

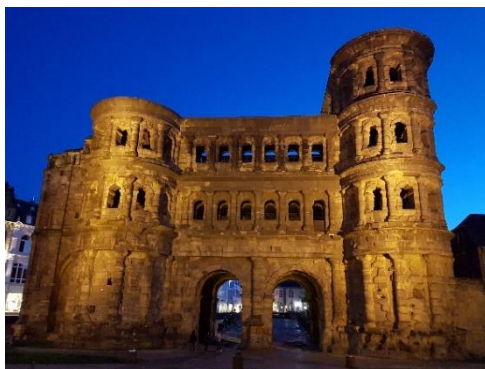
Newsletter 01-2023

Deutsche Stadtmarketingbörse 2023:

„Die Stadt auf der Couch –

Wie der Dialog zur Transformation der Stadt gelingt“

vom 23. – 25. April 2023 in Trier



Unsere Gesellschaft wandelt sich. Durch ein gleichzeitiges, beschleunigtes Wachstum und multiple Krisen werden auch das Leben und die Austauschprozesse in unseren Städten geprägt. Diesen Herausforderungen und Ansprüchen sind viele nicht mehr gewachsen. Es zeigt sich ein tiefgreifender Strukturwandel. Bei der Transformation einer Stadt und ihrer Räume ergeben sich zahlreiche

Zielkonflikte, die es zu moderieren gilt. Das Stadtmarketing kann eine wichtige Rolle dabei spielen, neue Visionen für die Stadt zu entwickeln, die Bevölkerung hinter den Zielen der kooperativen Stadtentwicklung zu versammeln und konkrete Projekte anzuschließen und selbst zu gestalten. Aktuell spielt neben neuen Nutzungen und Angeboten in den Innenstädten, notwendigen Abstimmungsprozessen zur Motivation der Akteure auch und gerade das Thema Klimaschutz / Klimaneutralität eine Rolle. Wie es gelingt, diese Ziele umzusetzen und die genannten Herausforderungen zu meistern wird Thema der Deutschen Stadtmarketingbörse 2023 in Trier sein. Auch dieses Mal werden wir ein spannendes Rahmenprogramm mit Ein- und Ausblicken in die Gastgeberstadt erhalten, die seit über 2.000 Jahren Erfahrung mit der Transformation vorweisen kann und zahlreiche aktuelle Beispiele vorstellen wird. Das Programm und die Anmeldung werden im Laufe des Februars **hier** veröffentlicht.

Stadtmarketing im Profil – Vitale Innenstädte - Deutschlandstudie

Online-Veranstaltung am 27. und 28. Februar

Im Herbst / Winter 22/23 wurden drei aussagekräftige Studien zu den Themen des Stadtmarketings und der Innenstadtentwicklung veröffentlicht. Wir als bcsd haben gemeinsam mit der imakomm AKADEMIE die Untersuchung „**Stadtmarketing im Profil**“ veröffentlicht, die einerseits die Aufgaben, Bedeutung und Entwicklung des Stadtmarketings untersucht und andererseits Aussagen zur Zukunft der Stadtentwicklung und des Stadtmarketings zulässt. Zielgruppe der Befragung waren Stadtmarketingakteure und Vertreter:innen lokaler Wirtschaftsverbände. Zum

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse
Stadtmarketing im Profil – Online-
Veranstaltung

Seite 2

Neuer GEMA Gesamtvertrag
Nachweisgesetz für
Arbeitgeber:innen

Seite 3

Neuerscheinung Place Brands
ICR / bcsd-
Weiterbildungsangebote

Seite 4

Kaufhausschließungen und
Innenstadtumbau

Seite 5

Auf die Plätze – Wettbewerb
Citizen Science
Wettbewerb Klimaaktive
Kommune

Seite 6

Für Kurzentzschlossene: Noch
Christmasworld Tickets sichern
Bremen auf Tinder

Zertifikatslehrgang
Citymanagement

Seite 7

Ansätze gegen Personalnot
Bundesverdienstkreuz Prof. Dr.
Bernd Günter

Seite 8

Podcasts im Stadtmarketing
Braunschweiger Innenstadt digital
Zahlen des Monats

Seite 9

Jobbörse

Seite 10

Fördermitglieder

Seite 11

Herzlich willkommen – die neuen
Mitglieder

Seite 12

Trend der Zukunft

Seite 13

ICR-Termine

Seite 14

Terminkalender



anderen wurde die **Deutschland-Studie Innenstadt 2022** der CIMA Beratung + Management GmbH herausgegeben, die auf einer repräsentativen Befragung von über 2.000 Bürger:innen online und per Telefon beruht und sich der Innenstadtentwicklung sowie deren Bewertung aus Kundensicht widmet. Die Ergänzung dazu stellt die seit vielen Jahren laufende Studie Vitale Innenstädte dar, die von der bcSD als Partnerin unterstützt wurde. In mehr als 100 Städten wurden dafür Passant:innen vor Ort zu ihrem Innenstadtbesuch und Konsumverhalten befragt. Die Ergebnisse werden am 08. Februar veröffentlicht. Auf der Veranstaltung werden alle drei Studien von ihren Machern vorgestellt und Sie können als bcSD-Mitglieder exklusiv live dabei sein und Fragen stellen. **Hier** können Sie sich in Kürze für die Veranstaltung anmelden.

