

# Newsletter 01-2022

## Deutscher Stadtmarketingtag 2022: Programm steht fest



Das Programm zum Deutschen Stadtmarketingtag 2022 steht fest. Wenn die Pandemie es zulässt, werden wir uns vom 24. bis 26. April in Darmstadt treffen und dort über den Einfluss der Digitalisierung auf unsere Städte und die Stadtgesellschaft sprechen. Wir werden darüber diskutieren, wie das Stadtmarketing mit den neuen Rahmenbedingungen, Kommunikationsformen und Erwartungen umgehen und neue technologische Möglichkeiten für sich nutzen kann. Dabei wird weniger das technisch Machbare, als das inhaltlich Sinnvolle im Vordergrund stehen. Renommierete Expert:innen werden uns erklären, welche neuen Chancen die Digitalisierung beispielsweise bietet, um die Services für Bürger:innen und Besucher:innen zu erweitern. Thematisch werden wir uns unter anderem den Bereichen Smart City, virales Storytelling, Künstliche Intelligenz, Nutzung und Gewinnung von Daten, New Work sowie neuen Beteiligungs- und Kommunikationsmöglichkeiten widmen. Dabei wird es immer darum gehen, einzuordnen, wie diese Bereiche das Stadtmarketing beeinflussen und wie das Stadtmarketing von neuen Entwicklungen profitieren bzw. diese für sich entdecken kann. Ebenso werden Stadtmarketing-Akteure ihre Ansätze und Praxiserfahrungen mit uns teilen und erläutern, wie eine Stadt die neuen Möglichkeiten erfolgreich und mit Konzept nutzen kann.

Online ist Standard, Präsenz ist Luxus: Wir gehen derzeit davon aus, dass Ende April wieder Veranstaltungen vor Ort zulässig sind und werden, wenn dies von den zuständigen Behörden genehmigt wird und wirtschaftlich möglich ist, die Veranstaltung gerne in Darmstadt durchführen. Sollte die Durchführung vor Ort nicht darstellbar sein, wird der Deutsche Stadtmarketingtag online durchgeführt. Die Anmeldung und das Programm werden in Kürze **hier** zu finden sein.

## Themen

### Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag  
2022

### Seite 2

Neue Inhalte der bcsd auf  
YouTube

bcsd-Mitgliederportal

### Seite 3

Bleibebarmeter Öffentlicher  
Dienst

Digitalisierung und  
gemeinwohlorientierte  
Stadtentwicklung

### Seite 4

Tourismus nach Corona

Wie wird die Zukunft?

### Seite 5

GEMA-Tarife steigen

Zukunftsplan Deutschland

### Seite 6

Städte auf Social Media

Auswirkungen Corona auf  
Kommunen

### Seite 7

Visit Sweden wirbt mit IKEA-  
Produktnamen

Aktuelle Projekte

### Seite 8

Kurz gemeldet

### Seite 9

Jobbörse

### Seite 10

Fördermitglieder

Herzlich willkommen – die neuen  
Mitglieder

### Seite 11

Der Trend der Zukunft

### Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

ICR-Termine

### Seite 13

Terminkalender

## Neue Inhalte im bcsd-YouTube-Kanal



Auf der Deutschen Stadtmarketingbörse 2021 im Kreis Kleve haben wir die Referenten Paul Spies von der Stiftung Stadtmuseum Berlin, Julian Petrin von urbanista sowie Edgar Eller, Vizepräsident Stadtmarketing Austria, zum Tagungsthema „Sehnsuchtsort Stadt“ interviewt. Die Videos sind ab sofort **hier** auf unserem YouTube Kanal abrufbar. Dieser wurde grundsätzlich neu sortiert und bietet jetzt mehr Orientierung. Ebenfalls sind dort nun die Beiträge der bcsd Sommerakademie 2020 zum Thema Nachhaltigkeit für alle verfügbar. Weitere Videos unserer Online-Veranstaltungen folgen in Kürze.

