

Newsletter 07-2020

bcsd Sommerakademie „Zeit für Stadtoptimisten“



Vom 19. bis 27. August wird sich die digital stattfindende bcsd Sommerakademie der Frage widmen, wie eine nachhaltige, krisensichere Stadt gestaltet werden kann, welche Rolle dem Stadtmarketing dabei zukommt und welche Handlungsalternativen dem Stadtmarketing und seinen Partnern unter den aktuellen Umständen zur Verfügung stehen. Getreu den drei

Dimensionen der Nachhaltigkeit Soziales, Wirtschaft und Ökologie wird die Stadt aus vielerlei Facetten betrachtet und werden ganzheitliche Lösungen für komplexe Fragestellungen gesucht. An drei Thementagen zur Nachhaltigkeit werden jeweils nach einführenden Vorträgen sehr praxisnahe Beispiele und Tools vorgestellt, die bei der Bewältigung der aktuellen Krise helfen (können). Im Anschluss ist jeweils Zeit für den Austausch untereinander und mit den Referent*innen vorgesehen. Vorrangig um den aktuellen Erfahrungsaustausch geht es am Landesverbandstag, an dem sich alle bcsd-Landesverbände in den jeweiligen Gruppen treffen und beim Thementag Internationales, an dem wir von Verbandskolleg*innen aus dem Ausland hören werden, wie die Pandemie von Stadtmarketingverantwortlichen erlebt wird und welche Lösungen dort gefunden werden. Weitere Tage werden durch Expertenworkshops geprägt, in denen geladene Teilnehmer*innen gemeinsam Projekte entwickeln, die für alle Städte umsetzbar sein sollen. Zudem besteht in der Kompetenzwerkstatt die Möglichkeit, sich wichtige Methoden und Instrumente des Stadtmarketings fundiert vermitteln zu lassen. Freuen Sie sich außerdem auf ein Rahmeprogramm, dass die zur Sommerakademie passende Lagerfeuerstimmung erzeugen wird. **Hier** finden Sie weitere Informationen. Die Anmeldung wird in Kürze **hier** möglich sein. Wir halten Sie über die weiteren Entwicklungen auf dem Laufenden.

Themen

Seite 1

bcsd-Sommerakademie

Seite 2

Deutsche Stadtmarketingbörse 2020

Seite 3

Strategien der Innenentwicklung

Hackathon und andere digitale Beteiligung

Die Post-Corona-Stadt

Tipps für Betriebsansiedlungen

Seite 4

Gründungsfreundliche Kommune Waldenbuch

Zehn Punkte Programm Stuttgart

Seite 5

Förderprogramme NRW

Nachhaltige Weiterentwicklung Gewerbegebiete

Vernetzte Mobilität

Seite 6

Corona-Ticker

Seite 8

Jobbörse

Seite 9

Fördermitglieder

Seite 10

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Seite 11

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

Seite 13

ICR-Termine

Terminkalender

Deutsche Stadtmarketingbörse 2020 in Ahaus und online



Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2020 widmet sich vom 25. bis 27. Oktober, anknüpfend an die Sommerakademie, ebenfalls unter dem Titel „Zeit für Stadtoptimisten“ der Belebung der Innenstädte unter den neuen Voraussetzungen. Während sich der erste Tag aktuellen Dynamiken und Herausforderungen für die multifunktionale Stadt widmen wird, bietet der zweite Tag konkrete Lösungsvorschläge und Handlungsempfehlungen für die Zentren der Zukunft. Diese werden in Form von Best Practice Beispielen und einer To Do Liste für das Citymarketing dargestellt. Die To Do Liste geht darauf ein, wie sich die Aufgaben angesichts der Rahmenbedingungen wandeln. Die Anmeldung wird voraussichtlich Ende August möglich sein. Mit Ahaus haben wir eine spannende Gastgeberstadt, die wie kaum eine andere in Deutschland digitalisiert ist und während der Corona-Krise stark davon profitieren konnte. Wir freuen uns bereits jetzt auf die Tagung und hoffen, Sie merken sich den Termin vor.

