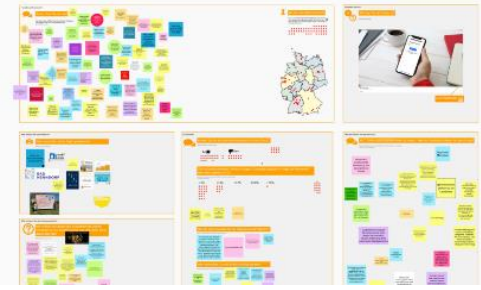
Newsletter 04-2021

Stadtmarketingverantwortliche diskutieren zum Stresstest Pandemie und der Zukunft unserer Städte – jetzt noch anmelden!

Am 4. Mai 2021 geht es für den Deutschen Stadtmarketingtag in die zweite Runde – mit zahlreichen inspirierenden Praxisbeispielen, dem zweiten Teil des Interviews mit Prof. Dr. Martina Löw, einem Ausblick zur Zukunft des Stadtmanagements mit Prof. Dr. Ares Kalandides und weiteren spannenden Beiträgen. Freuen Sie sich auf den Erfahrungsaustausch und das Netzwerken mit Kolleg*innen aus dem Stadtmarketing in ganz Deutschland und darauf, gemeinsam die Stadt von morgen zu denken. Die Anmeldung ist bis zum 3. Mai noch **hier** möglich.

Rückblick: Teil 1 des Deutschen Stadtmarketingtags 2021



Am 20. April zeigten Referent*innen wie die Stadtsoziologin Prof. Dr. Martina Löw von der TU Berlin, Nicole Srock.Stanley, Gründerin der dan pearlman Group und weitere auf, was aktuell die zentralen Aufgaben der Städte sind: mit Mut und Vertrauen koproduktiv mit den Bürger*innen Experimente zu neuen Ideen der (Innen-)Stadtgestaltung wagen, die Bedürfnisse der Menschen in den Mittelpunkt der Stadtentwicklung stellen, konsumfreie Räume in der Innenstadt schaffen, an denen Bürger*innen und Besucher*innen gerne verweilen und unsere Stadtgesellschaften solidarisch, gemeinwohlorientiert und verantwortungsbewusst organisieren. Wie genau das in der Praxis umgesetzt werden kann, wird nun am 4. Mai weiter diskutiert (s.oben).

Einen Einblick in die Tagungsthemen gibt auch die Begrüßung des ersten Programmtages durch Bernadette Spinnen im Gespräch mit Eva-Maria Jazdzejewski, die Sie **hier** finden.

Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag 2021 Teil 2 – jetzt anmelden

Rückblick Teil 1 des Deutschen Stadtmarketings

Seite 2

Informationsveranstaltung für die Mitglieder der bcsd

Seite 3

Sitzung des erweiterten Bundesvorstands der bcsd

Erster Masterstudiengang Stadtmarketing in Deutschland

Seite 4

500. bcsd-Mitglied gesucht

Seite 5

Europäischer Kulturmarken-Award: Bewerbung eröffnet

Modellregion Vorarlberg

Seite 6

Playbook für die Post Corona Stadt

Stadtentwicklungsbericht der Bundesregierung

Tag der Nachbarn

Seite 7

Digital aufs Land

Trendatlas Crossroads

Studie zu Städtetourismus in Corona-Zeiten

Seite 8

Krefeld setzt Alltagsorte in Szene

Corona-Ticker

Seite 10

Jobbörse

Fördermitglieder

Seite 11

Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 12

Der Trend der Zukunft

Seite 13

Aktuelle Wettbewerbe

Seite 14

ICR-Termine

Terminkalender

ANZEIGE

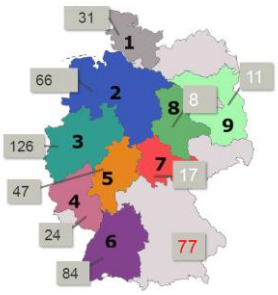
www.8-seasons-design.de

Informationsveranstaltung für Mitglieder des bcsd e.V.

Wie im vergangenen Jahr, trafen sich auch 2021 die Mitglieder des bcsd e.V. nicht zu einer regulären Mitgliederversammlung, sondern online zu einer Informationsveranstaltung. Aufgrund der besonderen Situation wird Vereinen im „Gesetz zur Abmilderung der Folgen der COVID-19-Pandemie im Zivil-, Insolvenz- und Strafverfahrensrecht“ die Möglichkeit der Beschlussfassung auch ohne Durchführung einer Mitgliederversammlung gestattet. Die bcsd wird die Mitglieder in Kürze zu einer entsprechenden Beschlussfassung im Umlaufverfahren einladen.
Gegenstand der informellen Informationsveranstaltung war die Auskunft über aktuelle Themen und Projekte des Verbands: Im Vordergrund der Berichte von Bundesvorstand, Geschäftsführung und Landesbeauftragten stand die vermehrte öffentliche Aufmerksamkeit für das Thema Stadtmarketing seit Pandemiebeginn und die damit verbundene stärkere Nachfrage der bcsd in Medien und bei Partner-Verbänden, was sehr positiv aufgenommen wurde. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Aussprache zu der vom Bundesvorstand in Abstimmung mit Rechtsbeistand Andreas Schriefers vorgeschlagenen Satzungsänderungen hinsichtlich der Ermöglichung von virtuellen und hybriden Mitgliederversammlungen auch außerhalb des Covid-19-Maßnahmen-Gesetzes. Die teilnehmende

Mitgliedschaft äußerte sich hierzu ebenfalls positiv, sodass der Verband bald hoffentlich einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Digitalisierung gehen kann.

