

# Newsletter 06-2021

## Save the Date – Deutsche Stadtmarketingbörse 2021

Vom 26. – 28. September 2021 in Geldern

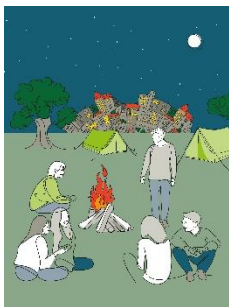


Foto: Peter Wieler

Die Deutsche Stadtmarketingbörse ist neben dem Deutschen Stadtmarketingtag im Frühjahr der Treffpunkt der Stadtmarketingszene in Deutschland. Im Unterschied zum Deutschen Stadtmarketingtag ist die Deutsche Stadtmarketingbörse stärker durch Praxisbeispiele zum Abgucken und Nachmachen geprägt. Nachdem die

Deutsche Stadtmarketingbörse 2020 digital stattfand, werden wir uns in diesem Jahr auf Einladung der Wirtschaftsförderung Kreis Kleve GmbH vor Ort in Geldern treffen. Dabei werden der Erfahrungsaustausch und das Netzwerken sowie auch das Kennenlernen der Gastgeberregion eine wichtige Rolle spielen. Bitte merken Sie sich den Termin bereits jetzt vor. Inhaltlich wird es um die veränderten Ansprüche an Städte gehen, das sogenannte „neue Normal“, was davon bestehen bleibt und was das für unsere Disziplin bedeutet.

## Das war die bcsd Sommerakademie



Vom 23. bis 25. Juni 2021 fand die zweite bcsd Sommerakademie statt. An drei Thementagen widmete sich die online Tagung aktuellen Themen des Stadtmarketings, der Entwicklung des Berufsbilds Stadtmarketing inklusive neuer Weiterbildungsmöglichkeiten und neuen Anforderungen und Tätigkeitsfeldern in Folge der Pandemie. Dabei wurde eine ausgewogene Bilanz zwischen spezifischen Vorträgen durch Expert\*innen aus der Wissenschaft (Markenbildung, Personalführung, Veranstaltungen, Studium Stadtmarketing),

inspirierenden Vorträgen aus der Praxis im 5-1-5-Format (z.B. zu Kommunikationsinstrumenten, Wochenmarkt, Serviceangeboten, Beteiligung) und interaktiven Formaten zum Erfahrungsaustausch gefunden. In einem Workshop wurden die Aufgaben des Stadtmarketings nach Bereichen diskutiert und visualisiert. Ein besonderes Highlight war der Night Talk am Donnerstag, bei dem Martin Knabenreich mit bekannten Gesichtern aus dem Stadtmarketing über Stadtmarketing als Beruf und aktuelle Anforderungen sprach. Die Dokumentation der Ergebnisse und die Aufzeichnung der Beiträge werden in Kürze für die Teilnehmer\*innen verfügbar sein.

