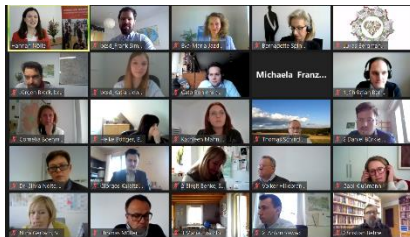


# Newsletter 05-2021

## bcsd Sommerakademie – jetzt anmelden!



Wir laden Sie herzlich ein zur zweiten Auflage der bcsd Sommerakademie, die vom 23. bis 25. Juni 2021 stattfindet. An den drei Thementagen der digitalen Tagung zu „Stadtmarketing aktuell“, „Berufsbild Stadtmarketing“ und „Kompetenzwerkstatt Stadtmarketing“ möchten wir gemeinsam mit Ihnen das Stadtmarketing der Zukunft denken und uns dazu zahlreiche Impulse aus Wissenschaft und Praxis holen. Freuen Sie sich unter anderem auf:

- Prof. Dr. Sebastian Zenker, Experte für Markenbildungsprozesse in Städten und Regionen, der in seiner interaktiven Keynote erläutern wird, wie das Stadtmarketing die Transformation unserer Städte über die aktuelle Krise hinaus ausgehend von der eigenen Stadtidentität organisiert und steuert
- den renommierten Kulturmanager Prof. Dr. Oliver Scheytt, der im Interview aufzeigen wird, wie sich die Aufgabenbereiche des Stadtmarketings aktuell verändern und wie Mitarbeiter\*innen und Ehrenamtliche in diesem Rahmen für das Stadtmarketing begeistert und die tägliche Arbeit motiviert werden können
- zahlreiche erfolgreiche Projekte aus der Praxis im beliebten 5:1:5 Format
- jede Menge Gelegenheiten zum Erfahrungsaustausch am virtuellen Lagerfeuer.

Bindeglied und Kernstück der drei Tage wird ein **gemeinsamer Workshop für alle Teilnehmer\*innen** sein: Mit der Deutschen Stadtmarketingbörse 2020 hat unser Netzwerk die Landkarte und Agenda des Stadtmarketings 2021-2030 erschaffen, nun wollen wir die Stadtmarketingorganisation von Morgen bauen, die in der Lage sein wird, diese erarbeiteten ToDos auch erfolgreich umzusetzen.

Seien Sie dabei und gestalten Sie die Sommerakademie aktiv mit! Die Anmeldung ist ab sofort unter [www.stadtoptimisten.de](http://www.stadtoptimisten.de) möglich, das Programm finden Sie **hier**. Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!

## Das war der Deutsche Stadtmarketingtag 2021



Über 300 Stadt- und Citymarketingverantwortliche nahmen am 20. April und 04. Mai am Deutschen Stadtmarketingtag 2021 teil, der pandemiebedingt erstmals online stattfand. Die Veranstaltung widmete sich unter dem Titel „Stresstest Pandemie und die gemeinsame Zukunft unserer Städte“ den aktuellen Fragestellungen und Herausforderungen, vor denen die Stadtentwicklung, das Stadt- und Citymarketing

Herausforderungen, vor denen die Stadtentwicklung, das Stadt- und Citymarketing

## Themen

### Seite 1

[bcsd Sommerakademie](#)

[Das war der Deutsche Stadtmarketingtag](#)

### Seite 2

[Offene Stellen in der bcsd](#)

### Seite 3

[Umfrageergebnisse Deutscher Stadtmarketingtag](#)

[Best Practice Datenbank Stadtimpulse](#)

[Umfrage Zukunftsfeste Innenstädte](#)

### Seite 4

[OB-Barometer 2021](#)

### Seite 5

[Neues von der GEMA](#)

[Shoppingtourismus als Chance](#)

### Seite 6

[Leitfaden Stadtexperimente](#)

[Leitfaden Fußgängerzonen](#)

### Seite 7

[Zukunft Innenstadt – hessisches Förderprogramm gestartet](#)

[Innovationsräume in Kommunen](#)

### Seite 8

[Hamburg 2040 und Zukunftswerkstatt](#)

[Wirtschaftsförderung 2025](#)

[Preisträger Bundespreis Kooperative Stadt](#)

### Seite 9

[Stadt:Pilot zum öffentlichen Raum](#)

[Corona-Ticker](#)

### Seite 10

[Jobbörse](#)

### Seite 11

[Fördermitglieder](#)

### Seite 12

[Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder](#)

### Seite 14

[Der Trend der Zukunft](#)

### Seite 15

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

[ICR-Termine](#)

### Seite 16

[Terminkalender](#)

und die Gesellschaft insgesamt stehen und beleuchtete diese mit einer gelungenen Mischung aus wissenschaftlichen Beiträgen und praktischem Input - von direkt umsetzbaren, kleinteiligen Maßnahmen bis hin zu übergeordneten Strategien, Trends und Transformationen. Die Dokumentation der Veranstaltung ist den Teilnehmer:innen bereits zugegangen. Frei zugänglich ist die Eröffnung durch Bernadette Spinnen, die Sie **hier** finden.

### Freie Stellen in der bcsd-Geschäftsstelle zu besetzen

In der bcsd-Geschäftsstelle in Berlin sind zwei Positionen (neu) zu besetzen. Zum einen ist die Stelle des „**Volontariats zur Assistenz der Geschäftsführung (m/w/d)**“ vakant. Diese Stelle hat sich über die Jahre bewährt und richtet sich an Studienabgänger, die ihre ersten Berufserfahrungen sammeln und sich weiterbilden möchten. Darüber hinaus wird die Stelle „**Referent:in Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations (m/w/d)**“ neu geschaffen. Wir suchen eine kommunikative Persönlichkeit, die mit ihrer einschlägigen Berufserfahrung und mithilfe ihres Netzwerks unseren Themen noch mehr Gehör verschaffen soll. Wir freuen uns, wenn Sie die Stellen geeigneten Kandidat:innen (m/w/d) weiterempfehlen.