## ANZEIGE


### STADTGUTSCHEIN-SYSTEM

Analoges-, teil- und volldigitales Stadtgutschein-System + Stadtportal

Teileinlösung möglich – Automatische Abrechnung – Arbeitgeberportal – Bonussystem – Gutscheinshop – Stadtportal – deutlich verbesserte Google-Sichtbarkeit der Firmen – Mitgliederverwaltung – Mitgliederabrechnung – u.v.m

[Mehr Infos](#)



 \* Einmalige Initialkosten

[www.prokommun.de](http://www.prokommun.de)

## bcsd-Mitgliederportal entwickelt sich weiter



Anfang Dezember öffnete das bcsd-Mitgliederportal, auf dem sich unsere ordentlichen und fördernden Mitglieder direkt austauschen, Dateien teilen und die neuesten Informationen bekommen. Bereits jetzt sind dort über 500 Vertreter:innen unserer Mitgliedsorganisationen registriert. Die Anmeldung zum Portal und damit die Teilnahme am Erfahrungsaustausch steht allen offen, die Teil der Mitgliedsorganisation sind:

Geschäftsführer:innen, Vorstand:innen, Bürgermeister:innen, Amtsleitungen, Projektleitungen, Abteilungsleiter:innen sowie Mitarbeiter:innen und Auszubildende unserer Mitglieder, nicht nur auf das Stadtmarketing beschränkt, können dort vertreten sein und sind es schon zahlreich. Täglich werden neue Inhalte zu den Herausforderungen unserer Städte gepostet und diskutiert, Lösungen vorgeschlagen und voneinander gelernt. Genau so haben wir uns das Portal vorgestellt und freuen uns, wenn sich auch alle noch dafür registrieren, die bislang noch nicht dazu gekommen sind. Wir sind eine starke Gemeinschaft und werden immer mehr! **Hier** können Sie und alle Ihre Kolleg:innen

sich mit der Auswahl Ihrer Domain (z.B. @bochum-marketing.de) für das Portal registrieren. Mit dem QR-Code oben können Sie sich die App auf Ihr Handy installieren. Wer noch nicht Mitglied ist, findet **hier** weitere Informationen zu den weiteren Vorteilen einer Mitgliedschaft.

### Bleibebarmeter Öffentlicher Dienst – wie bindet und findet man Personal?



Dem Öffentlichen Dienst stehen als Arbeitgeber in den kommenden Jahren große Veränderungen bevor. Den über 1,3 Millionen Beschäftigten, die in den nächsten zehn Jahren in den Ruhestand gehen werden, steht ein wachsender Personalbedarf gegenüber. In vielen Bereichen fehlt es an qualifizierten Fachkräften. Vor diesem Hintergrund ist es entscheidend zu wissen, was den Öffentlichen Dienst als Arbeitgeber attraktiv macht. Um das herauszufinden, hat die Beratungsagentur Next:Public GmbH, unterstützt unter anderem vom Bundesministerium des Innern und für Heimat und dem Deutschen Gewerkschaftsbund, ein „Bleibebarmeter Öffentlicher Dienst“ erstellt. Dafür wurden rund 7.000 Verwaltungsmitarbeiter:innen zu den Bindungsfaktoren an ihren Arbeitgeber befragt. Es zeigt sich eine überwiegende Zufriedenheit unter den Arbeitnehmer:innen. Ein Faktor, der dabei besonders in Zeiten der Corona-Pandemie eine Rolle spielt, ist die Jobsicherheit, die der Öffentliche Dienst bietet. Das Bleibebarmeter zeigt aber auch auf, dass die Befragten vor allem mit ihrer konkreten inhaltlichen Arbeit zufrieden sind. So wird etwa die Sinnhaftigkeit der Arbeit für das Gemeinwohl geschätzt. Alle weiteren Ergebnisse der Befragung sowie die daraus resultierenden Handlungsempfehlungen finden Sie **hier**. Beispielsweise in Wiesbaden wird gerade unter Koordination der Stadt eine **Arbeitsgruppe Fachkräftesicherung Industrie** gebildet.

### Wie Digitalisierung der gemeinwohlorientierten Stadtentwicklung nützen kann

Die Nationale Digitalplattform Smart Cities hat Ende 2021 den Leitfaden „Datenstrategien für die gemeinwohlorientierte Stadtentwicklung“ herausgegeben. Diese Veröffentlichung konkretisiert die Smart City Charta von 2017 und zeigt in ihren Leitlinien und Handlungsempfehlungen die Potenziale und Herausforderungen der Digitalisierung für die integrierte Stadtentwicklung auf. Darin richtet sich der Leitfaden an Bund, Länder und Kommunen. Letztere sollten sich in der kontinuierlichen Weiterentwicklung ihrer lokalen Datenstrategien und -anwendungen an den Bedarfen der lokalen Entwicklungsziele orientieren. Gegenüber der Stadtgesellschaft kann die entsprechend qualifizierte Stadtverwaltung als „Enabler“ auftreten. Was das genau beinhaltet und wie die weiteren Handlungsempfehlungen aussehen, erfahren Sie **hier**.

