

Newsletter 05-2022

Aufruf zur Teilnahme: Umfrage Zukunft des Stadtmarketings



Über 400-mal wurde der erste Teil unserer Umfrage „**Aufgabe, Bedeutung und Entwicklung des Stadtmarketings**“ ausgefüllt. Wir sind begeistert und sagen herzlich **Danke** an alle Teilnehmenden! Noch bis zum 06. Juni ist der **zweite Teil unserer Umfrage** freigeschaltet, der sich der Zukunft des Stadtmarketings (und der Stadt) widmet. Auch bei diesem Teil arbeiten wir eng mit unserem Fördermitglied imakomm AKADEMIE GmbH zusammen.

Die Ergebnisse werden, wie auch der erste Teil der Umfrage, in eine Auswertung und Publikation einfließen. Zusätzlich werden sie im Rahmen der Abschlussarbeit einer Geographiestudentin der Universität Augsburg genutzt.

Wir wissen, dass Ihre Zeit sehr knapp ist und bedanken uns bereits jetzt herzlich für Ihr Engagement und Ihre Teilnahme am zweiten Teil der Umfrage.

Die Teilnahme an Teil zwei ist auch dann möglich, wenn Sie nicht an Teil eins teilgenommen haben. Sowohl **Mitgliedern als auch Nichtmitgliedern** steht die Teilnahme offen. Neben Stadtmarketingorganisationen sind auch Stadtverwaltungen, Werbegemeinschaften, Handelsvereine, Citymanagementorganisationen, Innenstadtmanagements sowie alle anderen, die sich in organisierter Form für Lebensqualität und Identität in ihrer Stadt einsetzen zur Teilnahme eingeladen. Eine Stadtmarketingorganisation mit eigener Rechtsform ist nicht notwendige Voraussetzung dafür.

Die Beantwortung wird ca. 20 Minuten in Anspruch nehmen. Falls nötig, kann die Teilnahme zwischendurch unterbrochen und später wieder aufgenommen werden.

Hier können Sie an der Umfrage teilnehmen.

Wir freuen uns auf viele Teilnehmer:innen und spannende Ergebnisse, die wir für unsere Arbeit in der **Interessenvertretung und Weiterentwicklung des Stadtmarketings** werden nutzen können.

Themen

Seite 1

[Umfrage Zukunft des Stadtmarketings](#)

Seite 2

[Fachkräfte halten und fördern](#)

Seite 3

[ICR-Seminare in Berlin](#)

[Innenstadtkongress](#)

Seite 4

[Landesverbandstagung Sachsen-Anhalt](#)

Seite 5

[Urteil Bettensteuer](#)

[Ansiedlung Behörden im ländlichen Raum](#)

[Wettbewerb Citizen Science](#)

Seite 6

[Heribert Meffert zum Geburtstag](#)

[OB-Barometer 2022](#)

Seite 7

[Leitfaden Social Media](#)

[Staatsanzeiger Award](#)

Seite 8

[Die Stadt von Übermorgen](#)

[Jobbörse](#)

Seite 9

[Fördermitglieder](#)

[Neue Mitglieder](#)

Seite 10

[Der Trend der Zukunft](#)

Seite 12

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

[ICR-Termine](#)


[Terminkalender](#)

ANZEIGE

Digitales City-Gutscheinsystem mit vollautomatischer Abrechnung

Inkl. Arbeitgebergutschein	Konditionen:
Inkl. Cashback-System	keine Gebühren, weder % vom Umsatz noch für
Inkl. Onlineshop für Citygutscheine	Transaktionen und Arbeitgeber- oder Sachbezugs-
Inkl. Gewerbeverein-Verwaltung-Software	Gutscheine
	Laufzeit ist individuell verhandelbar

**Festpreis
2400 €/Jahr**



www.prokommun.de

Fachkräfte im Stadtmarketing halten und fördern



Ostfalia
Hochschule für angewandte
Wissenschaften

Sie sind Berufsanfänger:in im Stadtmarketing oder interessieren sich als Quereinsteiger:in, beispielsweise aus anderen Bereichen der Stadt- oder Regionalverwaltung, für dieses Arbeitsfeld? Sie

möchten sich in diesem Beruf weiterentwickeln und sich berufsbegeleitend auf die Übernahme von Führungsverantwortung vorbereiten? Sie haben einen bzw. eine Mitarbeiter:in, der/ die neu im Bereich Stadtmarketing angefangen hat und/oder eine:n Mitarbeiter:in, den/die Sie als zukünftige Führungskraft im Stadtmarketing fördern und aufbauen möchten? Sie möchten eine:n motivierte:n Mitarbeiter:in weiter qualifizieren und an Ihre Organisation binden? Dann ist der Masterstudiengang „Stadtmarketing“ (MBA) an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften das Richtige für Sie und Ihre:n Mitarbeiter:in!

