

Newsletter 03-2022

Deutscher Stadtmarketingtag 2022 – jetzt noch anmelden

24. bis 26. April in Darmstadt



Digitalisierung ist kein ganz neues Thema mehr, aber weiterhin ein relevantes. Die Corona-Pandemie hat Entwicklungen beschleunigt. Der Zusammenhang mit anderen großen Herausforderungen wie dem Klimaschutz sorgt für mehr Komplexität. Welchen Einfluss haben diese Entwicklungen auf Städte und Stadtgesellschaften? Wie kann das Stadtmarketing mit den neuen

Rahmenbedingungen, Kommunikationsformen und Erwartungen umgehen? Wie neue technologische Möglichkeiten für sich nutzen?

Diesen und weiteren Fragen widmet sich der Deutsche Stadtmarketingtag 2022. Dabei steht weniger das technisch Machbare als vielmehr das inhaltlich Sinnvolle im Vordergrund. Mit Beiträgen renommierter Expert:innen und Erfahrungsberichten von Stadtmarketing-Akteur:innen erörtert der Deutsche Stadtmarketingtag 2022 den Einfluss von Digitalisierungsthemen wie Smart City, virales Storytelling, Künstliche Intelligenz, Datengewinnung und -nutzung, New Work sowie neuer Beteiligungs- und Kommunikationsmöglichkeiten auf die Arbeit des Stadtmarketings. Welche Herausforderungen und Chancen birgt die Digitalisierung für das Stadtmarketing? Melden Sie sich **hier** an und diskutieren Sie mit. **Hier** finden Sie das Programm und **hier** alle weiteren Informationen beispielsweise zur **Anreise mit dem Veranstaltungsticket** oder zu den **Hotels in Darmstadt**. Wir freuen uns sehr, Sie in Darmstadt zu treffen und uns mit Ihnen auszutauschen.

Die aktuellen Informationen auf einen Blick finden unsere Mitglieder auch immer im **Mitgliederportal der bcsd**. Dort sind mittlerweile 600 Stadtmarketingverantwortliche präsent.



Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag 2022

Seite 2

Parlamentarisches Frühstück

Seite 3

bcsd ist Mitglied im Beirat Innenstadt

GCSP und bcsd kooperieren

Seite 4

Sitzung Erweiterter Bundesvorstand

Alternativen zur Rückzahlung in der Pandemie „zuviel“ erhaltener Zuschüsse

Seite 5

Digitale Sichtbarkeit statt reiner Online-Präsenz

Seite 6

Deutsches Städte- und Kulturforum

Innenstadtentwicklung, Strukturwandel und Corona

Zukunft Region

Seite 7

Tag der Nachbarn

Neue Stadtimpulse

Seite 8

Ukraine und die Städte

Seite 9

Jobbörse

Seite 10

Fördermitglieder

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder

Seite 11

Der Trend der Zukunft

Seite 13

Aktuelle Wettbewerbe

ICR-Termine

Terminkalender

Parlamentarisches Frühstück zum Thema Transformation der Innenstädte



Abgeordnete aus den Bundestagsausschüssen Wohnen, Stadtentwicklung, Bauwesen und Kommunen, Wirtschaft, Verkehr und Kultur folgten am 22. März 2022 der Einladung des bcsd e.V. zu einem Frühstücksgespräch im Käfer Dachgarten Restaurant im Deutschen Bundestag. Neben zahlreichen Abgeordneten nahmen der bcsd-Bundesvorstand, die Geschäftsstelle sowie Landesbeauftragte teil. Nach einer Vorstellung des Verbandes, der aktuellen Herausforderungen für die Innenstadt, den

Lösungsansätzen, die das Stadtmarketing dafür bietet und Forderungen an die Bundespolitik konnten in der abschließenden Diskussion zahlreiche Themenfelder im Austausch vertieft werden: Ausgehend von den zukünftigen Nutzungsoptionen für Gewerbeimmobilien, Gewerbemietrecht und der Diskussion um ein neues ökonomisches Modell für die City von Morgen wurde auch der Bereich Mobilitätswende im Zusammenhang mit der Aufenthaltsqualität vom Öffentlichen Raum beleuchtet. Was macht eine familienfreundliche Innenstadt aus? Wie gestalten sich aktuell die Kernbereiche des Citymarketings Sauberkeit, Sicherheit und Service? Dabei wurden viele gute Projekte der Datenbank **stadtimpulse** als anschauliche Beispiele für den Nutzen des Stadtmarketings für die Innenstadtentwicklung herangezogen. Wir freuen uns über das rege Interesse der Abgeordneten an unserer Verbandsarbeit sowie die Einigkeit darüber, dass es in unseren Städten der professionellen Moderation und der Prozesssteuerung bedarf, die unsere Stadtmarketingorganisationen beisteuern können. Wir werden im Dialog bleiben und die Kontakte weiter pflegen. (Foto: Peter Wieler)