### ANZEIGE



The advertisement features a collage of images showing illuminated geometric shapes (stars, cubes, spheres) in various settings, including a street at night and an indoor space. A logo for '8 seasons design' is visible in the top right corner of the collage. Below the collage, the text reads: 'BELEUCHTUNG FÜR IHRE INNENSTADT Das ganze Jahr über!' and 'www.8-seasons-design.de'. To the right of the text, there are two more illuminated cubes.

[www.8-seasons-design.de](http://www.8-seasons-design.de)

## Umfrageergebnisse Deutscher Stadtmarketingtag



Die Teilnehmer:innen des Deutschen Stadtmarketingtags 2021 gaben während der Veranstaltung in Form einer kurzen Ad-hoc-Umfrage Auskunft über ihre Bewertung der aktuellen Lage des Stadtmarketings. Sehr deutlich und erfreulich stellte die Mehrzahl der Befragten fest, dass der Stellenwert des Stadtmarketings seit Beginn der Pandemie zugenommen hat. Ebenso sieht sich eine große

Mehrheit gut für die zukünftigen, wachsenden Aufgaben gewappnet. Häufig sind sogar neue Einstellungen geplant und teils deutliche Steigerungen des Budgets zu erwarten. Dies ist auch dringend nötig, werden fehlendes Personal und Budget - nach dem fehlenden Konsens der verschiedenen Akteure - doch als die größten Herausforderungen für die Transformation der Innenstadt genannt. Vielen Bereichen der Stadtmarketingarbeit wird ein Revival oder gar Bedeutungsgewinn vorhergesagt, Skepsis herrscht aber noch, ob sich Großveranstaltungen so schnell wieder etablieren. Alle Ergebnisse von Tag 1 finden Sie [hier](#). Alle Ergebnisse von Tag 2 finden Sie [hier](#).

## Best Practice Datenbank „Stadtimpulse“ gestartet



Gemeinsam mit dem Deutschen Städte- und Gemeindebund, dem Handelsverband Deutschland und dem Deutschen Städtetag haben wir unter Projektleitung der CIMA Beratung + Management GmbH den zertifizierten Projektpool „Stadtimpulse“ ins Leben gerufen, der durch das bayerische Wirtschaftsministerium gefördert wird. Er vereint aktuell 27 Beispiele aus Innenstadt, Handel und städtischem Leben und wird monatlich um etwa drei bis fünf Projekte wachsen. Darüber informiert ein monatlicher Newsletter. Die Projektbeschreibungen sind frei zugänglich und so

aufbereitet, dass sie zum Nachmachen anregen und dazu Tipps und Kontakte bereitstellen. **Hier** finden Sie die Übersicht. Wir freuen uns zudem, wenn Sie uns Ihre eigenen Vorschläge für die Aufnahme an [simon@bcسد.de](mailto:simon@bcسد.de) oder [stadtimpulse@cima.de](mailto:stadtimpulse@cima.de) zusenden. Dazu reicht eine kurze Projektskizze mit maximal 200 Wörtern zunächst völlig aus. Wenn es Ihr Projekt dann in die Vorauswahl geschafft hat, werden wir Sie um weitere Informationen bitten.

## Umfrage „Zukunftsfeste Innenstädte“



Am vergangenen Mittwoch haben wir die von der imakomm AKADEMIE koordinierte Studie „Zukunftsfeste Innenstädte“ versendet, die auch von zahlreichen Industrie- und Handelskammern in Deutschland, dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag, dem Deutschen Städtetag, dem Deutschen Städte- und Gemeindebund, dem City-Management Verband Ost und dem Deutschen Verband der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften unterstützt wird. Wir erinnern Sie herzlich

daran, sich zu beteiligen und so zu einem möglichst aussagekräftigen Ergebnis beizutragen. Davon profitieren auch Sie, da die Teilnehmer:innen vorab die wichtigsten Ergebnisse zur Verfügung gestellt bekommen. Im Anschluss soll ein praxisorientierter Handlungsleitfaden abgeleitet und zur Verfügung gestellt werden. **Hier** können Sie mitmachen.

### OB-Barometer: Innenstädte werden wichtiger

Die jährliche Befragung des Deutschen Instituts für Urbanistik zu den wichtigsten Themen der Stadt aus Sicht der Oberbürgermeister:innen fand in diesem Jahr erstmals unter Eindruck der Corona-Pandemie statt. Wenig überraschend dominiert die pandemiebedingte Krise mit ihren Folgen die Liste der größten Aufgaben. Anschließend stehen dort Klima / Nachhaltigkeit und Mobilität sowie die Digitalisierung. Das Thema Innenstadtentwicklung hat einen enormen Bedeutungsschub erfahren. Das ist erfreulich, wird so doch auch der Arbeit des Stadt- und Citymarketings mehr Bedeutung zugemessen. Die Umfrage zeigt aber auch, dass die Pandemie bestehende Fehlentwicklungen verschärft hat. **Hier** erfahren Sie mehr.

