

## Themen

### Seite 1

Webinare und Praxisbeispiele

Neue Darstellung der Fördermitglieder

### Seite 2

Bundestagsausschuss tagt zur Zukunft des Tourismus

### Seite 3

Landesverband Baden-Württemberg tagt digital

GEMA informiert zum Gesamtvertragsnachlass

Kultursponsoring-Börse und Preis für Stadtkultur

### Seite 4

Smart City mit Ethikrat

### Seite 5

Auswirkungen Corona auf Gastronomie

stadtundhandel.digital

Q & A Zukunft des Einkaufens

Fortbildungen zur Digitalisierung der Städte

### Seite 6

Gutscheinaktionen stützen Handel und Gastronomie

Zehn-Punkte-Programm Bochum für den Neustart

Corona-Ticker

### Seite 8

Jobbörse

### Seite 9

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

### Seite 11

Fördermitglieder

Der Trend der Zukunft

### Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

# Newsletter 05-2020

## Webinare der bcsd und Geschichten vom Anpacken



Mit dem Webinar zum Digitalen Leerstandsmanagement der immovativ GmbH am gestrigen Donnerstag endete die Webinarreihe „Stadt ist Leben“ der bcsd vorerst. Wir bedanken uns nochmals herzlich bei allen Teilnehmern und Referenten. Die Übersicht der aufgezeichneten Webinare finden Sie **hier**. In Kürze werden auch die letzten Webinare als Dokumentation auf unserem YouTube-Kanal zur Verfügung stehen. Wir bereiten derweil bereits weitere digitale Formate vor, um den Austausch der Mitglieder untereinander zu fördern und Ihnen weitere Hilfestellung bei Ihren aktuellen Aufgaben zu geben. Auch die Geschichten vom Anpacken werden weiter gepflegt und wachsen stetig um gute Beispiele und Angebote.

## Neue Darstellung der bcsd-Fördermitglieder



Die Fördermitglieder tragen mit Ihrem Know-how und ihren Produkten zur Weiterentwicklung des Stadtmarketings bei. Ihre Darstellung erfolgt seit kurzem im Layout unseres Online-Dienstleisterkatalogs. Diese Form der Präsentation ist nun exklusiv den Fördermitgliedern vorbehalten. Das bedeutet auch, dass es vorerst keine neue Ausgabe des gedruckten Dienstleisterkatalogs geben wird. Von der neuen, zugänglicheren und übersichtlicheren Darstellung der Fördermitglieder nach Kategorien, mit Bildern, ausführlicheren Texten und Logos profitieren auch Stadtmarketingverantwortliche, die es nun leichter haben, für sich passende Dienstleister zu finden. **Hier** können Sie in den Kategorien Beratung, Ausstattung & Dekoration, Veranstaltungen, Werbung & Merchandising, IT & Kommunikation sowie Bildung & Verbände stöbern oder gezielt recherchieren.

## ANZEIGE

Erweiterungs-Tool

### Tracken mit Sensalytics

- ✓ People Counting – aktuell perfekt als Zutrittskontrolle einsetzbar
- ✓ Path Analytics – Lernen Sie das Verhalten Ihrer Besucher kennen
- ✓ Revenue Tracking - Umsätze und Kaufraten analysieren
- ✓ Occupancy Management - Echtzeit-Kontrolle Belegungen
- ✓ Managed Cleaning – Kosten einsparen durch bedarfsgerechte Reinigung

**Lernen Sie das Verhalten der Besucher Ihrer Stadt besser kennen!**

**Jetzt informieren!**

**Kennen Sie die Besucherströme Ihrer Stadt?**

Lernen Sie aus den Informationen, die wir Ihnen liefern können. Nutzen Sie diese Erkenntnisse für strategische Entscheidungen, Optimierungen der angebotenen Services und das Beste – nahezu für alle Branchen sinnvoll einsetzbar.