## Themen

### Seite 1

Save the Date – Deutsche Stadtmarketingbörse 2021

Das war die bcsd Sommerakademie

### Seite 2

Landesverbandstreffen Brandenburg

Deutscher Nachbarschaftspreis

### Seite 3

Fachkongress  
Standort:Stadt:Destination

Brandenburg wirbt für Händler

HANAU auFLADEN

### Seite 5

Stadtmarke Duisburg

Leitfaden MICE

WE Card und Urlaub in Wolfsburg

### Seite 6

Giengen sucht den Supermetzger

Restaurant ohne Küche

### Seite 7

Corona-Ticker

### Seite 8

Jobbörse

### Seite 9

Fördermitglieder

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder

### Seite 10

Der Trend der Zukunft

### Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

ICR-Termine

Terminkalender

## Landesverbandstreffen Brandenburg

Auf seinem Online-Treffen am 16. Juni hat der bcsd-Landesverband Brandenburg mit Ulrich Wessollek, dem Leiter des Sachgebiets Stadtmarketing der Stadt Eberswalde, einen neuen Landesbeauftragten bestimmt. Wir gratulieren herzlich und freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit! Die Wahl wurde nötig, da die bisherige Amtsinhaberin Jana Wieduwilt ihr Amt zur Verfügung gestellt hatte. Wir danken Jana Wieduwilt für ihr Engagement, besonders während der Gründungsphase des noch jungen Landesverbands. Gabi Grube bleibt stellvertretende Landesbeauftragte. Neben den Wahlen wurde in einer Blitzlicht-Runde Erfahrungsaustausch zu den aktuellen Öffnungsschritten betrieben.

### ANZEIGE



The advertisement features a collage of images showcasing illuminated light fixtures. On the left, a large, glowing yellow star is mounted on a black stand. In the center, a pink sphere and a white cube are shown on a reflective surface. On the right, a storefront window is decorated with several glowing white stars. Below the collage, the text reads: **BELEUCHTUNG FÜR IHRE INNENSTADT** and **Das ganze Jahr über!**. The website [www.8-seasons-design.de](http://www.8-seasons-design.de) is listed at the bottom. The logo for '8 seasons design' is visible in the top right corner of the collage.

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

## Deutscher Nachbarschaftspreis

Noch bis zum 18. Juli können sich Initiativen, die das Zusammenleben, den Zusammenhalt und Gemeinsinn in unseren Städten fördern und ihr Wohnumfeld aufwerten, auf den Deutschen Nachbarschaftspreis bewerben. Fachkundige Juries ermitteln neben 16 Landessiegern fünf bundesweite Sieger in den Themenkategorien „Vielfalt“, „Öffentlicher Raum“, „Nachhaltigkeit“, „Kultur

& Sport“ sowie „Generationen“. Die bcsd ist Partner des Nachbarschaftspreises und ruft alle Mitglieder dazu auf, Projekte aus der eigenen Stadt zur Teilnahme zu motivieren. **Hier** finden Sie Vorjahressieger. **Hier** finden Sie weitere Informationen zum Preis. **Hier** können Sie sich bewerben.

### Fachkongress Standort:Stadt:Destination –

#### Auf dem Weg zu einem Ökosystem der Gastlichkeit.



Der Tourismus NRW nähert sich gemeinsam mit den Teilnehmer\*innen neuen und alternativen Konzepten für eine integrierte Betrachtung von Lebensraum, Standort und Destination. Im inhaltlichen Fokus stehen unter anderem die Themen Lebensqualität, Start-ups, Kultur, Mobilität und Digitalisierung. Auch werden die Themen Nachhaltigkeit und Resilienz diskutiert, die für den Tourismus eine zunehmend größere Rolle einnehmen. Dazu gibt es viele wertvolle Impulse aus Wissenschaft und Praxis sowie Workshops zum selbst aktiv

werden. Virtuelle Stehtischrunden laden zum Erfahrungsaustausch und Netzwerken ein. **Hier** finden Sie das vollständige Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung.

### Brandenburg an der Havel wirbt crossmedial für lokale Händler

Das Stadtmarketing der Stadt Brandenburg an der Havel schafft mit dem Projekt „**BRB-lokal - Aktionspaket für lokales Einkaufen**“ digitale Präsenz für stationäre Händler. Damit wird die Problematik adressiert, dass viele Händler selbst eine Sichtbarkeit online nicht leisten können – von der Reichweite bis zur Attraktivität der Darstellung.

Das Stadtmarketing erstellt in Zusammenarbeit mit einer Journalistin professionelle Händlerportraits, die auf dem **City-Blog** und auf dem **Stadtportal Meetingpoint** mit seiner hohen Reichweite gezeigt werden. Geschäfte lassen sich zudem in einem **360-Grad-Rundgang** erkunden, wobei die Produkte für weitere Informationen angeklickt werden können. Zudem gibt es Videos, in denen Produkte präsentiert werden. Ebenfalls weisen Plakate in der Stadt auf die Händler hin. Parallel wurde ein **digitaler Einkaufsführer** mit über 300 Einträgen umgesetzt.

