

Newsletter 03/04-2020

Aus der bcsd-Geschäftsstelle



In dieser Woche hätte der Deutsche Stadtmarketingtag 2020 stattgefunden. Wir bedauern immer noch sehr, dass wir Sie nicht treffen konnten und das spannende Programm nun erstmal in der Schublade schlummert. Aber nicht nur Kongresse leiden. Die Corona-Epidemie lähmt das gesamte städtische Leben. Die Maßnahmen gegen das Virus sorgen trotz immer noch breiter Akzeptanz auch für Unmut und negative Nebenwirkungen. Einige

Geschäfte sind bereits insolvent und die, die jetzt aufhaben, finden schwierige Bedingungen vor: Abstand halten, eingeschränkte Besucherzahlen, teils Maskenpflicht – das klassische Einkaufserlebnis, das unsere Städte ausmacht, sieht anders aus. Wir werden noch eine Weile mit Einschränkungen leben müssen. Um einen Überblick zu geben, wie und wo das besonders gut gelingt, sammeln wir Ihre Beispiele in den **Geschichten vom Anpacken**, denen wir neue Kategorien hinzugefügt haben: **Städtische Rettungsschirme** und **Wiederbelebung der Innenstadt**. Außerdem bieten wir weiterhin unsere **Webinare** an, die Ihnen Anregungen für die anstehenden Aufgaben geben. Die aktuellen Termine finden Sie **hier**, weitere Termine folgen:

Dienstag, 05. Mai 2020, 11:00 Uhr:

Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe

Dieter van Acken und Niko Schaten, Tobit.Software

Mittwoch, 06. Mai 2020, 11:00 Uhr:

Bausteine für Local Commerce in der Corona-Krise

Roman Heimbold, Atalanda GmbH

Donnerstag, 07. Mai 2020, 11:00 Uhr:

Stakeholdermanagement – Schlüssel für ein erfolgreiches Stadtmarketing

Thorsten Kausch, Städte. Marken. Impulse / Die Stadtmanufaktur

Bereits gelaufene Webinare finden Sie **hier**.

Für alle, die uns erreichen möchten, ist unsere Geschäftsstelle durchgängig zu den üblichen Zeiten erreichbar.

Themen

Seite 1

[Aus der bcsd-Geschäftsstelle](#)

Seite 2

[Kulturmarken-Award](#)

Seite 3

[Ulm fragt Bürger zu Digitalisierung](#)

[Corona und Leerstandsmanagement](#)

[Künstliche Intelligenz im Einzelhandel](#)

Seite 4

[Monheim-Pass vereint städtische Services](#)

[Erfolgsfaktoren der Digitalisierung im ländlichen Raum](#)

Seite 5

[Neustart im Tourismus](#)

[Neustart in der Gastronomie](#)

[Blick zum Nachbarn](#)

[Umfrage Gastronomie](#)

Seite 6

[Neustart in der Veranstaltungsbranche](#)

[Neustart der Mainzer Veranstaltungen](#)

[Corona-Ticker](#)

Seite 8

[Jobbörse](#)

Seite 9

[Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

Seite 10

[Fördermitglieder](#)

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 11

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

Seite 12

[Webinartermine](#)

ANZEIGE

Digitale Daseinsvorsorge

Ihre Hilfe für Bürger und Händler

- ✓ Schneller Start möglich
- ✓ Unterstützt den regionalen Handel
- ✓ Marktplatz stetig erweiterbar
- ✓ Ergänzung durch StadtApp möglich
- ✓ Dient als langfristige, dauerhafte Lösung

Sichern Sie die Daseinsvorsorge Ihrer Bürger jetzt – und profitieren Sie nachhaltig davon!

Chancen nutzen!