ANZEIGE

Wie erfolgreich ist Ihr Weihnachtsmarkt?
Wir messen – Sie wissen Bescheid.

Mehrwert dank Passantenfrequenz

- Wie stark lockt der Weihnachtsmarkt die Menschen in die Stadt?
- Wann kommen die Besucher und wie lange bleiben sie?
- Analysieren und bewerten Sie mit echten Fakten!

Digitale Daten in Echtzeit

- Genaueste Technik: Messung per Laserscanner
- Erfassung von Laufrichtung & Straßenseite
- Minütliche Erhebung an 365 Tagen im Jahr
- Volle Transparenz: Daten für jeden abrufbar

>90 STÄDTE
>230 STANDORTE
6 LÄNDER

DATEN VERTRAUEN STATT BAUCHGEFÜHL

hystreet.com

www.hystreet.com

Neuer GEMA-Gesamtvertrag der bcSD

Mitglieder der bcSD profitieren von einem 20%igen Gesamtvertragsrabatt bei der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA). Bislang hatte die bcSD einen eigenen Gesamtvertrag mit der GEMA. Dieser Vertrag ist zum 31. Dezember 2022 ausgelaufen. Da der bcSD e.V. Mitglied der Bundesvereinigung der Musikveranstalter ist, gilt nun der Gesamtvertrag des Dachverbands, der ebenfalls einen 20%igen Nachlass enthält und zusätzlich zu den bisher abgedeckten Tarifen weitere abdeckt. **Hier** finden Sie den gültigen Gesamtvertrag.

Nachweisgesetz für Arbeitgeber:innen

Zum Jahresbeginn 2023 weist Alexandra Schriefers vom **anwaltsKONTOR Schriefers** auf das neu gefasste Nachweisgesetz hin. Dessen neue Regelungen sind teils überraschend, erscheinen teils nur bedingt sinnvoll und sind seit dem vergangenen Jahr geltendes Recht. Den Arbeitgeber:innen werden neue Dokumentationspflichten auferlegt, deren Ausgestaltung und Auswirkungen Sie **hier** lesen.

Neuerscheinung Place Brands – Wie Orte zu starken Marken werden



Ob Städte, Plätze oder Regionen: Orte konkurrieren um Einwohner:innen, Firmen, Fachkräfte und Reisende, um Talente und Investitionen. In diesem Wettbewerb, in dem es um nicht weniger als die Zukunftsfähigkeit geht, spielt der Faktor „Marke“ eine zunehmend wichtige Rolle. Aber wie werden Orte zu starken Marken? Wie können Räume an Strahlkraft gewinnen und Emotionen erzeugen – wie können Orte Menschen faszinieren? Patentrezepte gibt es nicht. Das Buch Place Brands soll aber die Möglichkeit geben, Wissen zu generieren, Ideen und Inspiration zu bekommen und damit Impulse für die eigene Arbeit zu gewinnen. Neben spannenden Fallbeispielen finden Sie grundlegende Beiträge zu Strategie und Management von Place Brands. Die Herausgeber sind Thorsten Kausch und Christoph Thoma

von der Stadtmanufaktur, Peter Pirck von der Brandmeyer Markenberatung und Peter Strahlendorf vom New Business Verlag, dem Verlag unseres Partnermediums Public Marketing. Das Team war bereits zuvor für die Publikationen „Städte als Marken“, Band 1 und 2 verantwortlich. **Hier** können Sie das Buch Place Brands – wie Orte zu starken Marken werden bestellen. Eine Online-Weiterbildung zum Thema **Stadt als Marke** mit Prof. Dr. Sebastian Zenker bietet die bcsd am 24. März 2023 an.

Nicht den Start der bcsd- und ICR-Weiterbildungssaison 2023 verpassen!



Sichern Sie sich jetzt noch einen Platz für die ersten Online- und Präsenztermine der Weiterbildungssaison 2023 von bcsd und ICR! Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie für alle Seminare **hier**.

Ein besonderes Highlight der Weiterbildungssaison 2023 findet vom 15. bis 17. März in Darmstadt statt: Nach einer längeren, pandemie-bedingten Pause haben Sie wieder die Möglichkeit, sich zum „**Veranstaltungsleiter bcsd**“ weiterbilden zu lassen. Sie möchten künftig attraktive und sichere Veranstaltungen im

öffentlichen Raum verantworten können? Dann melden Sie sich an und profitieren Sie von der umfangreichen Erfahrung von Eventexperte Thomas Severin, der jahrelang als Geschäftsführer der PeineMarketing GmbH Groß- und Kleinstveranstaltungen entwickelt und durchgeführt und dafür eine eigene Eventabteilung aufgebaut hat.

