

# Newsletter 05-2019

## Deutsche Stadtmarketingbörse 2019 – Anmeldung eröffnet

Vom 22. bis 24. September 2019 in Heilbronn



Foto: Bundesgartenschau Heilbronn 2019 GmbH

Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2019 widmet sich dem Thema „Stadt, Land, Lust. Urbane Ländlichkeit und Ländliche Urbanität.“. Die Beziehung zwischen Stadt und Land wird aktuell durch technische und gesellschaftliche Entwicklungen neu definiert. Auf dem Land entstehen plötzlich Co-Working-Spaces und der

ländliche Raum ist für viele wieder Sehnsuchtsort, nicht nur wegen der hohen Mieten in den Städten, sondern wegen der ihm zugeschriebenen hohen Lebensqualität. Über beispielsweise Gastspiele von Musikern oder Theaterensembles aber auch eigene Initiativen leiht sich der ländliche Raum Urbanität. Gleichzeitig entstehen in Städten unter den Begriffen Urban Gardening und Urban Farming grüne Oasen, die Erholung versprechen und bei denen Lebensmittel hyperregional direkt in der Stadt angebaut werden. Unter dem Schlagwort „Achtel statt Viertel“ entstehen immer mehr abwechslungsreiche, kleinteilige Orientierungsräume und soziale Netzwerke wie die Nachbarschaftsplattform nebenan.de heben die Anonymität der Großstadt auf und bedienen eine Sehnsucht nach Gemeinschaft.

Welche Schlussfolgerungen aus diesen Trends für das Stadtmarketing zu ziehen sind und wie sich die Städte unterschiedlicher Größe die Entwicklungen zu Nutze machen (können) wird Thema der Deutschen Stadtmarketingbörse sein, einem der größten Branchentreffen der deutschen Stadtmarketingszene.

Um die aktuellen Entwicklungen zu verstehen, ist die Betrachtung von Urbanität als Geisteshaltung hilfreich, so wird die Tagung mit einem Vortrag von Tristan Horx vom Zukunftsinstitut eröffnen. Im Anschluss wird Boris Palmer, Oberbürgermeister der Stadt Tübingen, über die Notwendigkeit und Definition einer smarten Stadtentwicklung für die Bürger und Bürgerinnen sprechen.

Neben weiteren Vorträgen, den Berichten aus der Praxis in den Experience Rooms, der Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch und einem Marktplatz der Möglichkeiten für das Stadtmarketing werden wir zahlreiche Einblicke in die Gastgeberstadt Heilbronn und deren Stadtmarketingaktivitäten erhalten. Zu den Highlights des Rahmenprogramms zählt sicherlich der Besuch der Bundesgartenschau und des größten Science Centers Deutschlands, der experimenta.

**Hier** finden Sie bereits jetzt die Möglichkeit zur Anmeldung. Das Programm wird in Kürze veröffentlicht. Aufgrund der laufenden Bundesgartenschau und der begrenzten Hotelkapazitäten empfehlen wir eine zeitnahe Buchung der Unterkünfte.

## Themen

### Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse

### Seite 2

Gesetzentwurf  
Arbeitgebergutscheine

Smarter Handel

### Seite 3

Smarte Plattformen

Preis für Stadtkultur

### Seite 4

Landesverbandstreffen NRW

RetailReport

Incoming Tourismus

### Seite 5

Digitale Assistenten

Eckpunkte Nationale  
Tourismusstrategien

### Seite 6

OB-Barometer

Partizipatives Stadtmarketing  
Cottbus

### Seite 7

Digitale Partizipation

Summer of Pioneers

### Seite 8

Share a Chair

HDE-Online-Monitor

Einkaufsstraßen neu denken

### Seite 9

Jobbörse

Herzlich Willkommen – Die neuen  
Mitglieder

### Seite 11

Fördermitglieder

Der Trend der Zukunft

### Seite 13

Aktuelle Wettbewerbe

Termine des  
Weiterbildungsangebotes ICR

Terminkalender

## Referentenentwurf zu Arbeitgebergutscheinsystemen

Arbeitgebergutscheine und Stadtgutscheine gehören zu den erfolgreichsten Einzelmaßnahmen im Stadtmarketing. Nun ist zu befürchten, dass die attraktiven Arbeitgebergutscheine für die Stadtgemeinschaft nicht mehr genutzt werden können. Sie besitzen bei vielen Akteursgruppen ein positives Image und bilden eine mehrfache Win-Win-Situation ab, denn Arbeitgeber freuen sich über ein positives Image, Arbeitnehmer über einen steuerfreien Lohnzuschuss und das Stadtmarketing über ein attraktives Instrument zur Förderung der Kundenbindung vor Ort bzw. zur effektiven Stärkung des regionalen Wirtschaftskreislaufes. Nun soll der Erfolg dieser „Multi-Player-Gutscheine“ ihr Verhängnis werden, denn der Sachbezug soll zukünftig eindeutig zuordbar sein. Die Ausgabe und Einlösung sollen dann nur noch bei einem (Handels-)Partner möglich sein. In der Folge bedeutet dies, dass eine Innenstadt mit ihren Multi-Player-Angeboten nicht eindeutig genug den Sachbezug herstellt, aber die globale Online-Plattform als One-Player-Lösung weiterhin Arbeitgebergutscheine annehmen kann. Die bcsd bemüht sich in Zusammenarbeit mit anderen Verbänden aktuell darum, dass diese Regelung, die gesamtsteuerlich betrachtet eher negative Auswirkungen erwarten lässt, nicht Gesetz wird.

