

## Themen

### Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag  
2022

### Seite 2

Ideale  
Stadtmarketingorganisation

### Seite 3

Neuaufgabe Umfrage Aufgabe,  
Bedeutung und Entwicklung

### Seite 4

Seminar Projektmanagement  
Seminar Stadt / Region als Marke

### Seite 5

Nudging im Stadtmarketing  
Neue Daten Wegweiser  
Kommune  
Urban Open

### Seite 6

Deutscher Tourismuspreis  
Was tun damit Kund:innen  
bleiben

### Seite 7

Gründungsförderung Lohr  
Stadtmarketingpreis Bayern  
Studiengang Stadtmarketing

### Seite 8

Jobbörse

### Seite 9

Fördermitglieder  
Der Trend der Zukunft

### Seite 10

Aktuelle Wettbewerbe

### Seite 11

ICR-Termine  
Terminkalender

# Newsletter 04-2022

## Das war der Deutsche Stadtmarketingtag 2022



Foto: Peter Wieler

Vom 24. bis 26. April fand auf Einladung der Darmstadt Marketing GmbH der Deutsche Stadtmarketingtag in Darmstadt statt. Zum ersten Mal konnten die Besucher:innen wählen, ob sie vor Ort teilnehmen oder vom Büro aus per Livestream die Vorträge verfolgen. Über 220 Teilnehmer:innen entschieden sich dafür, nach Darmstadt zu kommen und dort die Gespräche und

Austauschmöglichkeiten zu nutzen und die Gastgeberstadt in einem spannenden Rahmenprogramm näher kennen zu lernen. Über 150 Teilnehmer:innen verfolgten die Vorträge von ihren Endgeräten aus und nutzten ebenfalls reichlich die Gelegenheit, Fragen zu stellen und gemeinsam mit den Anwesenden über die Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung für unsere Städte und das Stadtmarketing zu diskutieren. Mit somit insgesamt über 370 Teilnehmenden wurde ein neuer Rekord der Beteiligung auf einem Deutschen Stadtmarketingtag erreicht. Für die Zukunft ist geplant, die Möglichkeit der digitalen Teilnahme noch zu stärken, da so möglichst viele Menschen vom auf der Tagung versammelten Fachwissen profitieren können. Gleichzeitig soll die wichtige Funktion des Deutschen Stadtmarketingtags als Treffpunkt und Netzwerkveranstaltung der Szene weiter im Vordergrund stehen: Mit seinen vielfältigen Impulsvorträgen, einer Fachaussstellung als Markt der Möglichkeiten sowie dem abwechslungsreichen Rahmenprogramm mit viel Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch sowie unseren herzlichen Gastgeberinnen, die uns regelmäßig die spannendsten Seiten ihrer Städte präsentieren so lässt sich das Erfolgsrezept des Deutschen Stadtmarketingtags und der Deutschen Stadtmarketingbörse beschreiben.



Foto: Peter Wieler

Wir bedanken uns auch herzlich bei unseren herzlichen und begeisternden Gastgeberinnen der Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH, unserem langjährigen Sponsor MK Illumination und unserem Medienpartner Public Marketing für die tolle Unterstützung.

Nach der Tagung ist vor der Tagung: Bereits vom 25. bis 27. September treffen wir uns in der Universitätsstadt Marburg, die in diesem Jahr ihr 800-jähriges Jubiläum feiert zur Deutschen Stadtmarketingbörse. Thematisch werden Nachhaltigkeit und regionale Kreislaufwirtschaft im Mittelpunkt

stehen. Wir freuen uns darauf, Sie bei der Deutschen Stadtmarketingbörse in Marburg wieder zu treffen!

Wie immer erarbeiten wir nun eine umfangliche Dokumentation der diskutierten Inhalte - einige Impressionen, die unser Fotograf Peter Wieler festgehalten hat, finden unsere Mitglieder auch im **Mitgliederportal der bcsd**.