### ANZEIGE

**Führen Sie Ihren Stadtgutschein  
in die digitale Zukunft**

- Cent-genau einlösen per App/Webseite
- Automatische Abrechnung (zugleich liegt das Geld auf Ihrem Bankkonto)
- Professionelles Arbeitgeberportal
- Kostenlos starten (Keine Einrichtungskosten, keine monatlichen Kosten, kein Anteil am Restguthaben, es fällt nur eine geringe Transaktionsgebühr an)

Corona-Förderprojekte  
einfach & sicher umsetzen

**Unverbindliche  
Systemvorstellung  
vereinbaren**

Sie möchten Ihren bestehenden Papiergutschein umstellen oder in Ihrer Stadt einen lokalen Stadtgutschein neu etablieren? Wir unterstützen Sie mit der Erfahrung aus über 60 Partnerstädten.

Mit **stadt Guthaben** wird es Ihre **Stadt gut haben**.



[www.stadt Guthaben.de](http://www.stadt Guthaben.de)

## Neues von der GEMA: Ende der Kulanz und Fußball-Europameisterschaft



Die GEMA informiert, dass sie die auf Kulanz beruhende Corona-Gutschriftaktion für behördlich veranlasste Schließungszeiten zum 31. Mai 2021 einstellt. Betriebe / Musiknutzer:innen haben nur noch bis zum 10. Juni 2021 Zeit, Anträge für Gutschriften, die den Zeitraum 01.01.21 - 31.05.21 betreffen, zu stellen und ihre Schließungszeiten im Onlineportal der GEMA unter [www.gema.de/portal](http://www.gema.de/portal) anzugeben. Betriebe, die aufgrund der behördlichen Anordnungen nach wie vor keine Öffnungsperspektive und

keinen Anspruch auf die staatliche Überbrückungshilfe III haben, können sich weiter an die GEMA unter [kontakt@gema.de](mailto:kontakt@gema.de) wenden. Sofern die GEMA-Vergütung existenzbedrohend ist, wird die GEMA prüfen, ob weiterhin eine freiwillige Kulanzregelung gewährt werden kann. Die meisten Betriebe, die ihre GEMA-Verträge gekündigt hatten, sind hiervon nicht betroffen, sollten allerdings nicht versäumen, der GEMA die Musikknutzung vor der Betriebswiedereröffnung zu melden und einen neuen GEMA-Vertrag abzuschließen. Sämtliche weiterführenden Informationen sowie FAQs können Sie [hier](#) abrufen.

Die Fußball-EM steht in Kürze bevor. Viele Gastronom:innen sowie sonstige Nutzer:innen werden wieder einen Fernseher aufstellen und die Spiele vom 11. Juni bis zum Finale am 11. Juli 2021 übertragen. Auch zu diesem Turnier gibt es wieder einen Sondertarif der GEMA für Großbildschirme. Aber Achtung: In vielen Fällen ist der reguläre Fernsehtarif (für 2 Monate) günstiger als der GEMA-Sondertarif! Dies gilt insbesondere, wenn kleinere TV-Geräte (bis 106 cm Bild diagonal = 42 Zoll) aufgestellt werden. Weitere Details entnehmen Sie bitte dem [hier](#) verlinkten Merkblatt „Fußball-EM 2021 – Fakten und Konditionen zur TV-Übertragung“.

## Shoppingtourismus als Chance für den Einzelhandel



Zaghaft werden die ersten touristischen Aktivitäten in Deutschland wieder möglich und der stationäre Einzelhandel angesichts sinkender Inzidenzen wieder leichter zugänglich. Passend dazu wurde eine Mischung aus Studie und Leitfaden vom Bayerischen Wirtschaftsministerium herausgegeben: Shoppingtourismus als Chance für Einzelhandel und Innenstädte in Bayern. Die Gäste von außerhalb schätzen ein attraktives Angebot an Läden vor Ort und sind vielerorts ein wichtiges Kundensegment, dessen Rückkehr zur Erholung der

Geschäfte beitragen dürfte. Wie das noch besser gelingen kann und was dafür zu tun ist, dazu gibt die Publikation Hinweise. [Hier](#) finden Sie das Dokument zum Download.

Zur Zukunft des Einzelhandels läuft derzeit die Umfrage Handel 2030, die Teilnahme ist für Händler:innen aus ganz Deutschland möglich. Wir freuen uns, wenn Sie in Ihrer Stadt dafür werben. [Hier](#) gelangen Sie zur Umfrage.

Ein Projekt, das möglicherweise bald ähnlich in mehreren Innenstädten zu finden sein wird, ist die Fashionbox.mg, die von Zukunft des Einkaufens vorgestellt wird. Dabei wurde in Mönchengladbach

durch die Wirtschaftsförderung ein Ladenlokal eingerichtet, das als Paketannahmestation fungiert, aber mit ansprechender Einrichtung und Service (Umkleidekabinen, Retourenmöglichkeit, Entsorgung der Verpackung, Gastronomie) besticht. **Hier** erfahren Sie mehr.

In Ahaus startete mit dem Aufhaus ein Einkaufsort, der 365 Tage im Jahr 24 Stunden geöffnet haben und ohne Personal auskommen soll. Besucher:innen checken mit dem Smartphone ein, erhalten damit Informationen und bezahlen am Ende damit. Das Softwareunternehmen Tobit bietet dazu mit einem etwa tausend Quadratmeter großen ehemaligen Leerstand die Rahmenbedingungen. Die Waren stammen von professionellen Händler:innen und Hersteller:innen, aber auch von Privatpersonen. Das Projekt wird von den Macher:innen als erste begehbare Online-Plattform bezeichnet, aber auch als Kombination aus Ausstellung, Kaufhaus, Marktplatz und Treffpunkt. **Hier** erfahren Sie mehr zum Konzept. **Hier** finden Sie die Homepage des Projekts.