13 Personen

20 Personen

innenstadt 3.0  
powered by SinkaCom

Borsigstraße 32  
65205 Wiesbaden

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

www.innenstadt30.de  
www.sinkacom.de

[www.sinkacom.com](http://www.sinkacom.com)

## Tourismusausschuss im Bundestag zur Zukunft des Tourismus

Der Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages tagte am 27. Mai per Videokonferenz zur Zukunft der Tourismuswirtschaft. Im Vorfeld gab es für die bcsd die Möglichkeit, sich mit dem Ausschussmitglied, Herrn MdB Müller-Böhm von der FDP-Fraktion, zur aktuellen Situation im Städtetourismus auszutauschen. Dabei wurde deutlich, wie wichtig das Verständnis um die kommunalen Zusammenhänge im Bezug auf den Tourismus und seine wirtschaftlichen Auswirkungen ist. Dementsprechend sollten finanzielle Hilfestellungen ganzheitlich auf die Belebung des Städtischen ausgerichtet sein. Kultur- und Bildungstourismus, Geschäftstourismus, Städtetourismus und die Attraktivität der Städte als Ganzes zahlen auf die regionalen Wirtschaftskreisläufe vielfältig ein und bilden eine solide Grundlage für die Wiederbelebung der Städte und Regionen. In der Ausschusssitzung selbst forderten die teilnehmenden Verbandsvertreter weitere Hilfen für die Akteure der Tourismuswirtschaft, da diese zwar überwiegend gut geflossen wären, bei den weiterhin zu erwartenden Einschränkungen aber nicht ausreichend seien. Auch wurde die Enttäuschung über die gescheiterte verpflichtende Gutscheinelösung bei Stornierungen geäußert und darauf aufmerksam gemacht, dass schnelles

Handeln für alle betroffenen Akteure essentiell ist, da sonst viele ihren Betrieb einstellen müssten und darunter sowohl die städtischen Finanzen als auch die Lebensqualität vor Ort leiden würden.

### Landesverbandstreffen Baden-Württemberg digital

Der bcsd-Landesverband Baden-Württemberg hat sich erstmals zu einer Video-Konferenz getroffen. So konnte neben der gemeinsamen Facebook-Gruppe ein weiterer Kanal für den Erfahrungsaustausch geschaffen werden. Die drei je zweistündigen Treffen wurden von rund 30 Teilnehmern aus Norden, Mitte und Süden zum Austausch über die Auswirkungen der Krise und gute Lösungsansätze genutzt. Die Diskussionen waren sehr produktiv und offen, können den Dialog vor Ort aber nicht ersetzen.

### GEMA informiert über die Fortschreibung des Gesamtvertragsnachlasses

Nachdem die intensiven Verhandlungen zwischen der GEMA und der Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV) im Dezember 2019 mit einem mühevoll ausgehandelten Kompromiss zur Gestaltung des zukünftigen Gesamtvertragsnachlasses abgeschlossen wurde, überraschte die anschließende Ablehnung dieser Ergebnisse durch die Gremien der GEMA umso mehr. Daraufhin fühlten sich die handelnden Personen bei der GEMA nun veranlasst, sämtliche Gesamtvertragspartner (etwa 500) darüber zu informieren, dass die GEMA nun ein Schiedsstellenverfahren beim Deutschen Patent- und Markenamt zur Klärung der zukünftigen Ausgestaltung des Gesamtvertragsnachlasses und den Gegenleistungen der Verbände anstrebt. Der vorerst einzige Vorteil dieses umständlichen, bürokratischen und aufwendigen Verfahrens liegt darin, dass die angekündigte Kündigung der Gesamtverträge durch die GEMA sich mindestens bis zum 31.12.2021 verschiebt und solange die bestehende Regelung des 20-prozentigen Nachlasses für bcsd-Mitglieder weiterhin bestehen bleibt.

### Gratis-Eintrag Kultursponsoring-Börse und Preis für Stadtkultur



Causales, der Partner der bcsd sowie Ausrichter des **Kulturmarken-Awards** und des **KulturInvest-Kongresses**, öffnet seine Kultursponsoring-Börse. Als Kulturanbieter haben Sie bis zum 30. Juni 2020 **hier** die Möglichkeit Ihre Sponsoringangebote für ein Jahr lang kostenlos an die Wirtschaft zu kommunizieren, um somit Förderer für einen hoffentlich baldigen Neustart nach der Krise zu finden.