Virtuelle Sitzung des erweiterten Bundesvorstands der bcsd



Auch der erweiterte Bundesvorstand der bcsd – Bundesvorstand, Geschäftsführung und die Landesbeauftragten der mittlerweile neun Landesverbände – traf sich in diesem Jahr virtuell. Im Vordergrund des Treffens stand der Austausch über die länderspezifischen Förder- und Unterstützungsprogramme und Öffnungsstrategien im Rahmen der Covid-19-Pandemie, der auch über das Treffen hinaus fortgesetzt wird. Für die Bundesebene ist der enge Kontakt zu den Landesbeauftragten und damit in die Landesverbände hinein sehr wichtig, um Impulse aus dem gesamten Bundesgebiet zu erhalten und zu erfahren, was die Mitglieder in den verschiedenen Ländern bewegt. Darüber hinaus ist das Treffen des erweiterten Vorstands stets eine gute Möglichkeit für die bcsd-Geschäftsstelle, Ideen für neue Projekte oder Angebote an die Mitglieder prüfen zu lassen. So hat Geschäftsführer Jürgen Block auch in diesem Jahr dem erweiterten Vorstand gleich mehrere neue Ideen für die Verbandsarbeit vorgestellt. Die Mitglieder dürfen sich also auf baldige neue Verbandsangebote freuen!

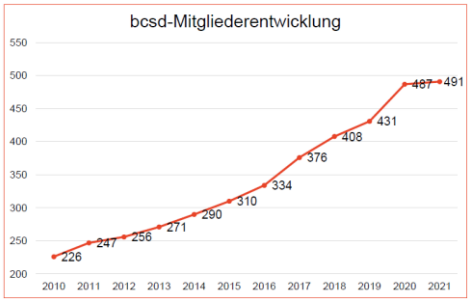
Erster Masterstudiengang Stadtmarketing in Deutschland geht an den Start

Zum **20. Geburtstag der bcsd** im Jahr 2016 formulierte der damalige Vorsitzende Michael Gerber als ein noch nicht erreichtes und weiterhin angestrebtes Ziel des Verbands die Etablierung eines Stadtmarketingstudiengangs in Deutschland. Entsprechend groß sind Freude und Stolz in der bcsd, dass es nun zum 25. Jubiläum der Verbandsgründung so weit ist: Im Wintersemester 2021/22, also noch in diesem Herbst, geht der erste Masterstudiengang Stadtmarketing an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften (Campus Salzgitter) an den Start. Die bcsd war an der Entwicklung des Studiengangs maßgeblich beteiligt und wird diesen auch künftig durch Präsenz im Beirat des Studiengangs und Einbringen von Dozent*innen aktiv mitgestalten. Informationen zu dem MBA-Studiengang erhalten Sie **hier**. Interessierte Studierende und Geschäftsführer*innen, die den Studiengang ihren Mitarbeiter*innen anbieten möchten, haben in der Mittagspause des zweiten Teils des Deutschen Stadtmarketingtages am 4. Mai 2021 die Gelegenheit sich am virtuellen Stehtisch mit Studiengangsleiter Prof. Dr. Andreas Jain hierzu auszutauschen. Anfang Juni finden darüber hinaus virtuelle Info-Abende für Interessierte statt. Die Anmeldung ist **hier** möglich.

ANZEIGE

www.stadtguthaben.de

500. Mitglied gesucht



Die bcsd wächst stetig und freut sich hierüber ganz besonders in Zeiten der Pandemie. Dies ist auch ein weiterer Ausdruck der durch die Pandemie und der damit verbundenen Krise des öffentlichen Lebens und der Innenstädte steigenden Bedeutung des Stadtmarketings. Dies bestätigten die Teilnehmer*innen des Deutschen Stadtmarketingtages am 20. April 2021 in einer Blitz-Umfrage und wird auch anhand der zahlreichen Einladungen an Bundesvorstand, Geschäftsführung und Landesbeauftragte in Medien, Diskussionsrunden und Ministerien deutlich. Und da nun bis zur 500er-Marke gar nicht mehr so viele Mitglieder fehlen, eröffnete Geschäftsführer Jürgen Block auf der Informationsveranstaltung für Mitglieder die Suche nach dem 500. Mitglied. Nutzen Sie also nun Ihre Gelegenheit, mit Ihrer Organisation noch Mitglied zu werden oder die Nachbarkommune von

einer Mitgliedschaft zu überzeugen und so das Sprachrohr des Stadtmarketings in Deutschland noch stärker zu machen. Wir freuen uns schon auf Sie! Informationen dazu, wie Sie Mitglied werden können, finden Sie **hier**.