## ANZEIGE

### Digitales City-Gutscheinsystem mit vollautomatischer Abrechnung

Inkl. Arbeitgebergutschein  
Inkl. Cashback-System  
Inkl. Onlineshop für Citygutscheine  
Inkl. Gewerbeverein-Verwaltung-Software

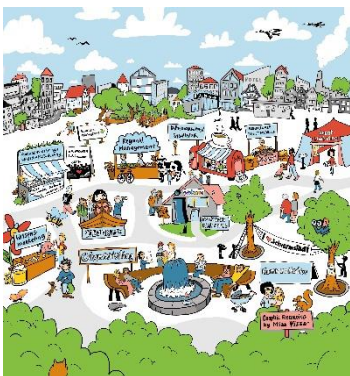
Konditionen:  
keine Gebühren, weder % vom Umsatz noch für Transaktionen und Arbeitgeber- oder Sachbezugs-Gutscheine  
Laufzeit ist individuell verhandelbar

**Festpreis  
2400 €/Jahr**



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

## Die ideale Organisation im Stadtmarketing



Auf der bcsd Sommerakademie 2021 hat der Bürgermeister der fiktiven Stadt Schwarmstadt an der Elfe dazu aufgerufen, eine ideale Stadtmarketingorganisation für seine Stadt mit rund 75.000 Einwohnern zu entwerfen. Gemeinsam mit den Teilnehmer:innen haben wir verschiedene Aufgabenbereiche des Stadtmarketings identifiziert, ihre wichtigsten Aufgaben festgehalten, die wichtigsten Kooperationspartner:innen genannt und die Bereiche mit Budgetvorstellungen und Personalwünschen hinterlegt. So ist, nach der **Agenda des Stadtmarketings bis 2030**, erneut eine Publikation der bcsd mit Schwarmintelligenz entstanden. Die nun auf dem Stadtmarketingtag in Form eines gedruckten Posters erschienene Veröffentlichung baut dabei auf der Agenda auf, die die Aufgaben und Herausforderungen des Stadtmarketings absteckt. Nun wird die Organisationform des Stadtmarketings in Schwarmstadt thematisiert, die im Design-Thinking-Prozess gemeinsam entwickelt wurde und für die Bewältigung der umfassenden kommunalen Aufgaben im Bereich des Stadtmarketings mustergebend ist. Die Festlegung auf Rechtsformen wird dabei vermieden. Ebenso ist es im realen Leben nicht zwingend, alle genannten Bereiche unter dem Dach eines

Stadtmarketings anzusiedeln. Sie sollten jedoch eng miteinander verzahnt und koordiniert zusammenarbeiten - gemeinsam für das Wohl der Stadt. **Hier** finden Sie das Muster.

### Umfrage zu Aufgabe, Bedeutung und Entwicklung des Stadtmarketings



Im Jahr 2013 haben wir die Umfrage „Stadtmarketing im Profil – Aufgaben, Bedeutung und Entwicklung des Stadtmarketings“ durchgeführt. Diese baute auf einer zuvor (2004, 1995) vom Deutschen Institut für Urbanistik durchgeführten Umfrage zur Entwicklung des Stadtmarketings auf. Nun ist 2013 bereits einige Zeit her und es ist viel passiert, in der Welt, in unseren Städten und im Stadtmarketing. Daher wollen wir gerne ein Update der 2013 durchgeführten Umfrage durchführen und bitten die Vertreter:innen von City- und

Stadtmarketingeinheiten herzlich um Ihre Teilnahme!

Die Fragen sind in den Antwortoptionen und der Ausgestaltung behutsam der aktuellen Situation und den Begrifflichkeiten angepasst, um sowohl die lange und aussagekräftige Zeitreihe zu erhalten als auch eine Aktualisierung zu ermöglichen. Die Umfrage ist in zwei Teile gegliedert. Der erste Teil, an dem ab sofort und bis zum 16. Mai die Teilnahme möglich ist, widmet sich den Themen der Befragung aus 2013, ergänzt um eine Abfrage der Erfolgsfaktoren des Stadtmarketings.

Der zweite Teil, der sich der Zukunft des Stadtmarketings und der (Innen-)Städte widmet, wird am 20. Mai scharf geschaltet und in Kooperation mit der imakomm AKADEMIE GmbH durchgeführt.