### HANAU aufLADEN - KunstKaufLaden Tacheles in Hanau eröffnet



Bereits seit einigen Monaten verfolgen Stadt und Stadtmarketing in Hanau die Kampagne HANAU aufLADEN. Dabei geht es darum, den Besitz der Innenstadt durch Pop Up Konzepte (Läden und Gastronomie) aufzuwerten. Für Neugründungen wurde ein Förderprogramm aufgelegt. Es gibt Unterstützung durch Marketing, Weiterbildung und Beratung sowie beim Finden geeigneter Räumlichkeiten. Zudem werden die Zusammenarbeit mit Immobilienbesitzern verbessert und das Leerstandsmanagement digital sichtbar. Pop-Up Stores bieten ein abwechslungsreiches Angebot und die Möglichkeit zum Ausprobieren für Gründer. Informationen zur beispielhaften Kampagne finden Sie **hier**. Bei einem Laden ist das Vorgehen jedoch anders: Hier hat sich die Hanau Marketing GmbH entschieden, selbst Betreiber eines Pop-Up zu

werden. Dabei wurde die neue Vorkaufsrechtssatzung der Stadt angewendet. Zu vergünstigten Konditionen konnten 400qm Verkaufsfläche angemietet werden, auf denen ein Kunstkaufhaus für alle mit (erschwinglichen) Werken unterschiedlicher Künstler und Genres entstand. Veranstaltungsangebote wie etwa Kunstworkshops sollen den neuen Laden noch stärker zum Treffpunkt werden lassen. Mehr über das Tacheles erfahren Sie **hier**. Das Projekt wurde kürzlich in den bundesweiten Projektpool Stadtimpulse aufgenommen. Die Vorstellung finden Sie **hier**. Weitere neu aufgenommene Projekte sind die **Innovationsmeile Küferstraße in Esslingen am Neckar**, die **zukunftssichere Innenstadt Ettlingen** und **alwin – aktives Leerstandsmanagement in der Wittlicher Innenstadt**.

## 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 **stadtguthaben** wird es Ihre **Stadt gut haben**.



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

## Duisburger Stadtmarke für den Marken Award nominiert



Beim von der Handelsblatt Media Group ausgelobten Marken Award 21 hat es die Duisburger Stadtmarke DUISBURG IST ECHT geschafft, als einer von zwei Beiträgen im Finale der Kategorie „Beste Marke“ zu stehen. Die Stadtmarke wirkt darauf hin, das oftmals negative Image Duisburgs zu korrigieren und transportiert einen gemeinsamen Nenner: Duisburg ist authentisch. Der Slogan wird dann jeweils passend zur Situation angepasst und erläutert, um zu vermitteln, was die Stadt zu bieten hat und neue Bilder zu zeigen. Die Marke baut auf einem Leitbildprozess auf. Ein Beispiel: DUISBURG IST ECHT... ..grüner und hat mit 56,8% Grünflächenanteil an der Stadtfläche mehr zu bieten als etwa München oder Leipzig. Dann wird erklärt, wo sich attraktive Grünflächen in der Stadt befinden. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Leitfaden MICE des Deutschen Tourismusverband erschienen

Die Unterarbeitsgruppe Stadt & Land der Arbeitsgruppe Zukunftsentwicklung des Deutschen Tourismusverband e.V. hat einen MICE-Leitfaden für Destinationen herausgegeben. Vor dem Hintergrund der Krise und der Digitalisierung sowie der zunehmenden Bedeutung von Outdoor-Erlebnissen wird ein wichtiger Ansatz in der Verknüpfung von Stadt und Land auch in diesem Segment gesehen. Neben allgemeinen Zahlen werden einige gute Beispiele vorgestellt, etwa digitale FamTrips, Tagen im Grünen in der Stadt und auf dem Land, die gemeinsame Vermarktung (auch digitaler) Kongressstandorte, eigene digitale Kanäle, hybride und dezentrale Veranstaltungen, Hygiene-Siegel und Erlebnis-Finder. **Hier** ist der Leitfaden hinterlegt.