## Smarter Handel



**STARTUP THE CITY**  
Innovative Geschäftsideen für Bocholt



Unsere Starthilfen:  
1. kostenloses Ladenlokal  
2. Gründungs- und Digitalisierungscoaching  
3. Marketingunterstützung  
4. Einzelhandelsnetzwerk

Wer das Thema kooperative Stadtentwicklung begleitet, der weiß, dass das Stadtmarketing Bocholt clever handelt und dies seit letztem Jahr auch im Rahmen des Digitalisierungsprojektes „Smarter Handeln Bocholt“. Aktuell sollen ungenutzte Ladenlokale in der Innenstadt durch Startups aus der Kreativbranche, dem Einzelhandel, der Gastronomie und dem

Dienstleistungsbereich aufgewertet und gefüllt werden. Über einen Wettbewerb werden neue Ideen, auch gemeinsam geplante innovative Konzepte, gesucht, die die Innenstadt nicht nur für Kunden unterschiedlichen Alters, sondern auch für Geschäfte unterschiedlichster Couleur attraktiv machen. „Unsere Auswahlkriterien richten sich nach der Attraktivität und der Anziehungskraft der Geschäftsidee. Auch eine Aussicht auf Dauerhaftigkeit kann punkten,“ so Lisa Hebing vom Stadtmarketing Bocholt. Weitere Informationen zu Wettbewerb und Gesamtprojekt finden Sie im zugehörigen **Blog**.

## Smarte Plattformen

Beraten wird das Stadtmarketing Bocholt dabei u.a. von Frank Tentler, der aktuell Student der Macromedia Hochschule Köln im Rahmen des Studiengangs Kommunikationsdesign dabei begleitet, eine Muster-Homepage für Städte zu erstellen, nämlich als städtische Plattform, die mit allen Vorteilen einer Smart Sphere ausgestattet ist, also Anwendungen für eine Smart City, das Shopping, den Tourismus, die Mobilität und die weiteren Bedürfnisse der Stadtgesellschaft kombiniert. Den Leitgedanken dieser Arbeit beschreibt Frank Tentler dabei so: „Denke und handle wie eine Plattform! Mit einem entscheidenden Unterschied: Alle Entwicklungen haben eine soziale und nachhaltige Ausgangsbasis und gehören den Bürgern und Bürgerinnen einer Stadt.“ Eingeflossen sind ebenfalls Erfahrungen aus zahlreichen realen städtischen Digitalisierungsprojekten.

Interessierte sind ausdrücklich zur öffentlichen Projekt-Präsentation am 19. Juni in Köln in der Macromedia Hochschule Köln eingeladen. **Termin:** 19.06.2019, 13-17 Uhr, Macromedia Hochschule Köln, Brüderstraße 17, 50667 Köln

## Jetzt bewerben und den Preis für Stadtkultur gewinnen



Die Berliner Agentur Causales, deren Hauptanliegen die Vermittlung von Kulturangeboten und Kultursponsoren ist, verleiht auch in diesem Jahr wieder den Kulturmarken Award in verschiedenen Kategorien. Die bcsd ist Partnerin dieses einzigartigen Preises und verleiht, gemeinsam mit Causales, den Preis für Stadtkultur an eine Stadt, Initiative oder eine Stadtmarketingorganisation, die vorbildliche Impulse in Städten in Form von Projekten, Aktionen oder Kampagnen gibt, die – möglichst mit Langzeitwirkung – die Stadtkultur als Kultur des städtischen Zusammenlebens begreifen und fördern. Im Vordergrund stehen der stadtesellschaftliche Zusammenhalt und eine starke Identifikation mit der Stadt, sodass es gelingt, Stärken hervorzuheben und die Lebensqualität zu steigern, sodass letztlich das Stadtimago profitiert. Im vergangenen Jahr konnte sich die Bielefeld Marketing GmbH den einzigen bundesweiten Stadtmarketingpreis sichern, zuvor zählten das Kulturamt der Landeshauptstadt Stuttgart, das Museumsquartier Wien, die Hamburg Marketing GmbH, das Bregenzer und das Magdeburger Stadtmarketing zu den Gewinnern. Und in diesem Jahr vielleicht Ihre Stadt oder Initiative? Nutzen Sie Ihre Chance und bewerben Sie sich bis zum 31. August **hier** für den Award – bcsd-Mitglieder erhalten vergünstigte Konditionen.