**Ist Ihre Stadt viral ausgebremst?
Dann schaffen Sie digitale Alternativen!**

In dieser schwierigen Situation ziehen viele Bürger es vor, Lebensmittel und Dinge des täglichen Bedarfs online einzukaufen. Ermöglichen Sie ihnen dies durch unsere virtuelle Plattform! Sie erlaubt Händlern, ihre Leistungen und Waren online anzubieten und Bürgern, diese zu bestellen, selbst abzuholen oder (kontaktlos) liefern zu lassen.

innenstadt 3.0
powered by SinkaCom

Borsigstraße 32
65205 Wiesbaden

Tel.: 06122 - 5982 - 0
Fax: 06122 - 5982 - 50

www.innenstadt30.de
www.sinkacom.de

www.sinkacom.com

Bewerbungsphase für den Kulturmarken-Award gestartet – jetzt bewerben!

Kultur ist aus unserem Leben nicht wegzudenken und wie wichtig ihre gesellschaftliche Funktion ist, fällt gerade jetzt auf, da so viel davon wegfällt. Gleichzeitig entstehen neue Formen der Kultur des Miteinanders - der Stadtkultur - bzw. werden alte Formen neu belebt. Die Berliner Agentur causales lobt den Kulturmarken-Award 2020 aus und die bcsd präsentiert die Kategorie „Europäischer Preis für Stadtkultur“. Hier suchen wir nach originellen und kreativen Zugängen zu Zukunftsfragen der Stadt sowie Projekten und Strategien zur Stärkung der Identifikation mit der Stadt, die möglichst viele städtische Milieus einbeziehen und im Sinne der Stadtmarketingstrategie kommunizieren. Wünschenswert ist zudem die Berücksichtigung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien der Nachhaltigkeit. Die Bewerbung ist bis zum 31. August **hier** möglich. bcsd-Mitglieder erhalten einen Nachlass auf die Bewerbungsgebühr wie auch auf die Tickets zum **KulturInvest-Kongress**, der vom 25. bis 27. November in Potsdam stattfindet.

Ulm befragt Bürger zur digitalen Zukunft

Die Stadt Ulm hat ihre Bürger im Rahmen der Digitalen Agenda der Stadt über ein Online-Portal gefragt, wie und wo eine digitale Unterstützung in der Stadt sinnvoll eingesetzt werden kann und wie eine umweltbewusste Stadtentwicklung zum Wohle der Allgemeinheit möglich ist. Die Befragung basierte auf der Ausstellung „ulm.macht.zukunft“. Diese beinhaltete auch Bürgerwerkstätten, Vorträge und Workshops zu den Themen Nachhaltigkeit, Mobilität und Verwaltung. Die Ergebnisse sind **hier** zu finden.

Einige weitere Smart-City-Ansätze finden Sie **hier** kurz und knapp beschrieben.

Die Untersuchung „**Wie smart sind Deutschlands Kommunen?**“, die im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums erstellt wurde, gibt einen Überblick über den aktuellen Stand der Digitalisierung in den Städten. Die Studie finden Sie **hier**.

Aufmerksamkeit für das Thema Digitalisierung soll auch der Digitaltag 2020 am 19. Juni bewirken. Dazu wurde nun ein Aktionsleitfaden entwickelt, der den Städten zeigt, wie sie ihre Lösungen und Aktionen präsentieren können. Diesen finden Sie **hier**. Die Anmeldung der eigenen Projekte ist nun ebenfalls möglich und kann **hier** vorgenommen werden.

Ergebnisse der Befragung zu Corona und Leerstandsmanagement liegen vor



Die immovativ GmbH hat Kommunen in ganz Deutschland befragt, ob sie bereits Leerstandsmanagement betreiben, wie sie dies bislang tun und ob sie durch die Corona-Krise weitere Leerstände erwarten. Leerstandsmanagement wird demnach vor allem durch die proaktive Ansprache von Eigentümern, die Zusammenarbeit mit der Immobilienwirtschaft sowie die Anlage eines Leerstandskatasters betrieben. Die Kommunen rechnen mit einer deutlichen Zunahme der Leerstände in Folge der Corona-Krise, so dass das Thema künftig eine höhere

Relevanz haben wird und wollen Eigentümer bei der Beseitigung des Leerstands unterstützen. Neben den Daten dazu, welche Objekte leer stehen und wie diese nachgenutzt werden, finden sich auch Ideen und Anregungen für das eigene Leerstandsmanagement. **Hier** finden Sie die komplette Auswertung.