## ANZEIGE

An advertisement for video marketing concepts. The background is a solid mustard yellow. On the left, the text reads "VIDEO-MARKETING-KONZEPTE DIE ÜBERZEUGEN!". In the center, a young girl with dark curly hair, wearing a pink beanie and a striped shirt with denim overalls, looks surprised. On the right, there is a stack of books, with the top one titled "VIDEO-MARKETING INSPIRATION". The logo "OP ONPRAES" is in the top right corner. Below the advertisement, the website "www.onpraes.de" is listed.

**VIDEO-MARKETING-KONZEPTE  
DIE ÜBERZEUGEN!**

**Individuelle** Konzepte zu  
- **Tourismus-Marketing**  
- **Standort-Marketing**  
- **City-Marketing**  
zusammengefasst zu  
einer **Präsentation.**

**HIER KLICKEN &  
DOWNLOADEN**

VIDEO-MARKETING  
INSPIRATION

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

## Wolfsburg Wirtschaft und Marketing mit German Brand Awards ausgezeichnet

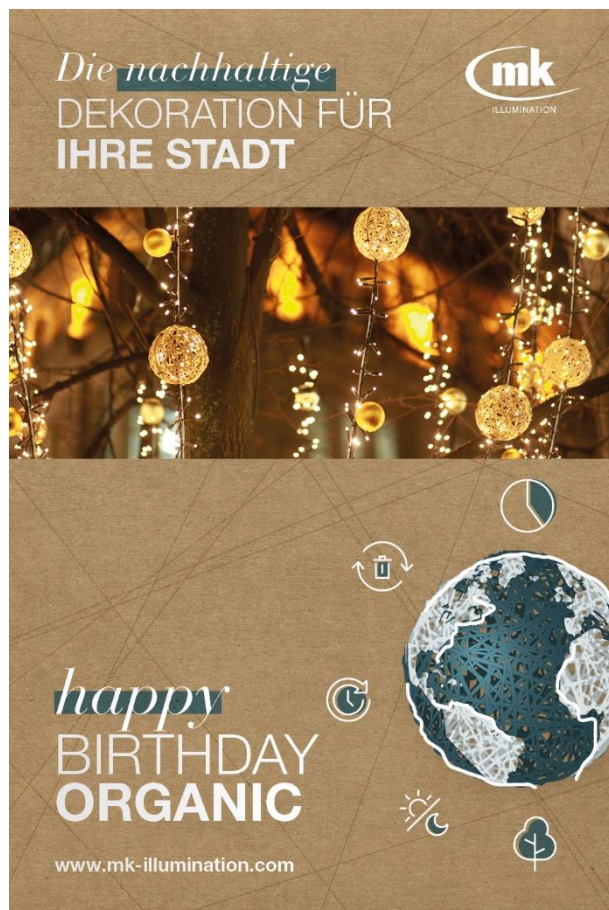
Gleich zwei Special Mentions der begehrten German Brand Awards konnte sich die Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH sichern. Die Auszeichnungen wurden für das Projekt Urlaub in

Wolfsburg sowie für die neu eingeführte WE Card vergeben. Urlaub in Wolfsburg warb als digitale Kampagne bundesweit für Wolfsburg als Urlaubsort und stellte dabei weniger bekannte Aspekte der Stadt wie die Natur in den Mittelpunkt. Die **WE Card** stellt eine Erweiterung des digitalen Online-Marktplatzes dar und fungiert als Gutschein, Zahlungsmittel und Bonuskarte mit der Option soziale Zwecke zu unterstützen. Sie zählt auf die Solidaritätskampagne „Zusammen sind wir Wolfsburg“ ein. **Hier** erfahren Sie mehr. Aktuell werden beide verknüpft: Wer eine **Pauschalreise nach Wolfsburg** bucht, erhält eine WE Card im Wert von 50 €.