Einzelnen oder gleich im Doppelpack können Sie am 23. und 24. März an den Online-Seminaren „**Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing**“ und „**Die Stadt / Region als Marke**“ teilnehmen. Erfahren Sie von Michael Metzler, erfahrener Geschäftsführer der Esslinger Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft, wie Tourismus- und Stadtmarketingstrategie zusammenhängend aufgebaut werden können und von Prof. Dr. Sebastian Zenker, wie Sie die Marke Ihrer Stadt entwickeln, führen und evaluieren können. Beide Themen sind genauso strategisch wie praktisch und sowohl für Führungskräfte als auch für Projektverantwortliche ein wunderbarer Einstieg in die bzw. Auffrischung der Thematik. Weitere Seminartermine für die erste Jahreshälfte 2023 finden Sie, genauso wie die Möglichkeit zur Anmeldung, **hier**.

ANZEIGE

Erfolgreich zum digitalen Stadtgutschein

- Direkte Integration des Gutscheins ins Kassensystem
- Automatisierte Abrechnung und Reporting
- „Steuerfreien Sachbezug“ über City-Gutschein abwickeln
- Top-Service durch Account Management und Support-Team



AVS City-Gutschein
Das Geschenk für Ihre Stadt!



www.avs.de

Kaufhausschließungen und Innenstadtumbau



Im März 2023 soll darüber informiert werden, welche Standorte von Galeria Karstadt Kaufhof im Rahmen der Restrukturierung geschlossen werden sollen. Für die betroffenen Städte fällt damit meist eine große Immobilie im Herzen der Innenstadt brach und gegebenenfalls ein Teil des Innenstadtsortiments weg. Auch weil noch unklar ist, welche Standorte betroffen sein werden, beschäftigt das Thema viele Städte und damit auch die Mitglieder der bcsd. Auch im Beirat Innenstadt des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und

Bauwesen wurde im Rahmen der Dezember-Sitzung das Thema Kaufhaus-Schließungen eingehend thematisiert und soll weiterverfolgt und mit konkreten unterstützenden Maßnahmen hinterlegt werden. bcsd-Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen setzte sich dort für die Interessen der Zentren und des Stadtmarketings ein. Der Deutsche Städtetag stellt **hier** Beispiele seiner Mitglieder zur Revitalisierung leergefallener Kaufhäuser vor. Auf der Best Practice Plattform Stadtimpulse sind ebenfalls gute Beispiele vertreten wie etwa aus **Herne**, **Lünen** und **Wolfsburg**.



Davon unabhängig ist die Gesamtsituation der Innenstädte aktuell eine schwierige, worauf auch der Deutsche Städtetag in seiner **Pressemeldung** hinweist. Er sorgt sich, dass die Energiekrise und der aktuelle Konjunkturreinbruch die Neuausrichtung der Innenstädte ausbremsen werden. Gleichzeitig sieht er viel Potenzial in einer grünen Transformation der Innenstädte. Diese sollen Bund und Länder über ihre Innenstadt-Programme finanziell stärker fördern. Eine konkrete Forderung formuliert Essens Oberbürgermeister

Kufen: „Wir wollen, dass die von Galerie Karstadt Kaufhof Schließungen betroffenen Städte auch nachträglich noch Förderanträge für das Bundesprogramm 'Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren'“

einreichen können.“ Darüber hinaus spricht er sich für eine Anschlussförderung für die Best-Practice-Plattform **Stadtimpulse** aus, bei der neben der CIMA, dem Handelsverband Deutschland, dem Deutschen Städtetag und dem Deutschen Städte- und Gemeindebund auch der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. Initiator ist. Die bcsd teilt diese Forderungen nach besseren Ressourcen für den Innenstadumbau und engagiert sich weiter für lebendige, lebenswerte Zentren.

Auf die Plätze! Citizen Science in deiner Stadt



Zu Weihnachten 1900 rief die National Audubon Society in den USA zu einer Vogelzählung auf. Damit veranstaltete sie die erste organisierte Aktion von Wissenschaftler:innen in Zusammenarbeit mit Bürger:innen. Citizen Science ist also nicht neu. Um zu zeigen, dass es dennoch auch weiterhin zukunftsweisend ist, haben das Museum für Naturkunde Berlin und Wissenschaft im Dialog zusammen mit „Bürger schaffen Wissenschaft“, der zentralen Plattform für Citizen Science in Deutschland, den Wettbewerb „Auf die Plätze! Citizen Science in der Stadt“ ins Leben gerufen, der in diesem Jahr zum zweiten Mal stattfindet. Vom 1. Februar bis 24. März 2023 können