Die Beantwortung nimmt ca. 15 Minuten in Anspruch. Hier können Sie an der Umfrage teilnehmen: <https://www.surveymonkey.de/r/Profil22>

Wir danken Ihnen bereits jetzt herzlich für Ihre Mühe und freuen uns auf spannende Ergebnisse, die wir selbstverständlich mit Ihnen teilen werden.

Die Teilnahme an der Umfrage ist sowohl Mitgliedern als auch Nichtmitgliedern offen und richtet sich an Städte, Stadtmarketingorganisationen, Citymanagementorganisation, Handels- und Gewerbevereine, Werbegemeinschaften, etc.. Die Teilnahme an Teil eins ist unabhängig von der Teilnahme an Teil zwei möglich. Kooperationspartner der Befragung sind die imakomm AKADEMIE GmbH sowie Annika Dressler, die die Ergebnisse des zweiten Teils für ihre Bachelorarbeit im Geographie-Studium an der Universität Augsburg nutzt.

## Seminar „Projektmanagement“ am 12. Mai via zoom



Für die erfolgreiche Führung einer City- oder Stadtmarketingorganisation bzw. -abteilung sind ein gutes Projekt- und Prozessmanagement und eine zuverlässige Planung wesentliche Elemente. Doch wie plane ich eigentlich ein Projekt? Wann muss ich anfangen, mich um den Weihnachtsmarkt zu kümmern und wie schaffen mein Team und ich das alles parallel zu den täglichen Aufgaben? Wie beteilige ich dabei die Anspruchsgruppen, ohne die Führung zu verlieren? Und wie messe ich letztendlich den Erfolg meiner Projekte? Wenn Sie sich diese und weitere Fragen stellen und eine Organisation im City- oder

Stadtmarketing leiten oder dies anstreben, ist das Seminar „Projektmanagement“ am 12. Mai das Richtige für Sie! Der Referent Michael Metzler bringt darin seine langjährige Erfahrung als Geschäftsführer der Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH ein und stellt neben theoretischen Ansätzen zur optimalen Planung und Durchführung von Projekten verschiedene Praxisbeispiele vor, die wertvolle Einblicke in den Planungsalltag eines Stadtmanagers geben.

### ANZEIGE



Institut für Städtebau und  
Wohnungswesen, München  
Institut für Städtebau Berlin

#### Umweltbelange des Tourismus in der Stadtplanung

Ergebnisvorstellung eines vom Umweltbundesamt in Auftrag gegebenen Forschungsprojektes

Fachkonferenz am 23. Juni 2022 in Dessau

Wie können die Umweltauswirkungen des Tourismus mit dem Ziel einer nachhaltigen Stadtentwicklung in Einklang gebracht werden? Diskussion und Erfahrungsaustausch

Weitere Informationen und Anmeldung zur kostenfreien Teilnahme auf der Website des ISW München

[www.isw-isb.de](http://www.isw-isb.de)

## Seminar „Die Stadt/Region als Marke“ am 13. Mai online über zoom



Am 13. Mai findet das Seminar „Die Stadt/Region als Marke“ statt. Geleitet von Prof. Dr. Sebastian Zenker von der Copenhagen Business School widmet sich dieses Seminar der Frage, wie man das vorhandene Markenpotential einer Kommune oder einer Region nutzen kann. Aber muss man das denn überhaupt oder ist das nur Luxus? Gerade in der heutigen Zeit, die u.a. immer noch von der Pandemie geprägt wird, ist es für das Stadtmarketing essenziell, sich auf das zu fokussieren, was den eigenen Stadtcharakter ausmacht. Eine gut durchdachte Standortmarke kann



identitätsstiftend wirken, die Menschen an die Stadt binden und für die Stadt begeistern. Doch wie funktioniert es, eine Marke zu entwickeln und zu halten? Und: Kann man eine Marke korrigieren? Das Seminar „Die Stadt/Region als Marke“ kann als Pflichtmodul des **Weiterbildungsstudiengangs des Instituts für City- und Regionalmanagement** angerechnet werden, das Seminar „Projektmanagement“ als Wahlmodul. Alle weiteren Informationen zu den Seminaren und zur Anmeldung finden Sie **hier**.