Perspektiven für Künstliche Intelligenz im Einzelhandel

Das Bundeswirtschaftsministerium hat eine Studie zur künstlichen Intelligenz (KI) im stationären und digitalen Einzelhandel beauftragt, die Anfang des Jahres erschienen ist. KI hilft bei großen Datenmengen optimale Lösungen zu finden. Im Bereich Marketing, Handel und E-Commerce wird ihr das größte Potential vorhergesagt, das allerdings bislang noch kaum genutzt wird. Die Studie soll dazu beitragen, das zu ändern und informiert daher über die Technologie und Anwendungsmöglichkeiten im Handel sowie die Einstellung der Verbraucher dazu. Zudem werden im letzten Kapitel Handlungsempfehlungen gegeben. Sie finden die Publikation **hier**.

ANZEIGE

Schutzmaske24.net

schutzmaske24.net - Ihr zuverlässiger Lieferant für qualitativ hochwertige Masken zu fairen Preisen!

Unkomplizierter Bestellvorgang und schnelle Lieferung direkt aus unserem Lager in Franken.

Informieren Sie sich unverbindlich über unsere OEKO-TEX zertifizierten 100% Bio-Baumwollmasken und FFP2 Masken auf www.schutzmaske24.net.

Schutzmaske24.net

www.schutzmaske24.net

Monheim-Pass vereint städtische Services

Die Stadt Monheim am Rhein hat einen eigenen, multifunktionalen Pass entwickelt, den Bürger als (kostenfreien) Bibliotheksausweis, kostenloses ÖPNV-Ticket im Stadtgebiet (die Umgebung kann hinzugebucht werden) und für die Nutzung digitaler Angebote der Stadt verwenden können. Der Pass wurde allen Bürgern per Post zugestellt und kann auch analog über Telefon aktiviert werden, üblicherweise geschieht dies aber mit einer zugehörigen App, die zusätzlich Funktionen wie Bürgerbeteiligung, städtische Termine und Nachrichten enthält. **Hier** erfahren Sie mehr.

Studie zu Erfolgsfaktoren für Digitalisierungsprojekte in ländlichen Räumen

Das Bundesministerium des Inneren hat eine Studie veröffentlicht, die die Erfolgsfaktoren der Digitalisierung im ländlichen Raum untersucht. Dabei wurden andere Studien und abgeschlossene Projekte untersucht, um daraus zehn ausführlich erläuterte Thesen abzuleiten und Handlungsempfehlungen für zukünftige oder aktuelle Projektdurchführende sowie die öffentliche Hand zu formulieren. Sie finden das Dokument **hier**.

Neustart im Tourismus

Der Deutsche Tourismusverband hat ein Modell entwickelt, wie der Neustart im Deutschland-Tourismus unter Einhaltung der Hygienebedingungen für die ersten 14 Tage nach Wiederaufnahme des Betriebs gelingen könnte. Es werden die einzelnen Bereiche der touristischen Customer Journey betrachtet: Mobilität, Übernachtung, Gastronomie, Tagungen etc. Auf Bundesebene wird eine Taskforce gefordert. Das Papier soll laufend aktualisiert und an die aktuellen Entwicklungen angepasst werden. Sie finden es **hier**. Auch die BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH hat eine Toolbox mit Bausteinen für den Wiedereinstieg in den Tourismus erstellt, die regelmäßig aktualisiert wird. Diese finden Sie **hier**.