## Tourismus und Corona-Pandemie: Die Zeichen stehen auf Revitalisierung



Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes hat die Corona-Pandemie zum Anlass genommen, sein 2019 aufgelegtes Jahrbuch „Tourismus 2030: Bausteine der Zukunft“ durch die Veröffentlichung „Perspektive 2025 – Revitalisierung durch Wandel“ zu ergänzen. Mit einem besonderen Blick auf pandemiebedingte Veränderungen wurden Untersuchungen, Workshops und Branchenevents aus den Jahren 2020 und 2021 erneut analysiert und bewertet. Auf diese Weise kristallisieren sich wesentliche Herausforderungen und Lösungsansätze für die mittelfristige Entwicklung der Tourismuswirtschaft heraus. Das Fazit des Kompetenzzentrums fällt dabei durchaus optimistisch aus: So hart die Tourismusbranche auch von der Pandemie getroffen wurde und so enorm die Herausforderungen auch sind, stehen die Zeichen inzwischen doch auf Revitalisierung und Wachstum. Wie Sie in dem **Bericht** nachlesen können, ist das jedoch kein Selbstläufer. **Impulse zum Neustart des Städtetourismus** liefern auch die vier Web-Seminare des Deutschen Tourismusverbands zum „Insightwissen Städtetourismus“, die sich Themen wie Digitalisierung, Besucherlenkung, Vertrauensmanagement, Markenerlebnis und strategischen Allianzen widmeten. **Hier** finden Sie deren Aufzeichnungen.

### ANZEIGE

## MOBILE POP UP STATIONEN

SQ | M | XL | GASTRO

FÜR DEN GENUSS IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Präsentieren und verkaufen Sie Ihre Getränke und Speisen ansprechend in mobilen Gastronomielösungen. Wir bieten verschiedene Aufbauten, Größen und Ausstattungen.

- MOBIL
- MULTIFUNKTIONAL
- EINFACHES HANDLING
- HYGIENEKONFORM

**JETZT INFORMIEREN**

Ansprechpartner: [schichel@ctr-fahrzeuge.de](mailto:schichel@ctr-fahrzeuge.de) | Telefon: 06536 9394-55



[www.ctr-fahrzeuge.de](http://www.ctr-fahrzeuge.de)

## Wie sieht die Zukunft aus? – Foresight-Prozess des BMBF



Wie werden unser Leben und die gesellschaftlichen, technologischen und politischen Entwicklungen, die es beeinflussen, in den 2030er-Jahren und darüber hinaus aussehen? Im Rahmen eines Foresight-Prozesses, dem bisher dritten seiner Art, versucht das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) seit 2019 mögliche Antworten auf diese Frage zu finden. Das dafür eingesetzte Zukunftsbüro (Prognos AG und Z\_punkt GmbH) hat inzwischen 80 neue Themen identifiziert, darunter Fragen nach der autofreien Gestaltung von Städten und der globalen Gestaltungskraft kommunaler Netzwerke. Diese

werden in Form von Themenblättern präsentiert, die Sie **hier** einsehen können und die als Grundlage für den weiteren Foresight-Prozess dienen. Ebenfalls Teil des Prozesses ist die Studie „Zukunft von Wertvorstellungen der Menschen in unserem Land“, in der das Zukunftsbüro und der interdisziplinäre „Zukunftskreis der strategischen Vorausschau des BMBF“ sechs unterschiedliche Zukunftsszenarien ausgearbeitet haben. War sie 2019 zu Beginn des Foresight-Prozesses noch nicht abzusehen, wirkt sich inzwischen die Corona-Pandemie massiv auf aktuelle Entwicklungen aus. Welche langfristigen Folgen sie haben wird, ist damit auch zur relevanten Frage für die Zukunftsforschung geworden. Die Ergebnisse einer Befragung von Expert:innen, Bürger:innen und im Speziellen Jugendlichen zu diesem Thema sowie alle weiteren Informationen zu dem Foresight-Prozess finden Sie **hier**. Ebenfalls in die Zukunft schaut der Think Tank Report 2050 „Konnektivität – Was kommt nach der Digitalisierung?“ der Konrad Adenauer Stiftung und des Zukunftsinstituts, der **hier** abrufbar ist.

### GEMA-Tarife steigen zum Jahresbeginn



Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV), die größte Musiknutzervereinigung in Deutschland, deren Mitglied die bcsd ist, konnte sich nach intensiven Verhandlungen mit der GEMA auf noch vertretbare, lineare Tariferhöhungen verständigen. Alle wesentlichen Tarife für das Stadtmarketing (z.B. für Einzelveranstaltungen mit Live- oder Tonträgermusik, Veranstaltungen im Freien, Stadtfeste etc.) erhöhen sich ab dem 1.1.2022 um 2,5 %. Die GEMA hatte zunächst deutlich höhere Steigerungen gefordert.