### Nudging im Stadtmarketing

Ob in Form eines Schildes neben dem Aufzug, das darauf hinweist, dass die meisten Menschen die Treppe nehmen; des Smileys, der einem von einer Anzeigetafel am Straßenrand entgegen lächelt, wenn man sich an die Geschwindigkeitsbegrenzung hält oder einer aufgedruckten Fliege im Urinal, die die Benutzer zum Zielen animiert, Nudges begegnen uns in unserem Alltag bereits auf vielfältige Weise. Und sie gewinnen immer mehr an Bedeutung, insbesondere im kommunalen Kontext. Doch was genau ist dieses Nudging? Im Wesentlichen ist Nudging, das sich mit „anstupsen“ übersetzen lässt, eine verhaltensökonomische Methode, die auf dem Ansatz des „libertären Paternalismus“ beruht. Man versucht, das Verhalten von Menschen zu beeinflussen, ohne sie dabei in ihrer Entscheidungsfreiheit einzuschränken. Eine Übersicht über die unterschiedlichen Praxisanwendungen sowie über das Konzept „Nudging“ insgesamt bietet der **Blog von Stadtmarketing Austria**.

### Neue Daten bei Wegweiser Kommune



Das von der Bertelsmann Stiftung betriebene Portal Wegweiser Kommune bietet aufschlussreiche statistische Kennzahlen zur Kommunalentwicklung gebündelt für die eigene Kommune, die man sich sonst an mehreren Stellen zusammensuchen müsste. Nun wurden neue Daten der statistischen Landesämter eingespeist, wodurch für die Themen Demografischer Wandel, Bildung, Finanzen, Integration, Nachhaltigkeit/SDGs, Pflege, Soziale Lage sowie Wirtschaft und Arbeit nun auch die Daten aus 2020 frei abrufbar sind. Mit dem Tool können zudem Zeitreihen bis zurück ins Jahr 2006 erstellt werden und Vergleiche zu anderen Städten vorgenommen werden. **Hier** finden Sie die Datenbank.

### UrbanOpen: Öffentliche Sammlung herausragender Abschlussarbeiten in der Stadtforschung

Mit der Plattform „UrbanOpen“ macht das Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung (GSZ) der Humboldt- Universität zu Berlin besonders gute Abschlussarbeiten von Student:innen für alle zugänglich, die sich für Stadtforschung interessieren. Die Sammlung umfasst Bachelor- und Masterarbeiten aus unterschiedlichen Bereichen der Stadtforschung. In dieser Zusammenstellung ethnografischer, geografischer und soziologischer Arbeiten zeigt sich dabei die Vielfalt und Komplexität der Beziehung zwischen Stadt und Mensch. Die Arbeiten finden Sie **hier**.

## Deutscher Tourismuspreis

Zum 18. Mal sucht der Deutsche Tourismusverband (DTV) zukunftsweisende Produkte, Events, Marketingstrategien und Kooperationsmodelle für den Deutschlandtourismus. Heute ist der Startschuss gefallen: Bis zum 20. Juni können sich Unternehmen, Vereine und Kommunen für den Deutschen Tourismuspreis unter [www.deutschertourismuspreis.de](http://www.deutschertourismuspreis.de) bewerben. Wichtigstes Bewertungskriterium ist der Innovationsgrad. Außerdem gibt es Punkte für Qualität & Kundenorientierung, wirtschaftliche Effekte sowie ökologische & soziale Nachhaltigkeit. Eine Jury aus Tourismusfachleuten und Medienschaaffenden begutachtet die Wettbewerbsbeiträge und nominiert die Finalisten.

### ANZEIGE



[www.mk-illumination.de](http://www.mk-illumination.de)

