieren zusätzlich dauerhaft von einem weiteren Preisvorteil von 200 Euro.

Alle Informationen und Anmeldung: www.icr-studium.de

ANZEIGE



modular + einfach + preiswert
Jetzt digital durchstarten

Wir bieten individuelle Software-Lösungen für:

- Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung
- Eventorganisation & Vermarktung
- Werbeagenturen und Verlagshäuser
- Verbände und Gemeinschaften
- Kommunale Standortplanung



Alle Informationen auf deinestadtlebt.de

DEINE
STADT
LEBT



Musik auf Weihnachtsmärkten

GEMA und BVMV einigen sich auf neuen Tarif

Die GEMA und die Bundesvereinigung der Musikveranstalter e.V. (BVMV) haben gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern der drei kommunalen Spitzenverbände (Deutscher Städtetag, Deutscher Landkreistag, Deutscher Städte- und Gemeindebund), der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) sowie dem Deutschen Schaustellerbund einen neuen Weihnachtsmarkttarif vereinbart. Der neue Tarif reduziert die Vergütung für öffentliche Musikknutzungen auf Weihnachtsmärkten um 35 Prozent und tritt zur Saison 2025 in Kraft. Er gilt für eine Evaluationsphase von vier Jahren.

Für Mitglieder der bcsd bleibt der zusätzliche Gesamtnachlass von 20 % auch weiterhin bestehen. Ebenfalls bestehen bleibt die Angemessenheitsregelung sowie der M-U-Tarif für Hintergrundmusik. Damit ergibt sich eine Entlastung bei den Kosten für die musikalische Nutzung auf Weihnachtsmärkten.



Die bcsd wird den GEMA-Leitfaden zeitnah aktualisieren. Dieser steht Mitgliedern exklusiv zur Verfügung. Ergänzende Informationen wie z. B. die neue Tarifvereinbarung finden Mitglieder darüber hinaus auf dem Mitgliederportal.

Unter folgendem [Link](#) finden Sie die Pressemitteilung der GEMA.

Und [hier](#) die aktualisierten Informationen zum Weihnachtsmarkttarif.

Sollten Sie Interesse an einer bcsd-Mitgliedschaft haben, finden Sie alle Informationen [hier](#).

Stadtmarketing im Wandel

Die bcsd auf dem 29. IHK-Forum Stadtmarketing

Das 29. IHK-Forum Stadtmarketing stand ganz im Zeichen der Transformation von Innenstädten. In seiner Keynote zeigte Dr. Peter Markert, wie sich Multifunktionalität praktisch umsetzen lässt, während unser Referent Finn-Ole Ellerbrock in der zweiten Keynote die Veränderungslinien des Stadtmarketings präsentierte. Er machte deutlich, dass Stadtmarketing längst nicht mehr nur „nice-to-have“ ist, sondern als zentrales Stadtentwicklungsinstrument wirkt – mit Blick auf Digitalisierung, Klimaanpassung, neue Finanzierungsmodelle und gesellschaftliche Veränderungen.



Genau hier setzt die Arbeit der bcsd an: Mit Studien, Positionspapieren und unseren Netzwerken konnten wir Impulse geben und die Diskussion um die künftige Rolle des Stadtmarketings einordnen. Die Veranstaltung zeigte einmal mehr, dass Städte diese Transformation aktiv gestalten müssen – und dass Stadtmarketing dabei Moderatorin, Impulsgeberin und Knotenpunkt für Kooperationen bleibt. Ein spannender Auftakt zum Jubiläum im nächsten Jahr. Wir danken der IHK für die Einladung!



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 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



Dieses Mal stellen wir Ihnen Projekte aus den Kategorien Erlebnis- und Lebensraum, Events, Belebung und Frequenz, Stadtgestaltung und Immobilien sowie Standortförderung und Leerstand vor.