16. Europäischer Kulturmarken-Award startet Ausschreibung

Am 13. April 2021 startete der Wettbewerb für die Europäischen Kulturmarken-Awards, die Einreichung von Bewerbungen ist bis zum 31. August 2021 möglich. Bewerben können sich öffentliche und privatwirtschaftliche Kulturanbieter*innen, kulturfördernde Wirtschaftsunternehmen oder Stiftungen, sowie Städte und Tourismusgesellschaften. Der Kulturpreis wird von einer 42-köpfigen Expert*innenjury in acht Wettbewerbskategorien an Kulturanbieter*innen, -investor*innen und -tourismusregionen für zukunftsweisende Kulturprojekte vergeben. Wir freuen uns als bcsd weiterhin Partner in der Kategorie "Preis für Stadtkultur" zu sein und so gute Beispiele für das Zusammenleben und Zusammenwirken sowie die Förderung der (Alltags-)Kultur in unseren Städten zu prämieren. Alle Informationen zur Bewerbung finden Sie **hier**. Der KulturInvest!-Kongress, in dessen Rahmen die Europäischen Kulturmarken-Awards vergeben werden, findet dieses Jahr unter dem Titel „#transnational - Solutions for a culture beyond“ vom 10. bis 12. November 2021 im Kraftwerk Mitte in Dresden statt. Weitere Informationen zum Kongress finden Sie **hier**. bcsd-Mitglieder erhalten einen Preisnachlass.

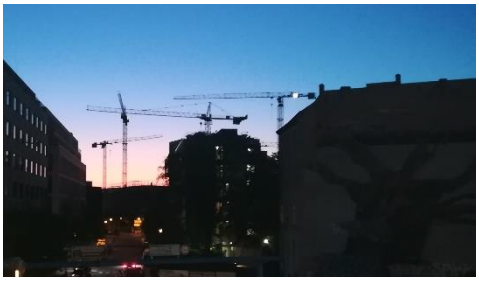
Die Modellregion Vorarlberg und das Leben mit der Pandemie

Während in Deutschland gerade die „Bundesnotbremse“ gesetzlich in das Pandemiegeschehen eingebaut wurde, reiben sich nicht nur viele Stadtmarketingverantwortliche überrascht die Augen, wenn sie die Nachrichten aus vielen Nachbarstaaten lesen, die eher Lockerungen der Pandemiebeschränkungen vorantreiben – und dass bei ähnlichen oder gar deutlich höheren Inzidenzen. Verantwortliche Lockerungen sind auch bei uns herbeigesehnt. Modellregionen sind dabei in Deutschland ein Hoffnungsschimmer für eine Entwicklung hin zu mehr Normalität, jedoch mussten die meisten Projekte inzwischen wieder eingestellt werden oder sind gar nicht erst bis zum Start gekommen. Aber was bedeutet eigentlich Modellregion und wie lebt es sich in ihr? Einen eindrücklichen Bericht darüber gibt Christoph Thoma, Kulturmanager und langjähriger Kommunalberater, in einem Interview mit bcsd Geschäftsführer Jürgen Block. Eine besondere Facette des Berichts ist dabei, dass **Christoph Thoma** als Landtagsabgeordneter der ÖVP im Vorarlberg auch politische Verantwortung für die Modellregion trägt. Das Expertengespräch kann **hier** angesehen werden.

Urban Creativity Now! Das Playbook für die Post-Corona-Stadt

Die Urban Change Academy gibt mit ihrem Playbook „Urban Creativity Now!“ Inspiration für die Post-Corona-Stadt. Neben vielen negativen Auswirkungen wurden durch die Pandemie auch viele großartige Projekte von den verschiedensten Akteur*innen ins Leben gerufen, welche meist spontan und abseits von Strategien oder Entwicklungsplänen entstanden sind. Die drei Teile des Playbooks beschäftigen sich mit der Frage, was Städte aus diesen Projekten lernen können. Der Teil „Impulse“ ist eine systematisierte Sammlung von Best Cases, die zu Lösungsansätzen städtischer Herausforderungen inspirieren können. Der Teil „Beobachtungen“ zeichnet ein Stimmungsbild der aktuellen Situation und stellt dar, wie die Menschen die Auswirkungen in ihrer Stadt erleben. Teil 3 versammelt die Perspektiven von 11 Expert*innen aus verschiedenen Fachgebieten auf die Corona-Krise. Das Playbook kann **hier** kostenlos als Download bestellt werden.

Stadtentwicklungsbericht der Bundesregierung 2020



Die Bundesregierung muss dem Bundestag alle vier Jahre einen Stadtentwicklungsbericht vorlegen. Der kürzlich vom Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat herausgegebene Stadtentwicklungsbericht 2020 beschreibt die aktuelle Situation deutscher Städte und Gemeinden, dokumentiert die Aktivitäten des Bundes im Bereich der Stadtentwicklungspolitik in den letzten vier Jahren, benennt die Herausforderungen, vor denen die Städte und die Stadtentwicklungspolitik stehen und zeigt Optionen für eine zukünftige Politik zur Förderung der Kommunen. Ein eigenes Kapitel widmet sich dem Thema „Gemeinsam für attraktive Innenstädte, vitale Ortskerne und lebenswerte Stadtteilzentren“. Den vollständigen Bericht finden Sie **hier**.