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

bcsd ist Mitglied im Beirat Innenstadt



Der Beirat Innenstadt nahm im neu gegründeten Ministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen seine Arbeit auf. Das erste Treffen am 01. März leitete die zuständige Ministerin Klara Geywitz selbst. Bereits als der Beirat im Innenministerium angesiedelt war, war die bcsd Mitglied der Arbeitsgruppe. Nun ist sie durch Bernadette Spinnen auch fest im Ausschuss vertreten. Die Bundesvorsitzende nahm bereits an der ersten Sitzung in der neuen Konstellation in Berlin teil und konnte dort bereits unsere Anliegen, etwa zur

Bürokratie bei Förderprogrammen und zu kurzen Fristen für den Mittelabruf bzw. zu späte Zuwendungsbescheide, platzieren. Neben der bcsd gehören dem Beirat der Handelsverband Deutschland HDE, der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA, der Deutsche Industrie- und Handelskammertag DIHK, der Zentralverband des Deutschen Handwerks ZDB, Haus & Grund Deutschland, der Zentrale Immobilienausschuss ZIA, der Bundesverband Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen BFW, der Deutsche Städtetag, der Deutsche Städte- und Gemeindebund, die Bundesstiftung Baukultur, die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege BAGFW, der Deutsche Naturschutzring DNR sowie der Bundesverband Die Stadtentwickler an. Von Beginn an sind auch die Bundesressorts Finanzen, Wirtschaft, Verkehr sowie Justiz beteiligt.

GCSP e.V. und bcsd e.V. kooperieren



Eine Frage, mit der sich die bcsd täglich auseinandersetzt ist, wie unsere (Innen)Städte zukunftsfähig bleiben. Die Ansprüche der Menschen an die Qualität der Innenstädte wandelt sich, nicht zuletzt aufgrund fortschreitender Digitalisierung sowie der Folgen der Corona-Pandemie, die starke Auswirkungen auf die Funktionen der Innenstadt hat. Um den Strukturwandel der Innenstädte positiv zu begleiten und dem Handlungsdruck entgegenzuwirken, ist es wichtiger denn je, Verbündete, zu mobilisieren und den Dialog zu forcieren. Schließlich ist die Gestaltung der Innenstädte eine Aufgabe, die nur in Gemeinschaftsarbeit gelingen kann. Einer der geborenen Partner für das City- und Stadtmarketing ist der (Einzel-

)Handel. Mit dem German Council of Shopping Places (GCSP) wurde ein kompetenter Kooperationspartner gewonnen, der wichtige Zugänge in die Immobilienwelt und die innenstädtische Wirtschaft bietet.

Sitzung des Erweiterten Bundesvorstands der bcSD in Berlin



Im Vorfeld des Parlamentarischen Frühstücks trafen sich die Vorständ:innen, die Landesbeauftragten und Vertreter:innen der Geschäftsstelle der bcSD zu einer gemeinsamen Sitzung im Herzen Berlins. Thema waren die aktuellen Herausforderungen für das Stadtmarketing, die Verbandsarbeit auf Bundes- und Landesebene, ein Austausch zu den aktuellen Förderprogrammen sowie die strategische Weiterentwicklung des Stadtmarketings inklusive des Studiengangs Stadtmarketing der Ostfalia

Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

ANZEIGE



www.mk-illumination.de

Alternativen zur Rückzahlungsverpflichtung von in Pandemie Jahren „Zuviel“ erhaltener Mittel aus öffentlichen Kassen