In Iserlohn sorgt das Projekt **Parkbank to go** für mehr Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Kernstück ist eine Verleihbox mit zwölf leichten Klappstühlen des Herstellers zuko. Die Stühle können kostenfrei per App ausgeliehen und flexibel genutzt werden – ob im Schatten, in der Sonne oder spontan am Kinderspielplatz. Dank Solarbetrieb funktioniert die Box energieautark und lässt sich mobil an verschiedene Standorte versetzen. Das Konzept ist Teil des Bundesprogramms Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren und zeigt, wie niedrigschwellige, digitale Lösungen neue Begegnungsräume schaffen können – mit hoher Übertragbarkeit auf andere Städte.

Fulda wiederum setzt mit dem **Kulturdachgarten Karlchen vom Dach** ein starkes Zeichen gegen Leerstand. Auf dem Dach eines ehemaligen Kaufhauses entstand eine grüne Oase mit vielfältigem Kulturprogramm, konsumfreien Aufenthaltsflächen und Urban-Gardening-Angeboten. Ob Yoga, DJ-Abende oder Public Viewing – bis zu 350

Video des Monats

Rückblick: Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2025

Die Stadtmarketingbörse 2025 in Münster hat wieder einmal gezeigt, wie vielfältig und zukunftsweisend Stadtmarketing ist. In inspirierenden Keynotes, spannenden Panels und praxisnahen Experience Rooms wurden Themen wie Innenstadtentwicklung, Kooperationen und kreative Stadtprojekte diskutiert. Unser Rückblick-Video fasst die Höhepunkte der Tagung zusammen: die lebendige Atmosphäre, die Vielfalt der Teilnehmer:innen und die vielen Gelegenheiten, sich innerhalb unserer Community zu vernetzen.

Hier finden Sie den Rückblick. Schreiben Sie gerne in die Kommentare, was Sie darüber denken und abonnieren Sie unseren Kanal. Weitere Videos finden Sie auch in unserer **Mediathek**.



Gäste erleben hier ein abwechslungsreiches Programm. Das Projekt erfreut sich großer Beliebtheit in der Bevölkerung und zeigt, wie brachliegende Flächen kreativ, flexibel und gemeinwohlorientiert für die Innenstadtentwicklung genutzt werden können.



Vier Kommunen arbeiten zusammen

Gemeinsam Zufahrtssperren für Stadtfeste kaufen

Vier Kommunen in der Vorderpfalz – Neustadt, Deidesheim, Haßloch und Frankenthal – haben sich zusammengeschlossen, um gemeinsam Zufahrtssperren für Stadtfeste anzuschaffen. Hintergrund sind gestiegene Sicherheitsanforderungen nach Terroranschlägen, die insbesondere bei großen Veranstaltungen wie Weihnachtsmärkten oder Stadtfesten den Einsatz stabiler Schutzelemente erfordern. Durch die Kooperation können die beteiligten Städte erhebliche Kosten sparen: Insgesamt werden 58 Sperrelemente im Wert von 450.000 Euro gekauft, das rheinland-pfälzische Innenministerium steuert einen Zuschuss von 370.000 Euro bei. Damit reduziert sich der Eigenanteil jeder Kommune auf lediglich 20.000 Euro. Die Elemente werden zentral in Neustadt gelagert und können von allen Partnern flexibel genutzt werden.

Eine Herausforderung bleibt, wenn mehrere Großveranstaltungen parallel stattfinden. Da rechnerisch jeder Kommune nur 14 Elemente zustehen, plant Frankenthal ergänzend den Kauf eigener, kostengünstigerer Sperren für Nebenstraßen. Mit einem Investitionsvolumen von 120.000 Euro – davon 20.000 Euro für die gemeinsame Anschaffung und 100.000 Euro für eigene Systeme – erwartet die Stadt eine schnelle Amortisation. Allein für das Stroh-



© SWR, Martin Gärtner

hutfest mussten bislang jährlich 60.000 Euro für Mietanlagen aufgebracht werden.