Die GEMA hatte zunächst deutlich höhere Steigerungen gefordert.

Für die von der Corona-Pandemie besonders hart betroffenen Clubs, Discotheken und Nachtbetriebe konnte eine Befreiung von der für 2022 vorgesehenen 2,5 %igen linearen Erhöhung erreicht werden. Die Tarife für Einzelveranstaltungen mit Eintritt (Tarife U-V, M-V) erhöhen sich aufgrund vereinbarter, auf mehrere Jahre verteilter Anpassungen.

Weitere GEMA-Forderungen konnten im Interesse der Verbandsmitglieder abgewehrt werden. Ausschließlich Verbandsmitglieder erhalten kostenfrei als unerlässliches Nachschlagewerk das von der Bundesvereinigung der Musikveranstalter herausgegebene „GEMA-Handbuch 2022“ mit allen maßgeblichen GEMA-Tarifen sowie mit wichtigen Anwendungshinweisen zu einzelnen Tarifen. Weitere GEMA-Tarife sind auf der Internetseite: [www.gema.de/musiknutzer/tarife-formulare/](http://www.gema.de/musiknutzer/tarife-formulare/) (bitte runterscrollen) einseh- und downloadbar.

### Zukunftsplan Deutschland des Deutschen Städte- und Gemeindebunds

In seinem Zukunftsplan Deutschland Bilanz 21 und Ausblick 22 beschäftigt sich der Deutsche Städte- und Gemeindebund (DStGB) mit zahlreichen kommunalen Themen und stellt Forderungen an die Bundespolitik, die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen und den Kommunen die notwendigen Instrumente und Mittel zur Umsetzung der Ziele an die Hand zu geben. Dies wird auch mit Zahlen und Grafiken unterfüttert. Ein eigenes Kapitel widmet sich der Erhaltung attraktiver Innenstädte und Ortskerne. Neben einer attraktiven Nutzungsmischung wird die Anpassung an den Klimawandel nötig. Der DStGB fordert die Einrichtung einer Bundesinstitution „Allianz für

Innenstädte“, die Verdopplung des Fördervolumens für Innenstädte, weniger Wettbewerbsverzerrung zum Online-Handel, digitales Leerstandsmanagement, besseren Zugriff auf Eigentümer:innen von Immobilien, Multifunktionalität, eine Anpassung der TA Lärm, eine Erhöhung der Städtebauförderung und die Möglichkeit zur Sonderabschreibung bei Modernisierungsmaßnahmen im Zentrum. **Hier** finden Sie die Publikation.

## Die Stadt auf Social Media



Ob auf Facebook, Twitter oder Instagram, die Nutzung von Social-Media-Kanälen ist heute in der Öffentlichkeitsarbeit der meisten Kommunen eine Selbstverständlichkeit. Wie genau sich diese Social-Media-Nutzung aber gestaltet, wollte nun #stadtvonmorgen – Die Plattform für die Transformation der Stadt wissen und hat 37 zufällig ausgewählte Städte nach der gebündelten Kommunikationsarbeit ihrer Pressestellen befragt. Es zeigt sich, dass nicht alle Social-Media-Kanäle eine gleichwertige Rolle dabei spielen. So werden vor allem

Facebook, Twitter, Instagram und YouTube genutzt, kaum aber berufliche Netzwerke wie LinkedIn oder Plattformen wie Tiktok. Die Umfrage zeigt auch, dass die unterschiedlichen Kanäle für unterschiedliche Zielgruppen und Zwecke genutzt werden. Twitter eignet sich besonders für die schnelle Verbreitung von Nachrichten, über Facebook lassen sich viele Leute mit Informationen versorgen, über YouTube Pressekonferenzen live-übertragen und manche Kommunen nutzen Instagram dazu, mit ihren Bürger:innen zu interagieren und die Identifikation mit der Stadt zu stärken. Mehr Details über die Ergebnisse der Befragung erfahren Sie **hier**.

