

Newsletter 06-2023

Deutscher Stadtmarketingtag 2023:

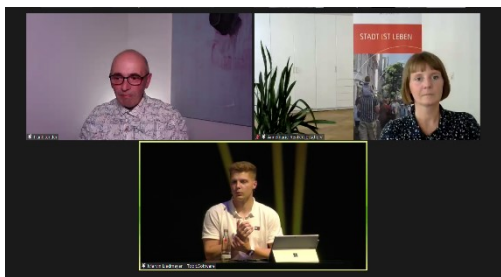
Cooling Cities – Nachhaltige Ansätze für lebenswerte Städte



Vom 17. bis 19. September wird der Deutsche Stadtmarketingtag in Mannheim stattfinden und sich dabei inhaltlich der Anpassung unserer Städte an neue Erwartungen (Aufenthaltsqualität, Multifunktionalität, Erlebnisse) und Erfordernisse (Klimaanpassung) durch die Installation grüner sowie blauer Infrastruktur widmen. Dabei wird es unter anderem darum gehen, Freiräume / öffentliche Räume in der

Stadt zu sichern, ansprechend und funktional zu gestalten und zu nutzen. Denn neben den Funktionen zur Klimaanpassung und Lebensqualität können hochwertige Freiräume auch maßgeblich zur Identifikation der Bürger:innen mit der Stadt beitragen. Das Programm und die Anmeldung werden voraussichtlich Anfang Juli veröffentlicht. Sobald dies soweit ist, werden wir über unseren Newsletterverteiler informieren und Sie finden wie gewohnt auf www.stadtoptimisten.de alle Informationen zu Programm, Referent:innen, Fachaussteller:innen und Anmeldung.

Künstliche Intelligenz im Stadtmarketing – Seminar im Oktober



Mehr als 200 Stadtmarketingverantwortliche und Interessierte aus anderen Bereichen waren am 29. Juni online dabei, um sich über die Arbeit mit Künstlicher Intelligenz im Stadtmarketing zu informieren und Tipps für den Umgang mit den einschlägigen Tools zu erhalten. Die Referenten, der Digitalexperte

Frank Tentler und Marvin Liedmeyer von Tobit.Software, gaben damit einen kleinen Vorgeschmack auf das ausführlichere Seminar zum Thema, das am 25. Oktober angeboten wird und dann noch stärker interaktiv und individueller sein wird. Der umfangreiche Zuspruch bestärkt uns, dieses Thema zukünftig stärker mitzudenken und zu bearbeiten. Die Dokumentation bzw. Aufzeichnung der Einführungsveranstaltung wird in Kürze über den **bcsd-You-Tube-Kanal** zur Verfügung gestellt. Die Präsentation von Frank Tentler ist **hier** zu finden. **Hier** finden Sie weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung zum Online-Seminar Stadtmarketing – KI im Arbeitsalltag. Darin wird der professionelle Umgang mit ChatGPT Plus im Stadtmarketing für Einsteiger:innen behandelt.

Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag

KI im Stadtmarketing

Seite 2

Landesverband Sachsen

Seite 3

Landesverband Hessen

AG Flächenmanagement S-H

Seite 4

MBA Stadtmarketing

Seite 5

Hessischer Stadtmarketingtag

Innenstadt als Resonanzraum

Innenstadtarbeitshilfen

Seite 6

GEMA - Mehraufwendungen

Online-Umfragen

Seite 7

Junge Menschen und Innenstadt

StadtLesen

Seite 8

Kooperation mit DVWE

Seite 9

Kompetenzen im
Citymanagement

Pop-Up-Innenstadt

Warenhäuser und Frequenzen

Seite 10

Hitzeaktionsplan Mannheim

Jobbörse

Seite 11

Zahlen des Monats

Seite 12

Fördermitglieder

Herzlich willkommen – die neuen
Mitglieder

Seite 14

Trend der Zukunft

Seite 15

Seminartermine / ICR

Seite 16

Terminkalender

ANZEIGE



Wie attraktiv ist Ihre City?
Passantenfrequenz ist die Messzahl.

MESSEN - VERGLEICHEN - PROFITIEREN
mit hystreet.com

Mehrwerte

- Einzelhändler mit exakten Frequenzdaten unterstützen
- Cityevents analysieren und begründen
- Stadtentwicklung planen und evaluieren

JETZT PARTNER WERDEN

hystreet.com

Das größte Netzwerk für Passantenfrequenzen
97 STÄDTE
253 STANDORTE
6 LÄNDER

www.hystreet.com

Landesverband Sachsen gegründet, Landesbeauftragte gewählt



Am 28. Juni waren die Mitglieder des neu gegründeten bcsd-Landesverbands Sachsen eingeladen, sich in Meißen kennenzulernen. 15 Teilnehmer:innen folgten dem Aufruf zur Teilnahme und erfuhren viel über die wunderschöne Stadt und das Stadtmarketing von Meißen. Die Begrüßung durch Oberbürgermeister Raschke zeigte, mit wie viel Herzblut und zivilgesellschaftlicher Initiative, die im Krieg nicht zerstörte aber dennoch in den Folgejahrzehnten stark in Mitleidenschaft gezogene historische Altstadt wieder erblühen konnte und zum