Tag der Nachbarn am 28. Mai

Am Freitag, den 28. Mai findet der Tag der Nachbarn statt, um überall in Deutschland ein Zeichen für gute und lebendige Nachbarschaften zu setzen. Der Tag der Nachbarn ist eine jährliche Initiative der **nebenan.de Stiftung** zur Stärkung des nachbarschaftlichen Miteinanders, die von der bcsd unterstützt wird. Angesichts der Corona-Krise ist in diesem Jahr ein klassisches Nachbarschaftsfest voraussichtlich nicht möglich, weshalb die Stiftung alle Nachbar*innen zu gemeinschaftlichen Nachbarschaftsaktionen aufruft. Als Inspiration haben die Organisator*innen sechs Aktionsideen zusammengestellt, welche Sie **hier** einsehen können. Wer mitmachen möchte, kann sich mit einer oder mehreren Aktionen **hier** für den Tag der Nachbarn anmelden.

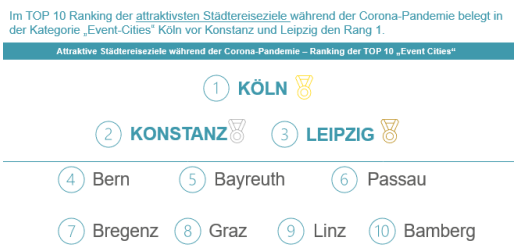
Digital aufs Land

Die Wüstenrot Stiftung und das Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung haben in einer Studie insgesamt 56 neu entstandene ländliche Coworking Spaces, digitale Gründungen, Kreativorte sowie gemeinschaftliche Wohnprojekte in verschiedenen Regionen Deutschlands untersucht. Die meisten Projekte waren in dieser Form bisher eher in der Großstadt zu finden und werden nun in angepasster Weise auch immer öfter in ländlichen Gegenden realisiert. Die aus der Studie entstandene Publikation „Digital aufs Land“ beschäftigt sich damit, wie sich das Landleben verändert und ob die Digitalisierung neues Leben in die Dörfer bringt. Es wird darauf eingegangen, wie solche Projekte auf dem Land gelingen können und welche Handlungsempfehlungen sich daraus für verschiedene Akteure ergeben. Die gesamte Publikation ist **hier** zu finden.

Crossroads - der Trendatlas für das next Next

Die Pandemie wird Einiges nachhaltig verändern und hat in vielen Bereichen, wie beispielsweise der Digitalisierung als Beschleuniger gewirkt. Die dadurch entstandenen Auswirkungen auf Technik, Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Umwelt haben zur Folge, dass Trends an vollkommen neuen Gabelungen, sogenannten Crossroads stehen. In der von Ströer durchgeführten Trendanalyse wurde untersucht, wie Trends von bestimmten Faktoren beeinflusst werden und was das bedeutet. Der daraus entstandene Trendatlas „Crossroads“ soll als Grundlage für strategische Entscheidungen genutzt werden können. Er basiert auf den Gartner Hype Cycles „Digital Marketing 2020“ und „Digital Advertising 2020“ und soll als Ordnungssystematik und Ökosystem für eine bessere Orientierung, zur Inspiration und für strategische Überlegungen und Ableitungen dienen. Den Trendatlas können Sie sich **hier** als PDF bestellen.

Wie wird sich der Städtetourismus in Corona-Zeiten entwickeln? Und welchen Stellenwert hat die eigene Stadt im Mindset der Gäste?



Die European Cities Performance Study 2020/2021 untersucht Reisemotivation, Reiseverhalten und die Bereitschaft zu Städtereisen und bietet Touristiker*innen und Citymanager*innen eine wichtige Grundlage zur gezielten Vermarktung und Angebotsentwicklung im Städtetourismus. Das Besondere der Studie ist die Individualisierung für die eigene Stadt und die Differenzierung der Aussagen von über 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz nach Sinus Milieus. Ein Ergebnis: Sightseeing, urbanes Flair und Genuss stehen vor allem im Fokus der Gäste. Ein weiteres: Nicht nur „Must-See-Cities“ wie Amsterdam, Berlin, Hamburg, Kopenhagen oder Wien stehen auf der Wunschliste von Reisenden. Die Studie differenziert hierzu zusätzlich nach den „Event Cities“ (Köln, Leipzig etc.), „Green-/Blue-Cities“ (Freiburg, Rostock, Stralsund) und den

„Historic Highlights“ (Trier, Aachen etc.), um für verschiedene Städtetypen die richtigen Benchmarks zu bilden. Fakt ist: Wenn Öffnungsstrategie, Sicherheitskonzept und Teststrategie stehen, sowie Vermarktungskonzept, Erlebnisangebot und Mobilitätkonzept passen, wird nahezu jede Stadt zur attraktiven Destination: Individuell – und Corona konform.
Informationen zur Städtereisenstudie mit individueller Auswertung zu Reiseverhalten und Besuchsbereitschaft der Gäste gibt es **hier**.
Weitere Tourismus-Kennzahlen liefert die Publikation „Zahlen – Daten -Fakten“ des Deutschen Tourismusverbands, die Sie **hier** finden.