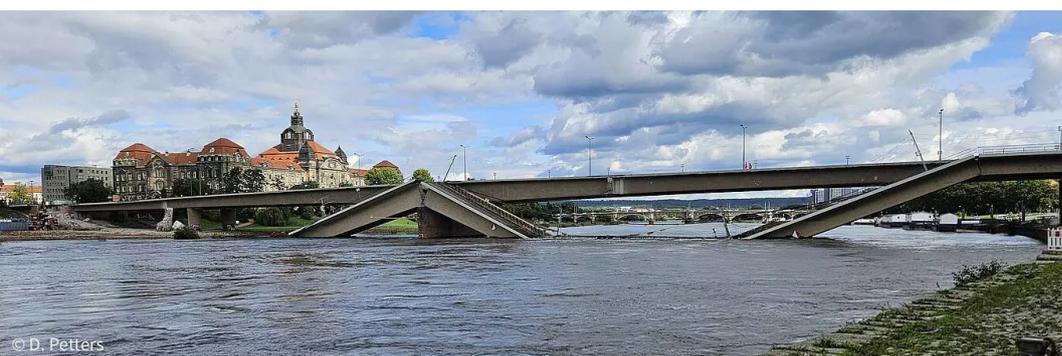
Die Kooperation entstand nach positiven Erfahrungen beim Rheinland-Pfalz-Tag in Neustadt, wo Poller aus verschiedenen Städten ausgeliehen wurden. Das Modell könnte Schule machen: Auch Kommunen in der Südpfalz prüfen derzeit ähnliche Kooperationen, um Sicherheit und Wirtschaftlichkeit besser zu verbinden. Den vollständigen Artikel finden Sie [hier](#).

Dresden erhält Bdkom Award

Auszeichnung für städtische Krisenkommunikation

Die Landeshauptstadt Dresden ist mit dem Bdkom Award 2025 in der neuen Kategorie Smart Team ausgezeichnet worden. Prämiert wurde das Kommunikationsteam unter Leitung von Barbara Knifka für seine herausragende Krisenkommunikation nach dem Einsturz der Carolabrücke im September 2024. Der Bundesverband für Kommunikatoren würdigte auf dem Kommunikationskongress in Berlin die schnelle, transparente und glaubwürdige Informationsarbeit der Stadt.

Nach dem plötzlichen Einsturz einer zentralen Verkehrsader und der gleichzeitig drohenden Hochwassergefahr gelang es dem Team, die Bevölkerung zuverlässig zu informieren, Medien aktiv einzubinden und Falschmeldungen vorzubeugen. Besonders hervorgehoben wurde, dass unabhängige Wissenschaftler einbezogen und Ursachen sowie Verantwortlichkeiten offen diskutiert wurden. Dadurch konnte das Vertrauen in die Stadtverwaltung gestärkt und ein Imageschaden vermieden werden.



Bdkom-Präsidentin Regine Kreitz lobte, dass Dresden trotz enormem Druck Ruhe bewahrte und mit klarer, professioneller Kommunikation überzeugte. Neben Dresden wurde auch der Deutsche Olympische Sportbund für seine Kommunikation ausgezeichnet. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Difu & BBSR-Projekt

Die Stadt der Viertelstunde

Das Leitbild der „Stadt der Viertelstunde“ gewinnt auch in Deutschland zunehmend an Aufmerksamkeit. Dahinter steckt die Idee, dass möglichst viele Funktionen des täglichen Lebens – vom Einkaufen über Bildung und Kultur bis hin zu Freizeitangeboten – innerhalb von 15 Minuten zu Fuß oder mit dem Rad erreichbar sein sollten. Damit rückt eine kompakte, lebenswerte und nachhaltige Stadt in den Fokus, die nicht nur Mobilität neu denkt, sondern auch soziale Teilhabe, Aufenthaltsqualität und Klimaschutz stärkt.

Ein vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) gefördertes Verbundprojekt untersucht derzeit gemeinsam mit neun Fallstudienstädten, unter welchen Bedingungen die Voraussetzungen für dieses Leitbild gegeben sind. Dabei geht es um zwei zentrale Fragen: Lässt sich der Status quo bundesweit mit geeigneten Messverfahren erfassen? Und wie zeigt sich die „Stadt der Viertelstunde“ tatsächlich im Alltagsverhalten der Bevölkerung? Die Forschenden betrachten dabei sowohl neu entstehende Quartiere wie München-Freihaim, Freiburg-

Dietenbach oder Hamburg-Billwerder, die mit ambitionierten Mobilitätskonzepten geplant werden, als auch Ansätze im Bestand wie die „Superblocks“ in Barcelona, Hamburg oder Berlin. Ziel ist es, aus den empirischen Analysen konkrete Handlungsempfehlungen für Kommunen, Planungsbehörden und Stadtgesellschaften zu entwickeln. **Hier** finden Sie die Publikation und weitere Informationen.