Der deutschlandweit einzigartige Studiengang wurde von der Ostfalia Hochschule und der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing in enger Zusammenarbeit entwickelt, um dem steigenden Bedarf an Führungskräften im Stadtmarketing zu begegnen. Aufbauend auf dem vorhandenen Grundwissen im Stadtmarketing, vermittelt der Studiengang Inhalte und Kompetenzen in den relevanten Bereichen des Stadtmarketings und befasst sich mit aktuellen Entwicklungen und Zukunftstrends. Management- und Forschungstechniken werden ebenso gelehrt wie Leadership.

Als berufsbegleitend angelegter Studiengang hat der MBA Stadtmarketing dabei immer einen ausgeprägten Praxisbezug und wird durch Praxisprojekte aus der Stadtmarketingszene abgerundet.

Eine Übersicht über Finanzierungsmöglichkeiten für den MBA finden Sie **hier**. **Die bcsd bietet am 14. Juni 2022 um 11 Uhr einen Online-Beratungstermin zu dem Studienangebot** und den

gemeinschaftlichen Finanzierungsmöglichkeiten für Arbeitnehmer:innen und Arbeitgeber:innen an. Bitte melden Sie sich **hier** für den Termin an. Darüber hinaus steht Ihnen die Geschäftsstelle der bcSD auch persönlich für Fragen zur Verfügung.

Zum ICR-Seminar im Juni nach Berlin!

Integrierte Stadtentwicklung sowie Finanzierung und Förderung



Sie haben Lust mal wieder an einem Seminar in Präsenz teilzunehmen, bei dem Sie sich direkt vor Ort persönlich mit den Referent:innen und den anderen Teilnehmer:innen austauschen können, anstatt sich gegenseitig nur als Zoom-Kacheln auf einem Bildschirm zu sehen? Dann sind die beiden ICR-Seminare „Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing“ und „Integrierte Stadtentwicklung“, die am 23. und 24. Juni in Berlin stattfinden, das Richtige für Sie! „Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing“ widmet sich

der Diskrepanz zwischen der Vielzahl der Aufgaben und Erwartungen, die das Stadtmarketing erfüllen soll und den geringen finanziellen Ressourcen, die es dafür zur Verfügung hat. Das Seminar erörtert unterschiedliche Finanzierungsmodelle und stellt Akquisemöglichkeiten und Einnahmearten vor, mit denen Sie die Schlagkraft und Handlungsfähigkeit Ihrer Organisation stärken können. In dem Modul „Integrierte Stadtentwicklung“ werden praktische und rechtliche Grundlagen im Städtebau, der Stadtplanung sowie der Stadtentwicklung vermittelt und Instrumente wie das Integrierte Stadtentwicklungskonzept vorgestellt. Sie erhalten damit Wissen, das entscheidend ist, um als City-, Stadt- und Regionalmanager:in die Zusammenhänge und Entwicklungen in Ihrer Stadt oder Region verstehen und beurteilen zu können. Referent beider Seminare ist Christian Bitter. Beide Seminare können zudem als Pflichtmodule des ICR-Weiterbildungsstudiengangs anerkannt werden. **Hier** kommen Sie zur Anmeldung!

„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ – Innenstadtkongress am 6./7. Juli 2022



Am 6./7. Juli 2022 veranstaltet das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) gemeinsam mit dem Beirat Innenstadt, dem auch die bcSD angehört, den Innenstadtkongress „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ in Potsdam.

Informieren, vernetzen, lernen von anderen – das ist Ziel des fachlichen Austausches zu den aktuellen und strukturellen Herausforderungen und Chancen in unseren Innenstädten und Zentren.