Als Stadtmarketingorganisation haben Sie darüber hinaus bis zum 31. August 2020 die Möglichkeit, sich auf den **Preis für Stadtkultur** zu bewerben. Dieser wird an Projekte verliehen, die das Zusammenleben in der Stadt, die Identität der Stadt und die Identifikation der Bürger mit ihr fördern und dabei möglichst viele Bereiche der Stadtgesellschaft einbinden. Der Preis wird seit 2016 vergeben. Das Museumsquartier Wien, das Zukunftslabor des Kulturamts der Stadt Stuttgart, die Bielefeld Marketing GmbH sowie der Fachbereich Stadtmarketing der Stadt Krefeld sind die bisherigen Preisträger. **Hier** können Sie sich bewerben. Die bcsd unterstützt den Preis für Stadtkultur als Kategoriepartner, daher erhalten ihre Mitglieder einen Nachlass auf die Bewerbungsgebühr.

## Darmstadt - Mit Ethikrat zum Vorreiter für eine verantwortungsvolle Smart-City

Als erste Kommune bundesweit verabschiedete die Stadt Darmstadt ethische Leitlinien für ihren Ende 2017 gestarteten Digitalisierungsprozess. Ziel war es, die Stadt mit digitalen Technologien lebenswerter, umweltfreundlicher und zukunftsorientierter zu gestalten. Durch Bürgerbeteiligung und Arbeitstreffen der zu involvierenden Ämter und Behörden wurde schnell klar, dass nicht alles, was mit digitaler Vernetzung möglich ist, auch einfach umgesetzt werden dürfe. So kam es schnell zur Gründung des 32-köpfigen Ethik- und Technologiebeirats. **Hier** erfahren Sie mehr.

### ANZEIGE



The advertisement features a romantic street scene at night, illuminated with warm lights and heart-shaped decorations. A couple is sitting on a large, glowing heart-shaped structure in the foreground. The background shows a stone building with a balcony and a street lined with heart-shaped lights. The overall atmosphere is warm and inviting.

**WELCOME  
BACK**

**WIR HABEN LÖSUNGEN**

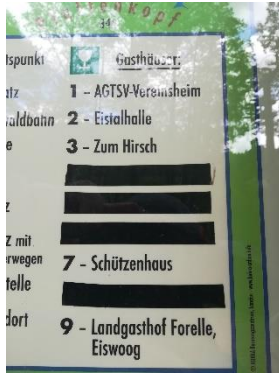
Mit guten Ideen schaffen wir einen maximalen Wohlfühleffekt.

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

**www.mk-illumination.com**



## Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Gastronomie in Deutschland



Zur Untersuchung der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Gastronomie, führt das Team des Instituts für Geographie der Universität Osnabrück eine Online-Befragung durch, zu der eine Zwischenauswertung vorliegt. Aufgrund der seit Mitte März vorgenommenen Einschränkungen für die Gastronomie haben die Betriebe im Durchschnitt einen Umsatzrückgang von ca. 90% erlitten. Über die Hälfte der Befragten gab zudem an, sich gegenwärtig stark finanziell einschränken zu müssen. Da das Geschäft für einige Gastronomen schon vor der Krise nicht gut lief, kann mit Betriebsschließungen gerechnet werden. **Hier** finden Sie den Link zum Fragebogen, den Sie gerne noch an örtliche Gastronomen weiterleiten können. **Hier** finden Sie die Meldung zur Zwischenauswertung.

### stadtundhandel.digital

Die Erfahrungs-Tagung „Stadt & Handel“ des Handelsverbands Hessen wird interessierten Stadtakteuren nun als digitale Plattform zur Verfügung gestellt. Das Format für innovatives, ganzheitliches Denken im Bereich der Stadtentwicklung und des Handels möchte den Erfahrungsaustausch unterstützen, den Dialog mit der Politik ausbauen, auf Förderprogramme hinweisen und mit Wissenstransfer, Know-how sowie Webinaren und Impulsen erkennbaren Mehrwert schaffen. Die Plattform finden Sie **hier**. Eine Übersicht über weitere hilfreiche Informationen finden Sie **hier**.