Ideen eingereicht werden, die den Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft aktiv gestalten, Wissenschaft vor Ort erlebbar machen und dabei lokale Citizen-Science-Akteure miteinander vernetzen. Zehn Projektideen werden in einem zweiten Schritt mit je 2.500 Euro in ihrer weiteren Ausarbeitung unterstützt. Im Oktober 2023 wählt die interdisziplinäre Jury, der bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block angehört, drei der Finalist:innen aus, die in der Umsetzung ihres Citizen Science-Projektes mit je 50.000 Euro gefördert werden. Wir freuen uns, wenn Sie sich beteiligen und bei den Akteur:innen Ihrer Stadt für das Projekt werben. Alle Informationen zum Wettbewerb finden Sie **hier**.

Wettbewerb Klimaaktive Kommune 2023



Noch bis Ende März 2023 suchen das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz und das Deutsche Institut für Urbanistik klimaaktive Städte, Landkreise und Gemeinden. In verschiedenen Kategorien können Sie sich mit erfolgreichen und innovativen Projekten um ein Preisgeld von je 25.000 Euro bewerben, das zur Finanzierung weiterer Klimaschutzprojekte gedacht ist. Neben den Kategorien „Ressourcen- und Energieeffizienz“, „Erneuerbare Energien im kommunalen Fokus“ und „Klimaschutz durch Kooperationen mit der

Wirtschaft“ wird dabei in diesem Jahr auch ein Sonderpreis „Klimaschutz in sozialen Einrichtungen“ vergeben. Die Einreichung mehrerer Projekte oder auch eines Projekts in mehreren Kategorien ist möglich. Der Bereich Klimaschutz ist ein Bereich, der sich in vielfacher Hinsicht positiv auf das Stadtmarketing auswirken kann, etwa zur Finanzierung der Umgestaltung des öffentlichen Raums oder für die Aktivierung und Verstärkung des lokalen Netzwerks. Alle Informationen zum Wettbewerb finden Sie **hier**.

Für Kurzentschlossene: Jetzt noch Plätze für die Christmasworld sichern



Vom 3. bis 7. Februar 2023 findet die Messe Christmasworld in Frankfurt am Main statt, auf der sich Stadtmarketingverantwortliche über Trends und Angebote für Weihnachtsdekoration und weitere festliche Großdekorationen informieren können. Abgerundet wird die Ausstellung mit einem Vortragsprogramm, beispielsweise mit Beiträgen aus dem Bereich Stadtentwicklung am 6. Februar 2023. Mitglieder der bcsd erhalten im Rahmen der Partnerschaft von Messe Frankfurt und bcsd kostenfreien Zugang zu der Messe. Bei Interesse wenden Sie sich gerne an die bcsd-Geschäftsstelle. Alle

Informationen zu der Messe finden Sie [hier](#).

Swipe nach rechts für Bremen



Wird es die große Liebe oder doch nur ein One-Night-Stand? Das können Sie bezogen auf die Stadt Bremen jetzt auf Tinder herausfinden! Auf Social-Media-Plattformen präsentieren sich inzwischen viele Städte, aber über eine Dating-App? Genau das tut Bremen als Teil seiner touristischen Restart-Kampagne „Mehr als Märchen“ und nutzt dabei mit Tinder eine der bekanntesten und meistgenutzten Apps für sich. Der von der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH gestaltete Auftritt sieht aus wie ein normales Dating-Profil, wird Nutzer:innen der App in ausgewählten Städten aber als Werbung in den Swipe-Feed gespielt. Gefällt ihnen das Profilbild, können sie wie gewohnt nach rechts wischen und mit der Stadt Bremen „matchen“. Daraufhin erhalten sie eine

Chatnachricht, die sie dazu einlädt, eine eigens eingerichtete **Landingpage** zu besuchen, die Tipps für einen Besuch in Bremen gibt. Bereits in den ersten zwei Wochen sorgte die Kampagne, die vor allem eine junge Zielgruppe ansprechen soll, für Klickzahlen im fünfstelligen Bereich. Zunächst nur für den Dezember geplant, wurde sie aufgrund dieses Erfolgs nun verlängert.

Zertifikatslehrgang Citymanagement / Quartiersmanagement



Das Umfeld – ob City, Stadtteil oder auch Quartier – attraktiv zu gestalten und weiterzuentwickeln, ist eine Aufgabe von City- und Quartiersmanager:innen, die sie in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen, Kommunen, Eigentümer:innen von Immobilien und Bewohner:innen umsetzen. Wie dies gelingen kann und wie Politik, Verwaltung und Wirtschaft für die Umsetzung an einen Tisch geholt werden können, wissen Absolvent:innen des Zertifikatslehrgangs „Citymanager (IHK)“. Renommierte Praktiker:innen und Expert:innen führen Sie durch den Zertifikatslehrgang der IHK Nord Westfalen, der am 21. März und startet sich über drei Blöcke mit je drei Seminartagen (Donnerstag bis Samstag) bis Mai erstreckt, im Juni (17.6.) findet der

Abschluss statt. Mehr erfahren Sie [hier](#).