### Leitfaden für Stadtexperimente und Stadterrassen zum Ausleihen



Das Zukunftsnetz Mobilität NRW bietet seinen Mitgliedskommunen Stadtmobiliar zum Ausleihen. So können beispielsweise sogenannte „Stadterrassen“ auch bekannt als „Parklets“ temporär am Straßenrand installiert werden und dort im Rahmen eines mindestens dreiwöchigen Modellversuchs die alternative Nutzung eines Parkplatzes bzw. die Erhöhung der Aufenthaltsqualität erprobt werden. **Hier** finden Sie weiterführende Informationen dazu, inklusive eines **Möbelkatalogs** und einem Bericht vom **Pilotprojekt**

**in Mönchengladbach** im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche. Ein **Leitfaden** mit Best-Practice-Beispielen, Anleitungen und Checklisten gibt Hinweise zu Mobilitätsexperimenten, die die Aufenthaltsqualität steigern sollen und auch zum Umgang mit Gegner:innen. Zu den darin vorgestellten Beispielen gehören etwa die Einrichtung oder Erweiterung von Fußgängerzonen und verkehrsberuhigten Bereichen. Häufig dient die **Europäische Mobilitätswoche** als Anlass, angedachte Veränderungen auszuprobieren und zu evaluieren, nicht selten werden aus den Experimenten dauerhafte Lösungen. Aachen nutzte die Woche beispielsweise um den Theaterplatz, der derzeit im Rahmen des **Reallabor Theaterplatz** mit viel Aufwand und Bürgerbeteiligung umgestaltet wird, für Autos zu sperren und alternative Nutzungen auszuprobieren.

### Leitfaden zur Belegung von Fußgängerzonen erschienen



Die CIMA Beratung + Management GmbH hat die vom Handelsverband Bayern herausgegebene und vom bayerischen Wirtschaftsministerium geförderte Publikation „Quo vadis Fußgängerzone – Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren für den Wirtschaftsstandort Fußgängerzone in Klein- und Mittelstädten Bayerns“ erarbeitet. Diese enthält eine Checkliste für erfolgreiche Fußgängerzonen und beschreibt Erfolgsfaktoren wie Nutzungen, Erreichbarkeit, Aufenthaltsqualität, Marketingaktivitäten sowie Struktur und Dimensionierung.

Darüber hinaus werden fünf gute Beispielstädte vorgestellt. Die Empfehlungen basieren auf einer Befragung, die in Bayern durchgeführt wurde. **Hier** finden Sie die Publikation.

## Hessenplan Teil I ist gestartet: Wirtschaftsminister Al-Wazir stellt beispielgebendes Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“ vor (40 Mio. €)

Das Landesförderprogramm „Zukunft Innenstadt“ in Hessen startete am 26. Mai mit der ersten Runde, für die insgesamt 12,25 Mio. € bereitstehen. Das Programm, das mit den Partnern des im Dezember gegründeten „Bündnis Innenstadt“ entwickelt wurde, soll den Innenstädten den Neustart aus der Pandemie heraus ermöglichen. Insgesamt stehen im „Neuen Hessenplan“ für die Stärkung der hessischen Innenstädte bis 2023 bis zu 40 Mio. € zur Verfügung. Es richtet sich an alle hessischen Kommunen, unabhängig von deren Größe. Das Landesprogramm und der zusätzlich ausgelobte Kommunalpreis enthalten ein Innenstadtbudget, das die Kosten der von den Kommunen vorgeschlagenen Maßnahmen mit einem Landesanteil zwischen 80 und 90 Prozent fördert. Für das Innenstadtbudget stehen pro Kommune maximal 250.000 € Landesmittel zur Verfügung. Bis Ende Juni können Städte und Gemeinden ihr Interesse bekunden und mögliche Projekte nennen, die sie gerne umsetzen würden. Ein Gremium aus Vertreter:innen des „Bündnis für die Innenstadt“, zu dem auch unsere Landessprecherin Anke Jansen und ihr Stellvertreter Jan-Bernd Röllmann gehören, entscheidet über die Vergabe der Mittel, erst dann erfolgt der offizielle Antrag der jeweiligen Kommune. Mit dem Kommunalpreis werden dann aus allen Anträgen drei herausragende Ideen zusätzlich mit 500.000 €, 750.000 € und 1 Mio. € prämiert. „Es geht uns um kreative Ansätze, um Experimente und neue Ideen für unsere Innenstädte. Wir rufen die Städte und Gemeinden bewusst auf, mutig zu sein [...] Es geht uns darum, dass diejenigen ihre Ideen verwirklichen können, die ihre Gemeinde oder Stadt am besten kennen,“ so Minister Al-Wazir. Er kündigte weiterhin an, dass es nach der ersten Förderrunde weitere Ausschreibungen mit anderen inhaltlichen Schwerpunkten geben wird. Das Förderprogramm und die dazugehörige Mail können Sie **hier** einsehen. In weiteren Bundesländern wie **Bayern, Brandenburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen** und **Rheinland-Pfalz** bestehen teils sogar mehrere neu geschaffene Fördermöglichkeiten und Wettbewerbe mit ganz unterschiedlichen Ansätzen und Volumina, oder sie sind geplant. Das Thema Fördermöglichkeiten wird auch den Vorstand sowie die Landesbeauftragten der bcsd beschäftigen, die sich zum Erfahrungsaustausch hierzu treffen, um Optimierungspotenziale zu analysieren.