Viele kommunal getragenen Stadtmarketingorganisationen haben in den Kalenderjahren 2020 und 2021 pandemiebedingt ein „Zuviel“ an Mitteln aus öffentlichen Kassen erhalten, da sie ihre Leistungen nicht wie geplant erbringen konnten (Wegfall Veranstaltungen, deutlich weniger Tourismus, ggf. Beschäftigte in Kurzarbeit etc.). Diese Organisationen sehen sich jetzt damit konfrontiert, Mittel zurückzahlen zu müssen und im schlimmsten Fall sogar künftig weniger Mittel zu erhalten. Aus diesem Grund stellt der Rechtsbeistand der bcSD, RA Andreas Schriefers, einen Fachbeitrag zur Verfügung, der eine Alternative zur bloßen Rückzahlung von pandemiebedingt „Zuviel“ erhaltener Mittel aus öffentlichen Kassen oder von Verrechnungen solcher Überzahlungen mit Ansprüchen in kommenden Geschäftsjahren aufzeigt. Die Lösungsalternative wird am Beispiel einer neu geregelten Finanzausstattung einer Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft mbH für das Geschäftsjahr 2021 mit Wirkung ab dem 01.09.2021 dargestellt. Die Arbeitshilfe kann insbesondere für Verwaltungen und Organe von kommunal getragenen oder finanzierten Stadtmarketing-, Tourismus-, Veranstaltungs-, Messe- und Kongressorganisationen von Interesse

sein, die rechtsförmlich mit *Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI)* gemäß den Anforderungen des Freistellungsbeschlusses der EU-Kommission betraut sind. **Hier** gelangen Sie zu dem Fachbeitrag. **Hier** finden Sie die Kontaktdaten des anwaltsKontor Schriefers, falls Sie Fragen haben oder Hilfestellung benötigen.

Digitale Sichtbarkeit anstatt reiner Online-Präsenz



Menschen agieren online – auch in Ihrem Kaufverhalten. Dabei wächst zunehmend auch das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und insbesondere für lokale Angebote vor Ort – doch oftmals wächst das Angebot vor Ort nicht mit bzw. ist online in den Suchmaschinen sehr schwer zu finden. In der „realen“ Welt vor Ort gelten der Standort und eine „gute Lage“ als äußerst geschäftsfördernd: In „guter Lage“ wird man gefunden, die Kunden kommen vorbei. „Gute Lage“ ist alles. Dies gilt auch in der „digitalen“ Welt. Die „gute Lage“ ist hierbei jedoch das Ranking in den Suchmaschinen. Eine Internetseite, die online über die Suchmaschinen nicht auf den ersten zwei Ergebnisseiten gefunden wird, hat keine gute Lage. Dies ist der Unterschied zwischen reiner Online-Präsenz und tatsächlicher digitaler Sichtbarkeit.

Genau bei diesem Punkt setzt nun das Konzept eines digitalen Stadtportals an. Der Gedanke dahinter: Die Suchmaschinen wollen stetig neuen Content, stetig Aktivität, Neuigkeiten, Angebote. Das kann ein einzelner Händler, Dienstleister oder Handwerker vor Ort kaum leisten, dazu haben diese nicht die Ressourcen und Möglichkeiten. Jedoch ergibt sich in der Zusammenfassung, der Präsentation und Verlinkung aller einzelnen Angebote in einem digitalen Stadtportal genau dieser Effekt: In der Summe gibt es nun immer neuen Content und im Ergebnis steigt das Ranking in den Suchseiten.

Neue Lösungen wie von proKommun bringen nun zusätzlich eine Technik ein, die voll auf Automatisierung setzt. Lokaler „Content“ wird automatisiert den verschiedenen Internetauftritten vor Ort, lokalen Nachrichten, Veranstaltungen und in sozialen Medien gesammelt und im digitalen Stadtportal präsentiert. Ohne Aufwand für die beteiligten Akteure gibt es also automatisiert laufend neue Inhalte, „Content“ und Aktualisierungen. Der Erfolg gibt dieser neuen Technik Recht: Durch den Einsatz des Stadtportals von proKommun in der Praxis ist die digitale Sichtbarkeit der beteiligten Anbieter beispielsweise in Ulm innerhalb eines halben Jahres um 3000 Prozent gestiegen, die Sichtbarkeit der Anbieter im Stadtportal Biberach um 1000 Prozent.

Diese neuen Techniken wie im Stadtportal von proKommun resultieren der Praxiserfahrung der Anforderungen vor Ort: möglichst wenig bis gar kein Aufwand für die teilnehmenden Anbieter, maximale Wirkung für die digitale Sichtbarkeit des Angebots. Dieser Ansatz erscheint in den ersten Erfahrungen sehr vielversprechend. Mehr Informationen finden Sie **hier**.