Mit weniger Bürokratie und mehr Digitalisierung gegen die Personalnot



Bis zum Jahr 2035 droht Deutschland aufgrund des demografischen Wandels ein Verlust von rund 7 Millionen Arbeitskräften. Folge ist ein Personalmangel, der sich auch innerhalb der Kommunen auswirken wird. Vor diesem Hintergrund sieht der Deutsche Städte- und Gemeindebund (DStGB) eine zunehmende Diskrepanz zwischen den Leistungen, die von Städten und Gemeinden erwartet werden, und der Anzahl an Personal, die ihnen dafür zur Verfügung steht und ruft zum Gegensteuern auf. Maßnahmen können die attraktivere Gestaltung des öffentlichen Dienstes, die Qualifizierung von Erwerbslosen, die Zuwanderung von Fachkräften sowie eine größere Vielfalt an Arbeitszeitmodellen sein. Das größte Potenzial sieht der DStGB jedoch im Abbau von Bürokratie und im Ausbau der Digitalisierung, wie er in einer aktuellen Pressemitteilung beschreibt, die Sie **hier** finden.

Auch dem Stadtmarketing kommt eine wichtige Rolle beim Werben um die Fachkräfte zu. Immer häufiger unterstützen lokale Unternehmen das Stadtmarketing, damit dieses noch besser die Lebensqualität vor Ort heben und kommunizieren kann. Arbeitgebergutscheine sind ein weiterer Benefit für Mitarbeiter:innen, darüber hinaus gibt es Stadtführungen für potenzielle Neubürger:innen sowie Begrüßungsgeschenke und Netzwerke für Neuzugezogene und Rückkehrer:innen.

Auch digitale Tools helfen beim Recruiting. Ein Beispiel ist etwa das Start Up **Smart City Recruitment**, das vor allem lokale Stellensuchen unterstützt und einen Talentpool der nicht vermittelten Bewerber:innen zusammenstellt. Das Start Up **Famigo** wiederum bietet Module an, die auf den Websites der Unternehmen die Vorzüge des Standorts vorstellen. Auch die Berliner Agentur Index hat sich auf das Thema spezialisiert und bietet beispielsweise den **Recruiting Report**, den **Standortmarketing Report zu Fachkräftemangel und Digitalisierung** und weitere Studien zum Thema an.

Prof. Dr. Bernd Günter mit Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet

Der Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen, Hendrik Wüst, hat Ende November Prof. Dr. Bernd Günter aus Mettmann den Verdienstorden der Bundesrepublik Deutschland in Düsseldorf verliehen. Der Verdienstorden ist die höchste Anerkennung, die die Bundesrepublik für Verdienste um das Gemeinwohl ausspricht.

Prof. Dr. Bernd Günter, langjähriger Inhaber des Lehrstuhls für BWL / Marketing an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, engagierte sich über viele Jahre für kulturelle Angelegenheiten in seiner Heimatstadt Mettmann. Über 25 Jahre war er ehrenamtlicher Leiter und Sprecher des Marketing-Arbeitskreises „Neanderthalstadt“. Besonders hat er sich um die kulturelle Attraktivität der Mettmanner Innenstadt verdient gemacht, unter anderem mit dem „Evolutionspfad“ zwischen dem Stadtzentrum und dem Neanderthal-Museum.

Herr Prof. Dr. Günter setzte sich über die Grenzen seines eigenen Faches hinweg für eine fruchtbare Verbindung von Wirtschaftswissenschaften und Kulturbetrieben ein. Sein Engagement und die Unterstützung der van Meeteren Stiftung ermöglichten, den deutschlandweit beispielgebenden Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ einzurichten. Des Weiteren betreute Prof. Dr. Bernd Günter etliche Dissertationen im Stadtmarketing-Kontext. Die bcsd gratuliert herzlich!

Podcasts im Stadtmarketing



Das Format des (Video-)Podcast hat einen beachtlichen Siegeszug angetreten und auch zur Stadtentwicklung und zum Stadtmarketing sind Formate entstanden, von denen wir Ihnen gerne einige vorstellen möchten. Nicht berücksichtigt werden wir hier die Podcasts, die vom Stadtmarketing für die eigene Zielgruppe hergestellt werden, auch wenn es hier ebenfalls viele gute Beispiele gibt. Eines der ersten Formate ist der Podcast **Citymaking** von Thorsten Kausch, der bereits seine 40. Folge ausgestrahlt hat und ein breites