Zwischennutzung im ehemaligen Kaufhaus-Gebäude

Ikea eröffnet erstmalig Pop-Up-Store in Nürnberg

Mit dem neuen Ikea-Pop-up-Store im ehemaligen Kaufhof Nürnberg gewinnt die Innenstadt ein kreatives Zwischennutzungskonzept. Auf 165 Quadratmetern werden wechselnde Themenwelten rund um „Kochen & Essen“ erlebbar, ergänzt durch saisonale Highlights und die Möglichkeit, größere Möbel bequem zu bestellen. Ikea rückt damit näher an die Menschen in der City und zeigt, dass neue Einzelhandelsformate auch in kleineren Flächen funktionieren.

Gemeinsam mit dem geplanten Wöhrl-Outlet, gastronomischen Angeboten und der UTN Science Lounge entsteht ein vielfältiger Anziehungspunkt, der das Gebäude und die Umgebung belebt. Die Ansiedlung unterstreicht, dass Leerstände Chancen für kreative Nutzung bieten und renommierte Unternehmen bereit sind, neue Wege in der Innenstadt zu gehen. Für Nürnberg ist dies ein starkes Signal, wie innovative Konzepte die Attraktivität des Stadtzentrums steigern können. **Hier** finden Sie weitere Informationen.



Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot (m/w/d)	Bewerbungsfrist
KWL Kultur und Werbung Lippstadt GmbH Stadt Friedrichsdorf	<u>Geschäftsführer:in</u> <u>Fachkraft in der Wirtschaftsförderung</u>	15. Oktober Keine Angabe

Podcast mit Hannovers Oberbürgermeister

Die Landeshauptstadt Hannover startet mit „Hannover macht das!“ ein neues Podcast-Format. Oberbürgermeister Belit Onay spricht darin gemeinsam mit dem früheren Journalisten Martin Brüning regelmäßig mit Akteur:innen der Stadtgesellschaft über aktuelle Herausforderungen und Perspektiven der Stadtentwicklung. Ziel ist es, komplexe Themen verständlich aufzubereiten und den öffentlichen Diskurs zu fördern. In der Auftaktfolge ist Dilek Ruf von der Architektenkammer Niedersachsen zu Gast. Im Fokus steht die Zukunft der Innenstadt: Wie Hannover bereits Fortschritte erzielt hat, welche neuen Räume mit Aufenthaltsqualität und attraktiven Einkaufsangeboten entstehen, warum weniger Autoverkehr entscheidend ist und welche architektonischen Leitlinien die Entwicklung prägen. Ruf bringt dabei ihre ausgewiesene Expertise ein und diskutiert mit Onay Wege zu einer modernen und lebendigen Innenstadt.

Zuhörer:innen können eigene Fragen einreichen, die in kommenden Folgen beantwortet werden. Der Podcast erscheint regelmäßig und ist ab sofort auf allen gängigen Plattformen verfügbar. **Hier** finden Sie weitere Infos.

Leipzig ist beste Musikstadt

Leipzig hat erstmals den internationalen „Music Cities Award“ in der Kategorie Best Global Music City gewonnen. Der Preis wird seit 2015 vom Netzwerk „Sound Diplomacy“ vergeben und zeichnet Städte aus, die mit Musik ökonomische, soziale und kulturelle Entwicklungen anstoßen. Die Bekanntgabe erfolgte beim Kongress „Music Cities Convention“ in Fayetteville (USA). Leipzig überzeugte die Jury mit der Verbindung aus Musikerbe, Innovationskraft und Mut zur Veränderung. Der undotierte Preis stärkt die Sichtbarkeit der Stadt weltweit und eröffnet neue Netzwerke. Im Kulturdezernat erhält die Auszeichnung künftig einen festen Platz. **Hier** finden Sie weitere Informationen.