### Q & A bei Zukunft des Einkaufens



Das Team von ZUKUNFT DES EINKAUFENS fördert die Diskussion und Weiterentwicklung von Handelskonzepten, schafft ein öffentliches Bewusstsein und hilft Händlern und Konsumenten, die Chancen der Digitalisierung zu ergreifen. Auf ihrer **Webseite** geben sie Antworten auf Fragen rund um Handel, Industrie und Städte.

### Fortbildungen zur Digitalisierung des Handels und der Städte

Das bcsd-Fördermitglied imakomm AKADEMIE bietet gemeinsam mit dem Zentrum für Digitale Entwicklung (ZDE) die Weiterbildung zum Smart City Expert (IHK) an. In 64 Unterrichtsstunden soll ein praxisnaher Überblick darüber gegeben werden, wie Smart Cities aufzustellen sind. Der Lehrgang ermöglicht, die eigene „Smart City-Strategie“ zu entwickeln, mit dem erlangten Wissen und den Stakeholdern vor Ort erfolgreich umzusetzen oder die bestehenden Ansätze mit neuen Bausteinen zu verfeinern. **Hier** erfahren Sie mehr.

Der Handelsverband Baden-Württemberg und VITAIL (gmv team, IFH Köln, bcsd-Fördermitglied Integrated Worlds) bieten gemeinsam eine Stadtmacher-Ausbildung mit insgesamt fünf Modulen an fünf Tagen an. Mission der Stadtmacher-Ausbildung ist die Nutzung der Chancen von lokalen und digital gestützten Community-Modellen. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Gutscheinaktionen unterstützen Einzelhandel und Gastro-Betriebe

Die Stadt Villach hat 150.000 Euro zur Verfügung gestellt, um den Bürgern 25 Prozent Rabatt auf den Kauf eines Stadt-Gutscheins zu erlassen. Das bedeutet, dass der Gesamtbetrag von 600.000 Euro zurück in den Innenstadt-Handel fließt. Wer einen Gutschein im Wert von 100 Euro kauft, muss nur 75 Euro bezahlen. So möchte die Stadt Villach den Einzelhandel in der Innenstadt in Zeiten von Covid-19 unterstützen. Der Wert der Gutscheine ist (bis maximal 300 Euro pro Person) frei wählbar. Um Betrug zu vermeiden, ist die persönliche Abholung Pflicht. **Hier** erfahren Sie mehr. In Wien erhalten Haushalte je 50- (Mehrpersonenhaushalte) bzw. 25-Euro-Gutscheine (für Single-Haushalte) für die Gastronomie. **Hier** erfahren Sie mehr. In Deutschland hat Peine Gastronomie-Gutscheine im Wert von 10 Euro per Postkarte an die Bürger verschickt. **Hier** erfahren Sie mehr. In Marburg sollen die 76.000 Bürger Gutscheine im Wert von 50 Euro (Kinder und Jugendliche) bzw. 20 Euro (Erwachsene) erhalten. **Hier** erfahren Sie mehr. Sicherlich sind solche Gutscheine auch eine Motivation, sich mit dem Erstwohnsitz zu registrieren. Einige weitere Gewerbe- und Stadtmarketingvereine sowie Werbegemeinschaften subventionieren den Kauf einer limitierten Zahl von Gutscheinen. Weitere Beispiele finden Sie **hier**.