-GASTBEITRAG UNSERES NEWSLETTER SPONSORS ProKommun GmbH-

Deutsches Städte- und Kulturforum am 04./05. Mai in Karlsruhe

DTV Deutsches Städte- und Kulturforum

Das Deutsche Städte- und Kulturforum findet am 4. und 5. Mai 2022 in Karlsruhe statt. Unser Partner, der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) lädt, gemeinsam mit der Karlsruhe Tourismus GmbH, herzlich zu der zweitägigen Fachveranstaltung für Tourismusverantwortliche und Kulturschaffende ein. Die Tagung steht in diesem Jahr unter dem **Motto „Transformation. Illumination. Partizipation“**. Dabei soll der Blick auf neue Gestaltungsmöglichkeiten für den Städte- und Kulturtourismus geworfen werden – von modernen Erlebnis- und Begegnungsräumen und leuchtenden Inszenierungen hin zu neuen Allianzen und Gästegruppen. Dafür geben verschiedene Expertinnen und Experten exklusive Einblicke, z.B. in die Erstveröffentlichung der Ergebnisse der Kulturtourismusstudie des ReisepulsDeutschland und die Trendstudie „Jugend in Deutschland - Sommer 2022“. Am Ende des ersten Tages lädt die Karlsruhe Tourismus GmbH herzlich ein, die lebendige Kulturlandschaft der Stadt zu entdecken. Den gesamten Programmablauf sowie die Online-Anmeldung finden Sie unter www.deutschertourismusverband.de/skf. Anmeldeschluss ist der 27. April 2022.

Innenstadtentwicklung im Spannungsfeld von Strukturwandel und Corona

DVAG

DEUTSCHER VERBAND FÜR ANGEWANDTE GEOGRAPHIE

Der Deutsche Verband für Angewandte Geographie e.V. (DVAG) äußert sich zur Entwicklung der deutschen Innenstädte im Spannungsfeld von Strukturwandel und Corona. Er trägt Sichtweisen und Einschätzungen vor, die in den Veranstaltungen der „DVAG-Zukunftswerkstatt: Stadt, Immobilien und Handel“ gesammelt wurden. Zentrale Erkenntnisse und Handlungsbedarfe haben Mitglieder der beteiligten vier DVAG-Arbeitskreise nun in einer gemeinsamen Publikation aufgearbeitet. Dies geschieht aus der fiktiv-persönlichen Sicht betroffener Akteurinnen und Akteure. **Hier** finden Sie die Publikation.

Bundeswettbewerb „Zukunft Region“



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) hat sein Förderangebot im Bereich der regionalen Strukturpolitik um den Bundeswettbewerb „Zukunft Region“ erweitert. Insbesondere strukturschwache Regionen sollen dadurch in ihrer Wirtschaftskraft gestärkt werden, um deutschlandweit gleichwertige Lebensverhältnisse zu schaffen. Der erste Förderaufruf steht unter dem Titel „regioNachhaltig“. Dabei wird Nachhaltigkeit nicht nur im ökologischen Sinne verstanden, sondern umfasst auch ökonomische und gesellschaftlich-soziale Dimensionen. Zentral steht, die Regionen in ihrer sozial-ökologischen Transformation zu unterstützen. Als zweistufiger Prozess zielt der Bundeswettbewerb im ersten

Schritt auf die stärkere Vernetzung und Kooperation der regionalen Akteure ab. In der zweiten Phase folgt die Umsetzung praxisnaher Projekte. Voraussetzung für die Förderung ist dabei der Modellcharakter der Vorhaben. Alle weiteren Rahmenbedingungen des Bundeswettbewerbs können Sie **hier** einsehen.

Nachbarschaftlicher Zusammenhalt im Kleinen wie im Großen am Tag der Nachbarn 2022



Bereits zum fünften Mal ruft die nebenan.de Stiftung zum Tag der Nachbarn auf, an dem durch kleine Aktionen und Feste das nachbarschaftliche Miteinander gestärkt werden soll. Inspiriert wurde die jährliche Initiative vom "European Neighbour's Day", der sich in einigen Nachbarländern bereits erfolgreich etablieren konnte. Laut nebenan.de Stiftung nehmen etwa in Frankreich jedes Jahr rund neun Millionen Menschen daran teil. Der nachbarschaftliche Zusammenhalt in Europa spielt beim diesjährigen Tag der Nachbarn am 20. Mai eine besondere

Rolle. So soll der Aktionstag nicht nur einen Rahmen dafür bieten, mit der eigenen Nachbarschaft in Kontakt zu kommen, sondern auch ein Zeichen der Solidarität mit den Menschen in der Ukraine setzen. Wer mitmachen möchte, kann seit dem 17. März eine oder auch mehrere Aktionen anmelden und bekommt auf Wunsch ein kostenloses Mitmach-Set, das u.a. Blumensamen, Postkarten und Plakate beinhaltet. Alle weiteren Informationen dazu finden Sie **hier**.