## Untersuchung zu Innovationsräumen in Kommunen

Das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation hat die Studie „Kommunale Innovationsräume für Zukunftskommunen“ veröffentlicht. Innovationsräume, also etwa Maker Spaces, Hacker Spaces, Fab Labs, Digitallabore etc., sollen durch neue Ansätze der Zusammenarbeit von Wirtschaft, Kommune und Zivilgesellschaft neue Ideen und damit Mehrwerte erzeugen. Zudem entsteht eine neue Kultur der Zusammenarbeit. Einige Beispiele für Innovationsräume in deutschen Städten stellt die Studie vor und analysiert Erfolgsfaktoren. Zu diesen gehören die interdisziplinäre Ausrichtung, der Einbezug der Bürger:innen, einfache Prozesse, eine gute Fehlerkultur, Wertschätzung, ein modulares Raumsystem und die regionale Vernetzung mit Wirtschaftsakteuren. **Hier** finden Sie die Publikation.

## Hamburg 2040 und Zukunftswerkstatt Fulda

Die Handelskammer Hamburg regt mit der **Landingpage Hamburg 2040** zur Diskussion über die Stadt der Zukunft an. Dabei wird der Dialog mit allen Bürger:innen gesucht. Die blog-ähnlich aufgebaute Website lässt für die Zukunftsvisionen Personen aus dem wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leben zu Wort kommen, die ihre Ideen und Forderungen darlegen. Sie sammelt zudem gelungene Beispiele aus anderen Städten. Eine **Beteiligungsplattform** nimmt die Projektideen aus der Bürgerschaft zu Schwerpunktthemen auf.

In Fulda wurde mit der **Zukunftswerkstatt Fulda** eine Online-Plattform zur Bewertung und Belegung der Innenstadt eingerichtet, in der interessierte Nutzer:innen ihre Ideen für das Zentrum in verschiedenen Kategorien einbringen können.

## Wirtschaftsförderung 2025

Das Beratungsunternehmen Moduldrei hat über 300 Wirtschaftsförderer zum Einfluss der Pandemie auf ihre Arbeitsweise und die Relevanz der Themen befragt. 80 Prozent der Befragten aus Wirtschaftsförderungen geben an, dass sie nicht mehr wie vor der Pandemie arbeiten werden. Insgesamt wird die Arbeitsweise digitaler und agiler, nicht zuletzt durch die inzwischen eingeübten Videokonferenzen und -beratungen, Homeoffice, hybride Events und Kollaborationstools. Darüber hinaus gewinnen über die Klassiker Fachkräftesicherung und Flächenvermarktung die Themen Digitalisierungsberatung und Einzelhandel an Bedeutung. Über drei Viertel der Befragten blicken optimistisch in die Zukunft und glauben an eine schnelle wirtschaftliche Erholung ihres Standorts. Die Ergebnisse können Sie **hier** herunterladen.

## Preisträger Bundespreis Kooperative Stadt



Mit dem Bundespreis kooperative Stadt zeichnete die Nationale Stadtentwicklungspolitik erstmals Kommunen aus, die durch verschiedene Aktivitäten und Beispiele die Arbeit von Bürger:innen, Vereinen, Nachbarschaftsgruppen und soziokulturellen Akteur:innen aktiv fördern und so zu einer breiten Mitwirkung am und Mitgestaltung von Stadtraum beitragen. Prämiert wurde die Zusammenarbeit von Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft mit dem Ziel

rechtliche, politische und strukturelle Standards der Kooperation zu etablieren, neue Möglichkeitsräume zu eröffnen und die Akteursvielfalt in Städten zu erhöhen. **Hier** finden Sie die 13 Preisträger:innen sowie die sieben Kommunen, die eine Anerkennung erhielten.



## Stadt:Pilot zum Thema Öffentlicher Raum



Nicht erst seit der Pandemie, aber seitdem besonders, wird die Bedeutung des öffentlichen Raums für die Lebensqualität in der Stadt wahrgenommen. Die neue Ausgabe des Magazins der Nationalen Stadtentwicklungspolitik stellt die im Rahmen des Wettbewerbs „Post Corona Stadt“ geförderten Projekte und zahlreiche weitere Beispiele zur Belebung der Städte vor. Oft wird dabei ein partizipativer Ansatz verfolgt, bei dem die Transformation der Stadt gemeinsam mit ihren Akteuren gelingt. **Hier** finden Sie das aktuelle Heft.

## Corona-Ticker

### Praxisbeispiele

Neckarsulm hat einen **10 Punkte Plan zur Belebung der Innenstadt** verabschiedet.

Heilbronn läuft den **Trollinger Marathon „virtueal“**.

Mehrere Städte starten **Kampagnen, um für Impfungen gegen Covid-19 zu mobilisieren**.

Der Sauerland Tourismus e.V. wirbt verstärkt für **Mikro-Abenteuer, die sich an die Bevölkerung vor Ort richten**.

In Lahr können Kunden **Waren direkt aus den Schaufenstern der Geschäfte bestellen**.

Die Stadt Warburg und die örtliche IHK **werben gemeinsam mit einem Kabarettisten für den Einkauf vor Ort**.

In Nidderau wird das **für das Stadtfest vorgesehen Budget der Stadt an Vereine ausgeschüttet**, die sich um Kinder kümmern oder wegen der Pandemie in eine finanzielle Schieflage geraten sind.

Die Innenstadtakteure in **Kehl informieren per Aushang über die aktuell geltenden Corona-Regeln**.

Der örtliche Handelsverein und das Stadtmarketing suchen in Uelzen **eine:n Influencer:in für den neu gestarteten Instagram-Kanal Uelzen Lokal**.