## Zehn-Punkte-Programm Bochum für den Neustart



Ein in Bochum aufgelegtes Zehn-Punkte-Programm beinhaltet Bonussysteme für Kunden, kostenfreies Parken und Parkgebührenrückerstattung, kostenfreie Fahrradreinigung (siehe Foto), kostenfreien ÖPNV an bestimmten Samstagen, die Beratung von Händlern zu Hygienemaßnahmen, den Verzicht auf Sondernutzungsgebühren für Freisitze, die Unterstützung von Unternehmen bei der digitalen Transformation durch Beratungsangebote, den Aufbau eines

Marketingfonds für die City mit Beiträgen von Händlern und Stadt (die Stadt gibt drei Euro für jeden durch die Händler eingezahlten Euro, insgesamt bis zu 375.000), eine Open-Air-Galerie in der Innenstadt, die Überarbeitung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes zur (schnelleren) Aufwertung des Stadtraums, die Erstellung eines Konzepts zur Wiedereröffnung der Gastronomie sowie Logo und Claim für Solidaritätsaktionen. Insgesamt stehen mehr als zwei Millionen Euro zur Verfügung. **Hier** finden Sie das Zehn-Punkte-Programm. Die Kampagne „**Wo das WIR noch zählt**“ wirbt mit prominenten Köpfen für Solidarität und den Besuch der Innenstadt.

## Corona-Ticker

### Praxisbeispiele

Der Mund-Nasen-Schutz ist in Gastronomie und Handel Pflicht. Das von Berlin Partner geschaffene Portal **Alltagsmasken Berlin vereint Angebot und Nachfrage nach Masken**.

Die Insel Texel nutzt eine **App zur Besucherlenkung**.

Nagold bietet seinen Händlern und Gastronomen mit Hilfe des regionalen Digital Hub eine **virtuelle Weiterbildung zur Digitalisierung**.

NagoldPLUS ist ein **Live-Streaming-Angebot für die ganze Familie**. Partner sind u.a. der Cityverein, die Stadt und die Volkshochschule. Das Programm: Interviews, Sportkurse, Basteln, Kochen, Tipps fürs Gärtnern etc. und eine Mediathek, in der die Inhalte immer abrufbar sind.

Bochum Marketing begibt sich via Social Media auf die **Suche nach der „Goldenen Currywurst“**. Das virtuelle interaktive Stadträtsel bietet den Nutzern eine spannende Abwechslung in der aktuellen Situation und bietet gleichzeitig die Möglichkeit, die Stadt Bochum neu zu entdecken.

Bretten hat ein **städtisches Hilfsprogramm für Gewerbetreibende** aufgelegt. Die Stadt ersetzt bis zu 50% des Liquiditätsengpasses, bei max. 3.000 € pro Betrieb. Zudem wird die Gewerbesteuer gestundet und städtischen Gewerbetreibern die Miete teils erlassen oder auch gestundet.

**Destinationen werben mit günstigen Stornobedingungen um Gäste**. Auch erste Reiseversicherungen nehmen Corona als Grund für die Erstattung der Kosten auf.

Innsbruck und andere **Städte bewerben stärker die Natur und Ausflugsziele im Umland**.

In Berlin konnten Gastronomie-Betriebe die **Umwandlung von Parkplätzen bzw. Fahrbahnen in Gastroflächen online beantragen**.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH und weitere Partner unterstützen die Gastronomie mit der **Bereitstellung eines für die Gastronomen kostenfreien Reservierungssystems, das bereits vorab die verpflichtende Aufnahme der Kontaktdaten übernimmt**.

Umgang mit Großveranstaltungen: **Hamburg feiert den Hafengeburtstag digital**. Das **Beethoven-Jahr wird ins nächste Jahr verlängert**.

Weitere Praxisbeispiele finden Sie **hier**.

### **Hilfestellungen**

Angesichts der Lockerungen wurde der **Recovery-Check des Kompetenzzentrum Tourismus aktualisiert** und sagt dem Binnentourismus nun eine schnellere Erholung voraus.

In der Gastronomie gilt ab dem 01. Juli der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 7 %, begrenzt auf ein Jahr. Außerdem gibt es **Erleichterungen bei der Verlustverrechnung**. Absehbare Verluste sollen auf bereits geleistete Steuervorauszahlungen aus 2019 angerechnet werden.

Aufgrund von Quarantäne, Kinderbetreuung und Corona erlittene **Verdienstauffälle können nun online geltend gemacht und entschädigt werden**.

Der Deutsche Tourismusverband hat eine **Orientierungshilfe für den Betrieb von Ferienunterkünften** erstellt.