schmucken Juwel wurde, das sie heute ist. Amtsleiter Christian Friedel stellte die aktuellen Marketingaktivitäten der Stadt vor, zu denen wechselnde Themenjahre (2023: ein falls reich) sowie das kürzlich bei der Stadt angesiedelte Citymanagement gehören. Ein Highlight wird das 1.100 jährige Jubiläum der Stadt, die auch als „Wiege Sachsens“ bezeichnet wird. Zudem berichtete das Mitglied des bcsd-Bundesvorstands, Sören Uhle von der CWE aus Chemnitz, über die Vorbereitungen der Stadt Chemnitz für das Kulturhauptstadtjahr 2025 und wie ganz Sachsen daran partizipiert. Neben dem Erfahrungsaustausch war die Wahl der Landesbeauftragten wichtigster Punkt der Tagesordnung. Der Gastgeber des Treffens und Leiter des Amtes für Stadtmarketing, Tourismus und Kultur der Stadt Meißen, Christian Friedel, wurde zum Landesbeauftragten gewählt. Heike Melzer, Geschäftsführerin des City Leipzig Marketing e.V., wurde zur stellvertretenden Landesbeauftragten gewählt.

Nachdem bereits im Frühjahr der bcsd-Landesverband Bayern gegründet wurde, bilden aktuell über 570 Mitgliedsorganisationen die Grundlage für die weiterwachsende Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland. Dies erlaubt eine fortschreitende Professionalisierung mit starken Strukturen von Bundesvorstand und Bundesgeschäftsstelle, über die Landesverbände bis auf die kommunale Ebene. Interessensvertretung und Erfahrungsaustausch von der Tellermitte bis über den Rand hinaus stehen dabei immer im Vordergrund und unter der Überschrift Stadt ist Leben.

Kooperationsvereinbarung AKCS und CMVO



In diesem Sinne freuen wir uns, dass auch unsere Kooperationspartner der Berufsverband City- und Stadtmarketing Bayern (AKCS e.V.) sowie der City-Management-Verband Ost (CMVO e.V.) nun auch untereinander eine engere Kooperation anstreben. Wir wünschen dabei viel Erfolg und werden die Zusammenarbeit für die Innenstädte nach Kräften unterstützen. Spätestens am 6. und 7. November nimmt dies wieder konkrete Züge an, denn dann veranstalten CMVO und bcsd das traditionelle Tagungsformat Kooperationsforum Ost in der Europäischen Kulturhauptstadt 2025 Chemnitz – Save the date.

Landesverbandstreffen in Hessen



Der Landesverband Hessen der bcsd traf sich am 21. Juni in der Stadt Stadtallendorf mit rund 40 Teilnehmer:innen. Hauptinhalt des Treffens war der Erfahrungsaustausch zu konkreten Erfolgen und Herausforderungen der Stadtmarketingarbeit vor Ort. Darüber hinaus gab Silvio Zeizinger, Geschäftsführer des Handelsverbands Hessen, mit konkreten Zahlen und Trends Einblicke in aktuelle Entwicklungen in Handel und Innenstadt in Hessen. Über ihre vielfältigen, erfolgreichen Aktivitäten zur Interessenvertretung des Stadtmarketings (Stichwort Förderprogramme, Stichwort Landtagswahlen) berichteten die Landesbeauftragten. In den letzten Jahren ist es gelungen zahlreiche neue Mitglieder für den Landesverband zu gewinnen, der bereits über 60 Stadtmarketingorganisationen vertritt. Zum Abschluss stand eine Besichtigung des Werks des größten Arbeitgebers der Stadt auf dem Programm: Ferrero. Dort wurden Kennzahlen und Erfolgsfaktoren des Werks vorgestellt und eine Besichtigung (sowie persönliche Qualitätsprüfung) der Produktion durchgeführt. Wir bedanken uns herzlich bei den Gastgebern Corinne Diho, Geschäftsführerin des Stadtmarketing Stadtallendorf e.V. und Herrn Bürgermeister Christian Somogyi, für die tolle Gastfreundschaft und die Einblicke in die Stadtallendorfer Stadtentwicklung und Stadtmarketingaktivitäten.

Landesverband Schleswig-Holstein gründet Arbeitsgruppe Flächenmanagement

Der Landesverband Schleswig-Holstein der bcsd hat eine Arbeitsgruppe zum Thema Ansiedlungs- und Zwischennutzungsmanagement ins Leben gerufen. Das gut besuchte Treffen fand in Kiel im Segelcamp statt. Auch der Landesverband Baden-Württemberg hat bereits eine entsprechende Arbeitsgruppe eingerichtet, die sich digital trifft, um unterschiedliche Ansätze, Erfahrungen, Instrumente und Projekte im Bereich Leerstandsmanagement vorzustellen und zu bewerten.

ANZEIGE

Die Nr. 1 für digitale
Stadt Gutscheine

- Teileinlösung per App/Webseite
- Automatische Abrechnung über Ihr eigenes Bankkonto
- Integriertes Arbeitgeberportal
- Kostenlos starten

Mit der Erfahrung aus über **100** Städten

Jetzt informieren

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

stadt Guthaben
Das lokale Gutscheinsystem

www.stadt Guthaben.de

MBA Stadtmarketing – jetzt noch anmelden



Stadtmarketing kommt seit dessen Entstehung in den 1980er-Jahren eine immer stärkere Bedeutung zu, die mit der Pandemie und ihren Folgen nochmal deutlich gestiegen ist. So sind in den letzten