Das Citymarketing Fulda, die IHK und DEHOGA starteten eine gemeinsame **Befragung der Bürger:innen der Region zu Akzeptanz der Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung und der Öffnungen in den Bereichen Einzelhandel, Events und Gastronomie** sowie zu alternativen Konzepten.

In Rheine findet ein **Schaufenster-Kino** statt. In den Schaufenstern von 12 Geschäften werden Kurzfilme unterschiedlicher Genres in Dauerschleife laufen. Der Ton wird über UKW übertragen. Unterstützt wird die Aktion unter anderem von „Die Linse – Verein zur Förderung kommunaler Filmarbeit“. **Hier** erfahren Sie mehr.

In Pforzheim wird ein **virtueller Verkaufsoffener Sonntag** durchgeführt. **Hier** finden Sie ein Interview dazu.

### Hilfestellungen

Im Rahmen des Hackathons Update Deutschland wurden **400 Lösungsansätze für die aktuellen Herausforderungen in der Krise und darüber hinaus** vorgestellt, die Sie hier ansehen, kommentieren und unterstützen können.

Der kürzlich erschienene **Heimatbericht der Bundesregierung** weist nicht nur anhand unterschiedlicher Indikatoren aus, welche Kreise und kreisfreien Städte strukturstark oder strukturschwach sind, sondern zeigt auch bereits erste Folgen der Corona-Pandemie auf Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit auf.

Eine Arbeitshilfe der Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg zeigt **Möglichkeiten digitaler Jugendbeteiligung** auf.

Die Bundesregierung hat einen **Sonderfonds für die Kultur** in Höhe von 2,5 Milliarden Euro bewilligt. Dieser besteht aus Wirtschaftlichkeitshilfen und Ausfallabsicherungen. Unter anderem sollen dadurch Tickets zu Kulturveranstaltungen bezuschusst werden, um diese trotz der geltenden Einschränkungen profitabel gestalten und anbieten zu können. Größere Veranstaltungen sollen bei Absage oder Verschiebung wegen der Pandemie ebenfalls finanziell unterstützt werden, um so Planungssicherheit zu geben und zu ermutigen, große Veranstaltungen zu planen.

### Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Lübeck)	<b>Projektassistent*in / Berater*in (m/w/d) für das Themenfeld Handel</b>	31.07.2021
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Hannover)	<b>Berater*in (m/w/d) und Projektleiter*in (m/w/d) für den Bereich Stadtentwicklung</b>	30.06.2021
Wirtschaft und Tourismus Villingen-Schwenningen GmbH	<b>Wirtschaftsförderer und stellvertretender Geschäftsführer (m/w/d)</b>	20.06.2021
Stadt Neuenburg am Rhein	<b>Mitarbeiter*in (m/w/d) im Team der Stabsstelle des Bürgermeisters</b>	12.06.2021
Stadt Dessau-Roßlau	<b>Sachbearbeiter*in Wirtschaftsförderung (m/w/d)</b>	10.06.2021
Lüneburg Marketing GmbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	04.06.2021
bcsd e.V.	<b>Referent*in Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations (m/w/d)</b>	04.06.2021

bcsd e.V.	<b>Volontär*in zur Assistenz der Geschäftsführung (m/w/d)</b>	04.06.2021
Initiative Innenstadt Jena e.V.	<b>Citymanager*in (m/w/d)</b>	31.05.2021
Wirtschaftsagentur Neumünster GmbH	<b>Mitarbeiter*in (m/w/d) Wirtschaftsförderung</b>	31.05.2021
Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH	<b>Citymanager*in (m/w/d)</b>	31.05.2021

### Fördermitglieder der bcsd

#### **MK Illumination Handels GmbH**

#### **LICHTOBJEKTE IN HÖCHSTER GESTALTERISCHER QUALITÄT**



Licht ist die Quelle, aus der wir Inspiration für all unsere Produkte schöpfen. Lichtobjekte von einzigartiger Vielfalt in höchster gestalterischer Qualität. Damit haben wir die Standards für festlich dekorative Beleuchtung in den letzten beiden Jahrzehnten weltweit maßgeblich geprägt.

Mit jedem Lichtprodukt von MK Illumination verbinden unsere Kunden zu Recht ein Qualitätsversprechen. Wir stellen die höchsten Ansprüche an Design, Materialien, Verarbeitung und Montagefreundlichkeit.

Als führender Hersteller im Premiumsegment stehen wir für ein Höchstmaß an Verlässlichkeit und Wertigkeit – besonders hinsichtlich Legalität, Sicherheit, Effizienz und Nachhaltigkeit. Durch intensive Produktschulungen, gute Anleitungen und jahrelange Partnerschaften stellen wir bei MK Illumination eine einfache Montage sicher.

Unser Ziel ist es, mit Licht-Produkten von MK Illumination unseren Kunden das gute Gefühl zu geben, die richtige Entscheidung getroffen zu haben.

Mehr über uns finden Sie unter **[www.mk-illumination.com](http://www.mk-illumination.com)**.

## Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

### Stadt Ahrensburg



Foto: Peter Karstens

Die Stadt Ahrensburg hat seit November 2020 erstmals ein Citymanagement, welches gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung aus drei Personen besteht. Die relevantesten Themen für das City- und Stadtmarketing der Stadt sind derzeit die Entwicklung der Innenstadt in eine Erlebniswelt, die Koordination des Leerstandmanagements, die Teilnahme am Zusammenspiel der unterschiedlichen Akteure, die Weiterentwicklung des Marktwesens sowie ein Baustellenmanagement. Die Strategie- und

Markenentwicklung, die Förderung von Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie sowie der Aufbau und die Pflege eines Netzwerks für Ahrensburger Kulturakteure sind kommende Aufgaben. Weitere Herausforderungen sind die Themen Tourismus und Digitalisierung. Der größte Erfolg in dieser kurzen Zeit ist die Entwicklung einer Stadtmarke, verbunden mit einer gemeinsamen Strategie für die Stadt und die unterschiedlichen Akteure. Außerdem ist die Einführung zweier Social Media-Plattformen für die Bürger:innen und Gewerbetreibenden gelungen. Nun steht ein umfangreiches Projekt für die Verschönerung von Stromkästen und Trafostationen in der Stadtmitte an, sowie ein digitales Tourismus- und Branchenportal, auf dem alle Unternehmen der Stadt sichtbar werden. **Hier** gibt es weitere Informationen.

### Bad Reichenhall Tourismus & Stadtmarketing GmbH



Die Kurstadt Bad Reichenhall ist eine lebenswerte und attraktive Stadt. Sie hat Tradition, Flair, ist lebendig und spürbar erfrischend. Das Stadtmarketing hat sich zum Ziel gesetzt, diese Themen weiterzuentwickeln und damit den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gerecht zu werden.

Seit April 2018 gibt es in der Alpenstadt eine Stelle „Stadtmarketing“, anfangs unter dem Dach der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH, seit kurzem

unter der Bad Reichenhall Tourismus und Stadtmarketing GmbH. Das Stadtmarketing ist der touristischen Marke Bad Reichenhall zugeordnet. Die Stelle ist geprägt durch intensive Vernetzungen und Kooperationen mit öffentlichen und privaten Akteuren. Es gilt Besonderheiten hervorzuheben, das Image der Stadt zu schärfen und die Stadt zu inszenieren. Ein starker Fokus wird auf die markenspezifische Inszenierung gelegt. Für das Innenstadt-Marketing werden alle am Wirtschaftsleben beteiligten Akteure der Alpenstadt eingebunden. Das Stadtmarketing sieht sich zudem in seiner Rolle als Schnittstelle zwischen Stadt, **Reichenhaller Unternehmerforum**, Berchtesgadener Land Wirtschaftsservice GmbH, Dienstleistern und Unternehmen. Das Stadtmarketing ist aber auch dabei, wenn es um Fragen des Verkehrsmanagements geht. Das Stadtmarketing wird auch involviert sein bei der Stadtentwicklungsplanung. Es sieht sich als

strategischer Berater bei Neuansiedlungen und weitreichenden stadtplanerischen Entscheidungen. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

### Stadt Nienburg / Weser



Die Aufgaben innerhalb des Stadt- und Citymarketings werden federführend von der Wirtschaftsförderung bearbeitet, welche als Stabstelle direkt dem Bürgermeister unterstellt ist. Aktuell stehen dafür drei Mitarbeiter\*innen zur Verfügung. Eine der Hauptaufgaben ist der Erhalt und die Weiterentwicklung Nienburgs als lebendiger Einkaufs-, Wohn- und Wirtschaftsstandort mit hoher

Lebensqualität. Gerade in Zusammenarbeit mit der örtlichen Werbegemeinschaft werden innovative Ideen entwickelt, um im steigenden „Wettbewerb der Städte“ neben einer hohen Attraktivität mit einer bewährten Kund:innenfreundlichkeit sowie Servicequalität positiv hervorstechen. Bereits seit Mitte der 1990er Jahre wird in Nienburg aktiv Stadtmarketing betrieben. Zunächst ging es dabei um die Entwicklung eines entsprechenden Leitbildes, welches in den folgenden Jahren sukzessive fortgeschrieben und aktualisiert wurde. In der jüngeren Vergangenheit standen sodann vermehrt die Entwicklung und Umsetzung verschiedener Projekte respektive Aktionen im Vordergrund, um die Innenstadt weiterhin attraktiv gestalten zu können. Darüber hinaus ist der stetige Austausch und die vertiefte Zusammenarbeit mit der Werbegemeinschaft Nienburg e.V., ein Zusammenschluss aus vielen örtlich ansässigen Einzelhändler\*innen, zu nennen. **Hier** erfahren Sie mehr.

### Geheimpunkt GmbH



Die Geheimpunkt GmbH ist die erste und einzige Geocaching Marketing Agentur der Welt. Auf Basis der digitalen Schnitzeljagd entwickelt Geheimpunkt Konzepte für Städte, Regionen, Museen und Unternehmen, um diesen nachweisbar mehr Besucher, Übernachtungsgäste und Kunden zu verschaffen. So konnte z.B. die Stadt Oldenburg in 2020 über 4.350 Geocaching Besuche aus 27 verschiedenen Ländern verzeichnen und Hannover hat sich gar zur Geocaching Welthauptstadt entwickelt und generiert jährlich tausende Besucher aus aller Welt. Gerade jetzt in Corona-Zeiten sind die Konzepte besonders gefragt, da sie von Bürgern jederzeit dezentral und personalunabhängig genutzt werden können. Die Plattform verzeichnet während Corona einen Anstieg der Neuanmeldequote von über 70%. Geheimpunkt reagiert darauf und hat Kapazitäten ausgebaut, um weiteren Städten kurzfristig passgenaue Geocaching-Konzepte zu gestalten. Die einzigartige Marktstellung, tiefe Branchenkenntnis und 13 Jahre Erfahrung machen sich in jedem Geocache bemerkbar. Gleichzeitig entstehen sekundäre Social Media Effekte, da die Spieler sehr aktiv über ihre Erlebnisse berichten. Geheimpunkt bietet allen Interessenten aus dem

Stadtmarketing ein kostenfreies Erstgespräch an und informiert über die zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten dieses bunten und weltumspannenden Spiels.