Das Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Handel bietet **kostenfreie Webinare zur Online-Präsenz für Händler**.

Das Handelsjournal gibt seinen Lesern Tipps, **was im Handel jetzt zu beachten ist**.

Die imakomm AKADEMIE GmbH sammelt **Beispiele zum Neustart des Standorts Innenstadt**. Darunter ist ein **Aktionsplan Innenstadt** der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg.

Das Netzwerk Innenstadt NRW sammelt ebenfalls **Beispiele, wie Städte und Unternehmen auf die Corona-Krise reagieren**. Dasselbe bietet auch die **Stiftung Lebendige Stadt** sowie das neu gegründete Netzwerk „**Die Stadtreiter**“.

### Aktuelle Informationen

Der Deutschlandfunk hat einen **Corona-Newsblog** eingerichtet

**Destinet.de befragt Tourismusakteure** zu den Auswirkungen von Corona, um neue Angebote und Services zu entwickeln.

### Panorama

Ein nicht ganz ernst gemeintes Video zeigt eine niederländische **Kellnerin bei der Übung mit Mindestabstand zu servieren**.

### Jobbörse

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Dülmen Marketing e.V.	<b>Citymanager/in (m/w/d)</b>	Nicht angegeben
Good Hood GmbH (Betreiber von nebenan.de)	<b>Senior Public Sector Specialist (w/m/d) für den Kontakt zu Kommunen</b>	Nicht angegeben
Stadtmarketing Bruchköbel GmbH	<b>Projektmitarbeiter/in (w/m/d) Baustellenmarketing und Innenstadtentwicklung</b>	30. Juni 2020
CIMA Beratung + Management GmbH	<b>Berater/in (m/w/d) für die Bereiche Einzelhandel und Stadtentwicklung am Standort Stuttgart</b>	30. Juni 2020
Stadt Dinslaken	<b>Mitarbeiter/in (w/m/d) für die Mitarbeit im Citymanagement</b>	12. Juni 2020
HAHNENKLEE tourismus marketing gmbh	<b>Mitarbeiter/in (w/m/d) im Bereich Veranstaltungsmanagement und Produktentwicklung</b>	10. Juni 2020
Stadt Heidelberg	<b>Sachbearbeitung (m/w/d) Einzelhandelsentwicklung</b>	07. Juni 2020
Stadt Frankenthal (Pfalz)	<b>Leitung (m/w/d) für die Stabsstelle Wirtschaftsförderung / Standortentwicklung / Tourismus</b>	07. Juni 2020
Wirtschaftsförderung Bocholt	<b>Projektmanager/in Wirtschaftsförderung (m/w/d)</b>	06. Juni 2020



## Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:

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

### Stadt Gaildorf



Im Nordosten Württembergs, am Rande des Schwäbischen Waldes, liegt die Stadt Gaildorf mit ihren rund 13.000 Einwohnern. Das City- und Stadtmarketing ist im Amt für Kultur, Tourismus und Stadtmarketing angesiedelt. Das Aufgabenfeld umfasst die Bereiche Wirtschaftsförderung, Presse- & Öffentlichkeitsarbeit, Innenstadtbelebung und Einzelhandelsförderung, sowie Kultur- und Eventmanagement. Ein regelmäßig tagender Stadtmarketing-Ausschuss tauscht sich aus, entwickelt Maßnahmen und

Konzepte und berät die Stadt. Die Digitalisierung des Einzelhandels und das Leerstandsmanagement sind derzeit die drängendsten Fragen. Darüber hinaus ist das Stadtmarketing bestrebt, den kulturellen Bereich weiter auszubauen. Neben der Organisation von größeren Veranstaltungen, wie Pferdemarkt, Floßfest, und Einzelhandels-Veranstaltungen sind auch Schlosskonzerte und Geschichtsvorträge im Alten Stall eine kulturelle Bereicherung für die Freizeitgestaltung der Gaildorfer Bürger. **Hier** erfahren Sie mehr.