Jahren neue Bildungsangebote entstanden, wurden wiederbelebt oder noch stärker nachgefragt. Beispiele dafür sind die Weiterbildung zum City-, Stadt- und Regionalmanager des **Instituts für City- und Regionalmanagement**, die Fortbildung City- und Quartiersmanagement der **IHK Nord Westfalen**, der **WAK Schleswig-Holstein** und der **IHK Hannover**. Seit wenigen Jahren gibt es nun auch endlich einen passenden Studiengang, den MBA Stadtmarketing an der Ostfalia Hochschule in Salzgitter, der unter anderem auch in Zusammenarbeit mit der bcsd und weiteren Expert:innen der Stadtmarketingszene im Beirat konzipiert wurde. Dieser kann berufsbegleitend innerhalb von 6 oder 8 Semestern absolviert werden, die Anwesenheit vor Ort in Salzgitter ist nur selten notwendig. Die ersten Studierenden sind gerade dabei, ihre Abschlussarbeiten zu verfassen. **Hier** finden Sie umfassende Informationen zum Studiengang, der sich sowohl an Stadtmarketingverantwortliche richtet als auch an solche, die es noch werden möchten.

Stadtmarken als Grundlage ganzheitlicher kommunaler Strategien



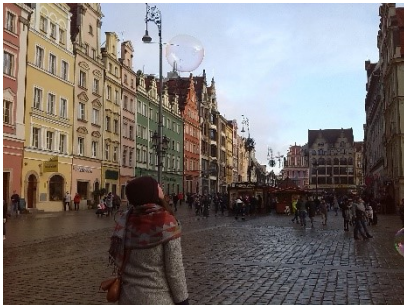
Laura Ebeling, Studierende des MBA Stadtmarketing an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, schreibt derzeit ihre Masterarbeit zum Thema "Die Stadtmarke als Grundlage einer ganzheitlichen kommunalen Strategie". Um die bisherigen Forschungsergebnisse zu überprüfen, führt Sie eine Online-Befragung durch und lädt interessierte Personen

herzlich zur Teilnahme ein. Die Bearbeitung dauert circa zehn Minuten. Mit Ihrer Teilnahme leisten Sie einen wichtigen Beitrag zum Gelingen der Masterarbeit. **Hier** finden Sie den Fragebogen.

Hessischer Stadtmarketingtag

Der Hessische Stadtmarketingtag fand in diesem Jahr zum 14. Mal in Hanau statt und lockte nach Corona-bedingter Pause rund 180 Besucher:innen in die Stadt. Die Ergebnisse der Studie Vitale Innenstädte, Leerstandsmanagement, die Kaufhaus-Krise und positive Kampagnen zur Standortentwicklung und -vermarktung waren unter anderem diskutierte Inhalte. Zum Abschluss wurden die Teilnehmer:innen noch auf eine Exkursion durch Hanau auf den Spuren des Programms **Hanau auflADEN** geschickt und konnten in einem der unterstützten Projekte den Tag bei guten Gesprächen ausklingen lassen. Die Veranstaltung bot eine tolle Bühne für die Leistungsfähigkeit von Stadtoptimisten. **Hier** finden Sie ein kurzes Video und weitere Informationen. Im nächsten Jahr wird der Hessische Stadtmarketingtag erstmals in der Universitätsstadt Marburg stattfinden.

Innenstadt als sozialer Resonanzraum



Der Zukunftsforscher Andreas Reiter vom ZTB Zukunftsbüro aus Wien hat in seinem Blog „Future Spirit“ einen neuen Artikel verfasst, der sehr treffend den Wandel der Innenstadt von der „Umkleidekabine“ zum Ort der Begegnungen, Interaktion und kuratierten Zufälle beschreibt. Lebenswerte Innenstädte sieht er ähnlich wie Dating Apps den Zufall organisieren und passende Leute zusammen bringen. Dabei werden viele Nutzungen neu oder wieder in der Innenstadt angesiedelt: Produktion, Wohnen etc. **Hier** finden Sie den Essay in voller Länge.

Zukunft Innenstadt II und Positionen zur Innenstadtentwicklung



Die Landesarbeitsgemeinschaft der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern hat Ihre Empfehlungen für die Gestaltung der Innenstadt der Zukunft aus 2021 angepasst und eine neue Publikation mit zahlreichen Praxisbeispielen herausgegeben. „Zukunft Innenstadt II – Chancen und Herausforderungen für Niedersachsens Innenstädte“ stellt vielfältige Handlungsbereiche vor und hinterlegt diese mit konkreten Beispielen sowie allgemeinen Zahlen beispielsweise aus der Deutschlandstudie Innenstadt oder Vitale Innenstädte. Forderungen an die Politik runden das Papier ab. **Hier** finden Sie die Publikation.

In Rheinland-Pfalz hat eine Arbeitsgemeinschaft aus den Industrie- und Handelskammern sowie dem Städtetag und dem Städte- und Gemeindebund „Gemeinsame Positionen zur Innenstadtentwicklung“ veröffentlicht. Diese gibt ebenfalls Handlungsempfehlungen und unterfüttert diese mit vorwiegend aus Rheinland-Pfalz stammenden Beispielen. **Hier** finden Sie die Publikation.