© Gerd Mothes / Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen

Wittenberg stellt die ersten beiden Klimabäume auf

Seit dem 22. Juli 2025 stehen auf dem Schlossplatz in Wittenberg zwei sogenannte CityTrees. Die 3,6 Meter hohen Holzelemente sind mit Mooswänden ausgestattet, die Feinstaub binden, CO₂ speichern und die Luft abkühlen – und damit die historische Altstadt widerstandsfähiger gegen Hitzesommer machen. Ein CityTree wirkt laut Hersteller wie 81 Straßenbäume, benötigt aber kaum Platz und ergänzt klassische Bepflanzung sinnvoll. Umrahmt werden die Module von einer bepflanzten Plattform mit heimischen, insektenfreundlichen Pflanzen. Finanziert wurden die rund 136.000 Euro Projektkosten zu zwei Dritteln aus dem Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren“. **Hier** finden Sie weitere Informationen zu dem Projekt.



© Lutherstadt Wittenberg

16 neue Bürgermeister:innen in NRW

In Nordrhein-Westfalen haben die jüngsten Stichwahlen in 21 Städten deutliche Veränderungen gebracht. In 16 Städten kommt es zu einem Wechsel im Rathaus – unter anderem verloren die Amtsinhaber in Aachen, Bonn, Dortmund, Leverkusen und Oberhausen. In Düsseldorf, Duisburg, Essen, Krefeld und Mönchengladbach konnten die amtierenden Oberbürgermeister ihre Position verteidigen. Auffällig war auch das Abschneiden der AfD: In Duisburg, Gelsenkirchen und Hagen erreichten ihre Kandidaten zwar die Stichwahl, blieben dort aber glücklicherweise chancenlos. Bereits im ersten Wahlgang hatten die Oberbürgermeister in Hamm und Herne ihre Ämter erfolgreich verteidigt. Weitere Infos finden Sie **hier**.



Amtswechsel in Münster

© Stadt Münster/MünsterView

Staatsanzeiger Award 2025 – jetzt bewerben!

Neue Ideen machen Verwaltung stärker. Ob ihr Abläufe digitalisiert, das Miteinander in eurer Gemeinde stärkt oder kreative Lösungen für lokale Herausforderungen gefunden habt: Zeigt es allen und werdet mit eurer innovativen Lösung beim Staatsanzeiger Award zum Vorbild für andere öffentliche Institutionen. Gesucht werden Projekte in fünf Kategorien: Bürgerbeteiligung, Bürgermeister:in in Mission, Digitalisierung & Innovation, Kommune für Alle – Soziale Teilhabe und Kultur & Tourismus.

Dabei spielt es keine Rolle, ob euer Projekt mit Fördergeldern unterstützt wurde oder ob ihr alle Herausforderungen mit Eigeninitiative, Spenden und Herzblut meistert. Im letzten Jahr zeigte Schorndorf, wie man mit einer klaren Schulungskampagne KI effizient in der Verwaltung etablieren kann und Tuttlingen erarbeitete mit Hey! Move ein effektives Konzept für den öffentlichen Nahverkehr im ländlichen Raum. Diese Beispiele zeigen: Jede gute Idee kann Großes bewirken. 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.


STAATSANZEIGER
STAATSANZEIGER
AWARD 2025
BEWERBEN
Sie sich jetzt!

Publikation: „Grüne Wände für Leipzig“

Fassadenbegrünung gilt als eine der effektivsten Maßnahmen, um Städte klimaresilienter, gesünder und lebenswerter zu gestalten. Die neue Informationsbroschüre „Grüne Wände für Leipzig“ zeigt eindrucksvoll, welche



vielfältigen Möglichkeiten es gibt, Hauswände mit Grün zu versehen – vom klassischen Efeu über Gerüstkletterpflanzen bis hin zu modularen Systemen für vertikale Gärten. Dabei werden nicht nur die ästhetischen Vorteile hervorgehoben, sondern auch die ökologischen: Grüne Fassaden verbessern das Mikroklima, kühlen ihre Umgebung durch Verdunstung, schützen Gebäudehüllen, filtern Feinstaub und fördern die Biodiversität.