## Was tun, damit Kund:innen bleiben?

Wie lassen sich weiterhin bzw. wieder Kund:innen für kleine und mittlere Unternehmen gewinnen? Dieser Frage widmet sich das neue Infoblatt „Aufenthaltsqualität steigern – Was ist zu tun, damit Kund:innen bleiben?“ des „Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel“, das Teil der, durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz geförderten, Initiative „Mittelstand-Digital“ ist. Wenn es um die Attraktivität und Aufenthaltsqualität von Innenstädten geht, spielen die, durch den (inhabergeführten) Einzelhandel geschaffenen, Einkaufsmöglichkeiten noch immer eine entscheidende Rolle. Die aktuellen Frequenzverluste vieler Händler:innen haben daher negative Folgen für die gesamte Innenstadt. Um dem entgegen zu wirken, fordert das „Mittelstand 4.0.-Kompetenzzentrum Handel“ Händler:innen zu mehr Mut auf, Neues zu wagen und dabei die Besucher:innen in den Mittelpunkt zu stellen. Neben einer engeren Zusammenarbeit untereinander sowie mit anderen Akteur:innen in der Stadt präsentiert das Infoblatt vor allem digitale Trends und neue Technologien als Chance, die Attraktivität der einzelnen Unternehmen und der Innenstadt insgesamt wieder zu steigern. Das komplette Infoblatt können Sie **hier** einsehen.

## Gründungsförderung mit der Lohrer Starthilfe: Schneewittchenstadt sucht innovative Geschäftsideen für die Innenstadt



Mit der „Lohrer Starthilfe“ konnte sich die Stadt Lohr am Main (ca. 16.000 Einwohner, Landkreis Main-Spessart) erfolgreich für den Sonderfonds „Innenstädte beleben“ des Freistaates Bayern bewerben. Die Fördergelder sollen dazu dienen, kreative Gründer:innen für die Lohrer Innenstadt zu begeistern und Leerstände zu reduzieren.

Um den Weg in die Selbstständigkeit zu erleichtern, bietet die Lohrer Starthilfe erhebliche Mietvergünstigungen. So zahlen Gründer:innen im ersten Jahr lediglich 20 Prozent und im zweiten Jahr 40 Prozent der Altmiete. Das Förderprogramm richtet sich an Gründer:innen, die sich mit einer kreativen und belebenden Geschäftsidee in der Lohrer Innenstadt ansiedeln möchten – hierbei sind den Geschäftsideen in erster Linie keine Grenzen gesetzt. Neben Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungskonzepten können sich z.B. auch Start-Ups oder Kultur- und Kreativunternehmen für das Programm bewerben. Die Geschäftsidee kann als Pop-Up-Konzept (max. 3 Monate) oder als langfristiges Modell (24 Monate) erprobt werden. Gleichzeitig werden über die Lohrer Starthilfe Eigentümer:innen gesucht, die ihre Immobilie für geeignete Nutzungen zur Verfügung stellen. Eine Jury „matcht“ die Geschäftsideen mit der passenden Immobilie in der Innenstadt.

Eine **Bewerbung** für die Lohrer Starthilfe ist **vom 01. Mai bis zum 31. Juli 2022** möglich. Alle weiteren Informationen finden sich unter [www.lohr.de/starthilfe](http://www.lohr.de/starthilfe).

## Stadtmarketingpreis Bayern



Bereits zum elften Mal wird vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie der Stadtmarketingpreis Bayern ausgelobt. Die bcsd ist langjähriger Partner des Wettbewerbs und über das Vorstandsmitglied Michael Gerber, Geschäftsführer der

GaPa Tourismus GmbH, in der Jury vertreten. Gesucht werden Erfolgsgeschichten, die anderen Städten als Beispiel für die Stärkung und Belebung der Innenstädte dienen können. Die Bewerbung ist **hier** möglich. Eine Anmeldung ist bis zum 15. Juni nötig. Den Siegern winkt ein Preisgeld in Höhe von je 2.500 Euro.

## Studiengang Stadtmarketing: Finanzierung und Artikel Süddeutsche Zeitung

Der im vergangenen Jahr neu eingerichtete Studiengang MBA Stadtmarketing an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaft in Salzgitter geht im Wintersemester in eine neue Runde. Der Studiengang ist so ausgerichtet, dass er berufsbegleitend in vier oder sechs Semestern absolviert wird. Die Lehrveranstaltungen finden meist an den Wochenenden (Freitagnachmittag und Samstag) und zum Teil online statt. Die bcsd war bei der Erstellung der Inhalte und Ausrichtung beteiligt. Aufbauend auf dem vorhandenen Grundwissen im Stadtmarketing, vermittelt der Studiengang Inhalte und Kompetenzen in den relevanten Bereichen des Stadtmarketings und befasst sich mit aktuellen Entwicklungen und Zukunftstrends. Management- und Forschungstechniken werden ebenso gelehrt wie Leadership. Als berufsbegleitend angelegter Studiengang hat der MBA „Stadtmarketing“ einen ausgeprägten Praxisbezug und wird durch