GEMA - Höhere Aufwendungen geltend machen



Die GEMA setzt für Veranstaltungen mit Eintrittsgeldern, die auch einen Anteil für Getränke und / oder Essen beinhalten, im Tarif U-V für Live-Musik (z.B. Bierzelt, Umzug, Tanzveranstaltung, Karneval, Kirmes, etc.) eine Pauschale von zwei Dritteln des Netto-Eintrittspreises als Aufwendungen an. Bei Nachweis, dass die Ausgaben höher liegen, kann ein entsprechend höherer Wert zum Abzug gebracht werden. Dies funktioniert jedoch nicht ohne Weiteres bei der Online-Anmeldung der Veranstaltungen. Die GEMA bittet darum, im

Bemerkungsfeld einen Hinweistext hinzuzufügen, der beispielsweise wie folgt lauten kann: *„Wir bitten um Berücksichtigung des höheren Aufwandes; Kalkulation wird separat eingereicht“*. Diese Kalkulation nachzureichen ist aus technischen Gründen erst nach Anmeldung der Veranstaltung unter Änderungen beantragen – Meine Veranstaltungen möglich. **Hier** finden Sie weitere Informationen zum Tarif und dessen Regelungen.

ANZEIGE

VIEL WIRKUNG AUF
WENIG RAUM

QR Code

JUSTINS
DESIGN

Problem Luftverschmutzung?
Wir haben die Lösung!

Mit unseren neuen – innovativen
– nachhaltigen Produkten
bringen Sie frische, kühle und
saubere Luft in die Stadt.

WE GROW
FRESH AIR

www.justins-design.de

Online-Befragungen mit der Bitte um Teilnahme

Künstliche Intelligenz, smarte Projekte und wir mittendrin: Digitale Transformation

Digitale Transformation und Künstliche Intelligenz sind keine Trendthemen mehr, sondern tief in unseren (Arbeits-)Alltag eingedrungen. In seiner Studie möchte das Beratungsunternehmen Moduldrei herausfinden, wie kommunale Akteur:innen (wie z. B. die Wirtschaftsförderung) diese Themen nutzen und bearbeiten. Besonderes Augenmerk wird auf die Schnittstellen in den Kommunen vor Ort gelegt. **Hier** können Sie teilnehmen.

Public Marketing bittet um Feedback



Unser Medienpartner Public Marketing bittet um Feedback zu seinen Angeboten und hat dafür eine kurze Umfrage erstellt, die sich schnell beantworten lässt. Dabei geht es darum, was mit Public Marketing assoziiert wird, wie und wie häufig man die Texte konsumiert, welche Themen interessieren und welche weiteren Angebote man sich wünschen würde. **Hier** gelangen Sie zur Umfrage.

Workshop „Neu gedacht, anders gemacht - Kreative Ideen junger Menschen für die Innenstädte“



Die Innenstädte stehen vor großen Herausforderungen. Während neue Nutzungen gesucht und vielfältigere Zentrumskonzepte entwickelt werden, entstehen Möglichkeitsräume, die von jungen Menschen mit kreativen Ideen gefüllt werden. Belebung, Begegnung und vielfältige Angebote – junge Stadtmacherinnen und Stadtmacher bringen ihre Nutzungen in leerstehende Räume oder auf Freiflächen und schaffen Orte, die neugierig machen. Der

Workshop richtet sich an Vertreterinnen und Vertreter aus den Bereichen Stadtentwicklung, Stadtplanung, Wirtschaftsförderung und intermediäre Organisationen der Innenstadtentwicklung.

Termine und Orte:

7. September 2023, 10.30 – 15.30 Uhr in Hannover

28. September 2023, 10.30 – 15.30 Uhr in Stuttgart

Weitere Informationen finden Sie **hier**.

StadtLesen



Lesen ist eine Beschäftigung, die die Phantasie anregt. Bei einer Lesung oder dem gemeinsamen Lesen entsteht durchaus ein Gemeinschaftserlebnis und als solches kann auch die Aktion „StadtLesen“ bezeichnet werden. StadtLesen, eine Initiative aus Österreich, will Menschen die Literatur näherbringen und tourt nun schon zum 15. Mal durch deutsche und österreichische Städte. Dabei macht die Tour jeweils mehrere Tage Station und bietet Lesungen und freies Lesen Open Air auf öffentlichen Plätzen mit gemütlichen Sitzmöbeln und Bücherschränken. Die

25 Städte, die zwischen Mai und Oktober besucht werden, können sich darauf bewerben, Teil der Route zu werden. Voraussetzung für die Ansiedlung des öffentlichen Lesewohnzimmers ist ein gewisses Flair und die Unterstützung durch möglichst viele Nominierungen. **Hier** erfahren Sie mehr.

ANZEIGE



The advertisement is a horizontal banner. On the left, there is a QR code and the text 'KLEINE PFLANZE GROSSES POTENTIAL' over a background of green moss. In the center, the 'JUSTINS DESIGN' logo is displayed above three icons: a hand holding a leaf, a leaf with a circular arrow, and a leaf with a vertical line. Below each icon is a short text block. On the right, there is a photograph of several small glass terrariums containing plants, arranged on a metal stand.