### Stadt Ludwigslust



Der Bereich Stadtmarketing zählt in der Stadt Ludwigslust zum Fachbereich Wirtschaftsförderung, Tourismus und Kultur im Büro des Bürgermeisters. Fünf Mitarbeiter kümmern sich um die Schwerpunkte Tourismus und Kultur, Innenstadtbelebung, Kontaktpflege zu Unternehmen, die Ermöglichung neuer Ansiedlungen sowie die Präsentation der Stadt auf Messen. Für den Themenbereich Stadtmarketing wurde im Jahr 2020 eine neue Mitarbeiterin eingestellt. Bis dahin lagen die nun

separierten Aufgaben des Stadtmarketings beim Wirtschaftsförderer. Im Bereich Stadtmarketing stehen die Zusammenarbeit mit den lokalen Gewerbetreibenden, vielfältige Maßnahmen zur Verbesserung der Verweildauer sowie die Aufenthaltsqualität in der Stadt, die Vermarktung der Stadt und die Belebung des Wochenmarktes im Fokus. Neben der Digitalisierung ist auch die Gewinnung von Multiplikatoren für gemeinsame Projekte für Ludwigslust eine Herausforderung. So stehen neben der Weiterentwicklung der Onlineplattform [www.einkaufslust.de](http://www.einkaufslust.de) auch ein stärkeres Online Marketing im Fokus. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

## atalanda

### atalanda

atalanda stellt Städten Online-Marktplätze und Stadtgutschein-systeme bereit, auf denen die lokalen Betriebe ihre Produkte, Dienstleistungen und Gutscheine anbieten. So werden lokale Stärken mit den Vorzügen des Internets kombiniert. Jeder Teilnehmer profitiert von der SEO-Power durch die Gemeinschaft, die die Angebote bei den Suchmaschinen ganz nach vorne bringt. Händler präsentieren ihr Sortiment, so dass Kunden bereits im Internet die Produkte durchstöbern und bestellen können, innerhalb der Stadt oft mit Lieferung am selben Tag. Auch Speisen & Getränke können online angeboten und geliefert werden. Bei Dienstleistern buchen Kunden online ihren Wunschtermin. Das Stadtgutscheinssystem ist voll integriert und automatisiert. Es beinhaltet auch ein Arbeitgebermodul. Zusätzliche Hardware ist nicht notwendig.

Neben dem Online-Shopping gehören auch der Anschluss von Warenwirtschaftssystemen, die Anzeige von Veranstaltungen, die automatische Synchronisation mit Google My Business und Facebook, ein Preismonitor und eine umfangreiche Schnittstelle zum Funktionsumfang. atalanda ist in über 30 Städten und in drei Ländern aktiv. Das Unternehmen stellt seine Technologie auch Partnern als Software as a Service zur Verfügung. **Hier** erfahren Sie mehr.

## immovativ GmbH



immovativ

Wir digitalisieren Stadt- und Regionalentwicklung

Die immovativ GmbH ist ein IT-Dienstleister und Beratungsunternehmen für Kommunen und Wirtschaftsförderungen. Im Fokus steht die Digitalisierung von Stadt- und Regionalentwicklung. Mit der Innenentwicklungssoftware aREAL®, innovativen Produkten für Kommunalverwaltungen und dem Betrieb der kommunalen Immobilienplattform (KIP) bildet die immovativ GmbH das gesamte Spektrum von digitaler Innenentwicklung bis zum Standortmarketing ab.

Mit KIP | Die kommunale Immobilienplattform hat die immovativ GmbH eine Lösung entwickelt, mit der Kommunen, Kreise und Wirtschaftsregionen ein eigenes Portal zur Darstellung des lokalen Immobilienmarktes betreiben können. aREAL® und KIP bilden die Grundlage für Kommunen und Wirtschaftsförderungen, um sich den Herausforderungen des Immobilienmarktes der Zukunft zu stellen und das Standortmarketing digital voran zu bringen.