Neustart in der Gastronomie



Neben den anderen touristischen Leistungsträgern wartet auch die Gastronomie auf ihre Wiedereröffnung. Die Reduktion der Mehrwertsteuer auf 7% ist eine kleine Entlastung, hilft bei stark verringerten Umsätzen aber kaum weiter. Daher werden gerade Konzepte entwickelt, die mehr als nur Liefer- und Abholservices ermöglichen. Das entsprechende Konzept der Essen Marketing GmbH finden Sie **hier**. Auch die DEHOGA hat ein umfangreiches Konzept dafür entwickelt, zu dem Sie **hier** Informationen finden.

Vorschläge für einzelbetriebliche Maßnahmen finden Sie **hier**. Einen Leitfaden für den Arbeitsschutz in der Gastronomie finden Sie **hier**. **Hier** finden Sie die Vorschläge der DEHOGA für ein verantwortungsvolles Wiederhochfahren der Gastronomie, die den Bundesländern bei der Gesetzgebung Unterstützung sein sollen.

Der Blick zum Nachbarn

In Österreich darf die Gastronomie ab dem 15. Mai wieder öffnen, Hotels dürfen für touristische Zwecke wieder ab dem 31. Mai in Betrieb gehen. Es gilt dabei generell ein Mindestabstand von einem Meter zwischen den Tischen, an den Tischen selbst muss der Abstand nicht eingehalten werden. Maximal vier Erwachsene und dazugehörige Kinder dürfen an einem Tisch sitzen. Beim Betreten, Verlassen und auf den Toiletten gilt Maskenpflicht. **Hier** finden sie eine Übersicht der genauen Regelungen für Hotellerie und Gastronomie.

Umfrage zur Gastronomie



Prof. Dr. Martin Franz vom Geographischen Institut der Universität Osnabrück beschäftigt sich bereits seit längerer Zeit mit dem Thema Gastronomie und hat kürzlich einen Artikel zu Gastronomie und Wirtschaftsförderung in der Zeitschrift Standort veröffentlicht, den Sie **hier** finden. Darin ruft er dazu auf, dass sich Kommunen stärker um ihre örtliche Gastronomie kümmern sollten. Nun möchte er die Folgen der durch Corona bedingten Einschränkungen für die Gastronomie sichtbar machen – für Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Die Wissenschaftler bitten alle Gastronominnen und Gastronomen an ihrer Online-

Befragung teilzunehmen. Der Fragebogen beinhaltet Fragen zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Betrieb sowie zu Maßnahmen im Umgang mit der Krise. Alle Daten werden anonym erhoben, d.h. sie können weder einer Person noch einem Betrieb zugeordnet werden. Sie finden die Umfrage **hier**. Bitte leiten Sie diese an Ihre örtlichen Gastronomen weiter.

Neustart in der Veranstaltungsbranche



Foto: Peter Wieler

Um der Politik einen Lösungsweg zum Umgang mit Corona bei Veranstaltungen darzulegen, hat der EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. gemeinsam mit Experten der Veranstaltungsbranche und unter Federführung von EVVC Kooperationsanwalt Volker Löhr ein Positionspapier erarbeitet, das Wege für ein stufenweises Anfahren der Veranstaltungstätigkeit aufzeigt. Grundlage ist eine Anpassung der aktuellen gesetzlichen Bestimmungen des Baurechts, die sich konkret in der Versammlungsstättenverordnung

wiederfinden und in der Hoheit der Landesregierungen liegen. Sie finden das Positionspapier **hier** und **hier** einen Artikel dazu. Der EVVC informiert zudem **hier** über aktuelle Entwicklungen im Zusammenhang mit Corona-Maßnahmen und Veranstaltungen und bietet **Webinare** zum Thema an.