## ANZEIGE

### Giengen sucht den Super Metzger

Im schwäbischen Giengen an der Brenz steht man vor einem Problem, das viele Gemeinden in Deutschland kennen: Der letzte innerstädtische Metzger hat seine Türen für immer geschlossen. Die Bürger\*innen, die Stadt und auch der Investor einer neuen Immobilie in der Innenstadt teilen den Wunsch nach einem neuen handwerklichen Metzger im Zentrum und haben daher mit einer Kommunikationsagentur, die auch für das Metzgerhandwerk tätig ist, die bundesweite digitale Kampagne „Giengen sucht den Super Metzger“ ins Leben gerufen. Für die Kampagne wurden Videos unter anderem mit Bürgermeister, Wirtschaftsförderer und Bürger\*innen gedreht, die erläutern, warum sie sich wieder einen Metzgerladen in ihrer Stadt wünschen. **Hier** erfahren Sie mehr. **Hier** finden Sie die Kampagnenwebsite [www.supermetzger.de](http://www.supermetzger.de).



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

### Da Silvano – Restaurant ohne Küche

In der Digitalstadt Ahaus hat ein italienisches Restaurant eröffnet, das ohne eigene Küche auskommt. Denn bestellt werden Pizza, Antipasti und weiteres bei den umliegenden Restaurants. **Hier** finden Sie weitere Informationen. Bei Da Silvano handelt es sich um einen Showcase der Softwarefirma Tobit, die auch Fördermitglied der bcSD ist. Weitere Showcases finden Sie **hier**. Dazu zählen etwa ein Ruderbootverleih, ein **Privatkino** in das man selbst den Film mitbringt, ein **Landgasthaus**, in dem man per Smartphone bestellt und zahlt sowie ein **smartes Hotel**, in dem alles digital organisiert ist.

## Corona-Ticker

### Praxisbeispiele

Die Stadt Braunschweig und die Braunschweig Stadtmarketing GmbH haben für Bar- und Clubbetreiber\*innen sowie Gastronom\*innen und Schausteller\*innen **belebte Orte im Stadtgebiet identifiziert, an denen nun mobile Verkaufsstände platziert werden dürfen.**

Mit einem **Video des bekannten Comedian Harry G über Wildcampen** sensibilisiert Bayern Tourismus humorvoll für ein in der Covid-Pandemie verbreitetes Problem. Die Sehnsuchtsorte werden dabei überlaufen und übermäßig genutzt und somit verschmutzt und beschädigt.

Magdeburg lockt Besucher mit einer **virtuellen Dinosaurierausstellung** in die Innenstadt.

Mit dem **Viersen Award** sollen Start Ups gefördert werden.

Bochum und Potsdam laden je zehn Teams mit je fünf Studierenden festgelegter Fachrichtungen ein, sich **bei einem City-Hack Gedanken um die Zukunft der Innenstadt zu machen.**

Die Thüringer Tourismus GmbH veranstaltet eine **virtuelle Tourismusmesse**, auf der Destinationen und andere touristische Leistungsträger ihre Angebote dem Fachpublikum präsentieren.

Die Chemnitzer Wirtschaftsförderung (CWE) organisiert mit mehreren Partnern einen **digitalen Elternabend, auf dem Ausbildungsplätze vermittelt werden sollen.**

In Verden wurde ein **Innenstadtfonds mit einem jährlichen Volumen von bis zu 200.000 €** aufgelegt. Unterstützt werden etwa die Aufwertung, Gründung und Umsiedlung von Geschäften.