Stadtimpulse: neues Format und neue Projekte



Der Best Practice Pool Stadtimpulse wächst weiter und hat erneut viele spannende Projekte aufgenommen, die zum Nachmachen einladen. Zudem wurde mit „Stadtimpulse xPress“ ein neues Format geschaffen, bei dem die Einträge von ihren Macher:innen in kostenfreien Web-Seminaren in kurzen, prägnanten Vorträgen vorgestellt werden und anschließend kompetent die Fragen der Teilnehmer:innen beantworten. Über 100 Personen nahmen an der ersten Ausgabe teil. Die nächste Veranstaltung ist für den 13. Mai geplant. Kürzlich neu hinzugefügte Projekte sind:

Makerspace in Mainz

Ein leerstehendes Karstadt-Gebäude wurde als Makerspace umgenutzt, in dem junge Menschen mitten in der Innenstadt unter Anleitung handwerkliche Berufe ausprobieren und eigene Werke aus verschiedenen Berufsgruppen anfertigen können. So wird ein Leerstand nachgenutzt, die Innenstadt multifunktional ergänzt und belebt, und das Thema Fachkräftemangel im Handwerk adressiert.

Bellevue di Monaco in München

Vom Abriss bedrohte Häuser wurden von einer Sozialgenossenschaft erworben und saniert. Dabei wirkten Flüchtlinge und ehrenamtliche Helfer mit. Die Häuser beinhalten zahlreiche kulturelle Nutzungen von Café bis Theater, Sport bis Integration, Sprachkursen bis Beratungsangeboten. Auch zum Wohnen für Bestandsmieter und Geflüchtete ist Platz. Blickfang ist der Sportplatz am Dach.

Das Projekt belebt die Stadt, fördert das Miteinander der Stadtgesellschaft und ist ein gutes Beispiel für Nachverdichtung im Bestand.

Anlauf- und Begegnungsstelle Hinzen-Haus in Willich

Das denkmalgeschützte Hinzen-Haus in Alt-Willich wurde zu einem Vor-Ort-Büro des Stadtmarketings umgebaut. Somit sind die Ansprechpartner:innen für die Gewerbetreibenden nur wenige Schritte entfernt. Zudem werden wechselnde Pop-Up-Stores dort angesiedelt, um Existenzgründer:innen das Austesten von Geschäftsmodellen zu ermöglichen. So wurden zahlreiche Gespräche geführt und neue Impulse für die Innenstadtentwicklung gesetzt.

Sponsoren-Netzwerk Bielefeld Partner in Bielefeld

Im Rahmen des Markenprozesses wurden in Bielefeld Unternehmen und Institutionen als „Bielefeld Partner“ eingebunden. Diese können sich in vier Stufen beteiligen und erhalten entsprechend unterschiedliche Gegenleistungen. Durch die finanziellen Beiträge in Höhe von ca. 250.000 € im Jahr können jährliche mehrere Kampagnen finanziert werden, die den Markenkern Bielefelds stärken. Die langfristige Ausrichtung gibt Planungssicherheit.

Open Stage in Goslar

Das Format Open Stage führt Künstler:innen drei bis vier Mal im Jahr zu unterschiedlichen Locations in der Stadt. Das Programm ist beim kostenlos teilnehmenden Publikum sehr beliebt, entsprechend profitieren die gastgebenden Orte durch Umsätze und steigende Bekanntheit.

Audioguide in Goslar

Mit dem kostenlosen, smartphone- oder tabletgestützten individuellen Audioführungen, können Tourist:innen die Highlights der Stadt auf eigene Faust erkunden. Die Beiträge sind von einem Stadtführer lebendig eingesprochen und bauen nicht aufeinander auf. Die hohe Nachfrage gibt dem Projekt recht, das bald auch als englische Version aufgelegt wird.

Archimedischer Sandkasten in Aachen

Jeden Sommer entsteht an einem zentralen Platz in der Stadt ein 320qm großer Sandkasten, der zum Buddeln und Entspannen einlädt. Jugendliche erarbeiten in Workshops künstlerische Projekte mit Bezug zur Ingenieurwissenschaft. Zudem gibt es Aktionstage der Hochschulen sowie ein mobiles Labor, an dem Kinder Experimente durchführen können. So wird Aachen als familienfreundliche Stadt gestärkt und Begeisterung für MINT-Fächer und die Wissenschaft allgemein geweckt.