## Landesverbandstreffen Nordrhein-Westfalen



Der Landesverband Nordrhein-Westfalen traf sich auf Einladung von Jan Zimmermann, Citymanager in Langenfeld, in der Future City Langenfeld und tagte dabei in der White Box. Dieser stationär-digitale Erlebnisraum befindet sich im innerstädtischen Einkaufszentrum und bietet neben Stadtmarketingverantwortlichen auch Händlern, Gastronomen, Dienstleistern und Technologiefirmen die Möglichkeit, sich

innovative Ideen und Handelskonzepte anzuschauen bzw. diese zu präsentieren. Die **White Box** ist eines der Projekte, die in Langenfeld vom Land Nordrhein-Westfalen durch eine Digitalisierungs-Initiative gefördert werden. Nach einer Führung durch die anschaulich vorgestellten Exponate erörterte der Landesverband im angrenzenden Workshopraum die neusten Entwicklungen im Handel und in den Innenstädten. Dabei wurden auch die aktuellen Förderansätze des Landes (z.B. Wettbewerb Erlebnis Innenstadt) mit einbezogen.

## RetailReport

Das Zukunftsinstitut hat jüngst den RetailReport 2020 herausgegeben und auch in der diesjährigen Ausgabe benennt die Trendforscherin Theresa Schleicher die prägendsten Trends der Branche. Sie unterzieht aber auch das magische Jahr 2020 einem Reality Check. Was wurde aus den einst mit dieser Jahreszahl versehenen Visionen, was passierte wirklich, seit die Digitalisierung auf die Handelswelt prallte? Der RetailReport ermöglicht mit seinen Trends, Tipps, Themenschwerpunkten, Best Practices und ausführlichen Statistiken neue Perspektiven auf die großen Zukunftsthemen der Handelsbranche. Weitere Einblicke und Informationen zu dieser spannenden Lektüre sowie die Bestellmöglichkeit finden Sie **hier**.



## Aktuelle Zahlen zum Incoming-Tourismus



Die Deutsche Zentrale für Tourismus hält auf ihrer Homepage Informationen für Touristiker bereit. Kürzlich aktualisiert wurden die Informationen zum Incoming-Tourismus, also den Besuchen ausländischer Gäste in Deutschland, die im vergangenen Jahr mit insgesamt 87,7 Millionen ein neues Rekordhoch erreicht haben. Demnach ist Deutschland europaweit das beliebteste Kulturreiseziel, die beliebteste Destination für Städtereisen und das beliebteste Tagungs- und Kongressziel. Die meisten ausländischen Gäste stammen aus den Niederlanden, der Schweiz, den USA und Großbritannien. Die Buchung ausländischer Gäste erfolgt zu 84% über das Internet, die Anreise bei jedem zweiten mit dem PKW. Am häufigsten erfolgen Übernachtungen in Städten mit über 100.000 Einwohnern. Aber auch in Gemeinden mit unter 10.000 Einwohnern nehmen Übernachtungen

ausländischer Gäste stark zu. **Hier** finden Sie die komplette Ausgabe der Zahlen Daten Fakten 2018. **Hier** finden Sie eine Prognose zur Entwicklung des Incoming-Markts in Deutschland bis 2030. Auch der deutsche Handel profitiert von den ausländischen Touristen. Dazu finden Sie **hier** ein Whitepaper des EHI.

### Digitale Assistenten im Tourismus



Das Gottlieb Duttweiler Institute, das sich auf Zukunftsforschung spezialisiert hat, hat eine Studie zu digitalen Assistenten im Tourismus und deren Einfluss auf das zukünftige Reisen sowie die Destinationsmanagementorganisationen erstellt. Der Untersuchung zufolge ist davon auszugehen, dass digitale Assistenten das Reisen zukünftig ähnlich beeinflussen werden, wie dies in der Vergangenheit Smartphones und Internet taten und immer noch tun. Die Empfehlung der

Forscher lautet, sich bereits jetzt auf künftige technische Entwicklungen vorzubereiten und Daten (Speisekarten, Wartezeiten öffentlicher Verkehrsmittel oder touristischer Attraktionen, Informationen zu Parkplätzen, Auslastung von Hotelzimmern etc.) maschinenlesbar als Open Data zur Verfügung zu stellen. Dazu sollte ein gemeinsamer Standard geschaffen werden. **Hier** erfahren Sie mehr und können die Studie herunterladen.