Portfolio an Gästen aufweist, zu denen auch schon Bernadette Spinnen gehörte. Bei „**die Stadtkantine**“ handelt es sich um ein Format der Macher der Stadtmanufaktur. Auch die bcsd ist Partner dieses Web-Talks, der sich der Transformation der Innenstadt widmet. Eine neue Ausgabe mit Jan-Bernd Röhlmann wird Marburg800 behandeln. Die über 30 Folgen sind **hier** zum Großteil abrufbar. Die stärker dem Thema Kultur gewidmete **Kulturkantine** von Christoph Thoma kann hier abgerufen werden. **Hier** finden Sie eine aktuelle Folge mit bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block zu aktuellen Herausforderungen des Stadtmarketings. Die **Stadtrederi** des Instituts für Städtebau und Wohnungswesen widmet sich Themen aus „Stadt & Raum“. Der Podcast „**Schall & Raum**“ kommt von der Hochschule Bremen und dem Bremer Zentrum für Baukultur und widmet sich beispielsweise auch der Innenstadt.

Wie finden Sie die Braunschweiger Innenstadt (online)?

Für die Zukunftsfähigkeit von Innenstädten ist eine solche Frage inzwischen von großer Bedeutung. Mit der Veränderung von Besuchs-, Einkaufs- und Nutzungsverhalten durch die Digitalisierung sind Auffindbarkeit und Darstellung in digitalen und sozialen Medien zu entscheidenden Faktoren geworden. Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH führt daher aktuell bereits zum zweiten Mal eine Markt- und Wettbewerbsanalyse zur digitalen Präsenz der Stadt durch, die im Rahmen des Sofortprogramms „Perspektive Innenstadt!“ gefördert wird. Bis zum 5. Februar läuft dafür noch eine Umfrage unter den Braunschweiger Bürger:innen, die sowohl digital als auch analog über die Touristeninformation und Vor-Ort-Befragungen in der Innenstadt durchgeführt wird. Ergänzt durch die Befragung exemplarisch ausgewählter Unternehmen aus unterschiedlichen Bereichen bilden die Ergebnisse die Grundlage für die Entwicklung konkreter Strategien und Handlungsvorschläge. Unterstützt wird das Braunschweiger Stadtmarketing dabei vom bcsd-Fördermitglied CIMA Beratung + Management GmbH. Alle Informationen zur Studie finden Sie **hier**.

Zahlen des Monats

Vom 03. bis 07. Februar 2023 findet in Frankfurt am Main die internationale Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck, die ChristmasWorld 2023, statt. Auch die bcsd wird wieder als Partner dabei sein. Die Metropole am Main empfängt dann wieder Kreative und Designer der Festschmuck-Branche aus dem In- und Ausland. Anlass für uns, in der Rubrik „Zahl des Monats“ einmal genauer hinzuschauen, welche Orte zu den deutschen TOP-Designstädten gehören. Im Ranking der Beschäftigtenzahlen der Designwirtschaft (absolut) führt Hamburg vor München und Berlin. Die Messestadt Frankfurt am Main liegt auf Platz 5. Zur Designwirtschaft zählen Beschäftigte in den

Bereichen Werbegestaltung, Grafik- & Kommunikationsdesign, Interior Design, Büros für Innenarchitektur, Industrie-/Produkt-/Modedesign, Fotografie, Schmuckherstellung.

Die Daten entstammen der interaktiven Datenbank für Standortdaten **Standortmonitor.net** von Goldmedia. Weitere Informationen: **support@standortmonitor.net** oder **www.standortmonitor.net**.



Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadt Olsberg	Wirtschaftsförderer / Wirtschaftsförderin und Citymanager:in (m/w/d)	15.03.2023
Markdorf Marketing e.V.	Geschäftsführung (m/w/d)	03.03.2023
CIMA Institut für Regionalwirtschaft	Projektmitarbeiter:in (m/w/d)	28.02.2023
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Lübeck)	Projektassistent:in (m/w/d) Stadtmarketing und Beteiligungsprozesse	27.02.2023
Stadt Gelsenkirchen	Referatsleitung Wirtschaftsförderung (m/w/d)	26.02.2023
Stadt Kempten	Leitung (m/w/d) Stadtmarketing	19.02.2023
Stadt Kellinghusen	Fachkraft (m/w/d) für das Stadtmarketing	19.02.2023

Stadt Halberstadt	Abteilungsleitung (m/w/d) Finanzbuchhaltung	15.02.2023
Stadt Halberstadt	Abteilungsleitung (m/w/d) Stadtplanung	15.02.2023
Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH	Koordinator:in Nachtleben (m/w/d)	05.02.2023
Stadt Fellbach	Amtsleitung (m/w/d) Wirtschaftsförderung	05.02.2023
Bielefeld Marketing GmbH	Veranstaltungskaufmann (m/w/d)	05.02.2023
Meiningen GmbH	Citymanager:in (m/w/d)	31.01.2023
Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH	Quartiersmanager:in (m/w/d) CityLab Darmstadt	03.02.2023
Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH	Projektassistenz (m/w/d) Quartiersmanagement CityLab Darmstadt	03.02.2023
Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH	Ladenflächen- und Netzwerkmanager:in (m/w/d) CityLab Darmstadt	03.02.2023
Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH	Projektassistenz Ladenflächen- und Netzwerkmanagement (m/w/d) CityLab Darmstadt	03.02.2023
Gießen Marketing GmbH	Eventmanager:in (m/w/d)	Nicht angegeben