Der Kongress ist außerdem Treffpunkt für die Städte und Gemeinden, die über das Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ gefördert werden. Mehr als 230 Kommunen aus ganz Deutschland werden über das Programm dabei unterstützt, neue Ideen und Ansätze zur Bewältigung akuter und struktureller Problemlagen in ihren Zentren zu erarbeiten und umzusetzen. Die Veranstaltung richtet sich an einen breiten Teilnehmerkreis aus ganz Deutschland, darunter Vertreter:innen von Bund, Ländern und

Kommunen, und den Beirat Innenstadt, an Vertreter:innen der kommunalen Spitzenverbände sowie aus der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft, der Stadtentwicklung, aus Gewerbe, Handel und Tourismus, der Wissenschaft/Forschung sowie Planer:innen, Stadtmacher:innen u.a. Ein Bürger:innendialog am Vorabend mit Podiumsgespräch und Rahmenprogramm zum Thema dient dem ersten fachlichen und informellen Austausch.

Datum: Mittwoch, 6. Juli 2022, 17:00 Uhr bis 21:00 Uhr; Donnerstag, 7. Juli 2022, 9.30 Uhr bis 16:45 Uhr

Ort: Internationales Kunst- und Kulturquartier Schiffbauergasse, Schiffbauergasse 4i, 14467 Potsdam

Anmeldung: um verbindliche Anmeldung wird **bis zum 15. Juni 2022** unter folgendem Link gebeten: <https://eveeno.com/227320874>. Die Teilnahme an dem Kongress ist kostenlos.

Landesverband Sachsen-Anhalt traf sich zum Austausch in Magdeburg



Am 11. Mai 2022 lud der frisch gegründete Landesverband Sachsen-Anhalt unter der Leitung von Georg Bandarau (Geschäftsführer des Stadtmarketing „Pro Magdeburg“ e.V.) sowie Nancy Wesemeier (Stadtmarketingverantwortliche der Stadt Halberstadt) gemeinsam mit dem Handelsverband Sachsen-Anhalt zur Tagung ein, welche unter dem Motto „Quo Vadis? Handel und Innenstadt in Sachsen-Anhalt“ stand. Der Einladung zur mit einem abwechslungsreichen Programm gefüllten Tagung, folgten über 30 Expert:innen aus den Bereichen Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, Handel sowie

Politik. Neben der Vorstellung aktueller Best-Practice Beispiele wurden in Sachsen-Anhalt bereits vorhandene Potentiale und Strategien diskutiert, wie die Innenstädte von morgen so abwechslungsreich gestaltet werden können, dass sie für die Menschen (wieder) einen großen Anziehungspunkt bilden. Darüber hinaus stand die Novellierung des Gesetzes über die Ladenöffnungszeiten im Land Sachsen-Anhalt auf dem Tagesordnungspunkt. Diese soll den Kommunen in Sachsen-Anhalt erlauben, für einen begrenzten Zeitraum mehr verkaufsoffene Sonntage pro Jahr zu genehmigen. Damit soll dem Handel nach der Corona Pandemie geholfen werden. Hierzu tauschten Torsten Furgol (Landesfachbereichsleiter Handel ver.di Landesbezirk Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen) und Knut Bernsen (Geschäftsführer vom Handelsverband Sachsen-Anhalt e.V.) ihre unterschiedlichen Positionen zu der Gesetzesänderung aus. Trotz Differenzen sprachen sich beide für einen gemeinsamen Austausch aus und setzen sich als Ziel, die Suche nach Kompromissen fortzusetzen.

Urteil zur Bettensteuer



Ihre Grundrechte würden verletzt, so argumentierten vier Hotelbetreiber vor dem Bundesverfassungsgericht. Denn der Aufwand, der ihnen durch die Bettensteuer entsteht, sei unzumutbar. Die Bettensteuer sei praktisch eine zweite Umsatzsteuer. Das Urteil der Verfassungsrichter:innen am 17. Mai fiel jedoch anders aus: Sie sehen in der Bettensteuer, die seit 2005 von mehr als 30 Kommunen eingeführt worden ist und für Hotelgäste mal die Zahlung von fünf Prozent des Nettopreises der Übernachtung, mal von einem Pauschalbetrag