Machen Sie sich gerne **hier** und **hier** mit Hilfe von Beispiel-Videos ein Bild. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

## Der Trend der Zukunft

### *Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcscd*

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam, Treffen und Kongresse können aktuell fast ausschließlich digital stattfinden. Die bcscd 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**.

### **Kriminalfälle per Augmented Reality nacherleben**



Das australische Entwicklerstudio True Crime Games entwickelt AR-Spiele, die Nutzer:innen in Melbourne auf eine Stadttour schickt, um alte Kriminalfälle nachzuerleben. Nach „Misadventure in Little Ion“ wurde nun die App „Eastern Market Murder“ bereitgestellt. Krimi-Fans werden spielerisch auf die Spuren eines Mordfalls aus dem Jahre 1899 in Melbourne geschickt. Auf der 2,5 Kilometer langen Tour tauchen per AR virtuelle Personen und Szenen aus dem Mordfall auf, mit denen Nutzer:innen interagieren können. Zudem öffnet sich an

Schauplätzen des Kriminalfalls ein Fenster in die Vergangenheit, sodass sie darin nach Beweisen suchen können.

### **Navi-App wirbt für Straßenhändler:innen**



Mastercard hat zusammen mit McCann Bucharest die Kampagne „Roadside Market“ gelauncht, um Straßenhändler:innen in Rumänien zu unterstützen. Dazu kooperierte Mastercard mit der Navigations-App Waze, die Standorte von lokalen Händler:innen anzeigt und mit einer Kurzbeschreibung für sie wirbt. Die App liefert zudem eine spezielle Pin, mit der Erzeugnisse und Produkte der Kleinunternehmen kontaktlos bezahlt werden

können. Mastercard stützt dazu teilnehmende Anbieter:innen mit mobilen POS-Systemen aus. Zudem werden sie von dem Verein My Transylvania unterstützt, an der Kampagne teilzunehmen.

### Initiative will Stadtteil von Autos befreien



Die Hamburger Initiative Kurs Fahrradstadt will einen Stadtteil vom Durchgangsverkehr befreien und dadurch mehr Platz für Bewohner:innen schaffen. Das Projekt „Superbüttel“ will zunächst ein kleines Viertel im Stadtteil Eimsbüttel verkehrsberuhigen. Parkraum soll langfristig verschwinden, die Flächen umverteilt werden. Mehrere Häuserblöcke werden dabei zu einem „Superblock“ zusammengeführt.

Anwohner:innen würden ihre Autos in Quartiersgaragen parken. Auf den Flächen sollen Begegnungsstätten entstehen mit Platz zum Gärtnern, Spielen und Verweilen. Ziel ist es, die Lebensqualität zu verbessern.

### 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 Wettbewerbe / Ausschreibungen

**Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2021**, difu – Deutsches Institut für Urbanistik, Allianz Umweltstiftung, bis 20. Juni 2021

**Zukunftsstadt Goes Europe**, Bundesministerium für Bildung und Forschung – Forschung für nachhaltige Entwicklung, bis 30. Juni 2021

**Förderprogramm städtische Logistik**, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 31. August 2021

**Kulturmarken-Award**, Causales GmbH, bis 31. August 2021

**Stadt und Land – Förderung für flächendeckende Radverkehrsinfrastruktur**, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 2023

**Förderprogramm Klimafreundliche Logistik**, Nationale Klimaschutzinitiative, bis 29. Februar 2024 (Lastenräder) bzw. 30. Juni 2024 (Mikro-Depots)

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

### ICR-Termine

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

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

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

17.09.2021, **Wirtschaftsförderung und Standortmarketing**, Nürnberg

26. – 28.09.2021, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2021**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Geldern
- 05.10.2021, **Integrierte Stadtentwicklung**, München
- 06.10.2021, **Geschäfte führen und kalkulieren**, München
- 21.10.2021, **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, München
- 22.10.2021, **Partizipation und Moderation**, München

## Termine

- 03.06.2021, **Informationsveranstaltung MBA Stadtmarketing**, Ostfalia Hochschule für Angewandte Wissenschaft, Online-Veranstaltung
- 10.06.2021, **Die Stadtkantine 11: "Kaufhaus L & T"**, Stadtmanufaktur, Online-Veranstaltung
- 11.06.2021, **Rethink or Die - Agenda 2030 für die Innenstadt**, vmm – Europäischer Verband für Visuelles Marketing / Merchandising, Online-Veranstaltung
14. – 15.06.2021, **Tagung Innenstadt 2021: Innenstadt neu (er)finden**, Netzwerk Innenstadt NRW, Online-Veranstaltung
23. – 25.06.2021, **bcsd-Sommerakademie**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung
05. – 07.07.2021, **DenkwerkStadt 2021**, Stadtmarketing Austria, St. Gerold, Österreich
23. – 24.09.2021, **Urban Offline Forum**, Stadt + Handel, Osnabrück
26. – 28.09.2021, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2021**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Geldern

Weitere Termine finden Sie **hier**.

## Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister Berlin 35492, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf www.bcsd.de dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an **office@bcsd.de**.

Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e.V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie **hier**.

Die in dieser E-Mail gegebene Information ist nicht rechtsverbindlich. In Fällen, in denen die Rechtsverbindlichkeit erforderlich ist, kann Ihnen diese Bestätigung auf Anforderung gerne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten Nutzung, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestattet ist.