**KLEINE PFLANZE
GROSSES POTENTIAL**

**JUSTINS
DESIGN**

WIRKT SOFORT
Einfache & schnelle
Realisierung mit
direktem Nutzen

**AKTIVER
KLIMASCHUTZ**
Luftreinigung &
Treibhausgas-
Kompensation

GRÜNE OASE
für höhere Aufent-
haltsqualität
& längeres
Verweilen

www.justins-design.de

Kooperation mit dem Deutschen Verband der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften (DVWE)

Beim Deutschen Stadtmarketingtag 2014 in Mannheim widmeten wir uns unter dem Titel „Ziemlich beste Freunde“ dem Verhältnis von Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung. Seitdem sind beide Bereiche noch viel enger miteinander verflochten und die Schnittmengen eher größer als kleiner geworden. Der Bereich Standortmarketing als Mischung aus beiden Disziplinen hat deutlich an Bedeutung gewonnen und auch das Leerstandsmanagement ist eine Disziplin, die sowohl im Stadtmarketing als auch in der Wirtschaftsförderung angesiedelt sein kann. Entscheidend Anteil daran trägt auch der zunehmende Wettbewerb um Fachkräfte, in dem lebenswerte Standorte und zunehmend auch die Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit eine wichtige Rolle spielen. Stadtmarketing erhält teils bedeutende Unterstützung durch beispielsweise industrielle Arbeitgeber, die nicht zu den klassischen Förderern aus Handel, Gastronomie, Banken gehören, sondern sich Attraktivität für den Standort und damit als Arbeitgeber erhoffen, aber auch ihre Verbundenheit mit dem Ort zeigen. Arbeitgebergutscheine sind da noch so ein Stichwort. Insofern macht es nur Sinn, dass auch die Berufsverbände beider Bereiche ähnliche Themen behandeln, miteinander im Gespräch sind und kooperieren. Ausdruck der Kooperation ist beispielsweise, dass die Mitglieder der bcsd die Möglichkeit haben, an den Arbeitsgruppen „Nachhaltigkeit“, „Ländliche Räume“ und „(Innen-)Stadtentwicklung“ des Deutschen Verbands der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften teilzunehmen. **Hier** können Sie sich als Empfänger:in der Informationen eintragen und an den einzelnen virtuellen Sitzungen teilnehmen.

Kompetenzen im Citymanagement



Immer mehr Städte führen derzeit – ob aufgrund der Entwicklung der Innenstadt, der Förderkulisse, der positiven Beispiele aus anderen Städten, Forderungen der Gewerbetreibenden oder des akuten Handlungsdrucks – ein City-, Innenstadt- oder Zentrenmanagement ein. Dabei tut sich die eine oder andere Stadt schwer, die Aufgaben des Citymanagements passend abzugrenzen und mit den nötigen Ressourcen (Finanzen, Kompetenzen, Netzwerk, Unterstützung etc.) auszustatten. Nicht selten kommt dabei die „Eierlegende Wollmilchsau“ heraus. Stadtmarketing Austria hat

nun in einem Artikel zusammengestellt, welche Anforderungen an das Citymanagement und die Citymanager:innen gestellt wurden und werden können. **Hier** lesen Sie mehr.

Beispiele für Pop Up Projekte in Innenstädten



Unter dem Titel „DD findet InnenStadt“ lockt Dresden wieder mehr Menschen in das Stadttinnere. Hierfür wurden bis Ende 2024 zwei Räume in der Innenstadt angemietet, in denen Projekte umgesetzt und neue Geschäftsmodelle ausprobiert werden sollen. Gefördert wird das Projekt durch finanzielle Mittel in Höhe von rund 1,83 Millionen Euro vom Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen. Die Nutzung der Räume wurde durch einen Bewerbungsprozess entschieden. Die Nutzungsdauer variiert zwischen einem und sechs Monaten und ermöglicht kostengünstige Umsetzungen von Projekten, da lediglich die Nebenkosten anfallen. Als erstes Konzept startet am 28. Juni 2023 die Ausstellung "Ein Nest [a nest]" in der Hauptstraße. **Hier** lesen Sie mehr.

Ein ähnliches Konzept wird auch in Ludwigsburg umgesetzt, wo allerdings nicht einzelne Räume der Stadt, sondern der Stadtraum angepasst wird. Das Stadtbild soll durch Pop-Up-Maßnahmen zeitweise umgestaltet werden. Konkrete Ansätze sind unter anderem die Verwandlung von Parkplätzen zu Grünflächen oder Pop-Up-Radwegen, die Beschattung öffentlicher Flächen oder Spielgeräte in der Innenstadt. So soll mithilfe der Kommunalpolitik, Bürgerschaft und Verwaltung eine Verbesserung der Mobilität und Klimaanpassung ermöglicht werden. **Hier** lesen Sie mehr.

Weitere Beispiele für gute Pop-Up-Projekte werden bei den **Stadtimpulsen** vorgestellt. Wenn Sie selbst gute Projekte umgesetzt haben, dann können Sie sich hier bei den Stadtimpulsen bewerben.

GMA-Untersuchung zu Bedeutung der Warenhäuser für die Innenstädte



Das bcsd-Fördermitglied Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) hat in einer Studie untersucht, wie stark die Anziehungskräfte der Kaufhäuser der Galeria Karstadt Kaufhof in den Innenstädten heutzutage noch sind und welche Auswirkungen entsprechend deren Schließung für die Innenstädte erwarten lassen. Darüber hinaus werden Beispiele für die Nachnutzung leer gefallener Großimmobilien vorgestellt. Hier können Sie die Studie zum kostenfreien Download bestellen.

Ein ganz aktuelles Beispiel ist der aufhof in Hannover, der für sechs Monate unter anderem als Raum für Veranstaltungen, Diskurse beispielsweise über Smart City und Stadtentwicklung, sowie für

Wissenschaftskommunikation genutzt wird. Obendrein gibt es Pop-Up Räumlichkeiten und ein E-Sports-Center. **Hier** erfahren Sie mehr.