von drei Euro bedeutet, keine zweite Umsatzsteuer. Damit sind weiterhin die Länder und Gemeinden für die Erhebung zuständig und nicht der Bundesgesetzgeber. Auch sehen die Richter:innen in der Bettensteuer keine unzumutbare Belastung für die Hoteliers. Das Urteil könnte sogar bei den Hoteliers für weniger Arbeit sorgen, da nicht mehr unbedingt eine Unterscheidung zwischen privaten und geschäftlichen Reisen verlangt wird. Für Kommunen macht das Urteil aus Karlsruhe die Bettensteuer damit umso attraktiver. Wir empfehlen, die aus einer „Bettensteuer“ hervorgegangenen finanziellen Mittel dann auch möglichst zweckgebunden einzusetzen und deren Verwendung für die Zwecke des Tourismus und Stadtmarketings einzufordern. **Hier** erfahren Sie mehr.

BMI-Studie: Ansiedlung von Behörden in strukturschwachen Regionen



Deutschland ist geprägt von einer großen regionalen Vielfalt. Dies zeigt sich in kulturellen Eigenheiten, aber auch in erheblichen wirtschaftlichen Unterschieden. Vor diesem Hintergrund hat es sich die Bundesregierung zum Ziel gesetzt, für gute Lebensbedingungen in allen Regionen zu sorgen, ohne dabei die regionale Vielfalt zu verlieren. In diesem Zusammenhang hat das Bundesministerium des Inneren und für Heimat (BMI) in Kooperation mit dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) das ifo Institut mit

einer Studie über die Ansiedlung von Behörden als Instrument aktiver Strukturpolitik beauftragt. Betrachtet wurden vier neue Behördenstandorte in der Oberpfalz, Oberbayern, Weißwasser und Dessau-Roßlau, deren Ansiedlung der Studie zufolge einigen Menschen ermöglicht hat, in ihren Heimatregionen Arbeit zu finden und gleichzeitig auswärtige Personen in die ländlichen Räume gelockt hat. Inwieweit die Behördenansiedlung dabei einen entscheidenden Effekt auf die Regionalförderung hat, hängt vor allem mit der Größe der Behörde, der potentiellen Integration in die lokale Wirtschaft und der Struktur des lokalen Arbeitsmarktes zusammen. Alle Ergebnisse der Studie finden Sie **hier**.

Auf die Plätze! Citizen Science in deiner Stadt

Mit dem Ziel, Citizen Science als zukunftsweisenden Ansatz sichtbarer zu machen, haben das Museum für Naturkunde Berlin und *Wissenschaft im Dialog* zusammen mit *Bürger schaffen Wissenschaft*, der zentralen Plattform für Citizen Science in Deutschland, den Wettbewerb „Auf die

Plätze! Citizen Science in der Stadt“ ins Leben gerufen. Gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung sucht und unterstützt der Wettbewerb Ideen lokaler Akteur:innen aus den Bereichen Wissenschaft, kommunale Verwaltung, Zivilgesellschaft und Wirtschaft, die die Beziehung zwischen Wissenschaft und Gesellschaft aktiv gestalten, zum Mitforschen einladen und Wissenschaft vor Ort für die Bürger:innen erlebbar machen. Eine interdisziplinäre Jury, der u.a. Gerold Leppa, Geschäftsführer der Braunschweig Stadtmarketing GmbH, angehört, wählt drei Preisträger:innen aus, die mit jeweils 50.000 Euro gefördert werden. Bewerben können Sie sich bis zum 19. Juni 2022. Alle Informationen dazu finden Sie **hier**.

Stadtmarketing-Vordenker feiert 85. Geburtstag



Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert, der ab 1968 den ersten Marketing-Lehrstuhl in Deutschland an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster über 30 Jahre leitete, feierte vor kurzem seinen 85. Geburtstag. Dies wollen wir als Anlass nehmen, um ihn und seine Arbeit zu würdigen.

Sieben Jahre bevor der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. gegründet wurde, erschien im Jahr 1989 sein Beitrag „**Städtemarketing – Pflicht oder Kür?**“, in dem er die Besonderheiten, Merkmale und bis heute gültigen Grundsätze des Stadtmarketings definierte. Er war somit einer der ersten, der dem Stadtmarketing eine wissenschaftliche Grundlage verlieh. Von da an begleitete er die Entwicklung des Stadtmarketings und dokumentierte seine Verbundenheit mit dem Berufsfeld mit der gemeinsamen Herausgabe des **Praxishandbuch City- und Stadtmarketing** im Jahr 2018. Dieses Standardwerk, für das er das Vorwort formulierte, vermittelt einen umfassenden Überblick über die Arbeitsweise, die Aufgaben, die Möglichkeiten und das Berufsbild des City- und Stadtmarketings.