Fördermitglieder der bcsd

zmyle GmbH



StadtGutschein
by zmyle

Mit unseren Stadtgutschein-Systemen bieten wir Ihnen individualisierte Online-Marktplätze. Vernetzen und präsentieren Sie die Geschäfte, Restaurants und Dienstleister Ihrer Stadt und bieten Sie deren Gutscheine zum Verkauf an. Online, wie offline. Sämtliche Gutscheine können innerhalb des Netzwerks frei eingelöst werden und fungieren somit als lokales Zahlungsmittel. Zahlungsmittel machen nur Sinn, wenn sie auch verfügbar sind. Deshalb haben wir unser System dahin gehend entwickelt. Alle Gutscheine können zeit- und ortsunabhängig vom PC, Handy oder aus einer APP heraus gekauft und direkt verschickt werden – ganz einfach per WhatsApp, eMail, SMS oder anderen Messengern – direkt auf das Handy oder den PC des Beschenkten. Problemlos können die Gutscheine auch zu Hause ausgedruckt und persönlich übergeben werden. Bei der analogen Variante des Gutscheins haben wir ebenfalls auf eine hohe Verfügbarkeit geachtet. Teilen Sie gedruckte Gutscheinkarten an Ihre Händler aus. Diese können vor Ort erworben werden und sind in allen teilnehmenden Geschäften einlösbar.

Bei so vielen Gutscheinen darf man nicht den Überblick verlieren. Unsere digitale Gutscheinverwaltung und das automatisierte Cash-Management sorgen daher für Transparenz und eine reibungslose Abwicklung. Das entlastet sowohl den Marktplatzbetreiber als auch jeden einzelnen Händler. Die eingesparte Zeit kann dann zur Werbung für das Gutscheinportal genutzt werden. Integrieren Sie den Gutscheinkauf und -versand in vorhandene Homepages oder Facebook-Fanpages! Posten Sie Ihre Gutscheine zu besonderen Anlässen auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen oder schalten Sie Anzeigen mit Ihrem individuellen QR-Code, um einen maximalen Abverkauf Ihrer Gutscheine zu gewährleisten. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcSD

Pro Witzenhausen GmbH



Witzenhausen ist über die Grenzen Hessens hinaus als Kirschenstadt oder auch als eine der kleinsten Universitätsstädte bekannt. In Witzenhausen befindet sich eines der größten Kirschenanbaugebiete Europas. Ein Höhepunkt ist Jahr für Jahr die Kirschblüte, bei der die mehr als 100 000 Kirschbäume im Frühjahr ein weißes Blütenmeer ins Werratal zaubern. Kirschen sind dabei längst nicht das Einzige, was die 8.500 Einwohner starke Kleinstadt zu bieten hat: Ob attraktive Altstadt mit eindrucksvollen Fachwerkbauten, mittelalterliche Burgen oder ausgefallene Aktivitäten rund um die schlängelnde Werra – hier ist für jeden etwas dabei! Im Jahr 2007 wurde die ProWitzenhausen GmbH als 100-prozentige Tochterfirma der Stadt Witzenhausen gegründet. Unser Anspruch basiert auf den individuellen Bedürfnissen der Tourist:innen sowie den Einwohner:innen der Stadt. Als zentrales Bindeglied der Stadt Witzenhausen arbeiten wir stets mit Unternehmen, Initiativen, Vereinen und kulturellen Einrichtungen der Stadt und der Region zusammen. Unsere Aufgabe ist es, die positive Wahrnehmung Witzenhausens sowohl nach außen als auch nach innen zu stärken und somit auch das „Wir-Gefühl“ der Bürgerinnen und Bürger mit Ihrem Wohnort zu festigen. Das bedeutet unter anderem, die Umbrüche der Tourismusbranche und Stadtentwicklung, die unsere Welt heute prägen, zu antizipieren und immer neue Wege zu finden. Nachhaltigkeit und Leidenschaft zählen dabei zu den zentralen Leitwerten unserer Organisation. **Hier** lesen Sie mehr.