Die Broschüre bietet einen hervorragenden Überblick über verschiedene Systeme, Pflanzenarten und technische Voraussetzungen – ergänzt durch anschauliche Leipziger Beispiele und praxisnahe Hinweise zu Pflege, Förderung und Genehmigungen. Damit ist sie ein idealer Einstieg für alle, die selbst ein Projekt umsetzen möchten oder Inspiration für die eigene Kommune suchen. Sehr empfehlenswert – auch über Leipzig hinaus! **Hier** gelangen Sie zur Publikation.



Grüne Wände für Leipzig
Informationsbroschüre Fassadenbegrünung

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](#).

18.–19. November

Der Deutsche Tourismustag 2025 in Saarbrücken

Gemeinsam mit der Landeshauptstadt Saarbrücken, dem Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie des Saarlandes sowie dem Regionalverband Saarbrücken lädt der Deutsche Tourismusverband am 18. und 19. November zum Deutschen Tourismustag nach Saarbrücken ein. Zum Auftakt können Teilnehmende am 18. November eine von sieben Fachexkursionen durch Saarbrücken erleben und beim abendlichen Gettogether im Weltkulturerbe Völklinger Hütte netzwerken.

Die Fachtagung am 19. November steht unter dem Motto „Komm, wie du bist: Begegnung. Vielfalt. Gastfreundschaft.“. Verena Bentele, 12-fache Paralympics-Siegerin und Präsidentin des Sozialverbands VdK, eröffnet mit einer Keynote. Weitere Vorträge und Sessions folgen, bevor Prof. Dr. Marcel Fratzscher, Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, die Tagung beschließt. Am Abend werden bei der feierlichen Veranstaltung in Saarbrücken die Gewinner:innen des Deutschen Tourismuspreises 2025 gekürt. Alle Details zum Programm und zur Anmeldung finden Sie [hier](#).



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](#).



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 Frankenthal 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](#).

Klicken Sie auf die Termine um mehr zu erfahren

bc sd- Veranstaltungen:

27.–29. Oktober 2025

Seminar „Veranstaltungsleiter:in im öffentlichen Raum“ in Frankenthal

28. Oktober 2025

Landesverbandstreffen Nordrhein-Westfalen in Essen

29. Oktober 2025 online

Landesverbandstreffen Bayern

10. November 2025

Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz in Ingelheim

18. November 2025

Landesverbandstreffen Thüringen in Eisenberg

27.–28. November 2025

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

02. Dezember 2025

Landesverbandstreffen Sachsen-Anhalt in Wernigerode

11. Dezember 2025

Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen in Hildesheim

03.–05. Mai 2026

Der Deutsche Stadtmarketingtag 2026 in Frankfurt am Main

Weitere Veranstaltungen:

06.–07. Oktober 2025

Difu-Seminar „Umbaukultur“ in Berlin

06.–08. Oktober 2025

EXPO REAL 2025 in München

09.–10. Oktober 2025

Difu-Seminar „StadtRäume für die Kultur“ 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

12.–13. November 2025

Handelskongress Deutschland 2025

19. November 2025

Deutscher Tourismustag 2025 in Saarbrücken

14.–15. Januar 2026

BOE International - Fachmesse der Eventindustrie in Dortmund

03.–05. März 2026

Internationale Tourismusbörse in Berlin

09. Juni 2026

17. Hessischer Stadtmarketingtag in Marburg



© Peter Wierler

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

Impressum:

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

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Die in dieser E-Mail/diesem Newsletter gegebene Information ist nicht rechtsverbindlich. In Fällen, in denen die Rechtsverbindlichkeit erforderlich ist, kann Ihnen diese Bestätigung auf Anforderung gerne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten Nutzung, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestattet ist. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger:innen bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter:in sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender:in der E-Mail in Verbindung. Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf www.bc sd.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@bc sd.de. Informationen zur Datenverarbeitung durch den bc sd e. V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie [hier](#).