Im Namen des gesamten Verbandes wünschen wir ihm von Herzen alles Gute und Danken für seine herausragende Leistung für unsere Branche.

OB-Barometer 2022: Bedeutungszuwachs beim Thema Innenstadtentwicklung

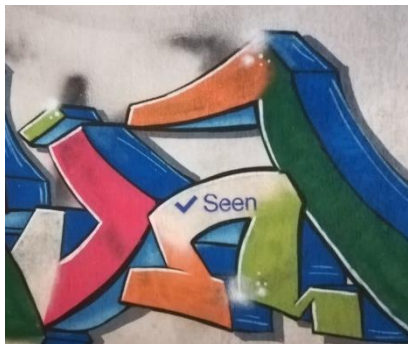


Klimaschutz, Coronamaßnahmen, Schaffung von bezahlbarem Wohnraum: Das sind die Herausforderungen, die in der diesjährigen Difu-Städteumfrage als besonders drängend angegeben wurden. Seit 2015 führt das Deutsche Institut für Urbanistik diese Befragung unter Bürgermeister:innen aus deutschen Städten mit mehr als 50.000 Einwohner:innen mit Unterstützung des Deutschen Städtetags und des Deutschen Städte- und Gemeindebundes durch. Von beinahe zwei Drittel der Städte genannt, wurde in der aktuellen Studie erstmals

der Klimawandel als wichtigstes Handlungsfeld definiert. Als weitere Neuerung ist der Bereich „Fachkräfte halten und Fachkräfte gewinnen“ zum ersten Mal unter den zehn wichtigsten Zukunftsthemen zu finden. Beim Thema Innenstadtentwicklung lässt sich ebenfalls ein

fortschreitender Bedeutungszuwachs beobachten. Dies liegt teils daran, dass die befragten Bürgermeister:innen die, durch die Corona-Pandemie entstandenen, Herausforderungen für Handel, Gastronomie und die Kulturszene weiterhin als gravierend einschätzen. Da die Befragung im Januar und Februar durchgeführt wurde, finden sich hingegen die Folgen des Kriegs in der Ukraine für die Kommunen noch nicht in den Antworten wieder. Alle Ergebnisse der Difu-Städteumfrage finden Sie **hier**.

Bitkom-Leitfaden zu Social-Media-Nutzung



Die Nutzung Sozialer Medien ist mittlerweile alltäglich geworden. Dieser Satz trifft auf die meisten Privatpersonen zu, nicht jedoch auf Unternehmen. So hat eine aktuelle Studie des Bitkom e.V. aufgezeigt, dass nur 36 Prozent der deutschen Unternehmen Social Media regelmäßig für ihre Kommunikation nutzt. Diese Ausgangslage hat der IT-Branchenverband zum Anlass für eine Neuauflage seines Leitfadens „Social Media“ genommen. Auf rund 130 Seiten erläutert der Bitkom-Arbeitskreis „Digital Marketing“, bestehend aus Expert:innen aus den Mitgliedsunternehmen, darunter Google Germany, die

Deutsche Telekom AG und Meta, worauf er bei der Social-Media-Nutzung ankommt. Die einzelnen Themen wie etwa Content-Strategie, Influencer-Marketing, die Nutzung unterschiedlicher Plattformen und das Monitoring werden dabei anhand von Best-Practice-Beispielen veranschaulicht. Zudem geht der Leitfaden auf die rechtlichen Aspekte ein, die für Unternehmen in Bezug auf die Nutzung sozialer Medien relevant sind. Der Leitfaden steht **hier** zum kostenlosen Download bereit.

Staatsanzeiger Award: Gute Stadtmarketing-Projekte gesucht



Der Startschuss für den Staatsanzeiger Award 2022 ist gefallen. Wie im Vorjahr ist die bcsd durch ihren Geschäftsführer Jürgen Block in der Jury vertreten. Wir möchten Sie einladen, Ihre erfolgreichen Projekte rund um Ihren Arbeitsschwerpunkt City- und Stadtmarketing beim Staatsanzeiger für Baden-Württemberg einzureichen. Sie können sich auch dann bewerben, wenn Sie nicht in Baden-Württemberg aktiv sind.