Eigenbetrieb Tourismus und Citymanagement der Stadt Schorndorf

SCHORNDORF » 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmern sich im Eigenbetrieb Tourismus und Citymanagement (EB TuC) um Citymarketing, Citymanagement, Tourismusmarketing, alle Events in der Innenstadt sowie die Stadtinfo der Stadt Schorndorf. Es gab innerhalb der letzten 20 Jahre verschiedenste Organisationsformen. Bis Juli 2021 wurden alle Themen rund um das Citymarketing vom innerstädtischen Gewerbeverein SchorndorfCentro e.V. getragen und organisiert und dieser dafür von Seiten der Stadt bezuschusst. Anfang 2021 wurden alle Aufgaben von SchorndorfCentro e.V. an den Eigenbetrieb TuC übertragen. Auch verwaltungsintern wurden in diesem Zuge alle Aufgaben

des Stadtmarketings, der Wirtschaftsförderung innerstädtischer Unternehmen und der Tourismusarbeit im Eigenbetrieb TuC zusammengefasst. Die aktuell relevantesten Themen im Stadt- und Citymarketing sind Aufenthaltsqualität, innerstädtische Events, Leerstandsmanagement, Umsetzung der Tourismusstrategie der Region Stuttgart und der Aufbau von Networkingplattformen. **Hier** lesen 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. 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 Trendmanager. Nähere Informationen zum Trendmanager finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: schomburg@trendone.com.

Software berechnet CO2- von Arbeitsmobilität



Das österreichische Start-up Triply hat eine Software entwickelt, mit der Unternehmen die Arbeitswege der Mitarbeiter:innen erfassen können, um Maßnahmen zur CO2-Reduktion zu erarbeiten. Die Software kann von Unternehmen als Service genutzt und auf den individuellen Standort angepasst werden. Im Rahmen der EU-CSR-D-Richtlinie sind Unternehmen ab 2023 verpflichtet, ihre betrieblichen Emissionen transparent zu veröffentlichen. Mit der Plattform von Triply können die aus der Arbeitsmobilität entstehenden Emissionen datengestützt analysiert und visualisiert werden. So können Einsparpotenziale identifiziert und ESG-Ziele kommuniziert werden.

Lokale Produktionsstätte für nachhaltige Marken



Das in Los Angeles ansässige Start-up KX Labs hat eine Produktionsstätte errichtet, in der Marken kostengünstig Schuhe und Kleidung „Made in Los Angeles“ herstellen können. Die Fabrik hat eine Fläche von 3300 Quadratmetern und verwendet automatisierte „Shima Seiki“-Strickmaschinen sowie fahrerlose Transportsysteme und Roboterarme. Dank der modernen Strickmaschinen können Schuhoberteile binnen 25 Minuten und mit weit weniger Klebstoff produziert werden. Zudem werden Garne eingesetzt, die zu 98 Prozent aus recycelten Materialien bestehen. KX Labs richtet sich an nachhaltige Marken, die ihre Produktion nach Los Angeles verlagern möchten.

Mit Solarmodulen überdachter Fahrradweg



Die Stadt Freiburg hat in Kooperation mit dem Energieversorgungsunternehmen badenovaWÄRMEPLUS einen 300 Meter langen Fahrradweg an der Freiburger Messe mit lichtdurchlässigen Glas-Glas-Fotovoltaik-Modulen überdacht. Das Pilotprojekt fungiert als Deutschlands erster Solar-Radweg. Er soll unter anderem zeigen, dass Fotovoltaik auch im urbanen Raum an vielerlei Orten möglich ist. Die installierte Solaranlage hat insgesamt eine Leistung von 282,7 Kilowattpeak. Sie soll jährlich etwa 280.000 Kilowattstunden Ökostrom erzeugen. Diesen wird das benachbarte Fraunhofer-ISE-Institut für seine Labore im benachbarten Solar-Info-Center nutzen.

Seminar- und ICR-Termine

15. – 17.03.2023, **Veranstaltungsleiter bcsd öffentlicher Raum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Darmstadt

23.03.2023, **Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

24.03.2023, **Die Stadt / Region als Marke**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

11.05.2023, **Die digitale Stadt verstehen und gestalten – Teil 1**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bochum

12.05.2023, **Die digitale Stadt verstehen und gestalten – Teil 2**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Bochum

12.06.2023, **Projektmanagement**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

13.06.2023, **Recht kompakt – Grundlagen im Stadt- und Tourismusmarketing**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

29.06.2023, **Grundlagen der Medienarbeit**, Institut für City- und Regionalmanagement, voraussichtlich Bamberg

30.06.2023, **Öffentlichkeitsarbeit im Stadtmarketing**, Institut für City- und Regionalmanagement, voraussichtlich Bamberg

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

Termine

03. – 07.02.2023, **Christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main
- 20.02.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Brandenburg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online
- 23.02.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Koblenz
23. – 25.04.2023, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2023**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Trier
04. – 06.05.2023, **CMVO-Frühjahrstagung**, City-Management Verband Ost e.V., Dessau-Roßlau
06. – 07.06.2023, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband e.V., Braunschweig
17. – 19.09.2023, **Deutscher Stadtmarketingtag 2023**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mannheim

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.