Stadtmarketing Krefeld präsentiert Alltagsorte

Das Projekt **Perspektivwechsel** führt zum Stadtjubiläum 2023 hin. Dabei wird alle zwei Jahre ein Themenjahr bearbeitet. 2021 ist das Thema „Stadtkultur“ und in diesem Rahmen arbeitet das Krefelder Stadtmarketing unter dem Titel „Krefelder Glamour Passion“ das besondere an den Alltagsorten der Stadt heraus: Imbissbuden, Kioske, Lottoläden, Tankstellen, Paketannahmestellen spielen die Hauptrolle. Künstler vielseitiger Genres werden herausgefordert, sich mit diesen auseinanderzusetzen, die Betreiber*innen und Kund*innen sollen Anekdoten und Anekdötchen dazu sammeln. Beiträge könnten beispielsweise ein Gedichtband über Grillbuden, Fotorätsel oder Portraits von Inhaber*innen und Stammkund*innen sein. Die Ergebnisse sollen in einer Augmented Reality – App digital zugänglich und im Stadtraum erlebbar gemacht werden und stetig wachsen. **Hier** erfahren Sie mehr. Ein weiteres Projekt zum Themenjahr ist das **Kochbuch „Geschmackssache Krefeld“**, das Gerichte von Krefeldern mit 65 Nationen vereint.

Corona-Ticker

Praxisbeispiele

Bochum bietet **digitale, interaktive Live-Stadtführungen** an.

Im Rahmen der aktuellen städtischen **#wirfürHN-Kampagne** treten Heilbronner Bürger*innen für gesellschaftlichen Zusammenhalt und einen zuversichtlichen Blick in die Zukunft ein.

Die Ruhr Tourismus GmbH **schult ihre Beherbergungsbetriebe für die Anpassung an die Bedürfnisse von Radtouristen**, ein Segment, an das im Zuge von Öffnungen besondere Hoffnungen gesetzt werden.

Die **Werbegemeinschaft Garmisch betreibt** (wie viele andere Gewerbevereine und Werbegemeinschaften) **ein Corona-Schnelltestzentrum**, das Kund*innen, Mitarbeiter*innen aber auch Bürger*innen nutzen können. Der **Gewerbeverein Stollberg bildet Tester** für ein örtliches Schnelltestzentrum aus. In Elten wird ein **Gewinnspiel unter den Getesteten** ausgelobt, um zur Nutzung des Angebots zu motivieren.

Mit dem Wettbewerb **Heimspiel.Dortmund** hat die Wirtschaftsförderung besonders von der Krise betroffene Unternehmen mit bis zu 10.000 € unterstützt. Mit dem Geld können sie neue Maßnahmen entwickeln und umsetzen, etwa in der Gastronomie oder der Tagungsbranche. Das Projekt ist ein Baustein des auf fünf Jahre angelegten Konzepts „**Neue Stärke**“.

Die Stadt Weiden in der Oberpfalz sowie weitere **Partner unterstützen mit einem Kurzfilmfestival kleine Betriebe bis 49 Mitarbeiter*innen bei der Besetzung von Ausbildungsstellen**. Die Filme werden von Azubis und max. einer weiteren Person gedreht. Auf einer virtuellen Ausbildungsmesse werden die besten gezeigt und prämiert.

In Kehl **teilen sich mehrere Gastronomen den Betrieb eines neu geschaffenen Imbissstands am Marktplatz im wöchentlichen Wechsel**. So können diese jeweils Essen to go in attraktiver Lage verkaufen.

In Braunschweig stellen sich lokale Händler*innen und Dienstleister*innen im Rahmen der **Instagram-Serie #mylocals_BS** in Live-Videos vor. In Lahr wurde ein **Sofa-Shopping** durchgeführt. Auch in **Nordenham** wird dieses Format sehr erfolgreich umgesetzt.

Nordenham macht mit dem Film „**Wir sind Nordenham**“ auf die örtlichen Händler*innen und Gastronom*innen aufmerksam und stärkt die Identifikation der Bürger*innen mit Stadt und Gewerbetreibenden.

Wohnmobil-Dinner ermöglichen das Speisen „To Go“ aber ohne Lieferdienst.

Die Freiburger Wirtschaft Touristik und Messe hat eine **Landing Page für die Angebote der (Innen-)Stadt im Bereich Shopping und Kulinarik** erstellt.

Das Stadtmarketing in Karlstadt wirbt mit der **humorigen Kampagne „Haltet durch, wir öffnen bald wieder“** um die Treue der Innenstadt-Kunden.

Die Lutherstadt Wittenberg sagt das große Event „**Luthers Hochzeit**“ ab und setzt stattdessen ein **Alternativprogramm** um. Eine Freiluftausstellung zum Thema, das Aufstellen von Deko-Elementen des Festumzugs sowie das Format „Flanieren und Musizieren“ sollen den Ausfall zumindest etwas kompensieren.

Hilfestellungen

Der Deutsche Städtetag hat ein **Diskussionspapier zur Zukunft der Innenstadt** vorgelegt, in das sich auch die bcsd aktiv einbringen konnte. Auf dem Deutschen Stadtmarketingtag diskutierten der Beigeordnete des Deutschen Städtetags Detlef Raphael und die bcsd-Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen über das Papier. Sie riefen dazu auf, dieses weiter zu kommentieren und für die eigene Arbeit vor Ort zu nutzen.