**Marbach am Neckar führt mit einer kommunalen Förderung das Mehrwegsystem „Local to Go“ in der Gastronomie ein.** Teilnehmende Restaurants erhalten einen einmaligen Zuschuss von 250 €.

### Hilfestellungen

Das Land Bremen fördert **die Errichtung oder Aufwertung von Open-Air-Veranstaltungsorten.**

Die SPD hat ein **Positionspapier zur Zukunft der Innenstadt** verabschiedet.

Der zentrale Immobilienausschuss hat ein **Positionspapier zur Innenstadt** veröffentlicht.

Das frisch erschienene Magazin Innenstadt beschäftigt sich mit **Dritten Orten**, die als ein wichtiger Baustein einer attraktiven Innenstadt und lebenswerter Quartiere gesehen werden.

### Panorama

„**Sind unsere Städte noch zu retten?**“ fragten sich der Philosoph Richard David Precht und Leipzigs Oberbürgermeister Burkhard Jung im ZDF.

Anlässlich der Themenwoche **Stadt.Land.Wandel** fragt die ARD: Wie sieht unser Leben morgen aus? **Hier** können Sie an der Befragung teilnehmen und mehr erfahren.

Eine Reportage des WDR beschäftigt sich mit **Innenstädten nach Corona** am Beispiel der Stadt Essen.

## 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
Hansestadt Buxtehude	<b>Sachbearbeiter*in (w/m/d) in der Fachgruppe Wirtschaftsförderung</b>	31.07.2021
Stadt Hof	<b>Koordinator*in Stadtmarketing (m/w/d)</b>	25.07.2021
Stadt Bad Camberg	<b>Kurdirektor*in (m/w/d) zur Leitung der Kurverwaltung und des Stadtmarketings</b>	16.07.2021
KME Karlsruhe Marketing und Event GmbH	<b>Projektreferent*in Quartiersmanagement (m/w/d) und Volontär*in (m/w/d)</b>	16.07.2021
Stadt Ravensburg	<b>Projektleitung Kommunikation (m/w/d)</b>	11.07.2021
Stadt Friedrichsdorf	<b>Sachbearbeiter*in Stadtmarketing (m/w/d)</b>	11.07.2021
Stadt Neuwied	<b>Citymanager*in (m/w/d)</b>	11.07.2021
Einbeck Marketing Gesellschaft für Stadt- und Standortmarketing mbH	<b>Citymanager*in (m/w/d)</b>	Nicht angegeben
Regionalverband Ostwürttemberg	<b>Projektassistenz (m/w/d) im Projekt Innenstadtberater*in</b>	Nicht angegeben
Regionalverband Ostwürttemberg	<b>Innenstadtberater*in (m/w/d)</b>	Nicht angegeben



## Fördermitglieder der bcsd

### Nussbaum Medien Weil der Stadt GmbH & Co KG



Die Verlagsgruppe Nussbaum Medien erreicht mit ihren über 380 Amts- und privaten Mitteilungsblättern wöchentlich fast 1,1 Mio. Haushalte in Baden-Württemberg. Die Unternehmensleitlinie von Nussbaum Medien: „Durch lokale, regionale und crossmediale Informations- und Serviceangebote sollen nachhaltige Mehrwerte für Bürger, Vereine, Unternehmen und Verwaltungen in Baden-Württemberg geschaffen werden. Dazu gehört in zunehmendem Maße die Vernetzung von Menschen und Institutionen sowie digitale Transaktionen. Dies soll auf der Grundlage einer nachhaltigen Werteorientierung erfolgen“. Im Vordergrund steht die Schaffung von Mehrwerten für den Verlag und dessen lokalen Partnern aus Einzelhandel, Handwerk und der Dienstleistung. Hierzu gehört auch die Unterstützung bei der digitalen Transformation und des Marketings von Gewerbevereinen, Stadt-/City-Marketing-Vereinigungen sowie der kommunalen Wirtschaftsförderung. Mehr erfahren Sie **hier**.

## Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

### Stadt Brühl



Die Stadt Brühl liegt mit ca. 46.000 Einwohner\*innen im Südwesten Nordrhein-Westfalens, südlich von Köln und nordwestlich von Bonn. Das Leben in Brühl ist bunt, vielfältig, modern und gleichzeitig traditionell. Mit den UNESCO-Weltkulturerbeschlössern, dem Freizeitpark Phantasialand, zahlreichen Museen, der wunderschönen Naturlandschaft und der Fußgänger\*innenzone inmitten der Altstadt gehört Brühl mit knapp 540.000 Übernachtungen und geschätzt 2 Mio. Tagesgästen zu den wichtigsten touristischen Zielen der Region.

Schon 2015 wurde die Abteilung „Wirtschaftsförderung und Liegenschaften“ dem Dezernat des Bürgermeisters unterstellt. Um die Bedürfnisse der lokalen Akteur\*innen zu verstehen wurden regelmäßige Innenstadt-Rundgänge und Kamin-Gespräche mit dem Bürgermeister sowie ein einmal jährlich stattfindender Wirtschaftstreff in Zusammenarbeit mit der IHK ins Leben gerufen – Formate, die sich bewährt haben.

Doch auch eine attraktive Stadt wie Brühl muss sich den Entwicklungen stellen, die derzeit viele Innenstädte erleben: verschiedenste Herausforderungen, wie z.B. ein sich veränderndes Konsumverhalten, schwächen unsere Zentren. Um solchen Entwicklungen entgegenzuwirken, verstärkt das Team Citymanagement seit dem Herbst 2020 die Brühler Wirtschaftsförderung in Sachen Belebung und Attraktivitätssteigerung der Brühler Innenstadt.

Als einen der ersten Schritte hat das neue Citymanagement in einem umfassenden Konzept für die Innenstadt vier übergeordnete „Angriffspunkte“ definiert: Aufbau Netzwerk Innenstadt, Aktives Leerstandsmanagement, Stärkung der lokalen Akteure, Steigerung Erlebniswert

Im Zuge dieser Handlungsfelder wurden in Kooperation mit unterschiedlichsten Partner\*innen bereits mehrere Projekte, wie z.B. die digitale „**HIERO Brühl**“ **App** initiiert und umgesetzt. **Hier** erfahren Sie mehr.

### **NEL GmbH**



Vor genau 60 Jahren, am 01.07.1961, wurde die NEL GmbH als PGH Neontechnik und Anlagenbau in Leipzig gegründet. Das mittelständische Unternehmen mit heute 60 Mitarbeiter\*innen hat seinen Schwerpunkt im Bereich „Licht und Werbung“. Zu den NEL-Geschäftsfeldern gehören die Lichtplanung, LED- und Lichtwerbung, Lichtinszenierung (Festliche Beleuchtung), Neonkunst, Architekturbeleuchtung, digitale Mediasysteme, Elektro- und Lichtinstallationen sowie Projektmanagement. Je nach individuellem Kund\*innenwunsch erstreckt sich das Leistungsspektrum von der Lichtplanung über die Fertigung, Installation und Instandhaltung von Neonkunst und Lichtobjekten für den Innen- und Außenbereich bis hin zu digitalen Wegeleit- und Informationssystemen. Zu den Referenzen zählen zum Beispiel Museen, Zoos, Hotellerie und Gastronomie, Automobilindustrie, das Gewandhaus zu Leipzig, die Elbphilharmonie in Hamburg und in der Weihnachtszeit Städte und Gemeinden wie z.B. Leipzig oder Dresden.

Einige Vorteile auf einen Blick:

- leistungsstarker mittelständischer Innungsfachbetrieb
- motiviertes und qualifiziertes Fachpersonal
- Rundum-Service – von der Lichtplanung, Entwurf, über Herstellung bis zur Montage, Wartung und Einlagerung
- Terminalsicherheit
- ausschließliche Verwendung von Qualitätsprodukten

Weitere Informationen finden Sie **hier**.