Neustart der Mainzer Veranstaltungen



Die mainzplus CITYMARKETING GmbH und weitere Partner des Kongressstandorts Mainz haben neue Formate und Möglichkeiten geschaffen, um auf die Wiederaufnahme des Kongressgeschehens vorbereitet zu sein. Betroffen sind die Bereiche Mobilität / An- und Abreise, das Management von Ein- und Auslass, der Veranstaltungsablauf (neue Bestuhlungspläne, größere Locations etc.), Hygienemaßnahmen und Catering. Neu hinzu kommen digitale Formate, dafür wurde eigens ein

digitales Studio für Livestreams, Hologramme, Augmented Reality, Virtual Reality etc. eingerichtet. **Hier** finden Sie Informationen dazu.

Corona-Ticker

Praxisbeispiele

Die Stadt Sonthofen hat auf YouTube ein **Video mit dem Aufruf zur Unterstützung der lokalen Gewerbetreibenden** veröffentlicht. Zudem hat die Stadt in Kooperation **mit einem Hotel Home-Office-Plätze** geschaffen.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH hat einen **Leitfaden zur Einrichtung kostenloser Google My Business Einträge** erstellt. Die Einträge bieten mit der Anzeige von Liefer- und Abholoptionen neue Möglichkeiten.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH bietet Gewerbetreibenden **einmal nutzbaren Mund- und Nasenschutz in neu konfektionierten, kleineren Paketen** von 50 bis 1.500 Stück an, damit sich diese nicht selbst große Mengen bestellen müssen.

In Esslingen wurden **Starter-Kits für den Einzelhandel** verteilt mit gebrandeten Masken, Plakaten zu Hygienebestimmungen, Abstandsklebebändern und Münzschalen.

Bewohner und Prominente aus Mainz stimmen beim Projekt „**CHORona – Mainz singt und lacht zu Hause**“ die Stadthymne "Wir sind Mainzer" an.

Die Stadt Tengen hielt wegen der aktuellen Einschränkungen eine **digitale Bürgerversammlung** ab.

Die Stadt Freiburg hat mit der Plattform #freiburghältzusammen ein **eigenes soziales Netzwerk** für Nachbarschaftshilfe, Quartiersarbeit und Information eingerichtet.

Neuruppin spannt einen **Rettungsschirm mit dem Budget ausgefallener Veranstaltungen sowie Sponsorengeldern und dem Volumen des Bürgerhaushalts**. Damit werden Menschen und Unternehmen unterstützt, die durch die Krise in eine schwierige Lage versetzt wurden.

Hilfestellungen

Der Verband der Veranstalterorganisationen bietet unter anderem eine **Übersicht über die aktuellen Verordnungen der Bundesländer zu Veranstaltungen**, aber auch über Hilfsangebote für die Branche sowie rechtliche Einschätzungen zu Absage und Abwicklung von Veranstaltungen.

Der Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft bietet einen **Überblick über Hilfsmöglichkeiten in der Veranstaltungsbranche**.

Der Deutsche Tourismusverband hat eine **Orientierungshilfe für die Wiedereröffnung der Tourist-Informationen** erstellt.

Destinet hat den Fünf Stufen Plan zur Wiederöffnung des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern in eine Infografik übertragen, die Sie **hier** finden.

Am 4. Mai findet der zweite Zukunftstag für Destinationen von Tourismuszukunft erneut als Online-Konferenz statt. Informationen dazu finden Sie **hier**.

Die **Ergebnisse des Retail Hack**, der sich mit Handel in Corona-Zeiten beschäftigt hat, liegen vor.

Mit der App der Tobit Software AG lässt sich ein **Smartphone in einen Personenzähler verwandeln**, der ein- und ausgehende Kunden erfasst und gegebenenfalls zum Warten auffordert.

Im Rahmen des Soforthilfeprogramms des Bayerischen Wirtschaftsministeriums für den Handel werden **Beratungsleistungen für Werbegemeinschaften** gefördert, digitale Sprechstunden und Webinare für Einzelhändler angeboten und eine Wissensdatenbank angelegt. Ziel ist die Digitalisierung des Handels – von Social Shopping über lokale Marktplätze bis zum Point of Sale.