Der Deutsche Städte- und Gemeindebund hat sein **Positionspapier „Innenstädte und Ortskerne stärken!“** aktualisiert. Die Stärkung des Stadtmarketings wird darin als ein wichtiger Ansatz genannt und die bcsd als Anlaufstelle für diesbezügliche Vorhaben empfohlen.

Das Kompetenzzentrum Handel hat einen **Leitfaden zu Social Media als Verkaufskanal** erstellt.

Die Nationale Stadtentwicklungspolitik startet die **Webinarreihe Stadt:Impuls**, in der Projektverantwortliche mehrere Modellprojekte aus je einem Themengebiet vorstellen und anschließend mit den Teilnehmer*innen diskutieren.

Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Wirtschaftsagentur Neumünster GmbH	**Mitarbeiter*in (m/w/d) Wirtschaftsförderung**	31.05.2021
Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH	**Citymanager*in (m/w/d)**	31.05.2021
Stadt Köln	**Beigeordnete*r (m/w/d) des Dezernats IX – Stadtentwicklung, Wirtschaft, Digitalisierung und Regionale Zusammenarbeit**	21.05.2021
Koblenz Stadtmarketing GmbH	**Geschäftsführer*in / Citymanager*in (m/w/d)**	20.05.2021
CIMA Beratung und Management GmbH, Standort Lübeck	**Berater*in für Stadt- und Gemeindeentwicklung (m/w/d)**	16.05.2021
Bielefeld Marketing GmbH	**Leitung (m/w/d) Kommunikation**	10.05.2021
Initiative Innenstadt Jena e.V.	**Citymanager*in (m/w/d)**	10.05.2021
Stadt Heidelberg	**Online-Kümmerer / Online-Kümmerin (m/w/d)**	02.05.2021
Ahaus Marketing & Touristik GmbH	**Geschäftsführung (m/w/d)**	02.05.2021
Stadt Dinslaken	**Mitarbeiter*in (m/w/d) Citymanagement**	30.04.2021
Große Kreisstadt Schramberg	**Betriebsleitung (m/w/d) für den Eigenbetrieb Wirtschaftsförderung**	30.04.2021
Einbeck Marketing Gesellschaft für Stadt- und Standortmarketing mbH	**Projektmanager*in (m/w/d) für den Bereich Eventmanagement und Stadtmarketing**	30.04.2021

Fördermitglieder der bcsd

mediaBEAM GmbH

Seit 1999 bietet mediaBEAM internetbasierte Kommunikationslösungen an, die von hunderttausenden Bürgern aus ganz Deutschland genutzt werden. Der Softwarehersteller und IT-Dienstleister ist Spezialist für Cloud-basierten Webmail und Storage. Das Unternehmen hat eine 360-Grad-Kommunikationsplattform für Städte entwickelt, die Bürgerservice auf eine neue, digitale Ebene hebt. Stadtnetz ist ein ultralokales Online-Portal: Bürger vernetzen sich per Mausklick und werden zum „Mitmach- Bürger“: Vereine heften Bilder an die digitale Pinnwand, Unternehmen zeigen ihr Leistungsspektrum, die Verwaltung nimmt Dokumente entgegen. Stadtnetz-Nutzer identifizieren und

verbinden sich mit Ihrer Stadt durch eine eigene lokale E-Mail-Adresse (z. B. max.mustermann@musterstadt.net) in einem erfolgreich erprobten Webmaildienst. Stadtnetz ist durch verschiedene Bausteine ausbaubar, selbstverständlich auch als App mobil und überall verfügbar. Ein weiterer Vorteil: Alle Daten liegen im mediaBEAM-Rechenzentrum und unterliegen deutschen Sicherheits- und Datenschutzstandards. Auch Kommunen mit kleinem Budget können von Stadtnetz profitieren, da die Basic-Variante kostengünstig ist, oder sogar durch ein für die Stadt kostenfreies Finanzierungsmodell betrieben werden kann. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

Stadt Sonthofen

Als Tor zu den Allgäuer Hochalpen liegt der Luftkurort Sonthofen mit seinen 17 Ortsteilen und den 22.000 Einwohnern im Tal zwischen den Flüssen Iller und Ostrach. Als Kreisstadt ist die südlichste Stadt Deutschlands lebendiges Zentrum und Drehscheibe der Region mit vielen Funktionen. Gleichzeitig liegen mit einem der größten Naturschutzgebiete des Landes Erholung, Natur und alpenländische Tradition nur einen Schritt entfernt. Mit der Zukunftsvision, Sonthofen als „Radstadt“ in allen Belangen fahrradfreundlich zu gestalten, gibt es bereits viele kleine und große Services für den Radverkehr. Seit 2019 ist Sonthofen fahrradfreundliche Kommune in Bayern. Eine nachhaltige Entwicklung in den Bereichen Klimaschutz, Verkehr, Tourismus und Wirtschaft ist Sonthofen sehr wichtig. So fließt in alle Entscheidungen des Stadtrates eine gesamtverträgliche Betrachtung ein, die sich am Leitbild der Stadt und an der Ausrichtung zur Fahrradstadt orientiert. Ziel ist die Schonung natürlicher Ressourcen, ein verträglicher Tourismus und die Stärkung der Region. Sonthofen wurde zur Alpenstadt des Jahres, zur Fairtrade-Stadt und zur europäische Energie- und Klimaschutzgemeinde ausgezeichnet.