## Auswirkungen der Corona Pandemie auf die Kommunen



Im Rahmen ihrer Initiative „Morgenstadt“ hat die Fraunhofer-Gesellschaft eine Studie über die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Entwicklung von Kommunen und Landkreisen herausgebracht. Die Initiative „Morgenstadt“ selbst wurde bereits 2012 in Leben gerufen und stellt ein breites Innovationsnetzwerk aus Forschung, Kommunen und Unternehmen dar. Auch die aktuelle Publikation ist breit ausgelegt und befasst sich mit den Auswirkungen der Pandemie auf verschiedenste Bereiche der kommunalen Entwicklung, von Finanzen und Bau über Themen wie Mobilität bis hin zu Bildung, Sozialem und Kultur. Kern der Studie ist dabei eine nichtrepräsentative Umfrage unter mehr als 80 Mitarbeiter:innen aus deutschen Kommunen. Ein Ergebnis dieser Befragung ist, dass die Pandemie vielerorts zu

Themenverschiebungen innerhalb der Verwaltungen geführt hat. So hat die Digitalisierung an Bedeutung und Priorität gewonnen, während das Thema Klimaschutz weniger präsent ist. Alle weiteren Ergebnisse der Studie finden sie **hier**.

## Mehr als IKEA-Produktnamen – Visit Sweden wirbt für namensgebende Orte

Unter dem Namen „Entdecke die Originale“ wirbt Visit Sweden darum, Örtlichkeiten zu erkunden, die als Namen von IKEA-Produkten weltweit bekannt sind. In einem zur Kampagne gehörigen Video wird beispielsweise beklagt, dass mit Bolmen eine IKEA-Klobbürste und nicht der idyllische gleichnamige See verbunden wird, der in der Nähe der IKEA-Zentrale liegt. Die Namen werden zwar bekannt, bei der Bildersuche dann aber die entsprechenden IKEA-Produkte angezeigt. So verhält es sich mit zahlreichen Produktnamen, die der schwedischen Natur bzw. Landschaft entlehnt sind – ob Städtenamen, Wasserfälle, Seen, etc. **Hier** finden Sie mehr Informationen dazu.

## Aktuelle Projekte

Unter dem Motto **Kiel kann Kiez** sucht die Stadt an der Förde Geschäftsideen für die Innenstadt. Zwei Ladenlokale stehen zu stark vergünstigten Konditionen für Gründer:innen zur Verfügung. Inkludiert sind auch die Teilnahme am Gutscheinsystem, die Mitgliedschaft im Kiel Marketing e.V. sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Wirtschaftsförderung Bielefeld hat ein **Start-Up Paket für Gründer:innen** entwickelt, das unter anderem die halbe Miete (bis max. 500 € im Monat, für 36 Monate), einen Mietkostenzuschuss und die Vernetzung und Unterstützung innerhalb der Stadt beinhaltet.

Die Dortmunder Wirtschaftsförderung lobt den Gastronomie-Gründer:innen-Wettbewerb „**Geschmackstalente**“ aus.

Mit der Landing Page „**Mannheim my Future**“ wirbt die Stadt um Student:innen, Gründer:innen und Fachkräfte und stellt die Vorzüge Mannheims und das urbane Leben für eine junge Zielgruppe vor.

Der Münsterland e.V. gibt mit dem **Ausbildungscheck** Orientierung bei der Berufswahl. Darin werden erfolgreiche Geschichten erzählt. Zudem steht Eltern ein Ratgeber zur Verfügung, der erklärt, wie sie ihr Kind beim Start in das Berufsleben unterstützen.

In Bocholt wurde ein neues Stadtleitsystem zur Wegweisung und Information von Bürger:innen und Gästen installiert. Dieses besteht aus Wegweisern und digitalen, interaktiven Stelen, die über Veranstaltungen, Termine, Wetter und die Besonderheiten des jeweiligen Viertels informieren. **Hier** erfahren Sie mehr.

In Konstanz steht der Oberbürgermeister monatlich eine Stunde bei der „**Digitalen Kaffeepause**“ virtuell mit Bürger:innen im Gespräch.

Die Stadt Gütersloh hat, wie vier weitere Städte, einen gelosten **Bürgerrat zur Beratschlagung zum Thema Enkeltauglichkeit** eingesetzt. Die Städte beteiligen sich am bundesweiten, von der Bundeszentrale für politische Bildung geförderten Projekt Losland, an dem insgesamt zehn Kommunen teilnehmen sollen.

In Bremen wird die „**Projektbüro Innenstadt Bremen GmbH**“ gegründet, die die Innenstadtentwicklung, -planung und Innenstadtkommunikation koordinieren soll.

Nach **Teil A der Wiesbadener Innenstadtdiagnosen** mit einer retrospektiven Datenanalyse ist nun **Teil B „Empirische Stadtforschung“** erschienen. Teil A stellt die Auswirkungen des

demographischen Wandels und von Reurbanisierungsprozessen vor. Ziel von Teil B ist es, Empfehlungen für eine attraktive, lebenswerte Innenstadt zu geben.