### Eckpunkte für Nationale Tourismusstrategie verabschiedet

Die Bundesregierung hat Eckpunkte für eine Nationale Tourismusstrategie beschlossen, die die aus Sicht der Regierung wesentlichen Handlungsfelder festlegt. Dazu gehören unter anderem das Schaffen guter Rahmenbedingungen, weiteres Wachstum des Wirtschaftszweigs, die Anpassung an die Herausforderungen der Digitalisierung, Mobilität, Fachkräftesicherung, die Stärkung ländlicher Räume und Nachhaltigkeit. Die Eckpunkte sollen in den kommenden Monaten mit Stakeholdern und Akteuren sowie intern innerhalb der Bundesregierung konkretisiert werden. Am Ende soll ein konkreter Aktionsplan stehen, in den die unterschiedlichen betroffenen Ministerien einbezogen sind. **Hier** finden Sie die ausführlichen Eckpunkte.

## OB-Barometer 2019 – Wohnen größte Herausforderung



Das OB-Barometer des Deutschen Instituts für Urbanistik zeigt eine deutliche Verschiebung der Schwerpunkte kommunaler Politik. Die Schaffung bezahlbaren Wohnraums steht in der aktuellen Ausgabe der seit 2015 jährlich durchgeführten Umfrage an erster Stelle und wird damit als drängendstes Thema angesehen. Auf den Plätzen zwei und drei folgen die Bereiche Mobilität und Digitalisierung. Zukünftig wird laut den Befragten das Thema Digitalisierung, zu dem auch der Bereich Smart City zählt, am meisten an Bedeutung gewinnen. Bei allen drei wichtigsten Themen wünschen sich die Oberbürgermeister mehr Unterstützung durch die übergeordneten Ebenen Land, Bund und EU. Das Thema

Integration, das den Bürgermeistern im Vorjahr noch am wichtigsten war, ist auf Platz 6 abgerutscht. An der Befragung haben sich 134 Oberbürgermeister von Städten mit über 50.000 Einwohnern beteiligt. **Hier** finden Sie die detaillierten Ergebnisse.

Ein interessanter Ansatz zum Themenfeld Mobilität ist das seit Januar 2019 angebotene 1-Euro-Ticket der Stadt Kirchheim bei München. Die Stadt hält probeweise acht Monatstickets der „IsarCards“ bereit, die sich Bürger gegen die Gebühr von einem Euro pro Tag ausleihen können. Damit ist die unbegrenzte Nutzung der Verkehrsmittel im gesamten Münchner Verkehrsverbund möglich. Das Angebot soll zur stärkeren Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel beitragen. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Partizipatives Stadtmarketing Cottbus



Mit einem neuen Signet und einem offenen und beteiligenden Ansatz startet der Stadtmarketing- und Tourismusverband Cottbus e.V. ins partizipative Stadtmarketing. Auf der Microsite [www.cottbus-bist-du.de](http://www.cottbus-bist-du.de) können Bürger und Vereine das neue Fanlogo frei herunterladen. Gleichzeitig sind die Cottbuser aufgerufen, die für sie erstaunlichsten Fakten über Cottbus für die Broschüre „Cottbus für Angeber“ einzusenden. Ziel ist es, möglichst viele Cottbuser zu aktivieren, sich zu

ihrer Stadt zu bekennen und visuell zum Ausdruck zu bringen, was sie an ihrer Stadt besonders lieben. Cottbus setzt auf glaubhafte und authentische Geschichten, die von den Bürgern selbst kommen. Die schönsten Beispiele, die vor allem die Zukunftsthemen der Stadt aus dem Leitbild illustrieren, sollen dann ins Schaufenster gestellt werden und können im Außenmarketing kommuniziert werden. Das Design und der neue Ansatz sind Ergebnis eines Prozesses, der im Anschluss an die Erarbeitung des „Leitbildes 2035“ begonnen wurde. Der Vorstandsvorsitzende des Stadtmarketingverbandes, Oberbürgermeister Holger Kelch: „Wir erfahren bei vielen Gesprächen, dass die Cottbuser zur Gestaltung unserer Stadt beitragen wollen und wir möchten sie dazu einladen. Das spiegelt sich auch im neuen Ansatz des Stadtmarketings.“ **Hier** erfahren Sie mehr.