Zeigen Sie der fachkundig besetzten Jury, wie Sie Ihre Bürger: innen mit „ins Boot holen“ und kreative Ideen für Stadt- und Cityerlebnisse entwickeln und umsetzen.

Insgesamt stehen Ihnen dieses Jahr fünf Kategorien zur Verfügung: „Bürgerbeteiligung“, „Bürgermeister:in in Mission“, „**Tourismus + Stadtmarketing**“, „Digitalisierung und Innovation“ sowie „Integration und Inklusion“. Alle Details zum Award 2022 finden Sie hier: <https://tinyurl.com/StA-Award-2022>. In den **Blogbeiträgen** des Staatsanzeigers können Sie sich von den letztjährigen Siegerprojekten inspirieren lassen.

Das Team des Staatsanzeigers freut sich auf Ihre Einsendung **bis zum 21. Oktober 2022**.

Die Stadt von Übermorgen – Zukunftsdiskurse und Arbeitsmaterialien



In der vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung herausgegebenen Publikation geht es unter anderem um folgende Fragen: Welche Trends prägen die urbane Zukunft? Wie kann eine Annäherung an das Übermorgen auf lokaler Ebene gelingen? Und welche Methoden ermöglichen eine erfolgreiche Beschäftigung mit Zukunftsthemen.

Einer der Autor:innen ist Prof. Dr. Julian Petrin von Urbanista, der bei der Deutschen Stadtmarketingbörse 2021 darüber sprach, was unsere Städte zu Sehensuchtsorten macht. Weitere Infos finden Sie [hier](#).

Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Bielefeld Marketing GmbH	Vertriebsmitarbeiter:in (m/w/d) B2B	20.06.2022
Kreisstadt Euskirchen	Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer im Bereich Citymanagement und Stadtmarketing	17.06.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort München)	Berater:in (m/w/d) für die Bereiche Einzelhandel + Stadtentwicklung	17.06.2022
CIMA Beratung + Management GmbH	Berater:in (m/w/d) für die Bereiche Einzelhandel + Stadtentwicklung	17.06.2022
CIMA Beratung + Management GmbH	Projektmanager:in (m/w/d) für cima.digital	15.06.2022
Landkreis Hameln-Pyrmont	Kreisrat / Kreisrätin (m/w/d) für Wirtschaft, Umwelt und Naturschutz	13.06.2022
Stadt Traunstein	Innenstadtmanager:in / Citymanager:in / Standortförder:in (m/w/d)	05.06.2022
Wir in Neu-Ulm e.V.	Citymanager:in (m/w/d)	Ohne Angabe
Stadt Dinslaken	Stellvertretende Stabsstellenleitung (m/w/d) Citymanagement	Ohne Angabe
Aktive Wirtschaft Ditzingen e.V.	Citymanager:in (m/w/d)	Ohne Angabe
Eat the World GmbH	City Coordinator (m/w/d) Lübeck im Food Tourismus	Ohne Angabe

Fördermitglieder der bcsd

Stadtmanufaktur

Der kreative Umgang mit urbanen Räumen hat das Potenzial, eine Stadt zu bewegen.

Die Inszenierung einer Stadt baut auf einer stringenten städtischen Dramaturgie. Ein interdisziplinärer Ansatz bildet die Grundlage des Leistungsversprechens der Stadtmanufaktur. Im Zentrum steht ein ausgeprägtes Verständnis für die Funktionalität und Wirkungsweise einer Stadt an der Schnittstelle von Stadtentwicklung, Stadtmarketing und Kultur.

**STADT
MANU
FAKTUR** 

Ausgehend von einer Analyse und Aktivierung der Inhalte wird die Stadtidentität formuliert. Am Beginn steht ein Prozess, an dem unterschiedliche Interessensgruppen beteiligt sind: Kultur, Nutzer/Betreiber, Stadtkommunikation/Tourismus, Unternehmerinnen und Unternehmer, Politik. Es gilt dabei, Strukturen aufzubrechen, Denkmuster zu ändern und Lösungen neu zu denken, interdisziplinär und übergreifend.