Anfang Mai findet die nächste Jurysitzung statt, bei der über die **Aufnahme neuer Projekte** entschieden wird. **Bewerbungen beispielhafter Projekte**, die zum Nachahmen anregen, können noch bis Ende April mit einer kurzen Projektskizze (ca. 200 Wörter) und Bildern eingereicht werden. **Hier** erfahren Sie alles über die Formalitäten der Bewerbung.

Russlands Krieg gegen die Ukraine -Hilfsbereitschaft der Städte

Zahlreiche deutsche Städte unterstützen die Zivilgesellschaft in der Ukraine mit Hilfsaktionen und Benefiz-Veranstaltungen. In **Wolfsburg** koordiniert beispielsweise die Stadtmarketinggesellschaft mit der DEHOGA Angebote von **Hotels zur Unterkunft von Flüchtlingen** aus der Ukraine. In Görlitz wurde beispielsweise ein **Crowdfunding** durchgeführt, um medizinisches Material zu erwerben und zur Verfügung zu stellen. In Heiligenhaus übernimmt der Stadtmarketingverein die **Koordination der Hilfsangebote für die Geflüchteten**. In der Gemeinde Schlangen wurden **Stadtgutscheine an**

die **Geflüchteten** ausgegeben. Darüber hinaus wurden in zahlreichen Städten Benefiz-Veranstaltungen für die Ukraine durchgeführt, wie etwa ein **Trödelmarkt in Krefeld**. Eine Übersicht der Reaktionen von Städten finden Sie **hier**.

Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
CIMA Beratung + Management GmbH	Projektmanager:in (m/w/d) Marketing und Medien	15.05.2022
Stadt Rottweil / Gewerbe- und Handelsverein Rottweil	Innenstadtmanager:in (m/w/d)	30.04.2022
Stadt Linz am Rhein	Leitung (m/w/d) Tourist-Information	24.04.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Stuttgart)	Berater:in (m/w/d) für die Geschäftsfelder Einzelhandel und Stadtentwicklung	15.04.2022
Stadt Recklinghausen	Altstadt- und Quartiersmanagement (m/w/d)	14.04.2022
Stadt Heidelberg	2 Wirtschaftsförderinnen / Wirtschaftsförderer (m/w/d)	10.04.2022
Stadt Wiesbaden	Citymanager:in (m/w/d)	10.04.2022
Stadt Königstein im Taunus	Projektmanager:in (m/w/d) Veranstaltungsmanagement	08.04.2022
Stadtmarketing Pinneberg e.V.	Leitung Stadtmarketing (m/w/d)	04.04.2022
Mühlhemer Stadtmarketing und Tourismus GmbH	Geschäftsführung (m/w/d)	03.04.2022
Stadt Böblingen	Tourismusmanager:in (m/w/d)	03.04.2022
Stadt Beckum	Leitung Stadtmarketing (m/w/d)	31.03.2022
Stadt Bad Camberg	Kurdirektor:in (m/w/d)	31.03.2022
Stadt Remagen	Mitarbeiter:in (m/w/d) City- und Stadtmarketing	31.03.2022
Kiel Marketing e.V.	Projektmanager:in (m/w/d) Digitalisierung für die lokale Wirtschaft	Ohne Angabe
Kiel Marketing e.V.	Quartiersmanager:in (m/w/d) für Friedrichsort / Pries	Ohne Angabe
Kiel Marketing e.V.	Teamassistentz (m/w/d) für Veranstaltungen im Stadtmarketing	Ohne Angabe
Stadtmanagement Itzehoe GmbH	Leerstandsmanager:in (m/w/d)	Ohne Angabe

CS City-Service GmbH (Bremen)	Projektleitung (m/w/d) Citymanagement	Ohne Angabe
-------------------------------	--	-------------

Fördermitglieder der bcsd

Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner GmbH

Stadt + Handel Unter dem Markendach Stadt + Handel ist das Aufgabenspektrum gewachsen und neu gegliedert:

Neben den seit 10 Jahren erfolgreich erbrachten stadtplanerischen Leistungen, steht Stadt + Handel auch für maßgeschneiderte Analysen, mitnehmende Konzepte und eine verbindliche Umsetzung als Dienstleister für Stadtmarketing, Citymanagement sowie Tagungen und Veranstaltungen. So hat Stadt + Handel z.B. im Jahr 2015 mit Unterstützung des MBWSV und der IHK NRW „20 Jahre Stadtmarketing in NRW“ reflektiert und als Kongress erfolgreich konzipiert, geplant und bespielt. Das Unternehmen versteht und lebt Stadtmarketing als ganzheitlichen Prozess im Dialog mit allen Akteuren und sieht sich als verlässlicher Partner, als fürsorglicher Begleiter, als Moderator und Mediator, als Impuls- und Ideengeber im modernen und transparenten Stadtmarketingprozess. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

Greifswald Marketing GmbH



Die Greifswald Marketing GmbH (GMG) wurde 2015 als hundertprozentige Tochtergesellschaft der Universitäts- und Hansestadt Greifswald gegründet. Das Ziel der Gesellschaft ist es, Greifswald als attraktives Ziel für den Städte-, Kultur- und Tagungstourismus zu etablieren, relevante Zukunftsthemen zu identifizieren und die Qualitäten der Stadt sichtbar zu machen. Wir möchten unseren Gästen die historischen und modernen Facetten der Universitäts- und Hansestadt zeigen, aber auch

Einwohner*innen von der Lebensqualität ihrer Stadt überzeugen und diese verbessern. Die GMG prägt das Image der Stadt Greifswald mit. Sie ist Takt-, Ideen- und Impulsgeber der imageprägenden Zukunftsaufgaben.

Dies kann nur durch enge Kooperation mit Bürger*innen, Unternehmen, Stadtverwaltung, Vereinen und Institutionen erfolgen. Die enge Zusammenarbeit mit den Treibern einer erfolgreichen Stadtentwicklung bildet die Basis für eine erfolgreiche Identifikation mit dem Stadtmarketing Greifswalds. Dies zu erreichen, ist unsere tägliche Motivation.

Die Geschäftstätigkeit der Greifswald Marketing GmbH umfasst aktuell 4 Säulen:

- Tourismusmarketing
- Binnen- und Eventmarketing
- Hochschul- und Wohnsitzmarketing
- Innenstadtmarketing

Hier erfahren Sie mehr. (Foto: Wally Pruß)

VisitorApp by IT-Kompass GmbH



Die innovative Marketing- und Vertriebsplattform für Kommunen, Händler und Veranstalter

Über die VisitorApp können Eintrittskarten, Veranstaltungstickets, Gutscheine, Termine und alle sonstigen Angebote einer Stadt und Region gebucht werden. Damit entspricht die VisitorApp den Bedürfnissen sowohl von Touristen als auch von Bürgern. Anstatt für jede einzelne Aktivität und jede Region eine eigene App zu installieren, ist nur noch eine einzige Anwendung erforderlich. Dezentrale Datenbanken ermöglichen sichere, nicht manipulierbare Transaktionen und Tickets. Innovatives Wallet-Marketing ermöglicht eine DSGVO-konforme und gezielte Kundenansprache.

Ihre Vorteile als Partner der VisitorApp:

- Erfüllung der Kundenbedürfnisse (Gäste und Bürger) nach online und mobilen Buchungen
- Einstellung, Kategorisierung und Filtermöglichkeit aller Angebote über eine Plattform
- Komplexes Online-Ticketing mit vollintegriertem Bezahl- und Abrechnungsprozess
- Umsatzsteigerung durch unkomplizierte, schnelle und direkte Buchungen der Leistungen
- Mitarbeiterentlastung durch Automatisierung der Buchungsvorgänge
- Belebung der Innenstädte und Förderung des Einzelhandels
- Vernetzung aller Anbieter innerhalb der Kommune
- Überregionale Sichtbarkeit
- Nachvollziehbarkeit von Kaufaktivitäten durch Analysetools
- Optimierung Ihrer Marketingaktivitäten durch Datengewinnung

Hier erfahren Sie als Unternehmen bzw. Stadtmarketingorganisation mehr. **Hier** finden Sie die Nutzeransicht der Plattform.

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**.