In Dresden wurden ebenfalls die Stadtbewohner:innen zu ihren **Vorschlägen und Ideen für die Innenstadt** befragt. Den Fragebogen finden Sie **hier**.

In Braunschweig wurde eine **Studie zur Citylogistik** durchgeführt. Erste Pilotprojekte sollen in der Folge umgesetzt werden. Ziele sind die Steigerung der Lebensqualität in der Innenstadt und die Erhöhung der Klimafreundlichkeit. **Hier** finden Sie die Ergebnisse. Die Studie ist Teil der Innenstadtentwicklung „**Wird anders. Bleibt gut.**“, die auch einen **Innenstadtdialog** umfasst.

In Schweinfurt gibt ein großes Unternehmen **Stadtgutscheine als Weihnachtsbonus** an die Mitarbeiter:innen aus und sichert so über 120.000 € Umsatz für die Innenstadt.

Die Stadt Radevormwald will **kostenfreie, eigene Postkarten** erstellen und ruft daher Bürger:innen dazu auf, Motive im Rahmen eines Wettbewerbs einzureichen.

Die Stadt Freiberg distanziert sich mit der Kampagne „**Wir sind 4G**“ von radikalisierten „Spaziergängern“, die dem Stadtimage durch ihre Aktivitäten schaden. Das vierte G steht dabei für „Gegen Radikalisierung“. Auch **Papenburg** und **Haltern** positionieren sich gegen die Spaziergänge, indem sie die Beleuchtung zu diesem Anlass minimieren.

In Tübingen wird seit dem 01. Januar die **Verpackungssteuer** zur Reduktion von Einwegverpackungen erhoben.

## Kurz gemeldet

Die **Überbrückungshilfe IV** und die **Neustarthilfe 2022** können beantragt werden.

Der Bundesgerichtshof hat geurteilt, dass die **Belastungen durch die Corona-Pandemie nicht alleine durch Einzelhändler:innen in Form einer fortgeführten Zahlung der Miete zu tragen** sind, sondern ein Lastenausgleich zwischen Mieter:in und Vermieter:in angemessen ist.

Das Kompetenzzentrum Handel des Bundes hat einen **Leitfaden zu digitalen Kassenbons** herausgegeben, die das Ausdrucken aller Belege überflüssig machen sollen.

Die Publikation „**Umparken**“ mit Zahlen und Fakten zum Parkraummanagement ist in einer aktualisierten Version erschienen.

Der **Stadtmarketingpreis Baden-Württemberg** wurde an das Transformationsmanagement in Esslingen, das Leerstands(vermeidungs)management in Freudenstadt und das interkommunale Heimatkärtle verliehen.



## Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Wirtschaft und Tourismus Villingen-Schwenningen GmbH	<b>Citymanager:in (m/w/d)</b>	28.02.2022
Stadt Augsburg	<b>Amtsleitung (m/w/d) Marktamt (u.a. Großveranstaltungen und Stadtmarkt)</b>	17.02.2022
Stadt Linz am Rhein	<b>Mitarbeiter:in (m/w/d) im Bereich Patizipation und Kommunikation für das Smart City Projektbüro</b>	16.02.2022
Stadt Linz am Rhein	<b>Co-Projektleitung (m/w/d) für das Smart City Projektbüro</b>	16.02.2022
Stadt Linz am Rhein	<b>Leitung (m/w/d) der Tourist-Information</b>	14.02.2022
Stadt Crailsheim	<b>Sachbearbeitung (m/w/d) Kommunikation</b>	13.02.2022
imakomm AKADEMIE GmbH	<b>Projektmitarbeiter:in (m/w/d) im Bereich Einzelhandel: Steuerung und Entwicklung &amp; Innenstadtentwicklung</b>	07.02.2022
Stadt Melle	<b>Mitarbeiter:in (m/w/d) für das Tourismus- und Stadtmarketingmanagement</b>	06.02.2022
Wesel Marketing GmbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	04.02.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Köln)	<b>Berater:in (m/w/d) für die Bereiche Wirtschafts- und Stadtentwicklung</b>	31.01.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (München)	<b>Berater:in (m/w/d) für Stadt- und Ortsentwicklung</b>	31.01.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Hannover)	<b>Berater:in (m/w/d) für die Bereiche Einzelhandel + Stadt- und Regionalentwicklung</b>	31.01.2022
Handelsverband Nordrhein-Westfalen Rheinland e.V.	<b>Regionalreferent:in (m/w/d) zur Betreuung der Bergischen Region</b>	Ohne Angabe
Stadt Bad Oldesloe	<b>Mitarbeiter:in (m/w/d) Ladenflächenmanagement und Wirtschaftsförderung</b>	Ohne Angabe

## Fördermitglieder der bcsd

### Sator Events



„Veranstaltungen die begeistern“ – unter diesem Motto setzt die Sator Events GmbH schon seit über 20 Jahren als Alleinausstatter in der Eventbranche Akzente. Als einer der flexibelsten Dienstleister aus dem badischen Bühl betreuen sie heute eine große Zahl zufriedener Stammkunden in ganz Europa – und es werden immer mehr.