Der Ansatz einer Stadtmanufaktur

Städte gleichen vielschichtigen Organismen, in denen das gesellschaftliche (Er-)Leben reale und virtuelle Räume kreiert. Diese urbanen Stadträume sind Landkarten einer spezifischen DNA. Sie sind einzigartig und beherbergen Visionen zukünftiger Stadtbilder, die es zu schärfen und positiv aufzuladen gilt. Gesellschaften und Städte unterliegen soziologischen Trends: Sie verändern sich entlang gesellschaftlicher Leitlinien wie Demographie, Migration, Digitalisierung oder Wertewandel.

Der Pluralismus an Möglichkeiten und Veränderung erfordert einen ganzheitlichen Ansatz: Aus der Vielfalt der Einflüsse entsteht eine komplexe urbane Identität, die alle Bürgerinnen und Bürger einbezieht. Stadträume werden relevant und sichern die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft – als konstruktiver Ansatz im Wettbewerb der Städte. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder

Eat the World GmbH: Besondere Stadttouren



Foto: Eva Häberle

Seit 2008 bietet Eat the World die Möglichkeit, Städte auf besondere Art und Weise zu entdecken – mit zwei Marken in mittlerweile mehr als 150 Stadtvierteln in über 55 Städten. Unser Ziel ist, in einem erfolgreichen Miteinander mit City- und Stadtmarketing, eine Bereicherung des Freizeitangebotes für Einheimische und Tourist:innen zu schaffen.

Eat the World – Kulinarisch-kulturelle Stadtführungen:

Kleine Restaurants, Cafés, Feinschmecker-Läden und Bäckereien bieten auf jeder Eat the World-Tour leckere Köstlichkeiten an. Nebenbei erfahren die Teilnehmer:innen interessante Informationen zur Geschichte und Architektur der Stadt. Wir

veranstalten von lokalen Guides geführte Touren zu Fuß als Einzel- oder Gruppentour mit bis zu 6 Kostproben pro Person. Die Touren sind ein beliebtes Geschenk.

Meet the World – Vielfältige Stadterlebnisse abseits der Kulinarik:

Meet the World lädt dazu ein gemeinsam Neues zu erleben und Städte aus einer anderen Perspektive zu entdecken. Jedes Erlebnis wird persönlich durch Guides und Spielleiter:innen begleitet. Beispiele sind Krimi-Rätseltouren, Outdoor Escape Games, Stadtquiz oder etwa eine GEOlino-Stadtrallye.

Vorteile für City- und Stadtmarketing-Organisationen in der Zusammenarbeit

- Vertriebs- und Marketingkooperationen
- zuverlässige Durchführung und öffentliche Buchbarkeit von Touren ab einer Person
- Nationale Kommunikation der Partnerstädte in überregionalen Marketingmaßnahmen und auf unseren Websites
- Treuer Kundenstamm mit hoher Motivation zum Tagestourismus
- Steigerung der innerstädtischen Frequenzen mit sehr kaufkräftigen Zielgruppen
- Erhöhung der Bekanntheit und Umsatzvolumina von KMU-Betrieben

Hier erfahren Sie mehr.

Edenred Deutschland GmbH

Marktführer für Sachbezugs-Lösungen zur Stärkung des Einzelhandels & der Innenstädte



We connect, you win: Das Geschäftsmodell bei dem alle profitieren!

Unsere Kunden im Bereich Mitarbeiterbenefits sind Arbeitgeber, die unsere Produkte an ihre Mitarbeiter geben. Die Mitarbeiter können dann die Edenred Essensgutscheine und Gutscheinkarten bei unseren Akzeptanzstellen einlösen.

Vom klassischen Essensgutschein auf Papier über unsere bewährte Kartenlösung bis hin zu neuen Onlinelösungen für den Sachbezug, bieten sich bei uns viele Möglichkeiten.

Mit der Digitalisierung und starken Netzwerken schafft Edenred mit seinen Produkten echte Mehrwerte für alle Beteiligten: **Arbeitnehmer** profitieren von einem Plus an Kaufkraft, **Unternehmen** von der Optimierung ihrer Geschäftsausgaben und kooperierende **Händler** von Umsatzsteigerungen und mehr Frequenz. Sie sind interessiert?