## Digitale Partizipation



Die Stadt Nürnberg beteiligt ihre Bürger zu der Digitalisierungsstrategie der Stadt, in die sich die Bürger mit ihren eigenen Vorstellungen sowohl digital als auch bei Veranstaltungen mit Experten einbringen können. **Hier** erfahren Sie mehr. Frankfurt am Main beteiligt über das Online-Portal Frankfurt fragt mich, das Sie **hier** finden, seine Bürger an der Digitalisierungsstrategie und bittet dort um konkrete Vorschläge. In Dortmund können Bürger im Rahmen von **nordwärts** Vorschläge für Projekte zur Digitalisierung einbringen. Die Ideen sollten neu, schnell umsetzbar, übertragbar und nutzenstiftend sein. Davon erhoffen sich die Initiatoren eine Steigerung der Lebens- und Aufenthaltsqualität sowie

Impulse zur Entwicklung der Quartiere. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

In Tübingen steht mit der Bürger App seit kurzem ein Instrument bereit, dass dazu gedacht ist, regelmäßig die Stimmung in der Bevölkerung zu besonders weitreichenden politischen Entscheidungen digital zu erfassen und so den Gemeinderat bei seiner Entscheidungsfindung zu unterstützen. Die Befragungen werden vom Gemeinderat mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit initiiert und sind nicht bindend. **Hier** gelangen Sie zur erklärenden Homepage. Auch die Gemeinde Kirchheim bei München nutzt eine App zum Einholen eines Stimmungsbilds bei den Bürgern. Dort können alle im Gemeinderat vertretenen Parteien Fragen einstellen, bei denen sich die Bürger jeweils mit „stimme dafür“, „stimme dagegen“, „schieben“ und „keine Meinung“ äußern können. Mitarbeiter des Anbieters überwachen die Neutralität und Verständlichkeit der Fragen. **Hier** finden Sie die Informationen der Stadt Kirchheim dazu.

## Summer of Pioneers in Wittenberge



Die brandenburgische Stadt Wittenberge, einst bekannt und belebt durch die Herstellung der weltberühmten Singer-Nähmaschinen, hat seit der Wiedervereinigung mit Schrumpfung zu kämpfen. Um die Stadt attraktiver zu gestalten und wieder mit Leben zu füllen, rollt sie Kreativen nun den sprichwörtlichen roten Teppich aus und lädt ein zum „Summer of Pioneers“. Getreu der Prämisse, dass die günstige Ansiedlung von Kreativen den Standort durch deren Projekte und Initiative aufblühen lässt, hat die Stadt ein Angebot für

freischaffende kreativ Arbeitende aus Berlin und Hamburg (die beide mit dem ICE von Wittenberge erreichbar sind) geschaffen. Ein halbes Jahr lang erhalten diese Unterkunft, Internet und einen Platz im neu errichteten Coworking Space für 150 Euro im Monat. Im Gegenzug erwartet die Stadt, dass sie sich vor Ort gestaltend einbringen, Angebote für die örtliche Bevölkerung schaffen und Ideen für die Zukunft Wittenberges entwickeln. Weitere Informationen zu dem von Bund und Land unterstützten und unter anderem durch Mittel der Städtebauförderung finanzierten Projekt finden Sie **hier**. Der Coworking Space wird gestaltet von der CoWorkLand Genossenschaft, deren Ziel die Einrichtung von Coworking Spaces im ländlichen Raum ist, sodass ortsunabhängiges Arbeiten

jenseits der Metropolen ermöglicht werden kann. Über Pop Up Coworking kann ein solches Format zuvor ausprobiert werden. Informationen zu der Genossenschaft finden Sie **hier**.

### Share a chair – Schüler-Kunstaktion in Willich

Unter dem Motto „share a chair – teile einen Stuhl“ hat das Stadtmarketing in Willich eine Aktion veranstaltet, bei der Oberstufenschüler Papphocker gestaltet haben. Thema des künstlerischen Aktionstages war „Teilen“, was sich auch im Design der Hocker spiegelt. Ziel war es, die sonst für das Stadtmarketing oft nur schwer erreichbare Zielgruppe der 17- bis 19-jährigen Schüler zu erreichen. Diese bemalten, beklebten und dekorierten in Kleingruppen in einer Art offenem Atelier auf dem Marktplatz im Rahmen des Kunstunterrichts die weißen Papphocker, die anschließend ausgestellt werden und schließlich in den Besitz der beteiligten Schule übergehen. Das Projekt fand in Kooperation mit zwei ortsansässigen Künstlern und einer Schule statt. 53 Oberstufenschüler konnten für die Aktion begeistert werden, die im Rahmen des Willicher Kultursamstags und Innenstadt-Kunsthochfestivals „**Kunst im Kern**“ stattfand. Kunst im Kern belebt das Zentrum Alt-Willichs durch bildende Kunst und Musik mit örtlichem Bezug und trägt so zur Identitätsstiftung bei. Mehr erfahren Sie **hier**.