Die immovativ GmbH wurde 2019 mit dem Digital Champions Award in der Kategorie „Digitales Kundenerlebnis“ in der Region Mitte-West ausgezeichnet. Dieser Preis wird gemeinsam von der Deutschen Telekom und der Wirtschaftswoche vergeben. Das Software-Unternehmen wird zudem im Tech Boost-Programm der Deutschen Telekom gefördert und hat im Mai 2020 mit verschiedenen Partnern die Initiative „Die Stadttretter“ als Best-Practice-Netzwerk ins Leben gerufen. Weitere Informationen sind **hier** hinterlegt.

## Fördermitglieder der bcsd

### Integrated Worlds GmbH



**Integrated Worlds**

Wir verbinden Welten.

Wir von der Integrated Worlds GmbH verfolgen ein ehrgeiziges Ziel: die digitale Vernetzung der Städte und Regionen mit der Integrierung von organischen Welten (Handel, Gewerbe, Vereine, Stadt, etc.) und Individualwelten

(Bürger, Besucher). Hierfür entwickeln und betreiben wir gemeinsam mit allen Beteiligten (Stadt, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Handel, Gewerbe, Vereine usw.) ganzheitliche Marketingkonzepte aus traditionellen und digitalen Maßnahmen zur Belebung der Innenstädte. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

## Der Trend der Zukunft

*Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd*

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse können aktuell nicht stattfinden. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendexplorer. Nähere Informationen zum Trendexplorer finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: **schomburg@trendone.com**.

## Fußball vom Parkplatz aus schauen



Der dänische Fußballverein FC Midtjylland hat ein Konzept vorgestellt, mit dem die Saison trotz Pandemie wieder aufgenommen werden könnte, wobei sogar Zuschauer in gewisser Form an den Spielen teilnehmen können. Aufgrund des hohen Infektionsrisikos sollen die Fußballspiele eigentlich vor leeren Rängen, als sogenannte Geisterspiele, stattfinden. Der Klub hat nun vorgeschlagen, auf den Parkplätzen vorm Stadion Leinwände aufzubauen, sodass die Fans in Autos anreisen, das Spiel auf den Leinwänden sehen und auf einer eigenen Radiofrequenz hören können. Durch Autohupen sollen auch die Spieler die Illusion von gefüllten Zuschauerrängen erhalten.

### Hotel verwandelt sich in Pop-up-Restaurant



Der Schwede Klas Tryborn hat in der Stadt Lidköping ein Hotel in ein Pop-up-Restaurant verwandelt, um Menschen in Coronazeiten die Möglichkeit zu geben, einen restaurant-ähnlichen Besuch zu erleben. Bis zu 67 Hotelzimmer wurden mit Tischen und Stühlen zu so genannten „Pop-up-Restaurants“ verwandelt, die interessierte Personen mieten können. Essensbestellungen lassen sich über ein vordefiniertes Menü vom Zimmer aus über die Hotelrezeption aufgeben und auf das Zimmer liefern, wo es in entspannter und privater Atmosphäre ansteckungssicher verzehrt werden kann.

### Virtuelles Bierfass füllen



Die dänische Bierbrauerei Carlsberg hat eine Werbekampagne veröffentlicht, die Menschen dazu aufruft, ein virtuelles Fass zu füllen, das nach den Lockerungen der Ausgangsbeschränkungen in der Lieblingsbar genossen werden kann. Die Aktion soll kleine gastronomische Betriebe und Lokalitäten finanziell bei der Bewältigung der Covid-19-Pandemie unterstützen. Interessierte können dafür ein Carlsberg-Bier in den eigenen vier Wänden trinken und den Barcode scannen. Vier eingescannte Codes sind äquivalent zu einem virtuellen Fass, das kostenlos in der präferierten Bar getrunken werden kann, wenn die Türen wieder öffnen.

### 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@bcasd.de](mailto:office@bcasd.de)!

#### (Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

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

**Europäische Innovationshauptstadt**, Europäische Kommission, bis 23. Juni 2020

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

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

**Pilotphase Kleinstadtakademie**, Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI) und das Bundesinstitut für Bau- Stadt- und Raumforschung (BBSR), bis 15. September 2020

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

Hier finden Sie [regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

**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](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**.

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.