### **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 fast ausschließlich digital 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**.

### **Verkehrsberuhigte Altstadt als Experiment**



Die Stadt Kopenhagen hat ein Projekt gestartet, bei dem zeitweilig insgesamt 66 Parkplätze aus fünf Bereichen der Altstadt entfernt werden sollen. Die Kommunalverwaltung verfolgt das Ziel, die Auswirkungen der parkplatzfreien Flächen für jeden Bereich einzeln auszuwerten. So soll etwa in Vestergade eruiert werden, wie sich der Abbau von 13 Parkplätzen auf das Nachtleben und den Lärmpegel auswirkt. In Dyrkøb hingegen sollen 19 Parkplätze durch

Bäume und Sitzbänke ersetzt werden und für Entspannung zu sorgen. Die Stadt möchte das Feedback von Einwohner\*innen und Besucher\*innen einholen, um die Maßnahmen zu evaluieren.

### **Filmdrehorte aufsuchen und belohnt werden**



WarnerMedias VoD-Dienst HBO Max hat in New York City die OOH-Kampagne „HBO Max On Location“ durchgeführt, bei der Teilnehmer\*innen eingeladen waren, Drehorte bekannter Filme zu entdecken. Die Aktion sollte auch auf den Filmstart von „In the Heights“ aufmerksam machen, sodass ein besonderer Fokus auf die Entstehungsorte von Szenen aus diesem Film gelegt wurde. Filmfans konnten 20

mit einer lila Stecknadel markierte Orte in Manhattan aufsuchen und einen QR-Code scannen, um die jeweilige Filmszene zu sehen. Belohnt wurden sie dafür mit Gutscheinen für Anbieter wie etwa Katz's Delicatessen, die aus Filmszenen bekannt sind.

### **Videoportal verbindet Städte**



Die Städte Vilnius in Litauen und das polnische Lublin sind über ein Videoportal miteinander verbunden. Beide Städte haben im Zuge eines Kunstprojekts in Bahnhofsnähe große Displays aufgestellt, die in einem kreisförmigen Rahmen angebracht sind. Die Portale ähneln denen aus der Science-Fiction-Serie „Stargate“. Passant\*innen können über die Videowände in Echtzeit einen Blick in die jeweils andere Stadt werfen. Die Portale verfügen über Bildschirme und Kameras, Mikrofone sind nicht angebracht. Das Projekt

soll als Brücke dienen, um Vorurteile abzubauen. Weitere Portale in anderen Städten sollen folgen.

## 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 Wettbewerbe / Ausschreibungen

**Deutscher Nachbarschaftspreis**, nebenan.de Stiftung, bis 18. Juli 2021

**Deutscher Tourismuspreis 2021**, Deutscher Tourismusverband, bis 16. August 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

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

28.10.2021, bcsd-Seminar **Projektmanagement**, Online-Veranstaltung

04.11.2021, bcsd-Seminar **Recht kompakt**, Online-Veranstaltung

## Termine

05. – 07.07.2021, **DenkwerkStadt 2021**, Stadtmarketing Austria, St. Gerold, Österreich

08.07.2021, **Fachkongress Standort:Stadt:Destination – Auf dem Weg zu einem Ökosystem der Gastlichkeit.**, Tourismus NRW e.V., Online-Veranstaltung

23. – 24.08.2021, **Tage der Innenstadt**, Managementforum Starnberg, Düsseldorf

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

07.10.2021, **Organisationsstrukturelle Aspekte im Stadtmarketing - das A und das O der Geschäfts- und Betriebsführung**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

Weitere Termine finden Sie **hier**.

**Impressum:**

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

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten.

Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf [www.bcsd.de](http://www.bcsd.de) dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an [office@bcsd.de](mailto:office@bcsd.de).

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

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