### HDE-Online-Monitor

Vor wenigen Tagen ist die aktuelle Ausgabe des HDE-Online-Monitors erschienen. Der Monitor gibt Auskunft über aktuelle Trends im E-Commerce und zeigt beispielsweise auf, wie die Onlineumsätze im Vergleich zum stationären Handel wachsen, wie sich die unterschiedlichen Marktsegmente entwickeln, in welchen Branchen und welche Warengruppen besonders oft im Internet gekauft werden, welche Verbrauchergruppen besonders gerne im Web shoppen, welche Endgeräte und Bezahlmethoden sie bevorzugen und welche Geschäftsmodelle am erfolgreichsten sind. **Hier** finden Sie den Online-Monitor 2019. Den Nachrichten des deutlich steigenden Online-Umsatzes gegenüber steht eine Untersuchung, der zufolge die Verbraucher bedauern, dass die Vielfalt der kleinen, inhabergeführten Geschäfte schwindet und auch ein Bewusstsein für ihren eigenen Anteil daran haben. Noch stärker als sich selbst sehen die Verbraucher jedoch die Kommunalpolitik in der Pflicht. **Hier** finden Sie den Artikel dazu.

### Einkaufsstraßen neu denken – was kommt nach der Dominanz des Handels?

Die Publikation „Einkaufsstraßen neu denken – Bausteine für neue Perspektiven“ der Landesinitiative StadtBauKultur NRW widmet sich der aktuellen Entwicklung der innerstädtischen Shopping-Lagen und geht dabei insbesondere auf den Bedeutungsverlust des Handels und die alternativen Nutzungen für Geschäftsstraßen ein, für eine Zeit nach der Dominanz des Handels. Die Leser erhalten einen Leitfaden zur Einschätzung der Situation in der eigenen Stadt mit Vorschlägen für neue Nutzungen wie Dienstleistungen, innerstädtisches Wohnen, Gastronomie, soziale Infrastruktur, urbane Produktion sowie Handlungsansätze und Beispiele zu deren Umsetzung. Zudem werden Fördermöglichkeiten vorgestellt und Tipps zur Motivation der Akteure gegeben. **Hier** finden Sie die Arbeitshilfe.



## Jobbörse

| Arbeitgeber                                  | Stellenangebot  | Bewerbungsfrist |
|--|---|-----------------|
| Mainz City Management e.V.                   | <b>Citymanager/in (m/w/d)</b>   | Ohne            |
| KWL Kultur und Werbung Lippstadt GmbH        | <b>Leitung für den Geschäftsbereich Tourismus in der Position des Prokuristen (m/w/d)</b> | 08. Juli 2019   |
| Stadt Ebersbach an der Fils                  | <b>Standortförderin / Standortförderer (m/w/d)</b>  | 23. Juni 2019   |
| EMG – Essen Marketing GmbH                   | <b>Fachbereichsleitung Citymanagement (m/w/d)</b>   | 22. Juni 2019   |
| Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH | <b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>   | 21. Juni 2019   |
| Buer Management GmbH                         | <b>Citymanager/in (m/w/d)</b>   | 18. Juni 2019   |
| WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH  | <b>Projektmanager/in Veranstaltungen (m/w/d)</b>  | 10. Juni 2019   |
| Stadt Geldern                                | <b>Leitung der Stabsstelle Wirtschaftsförderung und Standortmarketing (m/w/d)</b>         | 03. Juni 2019   |
| Köln Tourismus GmbH                          | <b>Geschäftsführer (m/w/d)</b>  | 02. Juni 2019   |
| Stadt Erfurt                                 | <b>Citymanager/in (m/w/d)</b>   | 31. Mai 2019    |
| Coburg Stadt und Land aktiv GmbH             | <b>Geschäftsführer (m/w/d)</b>  | 31. Mai 2019    |

## Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:

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

### Stadt Nordhausen

Stadtmarketing ist in Nordhausen Teil der Stadtentwicklung und somit der Stadtverwaltung angehörend. Es sind zwei Mitarbeiterinnen mit den Themenschwerpunkten Citymanagement und Tourismus betraut. Derzeit wird eine Arbeitsgruppe quer zur Struktur der Stadtverwaltung initiiert, die aus dem Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Tourismus und der Pressestelle besteht. Die Profilentwicklung für die Stadt, die Vernetzung und verbesserte Wahrnehmung touristischer Angebote sowie die Unterstützung der Händler im Rahmen des Citymanagements stehen im Fokus. Was wir für uns hoch schätzen, ist die bereits jetzt gelungene Vernetzung, die konstruktive und offene Zusammenarbeit und das Gefühl der Aufbruchsstimmung. **Hier** erfahren Sie mehr.

### Stadt Lauterbach



Lauterbach ist mit ca. 15.000 Einwohnern ein Mittelzentrum im Herzen Hessens. Nach einem einjährigen Beratungsprozess wurde im September 2017 der Stadtmarketing Lauterbach e.V. mit den Sparten Tourismus und City-Marketing gegründet. Hier arbeiten die Stadt, Geschäftsleute und Gastronomen zusammen. Gemeinsames Ziel: Die Vorzüge Lauterbachs als Arbeits-, Wohn- und Lebensstandort hervorheben, die gute Lebensqualität und die heimische Wirtschaft noch weiter zu stärken. Die Kreisstadt Lauterbach ist fester Bestandteil des Vereines und stellt ein Vorstandsmitglied sowie den Geschäftsführer. Fünf Mitarbeiter kümmern sich um die Organisation von Veranstaltungen und um die Förderung des Tourismus. In dieser Organisationsform ist der Verein die Schnittstelle zwischen Verwaltung, Geschäftsleuten, Unternehmern, Touristikern und bündelt die Aktivitäten zur Stärkung der Innenstadt und der Wirtschaftsunternehmen der Stadt.