Hitzeaktionsplan Mannheim

Das Thema Hitze wird für die Städte und auch das Stadtmarketing immer relevanter. Niemand möchte in einer brennend heißen Stadt einkaufen gehen oder dort seine Freizeit verbringen, ganz abgesehen von den gesundheitlichen Folgen der UV-Strahlung. So packen immer mehr Städte das Thema Hitzeaktionsplan an. Mannheim gehört zu den ersten Städten, die entsprechende Maßnahmen ergriffen haben und ist gerade dabei, den Plan in die Umsetzung zu bringen. Dies beinhaltet unter anderem eine **Broschüre zum Verhalten an heißen Tagen**, in der unter anderem auch kühle Orte in der Stadt aufgezählt werden. Durch bauliche Maßnahmen wie etwa Trinkbrunnen oder Sonnensegel in Gebieten mit besonders vielen vulnerablen Gruppen, wird zudem Klimaanpassung betrieben. **Hier** finden Sie ein Interview mit der für diesen Bereich zuständigen Klimaanpassungsmanagerin.

ANZEIGE



**JUSTINS[®]
DESIGN**

**1 FRISCHLUFTZONE (3 CITYTREES)
IN EINEM JAHR:**

- Bessere Luft für etwa 30.000 Menschen
- Ca. 2000 Gramm Feinstaubfilterung
- Kühlleistung von ca. 10 konventionellen Klimageräten
- 300m² aktive Oberfläche

www.justins-design.de

Jobbörse

| Arbeitgeber:in | Stellenangebot | Bewerbungsfrist |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Stadtmarketing Bad Vilbel e.V. | Citymanager:in (m/w/d) | 30.06.2023 |
| Stadt Geretsried | Citymanager:in (m/w/d) | 30.06.2023 |
| Pro Herford GmbH Stadtmarketing | Veranstaltungskauffrau / Veranstaltungskaufmann (m/w/d) | 03.07.2023 |
| Stadt Rottweil | Projektmitarbeiter:in (m/w/d) Tourismus und Stadtmarketing | 07.07.2023 |
| Stadt Monheim am Rhein | Citymanager:in (m/w/d) | 09.07.2023 |
| Stadt Ingelheim am Rhein | Leitung (m/w/d) der Stabsstelle Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus | 09.07.2023 |

| | | |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------|
| Ahrtal und Bad Neuenahr-Ahrweiler Marketing GmbH | Referent:in (m/w/d) Citymanagement | 16.07.2023 |
| Erfurt Tourismus und Marketing GmbH | Geschäftsführung (m/w/d) | 31.07.2023 |
| Stadt Heringen (Werra) | Leitung (m/w/d) Fachbereich 5 Wirtschaft Entwicklung Kultur | 31.08.2023 |
| CWE mbH (Chemnitz) | Geschäftsführung (m/w/d) | k. A. |

Zahlen des Monats

Die Herausforderungen für die Stadt von morgen sind groß. Sie betreffen in besonderem Maße auch Städtebau und Architektur. „Grüne Architektur“, „soziale Architektur“ oder „nachhaltige Architektur“ sind einige Begriffe, mit denen künftige Aufgaben umschrieben werden. Aber wer gestaltet unsere Lebensräume von morgen? Welche Städte und Regionen sind hier besonders gut aufgestellt, wo etwa gibt es die meisten Beschäftigten im Bereich Architektur? Es sind nicht immer die großen Metropolen, die in Rankings mit Top-Platzierungen auffallen. Geht es nach dem Anteil der Beschäftigten im Bereich Architektur im Verhältnis zur Gesamtbeschäftigung, dann arbeiten die meisten Architekt:innen in Weimar, Stuttgart und Darmstadt. Auch Karlsruhe oder Kaiserslautern sind in den Top 10 platziert. Gezählt wurden für diese Analyse Beschäftigte in Architekturbüros, in Büros für Innenarchitektur und selbstständige Restauratorinnen und Restauratoren. Mit diesen und anderen Statistiken lässt sich gut für die eigene Stadt und Region werben.

Die Daten entstammen der interaktiven Datenbank für Standortdaten **Standortmonitor.net** von Goldmedia. Weitere Informationen: support@standortmonitor.net oder www.standortmonitor.net.



Fördermitglieder der bcsd

Blachere Illumination



Blachere Illumination besticht jedes Jahr zu Weihnachten mit neuen Lichtkreationen. Weltweit setzen große Metropolen wie Paris, Mailand, Wien, Berlin oder New York immer wieder auf die einzigartigen Lichtkonzepte des weltweit führenden Anbieters dekorativer Weihnachtsbeleuchtung.

Blachere Illumination erleuchtet aber nicht nur die Pariser Champs-Élysées, sondern lässt auch Städte sowie kleine Gemeinden in edlem, traditionellem oder auch modernem Weihnachtsglanz erstrahlen. Das Lichtdesign ist ausschlaggebend und sollte sich behutsam in die Stadt einfügen, zugleich das wesentliche Merkmal einer Stadt unterstreichen und dem öffentlichen Raum eine sehr persönliche Note verleihen. Licht stimuliert und fasziniert, begleitet uns ständig und beeinflusst unsere Emotionen. So wie ein Raum erst durch die richtige Beleuchtung behaglich wird, so schaffen Lichtinstallationen gerade in der Winter- und Weihnachtszeit auf Straßen, Plätzen und Gebäuden eindrucksvoll Stimmungen und Emotionen. Unsere Methode, eine perfekte Komposition aus verschiedensten Materialien zu kreieren, fasziniert unsere Kunden jedes Jahr aufs Neue.