Informieren Sie sich unter <https://www.edenred.de/>

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. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendmanager. Nähere Informationen zum

Trendmanager finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: schomburg@trendone.com.

Sprachnachrichten gegen Einsamkeit



Der britische Fernsehsender ITV hat im Rahmen der Kampagne für psychische Gesundheit „Britain Get Talking“ eine neue Initiative gegen Einsamkeit gestartet. Zum Anlass des Mental Health Awareness Week hat ITV mit Mind und YoungMinds zusammen „Voices Against Loneliness“ initiiert. Ob an Bushaltestellen oder auf Pizzakartons - in ganz London tauchen digitale Sprachnotizen auf, die sich gegen Vereinsamung richten. Die Audio-Dateien lassen sich über QR-Codes aufrufen und muntern Hörer:innen dazu auf, geliebten Menschen mal wieder eine Sprachnachricht zu senden, um dem Gefühl von Einsamkeit entgegenzuwirken.

Fördergeld gegen Überalterung in Wohnanlagen



Die japanische Stadt Chiba im Großraum Tokio will jungen Paaren einen finanziellen Anreiz bieten, damit sie in Wohnkomplexe ziehen, in denen vorwiegend ältere Menschen wohnen. Die Stadt hofft, jüngere Einwohner:innen mit einem Pauschalbetrag zu gewinnen, um der Überalterung in den Wohnanlagen entgegenzuwirken. Die Förderung richtet sich an frisch Verheiratete und an Paare, die in einer von der Stadt anerkannten Lebenspartnerschaft leben. Voraussetzung ist auch, dass die Bewerber:innen jünger als 39 Jahre alt sind. Bei Einzug in die entsprechenden Wohnkomplexe erhalten sie bis zu 300.000 Yen, umgerechnet 2.319 US-Dollar.

API-Tool sorgt für barrierefreie Urlaubsorte



Das in Israel ansässige Start-up Travaxy hat die gleichnamige SaaS-Plattform gelauncht, die von Reisebüros zur Bereitstellung von Informationen zur Barrierefreiheit genutzt werden kann. Travaxy lässt sich über eine API-Verbindung direkt in die Software eines Reisebüros integrieren, während Buchungsagent:innen anschließend die Urlaubssuche an Art und Grad der Behinderung anpassen können. Die Suche gibt dann Ergebnisse von Hotels, Veranstaltungsorten, Ausflügen und mehr, die angegeben haben, dass sie das erforderliche Maß an Barrierefreiheit erfüllen und entsprechend eingeschränkten Reisenden ein optimales Urlaubserlebnis bieten.

Aktuelle Wettbewerbe

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

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

(Inter-)Nationale und ausgewählte regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Deutscher Tourismuspreis, Deutscher Tourismusverband e.V., bis 20. Juni 2022

Staatsanzeiger Award, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg GmbH & Co. KG, bis 21. Oktober 2022

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

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

Hier finden Sie weitere **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

ICR-Termine

23.06.2022, Seminar **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Berlin

24.06.2022, Seminar **Integrierte Stadtentwicklung**, Berlin

21.10.2022, Seminar **Online-Partizipation und Moderation**, München

Mehr über den ICR-Studiengang City-, Stadt- und Regionalmanagement erfahren Sie **hier**. Alle Module können einzeln belegt werden.

Termine

10.06.2022, **stadtimpulse Xpress Spezial – EU-Beihilferecht**, CIMA Beratung + Management GmbH u.a., Online

15.06.2022, **bcSD-Landesverbandstreffen Thüringen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online

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

23. – 24.06.2022, **Fachtagung Parken**, Bundesverband Parken e.V., Königswinter

01.07.2022, **stadtimpulse Xpress – Events, Belebung, Frequenz**, CIMA Beratung + Management GmbH u.a., Online

05.07.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Hessen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Kassel

06. – 07.07.2022, **Innenstadtkongress „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“**, Bundesministerium für Wohnen, Bauen und Stadtentwicklung, Potsdam

25. – 27.09.2022, **Deutsche Stadtmarketingbörse**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Marburg

06. – 08.10.2022, **Kooperationsforum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. und City-Management Verband Ost e.V., Bernau bei Berlin

Weitere Termine finden Sie **hier**.

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcsd.de, 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.