Seit der Gründung des Vereines konnten bereits viele Projekte auf den Weg gebracht werden: So hat Lauterbach seit Januar 2019 eine Stadt App, die Stadt befindet sich in einem Markenbildungsprozess und überarbeitet sukzessive diverse Veranstaltungskonzepte. Ein Highlight in den noch jungen Jahren des Stadtmarketingvereines ist der Gewinn beim hessischen Landeswettbewerb „Ab in die Mitte“ im Frühjahr 2019. Mit Fördergeldern wird eine Veranstaltungsreihe zur Stärkung und Belebung der Innenstadt durchgeführt.

### Stadt Ludwigsfelde



Das Stadtmarketing in Ludwigsfelde ist in der Stabsstelle des Bürgermeisters in der Stadtverwaltung angegliedert. Eine Vollzeitstelle übernimmt alle Aufgaben im Bereich Stadtmarketing. Dabei bildet sie mit der Pressestelle ein Team und wird temporär für einzelne Projekte vom Sachgebiet Kultur unterstützt. Zu den Aufgaben gehört die strategische Entwicklung der Außendarstellung der Stadt,

die Entwicklung der Stadt als Marke, die Konzeption und Umsetzung imageprägender Events und Kampagnen, die Entwicklung und Erstellung von Publikationen jeder Art für die kulturellen Einrichtungen der Stadt sowie die PR-Arbeit für besondere Events aus dem Kulturbereich. Zu den größten Erfolgen des Stadtmarketings gehört die Veranstaltung „Nacht für Neugierige. Wirtschaft trifft auf Kunst und Kultur“, die aus der Idee heraus geboren wurde, dem Fachkräftemangel innovativ zu begegnen. **(Hier geht's zum Imagefilm dazu).** **Hier** erfahren Sie mehr.

## Stadt Bedburg



Seit 2015 gibt es in der Stadt Bedburg den Fachdienst für Stadtmarketing, Öffentlichkeitsarbeit und Tourismus. Der Bereich ist mit drei Vollzeitstellen die

kommunikative Schnittstelle zwischen Handel, Politik, Einwohnern und Touristen. Mit „Werkzeugen“ wie der klassischen Öffentlichkeitsarbeit, Werbekampagnen, einer 14-tägig erscheinenden Zeitung, Onlineprojekten und Events wird auf unterschiedlichen Ebenen die Kommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen aktiv gestaltet. Bedburg soll als Wirtschaftsstandort, Wohn-, Einkaufsort und touristische Destination gepflegt und der Bekanntheitsgrad der Stadt gesteigert werden. Ein Schwerpunkt unserer Arbeit ist die Stärkung und Unterstützung des Handels vor Ort als wichtiger Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber. Die Stadt Bedburg ist Mitglied in den beiden städtischen Werbekreisen. Der Strukturwandel in der Region, die Lage Bedburgs im Dreieck zwischen den Großstädten Köln, Düsseldorf und Aachen sowie die Veränderungen des Konsum- und Freizeitverhaltens sind für Bedburg Anlass, die Positionierung als Wirtschafts- und Wohnstandort zu aktualisieren. Das bedeutet, neue Anreize für Touristen zu schaffen, überregional mehr Präsenz zu zeigen und neue Kooperationen einzugehen. Dies alles wird u.a. mit der Erarbeitung eines neuen Stadtmarketingkonzeptes strukturiert und begleitet. Bestehende imagerträchtige Themen, wie die vielen großen Musikevents, sollen durch verstärkte Kommunikation neue Zielgruppen für Bedburg interessieren. Touristische Anziehungspunkte, wie der mittelalterliche Altstadt kern, werden durch gezielte Vermarktung von uns unterstützt. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

## Fördermitglieder der bcsd

### Ebeling Licht GmbH



Die Ebeling Licht GmbH wurde 1968 in Bremen als Großhändler für Leuchtmittel und Installationsmaterial gegründet und ist heute ein moderner Systemanbieter für professionelle Weihnachtsdekorationen, Schaustelleranwendungen und Beleuchtungen aller Art. Ebeling Licht berät, plant und baut innovative Lichtkonzepte. Die moderne LED-Technik findet ihre Anwendung in Städten, Gemeinden, Einkaufszentren, Hotels, Sport- und Freizeitstätten, sowie in Industrie und Logistik. Neben der Zentrale in Bremen existiert eine Niederlassung in 15366 Dahlwitz-Hoppegarten, Industriestraße 22. **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 sind teuer, die bcsd-Tagungen nur zwei Mal im Jahr. 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**.