Praxisprojekte aus der Stadtmarketingszene abgerundet. Um es Arbeitgeber:innen und potenziellen Studierenden zu erleichtern, sich für den Studiengang zu entscheiden, hat die bcsd einen Informations-Flyer mit Finanzierungsbeispielen erstellt, den Sie **hier** finden. Nun hat auch die Süddeutsche Zeitung über den neuen Studiengang berichtet, den Artikel finden Sie **hier**.

## Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadtmarketing Mannheim GmbH	<b>Contenterstellung &amp; Contentmanagement Tourismus (m/w/d)</b>	17.05.2022
Stadt Monheim am Rhein	Altstadtmanager:in (m/w/d)	17.05.2022
StaRT Stadtmarketing und Tourismus Reutlingen GmbH	<b>Mitarbeiter:in (m/w/d) für digitale Medien und Tourismusmarketing</b>	16.05.2022
StaRT Stadtmarketing und Tourismus Reutlingen GmbH	<b>Projektmanager:in (m/w/d) Stadtmarketing &amp; Events</b>	16.05.2022
CIMA Beratung + Management GmbH	<b>Projektmanager:in (m/w/d) Marketing und Medien</b>	15.05.2022
Stadtmarketing Crailsheim e.V.	Geschäftsführung (m/w/d)	10.05.2022
Stadtmarketing Mannheim GmbH	Digital Marketing Manager:in (m/w/d)	10.05.2022
Stadt Rottweil / Gewerbe- und Handelsverein Rottweil	Innenstadtmanager:in (m/w/d)	07.05.2022
Stadtmarketing Witten GmbH	Stadtmarketingmanager:in (m/w/d)	06.05.2022
Wir in Neu-Ulm e.V.	Citymanager:in (m/w/d)	Ohne Angabe
Gießen Marketing GmbH	Kaufmännische:r Leiter:in (m/w/d)	Ohne Angabe
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.	Teamassistenz (m/w/d) für Veranstaltungen im Stadtmarketing	Ohne Angabe



## Fördermitglieder der bcsd

### Stadtguthaben GmbH

#### Die Nummer 1 für lokale Gutscheinsysteme



Aus vielen Städten sind lokale Geschenkgutscheine nicht mehr wegzudenken. Sie sind ein wirkungsvolles Instrument zur lokalen Kaufkraftbindung. Gerade in Zeiten zunehmender Filialisierung und immer mächtiger werdender Online-Händler ist es daher wichtig, dass Städte, Stadtmarketing und Werbegemeinschaften das volle Potenzial dieser Modelle ausschöpfen – und das geht weit über die Nutzung als Geschenkgutschein hinaus.

Mit dem Stadtguthaben-System bieten wir Ihnen das ideale Werkzeug zur digitalen Abwicklung von lokalen Guthabekarten. Verwaltung und Abrechnung erfolgen automatisiert und Ihre lokalen Akzeptanzstellen können kostenlos und ohne zusätzliche Geräte mitmachen. Lokale Arbeitgeber nehmen die gesamte Mitarbeiterverwaltung über das professionelle Stadtguthaben-Arbeitgeberportal vor. Die steuerfreien Sachbezugsleitungen (44 EUR-Modell) werden dann direkt auf Ihren lokalen Stadtgutschein ausgezahlt – ein enormes Potenzial. Ganz wichtig dabei: das gesamte Geld liegt zu jeder Zeit auf Ihrem Konto und Sie bleiben der formale Betreiber des Gutscheins.

Die webbasierte Infrastruktur ist einfach zu bedienen und schnell implementiert. Wir verwirren nicht mit Schnickschnack, sondern bieten einfach gute Software. Dadurch bekommen Sie niedrige Preise ohne Startkosten. So sind wir zu dem am schnellsten wachsenden lokalen Gutscheinsystem in Deutschland geworden. Wenn Sie das ideale Werkzeug zur Förderung Ihrer lokalen Gewerbetreibenden suchen, kontaktieren Sie uns unverbindlich – wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

Präsentationstermin online buchen: [www.calendly.com/stadtguthaben](http://www.calendly.com/stadtguthaben)

Unsere Referenzen: [www.stadtguthaben.de/referenzen](http://www.stadtguthaben.de/referenzen)

## 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 Trendmanager. Nähere Informationen zum Trendmanager finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: [schomburg@trendone.com](mailto:schomburg@trendone.com).