Durch jahrzehntelange Erfahrung und Designkompetenz überrascht das Unternehmen, speziell zur Weihnachtszeit, mit Lichtinstallationen, die fern von bisher Gesehenem sind. Blachere kreiert Lichterwelten und hilft Städten und Gemeinden bei der Profilierung und Imagesteigerung. Blachere Illumination blickt vorausschauend in die Zukunft und hat das Leistungsspektrum um Lichtplanung/Lichttechnik, Architekturbeleuchtung, Projektionen – 3D mapping, Industriedesign, Ganzjahresbeleuchtung und Finanzierung erweitert.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd

Deco Woerner GmbH



Seit über 96 Jahren ist die Deco Woerner GmbH Ihr kompetenter Partner rund um die Themen Dekoration, Illumination und Ladenausstattung, sowie die zeitgemäße Gestaltung Ihrer Innenstadt, Gemeinde oder Kommune.

Neben den 7.000 lagernden Artikeln, bieten wir Ihnen auch individuelle, saisonale Dekorationslösungen. Von Blütenkugeln, Wimpelketten, Lampions, Pflanzkübel, Vasen, schwer entflammbar zertifizierten Grünpflanzen für Innen und Außen, 3D-Fiberglasobjekten, bis hin zu einer großen Auswahl an

Weihnachtsdekorationen wie Bäumen, Girlanden und Christbaumkugeln in verschiedenen Größen, sowie Straßenüberspannungen, Mastbeleuchtungen und Lichtobjekte, beraten wir Sie von der Idee bis zur Montage.

Darüber hinaus sind wir Ihr ideale Partner für Ihre Stadtfeste, Feierlichkeiten, Jubiläen und Events.

Ihre Vorteile: Große Auswahl / Kompetente Beratung vor Ort / Schnelle termingerechte Lieferung / Sonderanfertigungen / Einlagerung / Große Auswahl an schwer entflammbare Artikel

Das Deco Woerner Nachhaltigkeits-Konzept

Nachhaltige Entwicklung beruht auf den zwei Säulen Ökologie und soziale Verantwortung. Eine Balance dieser zwei Säulen führt zu einer langfristigen, gerechten und Ressourcen schonenden Zukunft. Dazu verpflichtet sich die Deco Woerner Nachhaltigkeits-Politik, die mit den Themen Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz wichtige soziale und ökologische Gebiete umfasst. Damit deckt das Unternehmen wesentliche Bestandteile des Prinzips Nachhaltige Entwicklung ab. Gleichzeitig ermuntern wir unsere Lieferanten eine Nachhaltigen Entwicklung zu verfolgen.

Gerne beraten wir Sie vor Ort kostenlos und unverbindlich. **Hier** erfahren Sie mehr.

MULTIDEKOR S.A.



Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung auf dem weltweiten Weihnachtsdekorationsmarkt haben wir uns entschlossen, Mitglied der bcsd zu werden.

Seit 1996 verwandeln wir Räume mit Licht - gestalten und produzieren erstklassige festliche Beleuchtungen in unserem hochmodernem Produktionszentrum in Europa. Wir garantieren unseren geschätzten Kunden und Partnern unbestreitbare Qualität, einzigartiges Dekorationsdesign und professionelle Beratung in jeder Projektphase.

Jede Wintersaison bezaubert Multidekor die Lichterwelt in Magdeburg mit über 2 Millionen Besuchern. Die von Multidekor hergestellten Weihnachts-Illuminationen sind in den öffentlichen Räumen u.a. in den Städten, wie München, Berlin, Hamburg, Paris, Warschau, Montreal, London und Dubai zu sehen.

Multidekors Illuminationen greifen oft Elemente der Geschichte, Symbolik, Kunst und lokaler Traditionen auf und fügen sich wunderbar in das architektonische Erbe jedes Ortes ein. Durch spektakuläre Lichtinstallationen verwandeln sie auf beeindruckende Weise das wertvollste historische Gewebe der Stadt.

Jedes Jahr bewundern die Einwohner und Touristen die Multidekor-Dekorationen in den Städten, Einkaufszentren, Parks u.a. in Deutschland, in der Schweiz, in Frankreich, Italien und Großbritannien.

Wir möchten Sie herzlich zu einem persönlichen kennenlernen während der Deutschen Stadtmarketingbörse einladen, damit Sie die Möglichkeit haben sich mit unserem Angebot vertraut machen zu können. Wir sind für Sie auch unter folgender E-Mail Adresse zu erreichen: **m.sztajerwald@multidekor.pl**.

Mehr Informationen finden Sie **hier**.

Stadt Selm

Die Stadt Selm liegt mit ihren knapp 26.5000 Einwohnern im äußersten Nordwesten des Kreises Unna. Neben dem Ternscher See stellen die Friedenskirche in der Selmer Altstadt sowie die St.-Stephanus-Kirche im Stadtteil Bork mit dem für Westfalen ungewöhnlichen Zwiebelturm bemerkenswerte innerörtliche Anziehungspunkte dar.