### Sharing Economy mit sozialem Anspruch



„Fairbnb“ ist eine kooperative Plattform aus Bologna, die die Vermittlung von Ferienwohnungen mit der Unterstützung von Kommunen verbinden möchte. Anbieter müssen zunächst nachweisen, dass sie die Auflagen vor Ort an Kurzzeitvermietung erfüllen; sie dürfen etwa nicht mehrere Wohnungen vermieten. Sie werden dann in die Kooperative aufgenommen und können mitentscheiden. „Fairbnb“ möchte auch mit gemeinnützigen Organisationen kollaborieren, um marginalisierten Menschen Jobs zu vermitteln. Ferner sollen durch „Fairbnb“ kommunale Projekte gefördert und Besucherdaten mit örtlichen Behörden geteilt werden, um nachhaltigen Tourismus zu unterstützen.

### KI sorgt für unvergessliche Lebensgeschichten



Das schwedische Energieunternehmen Stockholm Exergi hat mit Accenture Interactive die Kampagne „Memory Lane“ entwickelt, bei der mithilfe einer KI Lebensgeschichten von älteren Menschen veröffentlicht werden. Die Kampagne lädt betagte Menschen, die unter Einsamkeit leiden, dazu ein, ihre Lebenserfahrungen Google Voice Assistant zu erzählen. Eine darin integrierte KI sorgt für eine natürliche Konversation zwischen Mensch und Maschine. Die Erzählungen werden von der KI editiert und in ein Buch sowie Podcasts verwandelt, die auf der Kampagnen-Website zur Verfügung gestellt werden.

### Erste öffentliche E-Autobahn



Ein Teil der A5 zwischen dem Flughafen Frankfurt am Main und Darmstadt ist mit Oberleitungen ausgestattet und für den Verkehr mit E-Lastwagen freigegeben worden. Die 10 Kilometer lange Teilstrecke ist das erste öffentliche Stück E-Autobahn und mit entsprechender Infrastruktur von Siemens aufgerüstet. Mit der Energie, die sie über ihren Stromabnehmer von der Oberleitung beziehen, können LKWs bis zu 90 Kilometer pro Stunde fahren. Güterverkehr ist einer der größten Verursacher von Emissionen; Siemens rechnet damit, dass bei einer Elektrifizierung des Lastverkehrs um 30 Prozent, sieben Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr eingespart werden können.

## Aktuelle Wettbewerbe

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

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

### (Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

**Menschen und Erfolge – Lebenswerte Stadt- und Ortskerne in ländlichen Räumen**, Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat, bis 16. Juni 2019

**Deutscher Tourismuspreis 2019**, Deutscher Tourismusverband, bis 21. Juni 2019

**Förderung des Radverkehrs durch innovative Modellprojekte**, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 01. August 2019

**Kulturmarken-Award**, causales GmbH, bis 31. August 2019 (bcsd-Mitglieder erhalten Rabatt)

**Innovationspreis des Handels**, Handelsverband Deutschland e.V., bis 30. September 2019

**Immaterielles UNESCO-Weltkulturerbe**, Bundesländer, Kulturministerkonferenz, Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien und Deutsche UNESCO-Kommission, bis 30. Oktober 2019

**Action Grants European Culture**, European Culture Foundation, bis Mittel ausgeschöpft wurden

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

## Termine des Weiterbildungsstudiengangs City-, Stadt- und Regionalmanagement

05. September 2019, **Integrierte Stadtentwicklung**, Lübeck

06. September 2019, **Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung**, Lübeck

22. – 24. September 2019, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2019: Stadt, Land, Lust. Urbane Ländlichkeit und ländliche Urbanität**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Heilbronn

17. Oktober 2019, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, München

18. Oktober 2019, **Partizipation und Moderation**, München

Weitere Termine und Informationen: **www.icr-studium.de**.

## Terminkalender

05. – 06. Juni 2019, **Deutsches Städte- und Kulturforum**, Deutscher Tourismusverband e.V., Quedlinburg

13. – 14. Juni 2019, **Tourismus 2030 – Gestaltung des Wandels**, Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, Regensburg

14. Juni 2019, **Abgehängt oder Motor der Regionalentwicklung? Zukunftsperspektiven von Mittelstädten**, Deutscher Verband für Angewandte Geographie e.V., Leer

14. – 15. Juni 2019, **Meine Heimat : Deine Heimat**, Deutsche Akademie für Stadt- und Landesplanung, Apolda

22. – 24. September 2019, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2019: Stadt, Land, Lust. Urbane Ländlichkeit und ländliche Urbanität**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Heilbronn

Weitere Termine finden Sie im **Terminkalender** auf unserer Homepage.

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.

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