### Vollautomatisiertes Gondelsystem



OTTOBAHN hat das gleichnamige auf Schienen geführte, energieeffiziente, modulare Gondelsystem entwickelt, das in fünf bis zehn Meter Höhe über dem Straßenverkehr unterwegs ist. Der Verkehr soll so entzerrt werden und Raum für Grünflächen und Fußgänger schaffen. Fahrgäste können per App eine Gondel bestellen und entlang der Strecke jederzeit aus- und zusteigen. Mithilfe eines

Hebemoduls werden die Kabinen innerhalb von Sekunden zu Boden gelassen. Integrierte Sensoren erkennen Personen und Hindernisse im Einstiegsbereich und gewährleisten dadurch ein sicheres Absenken der Kabine. Eine Teststrecke in Taufkirchen wird seit Frühjahr 2022 gebaut.

### AR-Erlebnis führt Gentrifizierung vor Augen



Die Organisationen Six Square und E4 Youth haben mit der Künstlerin Harper Biewen zusammen eine AR-App entwickelt, die Gentrifizierung in Austin thematisiert. Die App ist Teil der Kampagne „What Once Was“. Sie soll auf die Verdrängung der Schwarzen und Latinx Community aus der Stadt aufmerksam machen. Die App wurde während des Festivals SXSW gelauncht. Nutzer:innen scannen an bestimmten Gebäuden in Austin einen QR-Code und

erfahren per AR, welche Geschichte sich hinter einem stylischen Büro oder Laden verbirgt. Die Kampagne ruft ferner auf, alteingesessene Geschäfte und die von Gentrifizierung bedrohten lokalen Strukturen zu unterstützen.

### Museumsbesuch in der Arbeitspause



Der Niederländische Museumsverband hat im Rahmen der diesjährigen Museumswoche eine Initiative gestartet, um Arbeitnehmer:innen dabei zu helfen, eine Arbeitspause für einen Museumsbesuch zu bekommen. Dafür können Interessierte online ihre E-Mail-Adresse, den Namen des Arbeitgebers und den Wunschtermin für den Museumsbesuch angeben. Sie erhalten dann eine Nachricht, die

sie an ihre Vorgesetzten weiterleiten können. In der E-Mail wird erklärt, dass ein Museumsbesuch den Stresspegel senkt und Inspiration bietet, und die Arbeitgeber werden gebeten, den Mitarbeitenden mitzuteilen, ob sie ein paar Stunden für eine „MuseumVrij“-Pause frei bekommen.

### Aktuelle Wettbewerbe

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

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

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

**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**

04.05.2022, **Digitaler Stammtisch bcsd-Landesverband Schleswig-Holstein**, Online-Veranstaltung

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

13.05.2022, **Haidhausen – Urbane Transformation und Wohnqualitäten**, Exkursion, Institut für Städtebau und Wohnungswesen, München

14.05.2022, **Tag der Städtebauförderung**, Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen, bundesweit

17.05.2022, **Fachtagung Innenstadtmanagement**, City-Management Verband Ost e.V., Seelow

18. – 19.05.2022, **Deutsche Shopping Places Conference**, EHI und German Council of Shopping Places, Düsseldorf

18.05.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Nordrhein-Westfalen**, Online-Veranstaltung

20.05.2022, **Tag der Nachbarn**, nebenan.de Stiftung, bundesweit

25.05.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bremerhaven

02.06.2022, **Creative Bureaucracy Festival**, Falling Walls Foundation gGmbH, PD – Berater der öffentlichen Hand GmbH, Berlin

23.06.2022, **Umweltbelange des Tourismus in der Stadtplanung**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen, Dessau-Roßlau

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](mailto:office@bcsd.de), [www.bcsd.de](http://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](http://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](mailto: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.