Stadt Storkow

Inmitten des Naturpark Dahme-Heideseen, im Landkreis Oder-Spree liegt die amtsfreie Stadt Storkow (Mark). Die sechstälteste Stadt im Land Brandenburg zählt heute mit der Kernstadt und 14 Ortsteilen 9.400 Einwohner*innen. Der Bereich Stadtmarketing & Tourismus der Stadt wurde 1999 ins Leben gerufen und umfasst in der heutigen Form 11 Beschäftigte. Zu den wichtigsten Aufgaben des Stadtmarketings gehören das Tourismus- und Kulturmarketing, die Planung und Durchführung von Events für die Burg und die Stadt Storkow (Mark), sowie die Betreuung zahlreicher Projekte. In der Burg Storkow finden jedes Jahr eine Vielzahl von Veranstaltungen wie etwa das Storkower Stadtfest statt. Die derzeit relevantesten Themen im Stadtmarketing sind die Erarbeitung

eines integrierten Stadtmarketing- und Tourismuskonzeptes, auch in Bezug auf nachhaltigen Tourismus, die Erstellung eines Burgkonzeptes für die Burg Storkow als Kultur- und Bildungszentrum, die Belebung der Innenstadt unter Aufwertung des Marktplatzes, sowie der Aufbau eines Citymanagements. Einer der größten Erfolge ist der Wiederaufbau und die Etablierung der 1978 abgebrannten historischen Burganlage als touristischer Leuchtturm der Region.

Blomberg Marketing e.V.

Der Blomberg Marketing e.V. ist ein eingetragener Verein, der sich mit dem Innen- und City-Marketing beschäftigt sowie die Tourismusmarke „Nelkenstadt“ bewirbt. Zu den 250 Mitgliedern zählen neben Handel und Industrie auch die Stadt und private Unterstützer. Der Verein kümmert sich um die Realisation von Kampagnen, die Organisation von Veranstaltungen, die Koordination von Stadt- und Themenführungen, die Pflege verschiedener Internetauftritte sowie das Tourismusmarketing. Die derzeit relevantesten Themen sind: Image- und Wirtschaftsförderung, Tourismus, Einzelhandelsentwicklung und die Stadtaufwertung. Besonders die „Digitalisierung“ und Anpassung der Kommunikationswege sind zentrale Themen für das Stadtmarketing in Blomberg. Dazu kommen in den nächsten Jahren der Erhalt einer attraktiven Einkaufsinnenstadt, das Leerstandsmanagement, die Erweiterung von Veranstaltungsformaten sowie die Stärkung des Miteinanders in der Stadt. Große Erfolge stellen der Blomberger Geschenkgutschein sowie zahlreiche Veranstaltungen wie das Nelkenfest, die Blomberger Kunstmauer oder das Charles Dickens Festival dar.

Project M GmbH

PROJECT M ist mit **über 2.500 erfolgreich realisierten Beratungsprojekten** eine der führenden Unternehmensberatungen in der Analyse, Positionierung und (Weiter-)Entwicklung von Städten und touristischen Destinationen im Freizeit-, MICE- und Gesundheitstourismus.
#wertstiftend „Wir gestalten erfolgreiche Entwicklung und Wandel im **Destinationsmanagement & -Marketing gemeinsam mit unseren Kunden**; mit gebündeltem **Zukunftswissen**, überzeugender **Leidenschaft** und in **wertstiftender Partnerschaft.“**
#Expertise Seit 1998 berät PROJECT M in Fragen der Tourismus-, Standort- und Infrastrukturentwicklung. Das **interdisziplinäre Team** steht für fundierte Analysen und passgenaue Benchmarks, **praxisnahe Beratung**, umsetzungsorientierte Entwicklungsstrategien und **nachhaltiges Umsetzungsmanagement**.
#Spitzenleistung Unsere Beratungsleistungen hören nicht bei der Strategieentwicklung auf, sondern wir begleiten unsere Kunden auch bei der **Umsetzung von Schlüsselprojekten** und wirken als **strategischer Partner** an der Erstellung von **Tourismusmarken**, dem Aufbau von

Erlebnisprofilen, der Ausarbeitung von **Vermarktungsstrategien**, der Umsetzung von **Marken- und Imagekampagnen** oder der **Optimierung von Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen** mit.