Kundennähe wird hier großgeschrieben. Angefangen von der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, der Vermietung von Zelten samt Heizungen, Böden und Beleuchtung, Bühnen- und Veranstaltungstechnik über Eventequipment inklusive Geschirr, Mobiliar, Deko, Toilettenwagen, Spülstraßen, Absperrzäunen und Wabenboden, bis hin zum kompletten Catering-Service ist alles vorhanden, was für die verschiedensten Events benötigt wird. Auch ausgefallene Wünsche sind kein Problem. Geliefert wird schnell, zuverlässig und pünktlich mit den Fahrzeugen des eigenen Fuhrparks. Unternehmen, die ein Firmenjubiläum, eine Messe, ein Open-Air-Konzert, ein Sommerfest, ein Stadtfest, eine Präsentation uvm. planen, werden qualifiziert und ausführlich beraten und die Vor-Ort-Besichtigung ist vor einem Abschluss immer ein absolutes Muss. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

### hystreet.com – Valide Passantenfrequenz-Daten für zukunftsfähige Innenstädte



Digitale Passantenfrequenz-Daten rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr mit Laserscannern gemessen, in Echtzeit auf einer Online-Plattform abrufbar – das bietet hystreet.com.

Mit der Plattform haben Städte die mit 99 prozentiger Genauigkeit gemessenen Passantenfrequenzen im Zugriff und können jederzeit sehen, wie voll ihre Stadt ist. Wie erfolgreich waren Aktionen des Stadtmarketings, verkaufsoffene Sonntage, gemessen an der Passantenzahl? Wie wirken Stadtentwicklungsmaßnahmen, wie entwickelt sich eine Stadt im regionalen Vergleich? Mit seinen bereitgestellten präzisen Passantenfrequenz-Daten schafft hystreet.com damit Transparenz in der Diskussion um die Zukunft der Innenstädte, setzt Fakten gegen Vermutungen. Das Unternehmen ist 2018 aus der Überzeugung gegründet worden, dass die Innenstädte auch in Zukunft Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens sein werden. Passantenfrequenzen sind die Messzahl für die Attraktivität der Innenstädte – und valide und kontinuierlich erhobene Frequenzdaten sind die unverzichtbare Grundlage für die Entwicklung und Erfolgsmessung neuer Lösungsansätze zur Gestaltung zukunftsfähiger und smarter Cities. Mit seiner innovativen Technologie schafft das Startup damit nachhaltige Mehrwerte für alle Innenstadtdakteure. hystreet.com kooperiert bundes- und europaweit mit Kommunen, Stadtmarketingorganisationen, Wirtschaftsförderungen, Einzelhändlern und Immobilieneigentümern – in Metropolen ebenso wie Kleinstädten.

hystreet.com ist die größte Plattform für valide und transparente Passantenfrequenz-Daten und baut sein Netzwerk in Partnerschaft mit kommunalen Akteuren sehr dynamisch aus. Aktuell misst hystreet.com die Passantenfrequenzen bereits in 81 Städten, an 180 Standorten, in sechs europäischen Ländern.

Wenn auch Sie von validen Passantenfrequenzen in Ihrer Stadt profitieren wollen, dann kontaktieren Sie uns gerne. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Der Trend der Zukunft

*Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd*

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse finden aktuell oft nur digital statt. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendexplorer. Nähere Informationen zum Trendexplorer finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: **schomburg@trendone.com**.

## Essbares Öffi-Ticket zur Entspannung



Die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) haben in Kooperation mit Vaay, der Wellbeing-Marke des Cannabis-Start-ups Sanity Group, ein Ticket aus essbarem Papier und Hanföl herausgebracht. Die limitierten Tickets waren nur in einem kurzen Zeitraum erhältlich. Fahrgäste konnten das BVG-Ticket in „Tüten“ eingepackt in Kund:innenzentren erwerben, sie 24 Stunden lang nutzen und danach verspeisen. Laut der BVG sollte den Käufer:innen so die Gelegenheit gegeben werden, den durch Pendeln, Arbeit oder Weihnachtseinkäufe

verursachten Stress einfach „herunterzuschlucken“ und sich vom Hanföl entspannen zu lassen.