Ibi Research bietet die **E-Commerce-Tage vom 12. bis 14. Mai kostenfrei und online** an.

Aktuelle Informationen

Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag schlägt unter anderem die **Regelung des Zugangs zu Einkaufsstraßen über die Vergabe von Tickets** vor, um eine schnelle Wiederaufnahme des Geschäftsbetriebs zu ermöglichen.

Stadtmarketing Austria hat einen Blogartikel darüber veröffentlicht, **wie das Corona-Virus die Nutzung von Instagram verändert**.

Das **Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft des Bundes analysiert die Auswirkungen der Corona-Maßnahmen auf die Branche**.

Panorama

Eine **Versteigerung von besonderen, exklusiven Erlebnissen für die Zeit nach Corona** hat Gelder für den guten Zweck, darunter auch die Unterstützung der Gastronomie, gesammelt.

In Essen werden **virtuelle Stadtrundfahrten mit dem Bus** angeboten. Weitere Städte, die virtuell entdeckt werden können, finden Sie **hier**.

Die Initiative **beyondcrisis – Zeit für neue Ideen** von „Deutschland – Land der Ideen“ sammelt Beispiele zum Umgang mit der Corona-Krise in Wirtschaft, Gesellschaft, Wissenschaft und weiteren Bereichen sowie Hilfsangebote. **Hier** können Sie Ihre Projekte einreichen.

Der Berliner Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg will mehrere Straßen für den Autoverkehr (Anwohner sind ausgenommen) sperren, um **mehr Bewegungsmöglichkeiten für Kinder** unter Wahrung des Mindestabstands zu schaffen.

Balkon-Bingo wird in Köln und anderen Städten gespielt.

Jobbörse

| Arbeitgeber | Stellenangebot | Bewerbungsfrist |
|--------------------------------------|---|-----------------|
| Einbeck Marketing GmbH | Projektmanager (m/w/d) für den Bereich Eventmanagement / Citymarketing | Nicht angegeben |
| imakomm AKADEMIE GmbH | Projektleiter (m/w/d) und Projektmitarbeiter (m/w/d) im Bereich Marketing für Standorte und Stadtentwicklung | 25. Mai 2020 |
| Vegesack Marketing e.V. | Geschäftsführung (m/w/d) | 24. Mai 2020 |
| Hansestadt Herford | Leitung des Stabsbereichs Wirtschaftsförderung (m/w/d) | 22. Mai 2020 |
| WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH | Geschäftsführung (m/w/d) für den Bereich Marketing und Tourismus | 15. Mai 2020 |

| | | |
|-------------------------|--|----------------|
| Stadt Georgsmarienhütte | Wirtschaftsförderer/Wirtschaftsförderin (m/w/d) | 10. Mai 2020 |
| Lokation:S | Projektmitarbeiter/in (m/w/d) | 30. April 2020 |

Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:

An dieser Stelle finden Sie jeweils eine kurze Vorstellung unserer neuen Mitglieder. Eine ausführlichere Vorstellung unserer ordentlichen Mitglieder finden Sie **hier**. Unsere Fördermitglieder stellen sich **hier** vor.

Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler



Foto: Dominik Ketz

Im reizvollen Ahrtal verbindet die Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler mit ihren 29.000 Einwohnern wirtschaftliche Leistungskraft, hohe Lebensqualität und attraktiven Freizeitwert. Das liegt nicht zuletzt am von Wein, Wald und Wasser geprägten Umfeld. Hinzu kommen die Eleganz des Heilbades Bad Neuenahr und der mittelalterliche Charme des Stadtteils Ahrweiler. Die Stadt geht mit der Zeit. Beispiele hierfür sind die Altstadtsanierung im Stadtteil Ahrweiler sowie die städtebauliche Erneuerung der Innenstadt des Stadtteils Bad Neuenahr im Rahmen des Städtebauförderprogramms „Aktive Stadtzentren“. In Bad Neuenahr-Ahrweiler wurde 2016 die Stelle eines Citymanagers geschaffen. Neben der neutralen Vermittlerposition zwischen Eigentümern und Einzelhändlern agiert der Citymanager als Kümmerer für die Belange in der Innenstadt. Eines der relevantesten Themen für das City- und Stadtmarketing ist zweifelsfrei die aktive Vorbereitung und Bewerbung der Landesgartenschau 2022. Schwerpunkt des Citymanagements wird es sein, die Innenstadtbereiche sowie den gesamten lokalen Einzelhandel am Erfolg der Gartenschau teilhaben zu lassen. „Gesunde Stadt, gesundes Leben“ ist das alles umspannende Leitthema der Gartenschau. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

Stadtmarketing Weißenburg i. Bay. e.V.



Foto: Sulk

Der Stadtmarketing Weißenburg e.V. wurde 2019 gegründet und ist Nachfolger der Werbegemeinschaft. Die neue Institution beschäftigt einen hauptamtlichen Geschäftsführer sowie eine Bürokraft. Kultur und Tourismus sind zwei wichtige Aspekte in der Vereinsarbeit. Weißenburg i. Bay. ist mit über 18.000 Einwohnern eine große Kreisstadt. Sie ist das Zentrum Altmühlfrankens und liegt zwischen Fränkischem Seenland und dem Naturpark Altmühltal. Das RömerMuseum, das ReichsstadtMuseum und das Bergwaldtheater sind besondere Aushängeschilder der lebendigen Kulturszene. Der Einzelhandel in der mittelalterlich geprägten Altstadt sowie der Peripherie ist noch gut aufgestellt und Unternehmen siedeln sich gerne hier an.

Dennoch gilt es, sich aktueller Themen anzunehmen, Bedingungen für Handel, Kunst und Kultur zu erhalten und zu verbessern. Stadtentwicklung ist ein großes Thema, um die denkmalgeschützte Altstadt weiter als Wohn- und Geschäftsquartier zu erhalten. Verkehrsberuhigung, Radwegekonzepte und der Ausbau des ÖPNV sind weitere Bereiche, die adressiert werden. Stadtmarketing sollte nicht erst angegangen werden, wenn es bereits zu spät ist, dafür ist Weißenburg ein gutes Beispiel. Mit einem breit aufgestellten Stadtmarketing-Verein und einer Stadt, die gewillt ist, sich auf zukünftige Entwicklungen vorzubereiten sehen wir positiv auf kommende Aufgaben. **Hier** erfahren Sie mehr.

Fördermitglieder der bcsd

Imorde Projekt- und Kulturberatung GmbH



Kultur ist ein Stück Lebensqualität und Grundlage menschlichen Zusammenlebens. Mit diesem Verständnis plant, koordiniert und realisiert die Imorde Projekt- und Kulturberatung GmbH Projekte und Strategien für Kultur- und Wirtschaftsunternehmen sowie Kommunen. Zu ihrem Spektrum gehören Leistungen wie Management von Stadtmarketingprojekten, Machbarkeitsstudien und Gutachten für kulturelle Einrichtungen, aber auch Kommunikationsstrategien sowie Marketing- und Sponsoringkonzepte. **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 können aktuell nicht stattfinden. 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**.

Das Zuhause wird zum Hotel



Auf der Online-Seite HomeSuiteHome konnten sich Amsterdamer über das Osterwochenende das Hotel in die eigenen vier Wände bestellen. Für das Projekt kooperierten diverse kleine Einzelhändler aus der Stadt, die lokale Spezialitäten für eine Begrüßungsbox zusammengestellt oder private Musikkonzerte, die per Livestream übertragen wurden, angeboten haben. Die „Hotelgäste“ konnten sich zusätzlich ein 3-Gänge-Menü aus einem

Amsterdamer Restaurant liefern lassen oder einen virtuellen Concierge nach Film-Empfehlungen und anderen Beschäftigungen im Eigenheim fragen. Die Erlöse der Aktion wurden für die Corona-Maßnahmen der Stadt gespendet.