Im Stadtteil Cappenberg liegt das, aus dem 17. Jahrhundert stammende, Schloss Cappenberg. Das Schloss ist ein beliebtes Erholungsziel. Mit hochrangigen Ausstellungen zu ständig wechselnden Themen, teils eigens für Cappenberg konzipiert und nur hier zu sehen, teils in Zusammenarbeit mit international renommierten Partnern, wie der Stiftung Preußischer Kulturbesitz aus Berlin, hat der Kreis Unna an diesem Ort ein überregional beachtetes Kulturzentrum aufgebaut. In Cappenberg befindet sich auch die 1122 erbaute ehemalige

Stifts- und Klosterkirche mit dem Barbarosakopf, ein Geschenk Friedrich Barbarossas an seinen Taufpaten Otto von Cappenberg.

Neben ihrem besonderen Freizeit- und Erholungswert verfügt die Stadt auch über ein ausgewogenes Angebot an Industrie- und Gewerbegebieten. Betriebe der Entsorgungswirtschaft, des Hoch- und Tiefbaus, der Filtertechnik, des Fahrzeugbaus und anderer Branchen, wie etwa zahlreiche Handwerksbetriebe, zeugen von einem aktiven Unternehmertum.

Das Stadtmarketing der Stadt Selm ist mit seinen zwei Mitarbeitern als Stabsstelle direkt dem Bürgermeister unterstellt, der auch den Bereich der Wirtschaftsförderung inne hat.

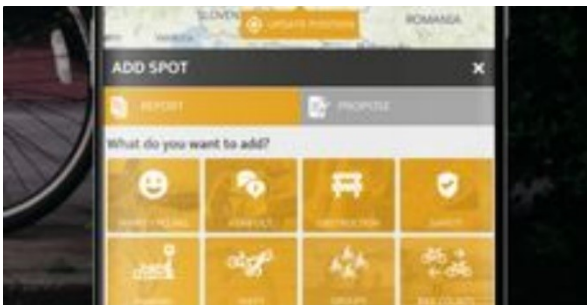
Imagefilm: <https://www.youtube.com/watch?v=IrKkHh0qBpk>

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.

App für verbesserte Fahrradinfrastruktur



Ein internationales Forschungsteam hat eine App entwickelt, die das Radfahrerlebnis in Städten verbessern soll, indem sie Daten aus allgemeinem Crowdsourcing nutzt. „BiciZen“ ist eine offene und kollaborative Plattform, die anonymisierte Daten alltäglicher Erfahrungen mit dem Fahrrad sammelt. Dies soll die Fahrradinfrastruktur verbessern und nachhaltige Lebensstile fördern. Die

Nutzer:innen können Informationen über Fahrradparken, Diebstahl, Sicherheit und Konflikte austauschen und Verbesserungen vorschlagen. Die anonymisierten Datensätze, die über die App gesammelt werden, werden als offene Daten der Forschung zur Verfügung gestellt. **Hier** erfahren Sie mehr.

Kaufhaus startet zirkuläres Shopping-Konzept



Das Luxuskaufhaus Selfridges hat in der Londoner Filiale das Konzept „The Stock Market at the Corner Shop“ eröffnet, das Teil des experimentellen Projekts „Worn Again“ ist und Kund:innen dabei unterstützt, den Wert ihrer Kleidung und Accessoires zu entdecken. Das zirkuläre Shopping-Konzept ist von der Londoner Börse inspiriert und verwandelt die Aktionsfläche des Corner Shops in einen „Handelssaal“ mit Schneider:innen, Upcycler:innen, Reparatuer:innen für Luxustaschen, Gutachter:innen und Wiederverkäufer:innen. Kund:innen können dort ihre Artikel gegen ein Selfridges-Guthaben eintauschen und Kleidung und Accessoires reparieren oder upcyclen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Demontier- und wiederverwendbares Gebäude



Das niederländische Architekturbüro MVRDV hat mit Matrix One ein nahezu 100 Prozent wiederverwendbares Gebäude fertiggestellt. Der Komplex wurde als Labor- und Bürogebäude konzipiert und kann leicht demontiert, wiederverwendet oder umgebaut werden. Von den Türen und Fenstern bis hin zu Decken und Möbeln ist fast alles vollständig abnehmbar und wiederverwendbar. Auch die Böden bestehen aus vorgefertigten Betonplatten ohne feste Verbindungen und können einfach abgeschraubt und entfernt werden. Das Gebäude ist zudem sehr energieeffizient und verfügt über weitere innovative Lösungen, die es zu einem der nachhaltigsten Gebäude der Welt machen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Seminar- und ICR-Termine

07.09.2023, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Berlin

08.09.2023, **Geschäfte führen und kalkulieren – Praxiswissen für Quereinsteiger**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Berlin

28.09.2023, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Hannover

29.09.2023, **Strategische Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Hannover

25.10.2023, **Stadtmarketing – KI im Arbeitsalltag**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online

02.11.2023, **Eventmanagement**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Lübeck

03.11.2023, **Die Stadt / Region als Marke**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Lübeck

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

Termine

07.09.2023, **27. IHK-Forum Stadtmarketing**, Arbeitsgemeinschaft der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern, Hannover

13. – 14.09.2023, **German Council Congress**, German Council of Shopping Places, Berlin

14.09.2023, **Fachtagung Stadtmarketing**, Industrie- und Handelskammer Chemnitz, Chemnitz

17. – 19.09.2023, **Deutscher Stadtmarketingtag 2023**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mannheim

12.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Koblenz

20.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Pforzheim

20.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Bayern**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Augsburg

06./07.11.2023, **Kooperationsforum Stadtmarketing**, City-Management-Verband Ost und Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz

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.