Werbefinanzierte Unterkunft für Wohnungslose



Das Straßenmagazin Hinz&Kunzt hat mit der Werbeagentur Philipp und Keuntje zusammen eine mobile Werbetafel als Schutzraum für Obdachlose in Hamburg errichtet. Das „City Life Billboard“ soll an prominenten Plätzen auf Obdachlosigkeit aufmerksam machen und zugleich Wohnungslosen einen Schutzraum bieten. Der Wagen ist mit einem weichen, isolierten Boden als Notschlafplatz ausgestattet;

Stromanschluss und eine abschließbare Tür sind ebenfalls vorhanden. Unternehmen können auf der Werbetafel Anzeigen schalten und die Aktion dadurch finanzieren. Mit möglichen weiteren Einnahmen sollen Unterkünfte für Menschen auf der Straße angemietet werden.

Ladengeschäft für mentale Gesundheit



Das britische Start-up für mentale Gesundheit Self Space hat in der Shoreditch High Street in London einen physischen Laden für die „alltägliche mentale Pflege“ eröffnet. Besucher:innen können das Ladengeschäft spontan besuchen, um psychische Betreuung zu erhalten. Das Start-up vergleicht das Angebot mit einem Frisör- oder Fitnessstudiobesuch. Um möglichst viele Hürden abzubauen, können Kund:innen meist noch am selben Tag einen Termin buchen. Das

Geschäft ist sieben Tage die Woche geöffnet und bietet Einzeltherapie, Paartherapie, Termine für Studierende oder Coaching für Führungskräfte. Ein zweiter Standort in Manchester ist geplant.

Essen und lernen in der Nachbarschaftsküche



Das Londoner Architekturbüro RCK hat für die gemeinnützige Organisation UKHarvest ein leeres Geschäft in eine einladende Nachbarschaftsküche verwandelt, in der mit geretteten Lebensmitteln für einkommensschwache Menschen gekocht wird. Der „Nourish Hub“ im Hammersmith & Fulham, ein Stadtteil mit vielen Lebensmitteltafeln, umfasst eine gewerblich betriebene Küche, eine

Küche zum Lernen und einen flexibel genutzten Raum. Die Menschen aus der Nachbarschaft sollen hier nicht nur essen, sondern auch lernen, gesund zu kochen. Zudem werden sie in Jobs in der Lebensmittelindustrie vermittelt. „Nourish Hub“ bietet auch Workshops für Kinder an.

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!

(Inter-)Nationale und ausgewählte regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Bundespreis Stadtgrün, Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen, bis 14. April 2022

Mission miteinander - wofür schlägt dein Herz?, R+V Versicherungen, bis 13. Mai 2022

Staatsanzeiger Award, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg GmbH & Co. KG, bis 21. Oktober 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

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

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

23.05.2022, bcsd-Seminar **Die digitale Stadt. Verstehen, gestalten und nutzen.**, Online-Veranstaltung

24.05.2022, bcsd-Seminar **Die digitale Stadt. Verstehen, gestalten und nutzen. Teil II**, Online-Veranstaltung

Mehr über den ICR-Studiengang City-, Stadt- und Regionalmanagement erfahren Sie [hier](#). Alle Module können einzeln belegt werden.

Termine

04. – 05.04.2022, **Tagung Innenstadt 2022 – Resiliente Innenstadt**, Netzwerk Innenstadt NRW, Unna

24. – 26.04.2022, **Deutscher Stadtmarketingtag 2022: Urban Fiction – Denkanstöße für die Stadt im 21. Jahrhundert**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Darmstadt

26. – 27.04.2022, **FREQUENCITY, Stadt:Plan:Zukunft**, Wissensstadt Heilbronn e.V., Heilbronn und Online
28. – 30.04.2022, **Fachexkursion Stadtentwicklung, Städtetourismus und seine Umweltauswirkungen in München und Regensburg**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen München, München und Regensburg
04. – 05.05.2022, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband, Karlsruhe
07. – 09.05.2022, **Frühjahrstagung**, City-Management Verband Ost e.V., Halle an der Saale
- 10.05.2022, **Zukunft findet Innenstadt**, Zentraler Immobilien Ausschuss, Berlin
- 11.05.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Sachsen-Anhalt**, Magdeburg
- 14.05.2022, **Tag der Städtebauförderung**, Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen, bundesweit
18. – 19.05.2022, **Deutsche Shopping Places Conference**, EHI und German Council of Shopping Places, Düsseldorf
- 20.05.2022, **Tag der Nachbarn**, nebenan.de Stiftung, bundesweit
- 25.05.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bremerhaven
25. – 27.09.2022, **Deutsche Stadtmarketingbörse**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Marburg
06. – 08.10.2022, **Kooperationsforum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. und City-Management Verband Ost e.V., Bernau bei Berlin

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.