Tierheim verleiht Lamas für Videokonferenzen



Das US-Tierheim Sweet Farm stellt seine Tiere wie Lamas und Ziegen zur Verfügung, damit Home-Office-Arbeiter ihre Videokonferenzen aufpeppen können. Für rund 100 US-Dollar können Nutzer bei „Goat 2 Meeting“ den Auftritt eines der Tiere bei einer Videokonferenz buchen. Sweet Farm ist eine Non-Profit-Organisation, die bedürftigen Tieren ein Heim bietet. Für Konferenzen werden verschiedene

Pakete geboten. Dazu gehören neben einem einfachen Auftritt auch virtuelle Touren über die Farm. Mit den Einnahmen will das Tierheim die in der Coronakrise ausbleibenden Einnahmen durch Besucher kompensieren.

Werbetafel erzeugt Echo



Die Organisation für Tourismusmarketing Tirol Werbung hat mit der Werbeagentur Philip & Keuntje gemeinsam Werbepanels kreiert, die in Deutschland Lust auf die Tiroler Berge machen sollten. Die „ECH-O-MAT“ genannte Lösung überraschte Passanten an Haltestellen mit einem Echo, sobald sie etwas sprachen oder riefen. Dafür wurden hochempfindliche Mikrofone, ein Effektgerät und

versteckte Lautsprecher in die Werbepanels integriert. Neugierige stellten sich davor und machten verschiedene Laute, um ihr eigenes Echo zu hören und sich für einen Moment in einem Echotal zu wähen.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen, Förderprogramme und Wettbewerbe, an welchen Städte oder BürgerInnen teilnehmen können. Eine ausführlichere Liste finden Sie **hier**.

Ihr Wettbewerb darf auf keinen Fall fehlen? Schreiben Sie uns eine Nachricht an **office@bcsd.de!**

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Bundespreis Stadtgrün, Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat, bis 30. April

Modellprojekt Smart Cities made in Germany (2. Runde), Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat, bis 20. Mai 2020

Engagierte Städte gesucht, Netzwerk Engagierte Städte, bis 15. Mai 2020

Deutscher Städtebaupreis, Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung (DASL), bis 31. Mai 2020.

Europäische Innovationshauptstadt, Europäische Kommission, bis 23. Juni 2020

Kommunen innovativ, Bundesministerium für Bildung und Forschung, bis 30. Juni 2020

Kulturmarken Award, causales GmbH, bis 31. August 2020, bcsd-Mitglieder erhalten Vergünstigungen

Innovationspreis des Handels, Handelsverband Deutschland, bis 30. September 2020

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

Aktuelle Webinartermine

Dienstag, 05. Mai 2020, 11:00 Uhr:

Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe

Dieter van Acken und Niko Schaten, Tobit Software

Mittwoch, 06. Mai 2020, 11:00 Uhr:

Bausteine für Local Commerce in der Corona-Krise

Roman Heimbold, Atalanda GmbH

Donnerstag, 07. Mai 2020, 11:00 Uhr:

Stakeholdermanagement – Schlüssel für ein erfolgreiches Stadtmarketing

Thorsten Kausch, Städte. Marken. Impulse / Die Stadtmanufaktur

Die Reihe wird darüber hinaus fortgesetzt. **Hier** finden Sie jeweils die aktuellen Termine. **Hier** finden Sie die Dokumentation der gelaufenen Webinare.

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.

Gender-Hinweis: Die männliche Form ist in dieser Veröffentlichung als inkludierend zu verstehen. Wir möchten darauf hinweisen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.