## Stadtlichter weichen den Sternen



Der Lichtkünstler Daan Roosegaarde hat gemeinsam mit der UNESCO Niederlande mit dem Projekt „Seeing Stars“ Sterne in der Stadt sichtbar gemacht. Dafür kooperierten die Initiatoren in der niederländischen Stadt Franeker mit lokalen Unternehmen und der Stadt, um alle nicht notwendigen Lichtquellen wie Webetafeln oder Straßenlampen auszuschalten. Durch die Reduktion der Lichtverschmutzung wurde der Sternenhimmel sichtbar.

Weitere Städte wie Leiden, Sydney, Venedig, Stockholm und Reykjavik sollen folgen. Ziel des Projektes ist es, ein Gefühl der Verbundenheit zwischen den Menschen zu schaffen, das in der Pandemie in den Hintergrund gerückt ist.

### Selbstbedienungsladen für ländliche Nahversorgung



Das österreichische Start-up Kastl-Greissler hat ein Franchise-Modell für Selbstbedienungsshops entwickelt, die Menschen in ländlichen Gebieten ein Vollsortiment anbieten. Die kleinen Shops haben nun auch in Deutschland Interesse geweckt. Sie sollen unter dem Namen „Kisten-Krämer“ den Wocheneinkauf mit dem Auto überflüssig machen und Bewohner:innen zunächst in Lemgo und Brennbach zu 50 Prozent mit regionalen Produkten versorgen. Dazu sollen die Franchise-Partner mit lokalen Anbieter:innen kooperieren. Die Selbstbedienungsläden setzen dabei auf Vertrauen und lassen die Kund:innen den Einkauf selbst scannen und mit Karte oder Bargeld bezahlen.

### Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen, Förderprogramme und Wettbewerbe, an welchen Städte oder Bürger\*innen teilnehmen können. Eine ausführlichere Liste finden Sie [hier](#).

Ihr Wettbewerb darf auf keinen Fall fehlen? Schreiben Sie uns eine Nachricht an [office@bcsd.de](mailto:office@bcsd.de)!

#### (Inter-)Nationale und ausgewählte regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

**DW Zukunftspreis der Immobilienwirtschaft**, DW Die Wohnungswirtschaft, bis 15. Februar 2022

**KfW Award „Leben“** zu Energetischer Stadtsanierung, Soziales und bezahlbares Wohnen, Digitale Bildung, Kreditanstalt für Wiederaufbau, bis 15. März 2022

**Bundespreis Stadtgrün**, Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen, bis 04. April 2022

**Stadt und Land – Förderung für flächendeckende Radverkehrsinfrastruktur**, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 2023

**Förderprogramm Klimafreundliche Logistik**, Nationale Klimaschutzinitiative, bis 29. Februar 2024 (Lastenräder) bzw. 30. Juni 2024 (Mikro-Depots)

Hier finden Sie weitere [regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

### ICR-Termine

07.02.2022, bcsd-Seminar **Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing**, Online-Veranstaltung

08.02.2022, bcsd-Seminar **Eventmanagement**, Online-Veranstaltung

28.03.2022, bcsd-Seminar **Die digitale Stadt. Verstehen, gestalten und nutzen.**, Online-Veranstaltung

29.03.2022, bcsd-Seminar **Die digitale Stadt. Verstehen, gestalten und nutzen. Teil II**, Online-Veranstaltung

12.05.2021, bcsd-Seminar **Projektmanagement**, Online-Veranstaltung

13.05.2021, bcsd-Seminar **Die Stadt / Region als Marke**, Online-Veranstaltung

Mehr über den ICR-Studiengang City-, Stadt- und Regionalmanagement erfahren Sie **hier**. Alle Module können einzeln belegt werden.

## Termine

02.02.2022, **Erfahrungsaustausch Landesverband Schleswig-Holstein**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

15.02.2022, **SPORT.TOURISMUS.FORUM**, Europäische Sponsoring Börse ESB, St. Gallen, Schweiz (bcsd-Mitglieder erhalten mit Gutschein-Code „Citymarketing“ 10 % Rabatt)

17.02.2022, **Digitales Stadtmarketingforum Schleswig-Holstein 2022**, Online-Veranstaltung

24. – 26.04.2022, **Deutscher Stadtmarketingtag**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Darmstadt

25. – 27.09.2022, **Deutsche Stadtmarketingbörse**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Marburg

Weitere Termine finden Sie **hier**.

## Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, 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.

Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender 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 **office@bcsd.de**.

Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e.V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie **hier**.

Die in dieser E-Mail 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.