Leistungsportfolio

- Marktforschung & Benchmarkanalysen
- Strategien für Städtetourismus, Regionen & Destination Management Organisationen
- Markenmanagement, Erlebnisprofile, Vermarktungsstrategien
- Hotel- & Infrastrukturmasterpläne, Infrastruktur- & Erlebnisraumentwicklung
- Organisationsentwicklung & Change-Management

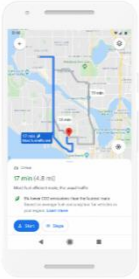
Hier erfahren Sie mehr.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

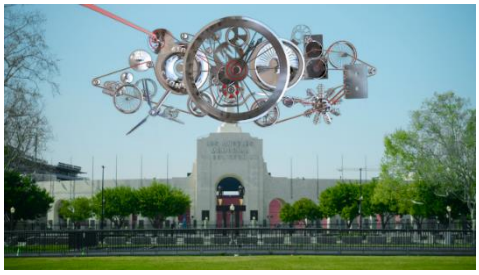
Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse können aktuell ausschließlich digital stattfinden. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von **„TrendONE“** geliefert werden. Drei 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.**

Kartendienst zeigt klimafreundlichste Route



Google hat eine auf KI gestützte Aktualisierung seines Online-Kartendienstes Maps angekündigt, bei der standardmäßig nicht die schnellste, sondern die umweltfreundlichste Autoroute angezeigt werden soll. Google wird für das Routenmodell Daten des National Renewable Energy Lab verwenden, um Routen anzuzeigen, die den geringsten Benzinverbrauch zu Folge haben. Dabei werden Straßensteigungen und Verkehrsstaus berücksichtigt. Sollte die Route mit dem kleineren CO2-Fußabdruck deutlich länger ausfallen, werden Nutzern beide Routen samt ihres CO2-Fußabdrucks angezeigt, sodass sie selbst wählen können.

Kunstdenkmäler in Augmented Reality



Das Los Angeles County Museum of Art (LACMA) hat für eine Initiative namens „LACMA × Snapchat: Monumental Perspectives“ fünf Künstler und Künstlerinnen gewonnen, die zusammen mit Snapchat AR-Kunstwerke erschaffen haben. Mercedes Dorame, I.R. Bach, Glenn Kaino, Ruben Ochoa und Ada Pinkston sollten bestehende Denkmäler und Sehenswürdigkeiten in Los Angeles neu denken und sie um eine inklusive Perspektive ergänzen. Besucher des LACMA und fünf weiterer Orte wie dem Earvin “Magic” Johnson Park können Snapcodes auf Hinweisschilden scannen, die zugehörige Lens aktivieren und die virtuellen Kunstwerke erleben.

Errichtung von Wohnsiedlung via 3D-Druck

Die US-amerikanische Palari Group und Mighty Buildings arbeiten zusammen, um 15 Nullenergiehäuser im 3D-Druck zu drucken, die die erste 3D-gedruckte Siedlung in den USA bilden werden. Dabei soll das so genannte „Mighty Kit“-System eingesetzt werden, das es erlaubt, die Gebäude nachhaltig zu errichten und bis zu 99 Prozent der Bauabfälle einzusparen. Geliefert werden die Häuser als Bausätze, die einzeln zusammengesetzt werden, wobei die Produktion der Häuser laut Angaben der Hersteller einen Monat dauert und von der Produktion bis zur Fertigstellung 95 Prozent weniger Personaleinsatz notwendig ist.

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 Wettbewerbe / Ausschreibungen

Aufruf zur Beteiligung am Tag der Städtebauförderung am 08. Mai 2021 – 50 Jahre Städtebauförderung, Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat u.a.

polis AWARD für Stadt- und Projektentwicklung, polis magazin, Müller + Busmann GmbH & Co. KG

Zukunftsstadt Goes Europe, Bundesministerium für Bildung und Forschung – Forschung für nachhaltige Entwicklung, bis 30.06.2021

Förderprogramm städtische Logistik, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 31.08.2021

Kulturmarken-Award, Causales GmbH, bis 31.08.2021

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 **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

ICR-Termine

04.05.2021, **Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – Teil 2**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

05.-06.05.2021, bcsd-Seminar **„Eventmanagement“**, Online-Seminar (ausgebucht)

07.05.2021, bcsd-Seminar „**Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing**“, Online-Seminar

07.06.2021, bcsd-Seminar „**Die Stadt/Region als Marke**“, Online-Seminar

16.09.2021, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Nürnberg

17.09.2021, **Wirtschaftsförderung und Standortmarketing**, Nürnberg

Termine

03.-04.05.2021, **Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik**, Bundesministerium des Inneren für Bau und Heimat u.a., Online-Veranstaltung

04.05.2021, **Deutscher Stadtmarketingtag 2021 – Teil 2**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

06.05.2021, **Die Stadtkantine 9: "This is Yours"**, Stadtmanufaktur, Online-Veranstaltung

08.05.2021, **Tag der Städtebauförderung – 50 Jahre Städtebauförderung**, Bundesministerium des Inneren für Bau und Heimat u.a., bundesweite Online-Veranstaltung

20.05.2021, **Die Stadtkantine 10: "Metropolenhaus am jüdischen Museum"**, Stadtmanufaktur, Online-Veranstaltung

10.06.2021, **Die Stadtkantine 11: "Kaufhaus L & T"**, Stadtmanufaktur, Online-Veranstaltung

14. – 15.06.2021, **Deutscher Tourismustag**, Deutscher Tourismusverband, Online und in Berlin

23. – 25.06.2021, **bcsd-Sommerakademie**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

05.-07.07.2021, **DenkwerkStadt 2021**, Stadtmarketing Austria, St. Gerold, Österreich

26. – 28.09.2021, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2021**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Geldern

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.