ANZEIGE

Stadtwebsite

Wirkungsvoller Webauftritt

Was macht Ihre Stadt besonders? Und wie überzeugen Sie Bürger und Besucher davon?

Eine gelungene Stadtwebsite ist das digitale Aushängeschild, das Einwohnern und Touristen zeigt:
Diese Stadt ist lebenswert!

Für jedermann zugänglich stellt sie unter anderem die Themen Leben und Arbeit, Verwaltung, Kultur, Tourismus und Freizeit übersichtlich dar und verhilft Ihrer Stadt zu einem Webauftritt, der begeistert, fesselt und überzeugt.

Ihre individuelle Stadtwebsite ist nur einen Klick entfernt!

Sprechen wir darüber!

- ✓ Informativ und benutzerfreundlich
- ✓ Optimiertes Design für Desktops, Smartphones und Tablets
- ✓ Angepasste Nutzerführung für eine einfache Verwaltung der Website
- ✓ Anbindung weiterer Websites durch Schnittstellenmanagement

innenstadt 3.0
powered by SinkaCom

Borsigstraße 32
65205 Wiesbaden

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

www.innenstadt30.de
www.sinkacom.de

Arbeitshilfe: Strategien der Innenentwicklung



In der **Arbeitshilfe** des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) werden die Ergebnisse des Forschungsprojektes „Innenentwicklung in kleineren Städten und Gemeinden“ vorgestellt. Dabei werden Einblicke in strategische Ansätze zur gezielten Stärkung der Innenentwicklung in schrumpfenden und sich stabilisierenden Kleinstädten geliefert. Mit Praxisbeispielen und einem strukturellen Überblick richtet sich die Arbeitshilfe an Akteur*innen, die Anknüpfungspunkte für ihre eigene Stadt oder Gemeinde suchen, um diese als lebendige undutzungsgemischte Wohn- und Versorgungsstandorte zu erhalten. Diese und andere Arbeitshilfen finden Sie auch im **bcsd-Arbeitshilfenpool**.

Hackathon in Oldenburg | Münsterhack | Online Bürgerbeteiligung in Halle

Der erste von drei virtuellen **Hackathons** des Civic Data Lab Oldenburg fand vom 26. bis 28. Juni 2020 online statt und setzte sich mit der Frage „Wie wollen wir 2030 in Oldenburg zusammen leben?“ auseinander. Mit dem bereits vierten **Münsterhack** soll Ende September diesen Jahres das kreative Potenzial von Bürger*innen, Programmierer*innen und digitalen Vordenker*innen in Münster genutzt werden, um sich gemeinsam auf den Weg zur Smart City zu begeben. Auch in Halle haben die Bürger*innen die Möglichkeit, sich bis Ende Juli 2021 im Rahmen des Projekts „**Halle besser machen**“ mit Ideen und Vorschlägen für das Leben in ihrer Stadt online zu beteiligen.

Die „Post-Corona-Stadt“



Immer deutlicher zeichnet sich ab, dass die sogenannte Corona-Krise eine Zeitenwende markiert – politisch, wirtschaftlich, gesellschaftlich, sozial und individuell. Auch die Zukunft der Städte und ihrer Lebensbezüge zum Umland gilt es neu zu denken. Lokal und vor Ort werden die Konsequenzen aus der Krise plastisch und konkret. Die „Post-Corona-Stadt“ wird „näher“, „öffentlicher“ und „agiler“ sein und kann Impulse für eine „Post-Corona-Welt“ geben – sozialer, grüner, vielfältiger. Das bereits im April erschienene Diskussionspapier „**Näher**“-„**Öffentlicher**“-„**Agiler**“ des Wuppertal Instituts stellt mögliche Eckpfeiler der resilienten Stadt der Zukunft dar.

Tipps für das Vorgehen bei Betriebsansiedlungen

In einem **Beitrag** auf dem Blog des Vereins „Stadtmarketing Austria“ wird aufgezeigt, wie das Stadtmarketing Betriebsansiedlungen von Startups oder bereits bestehender Unternehmen fördern kann. Besonders die Schaffung von Lebensqualität, moderner Arbeitsformen und Anlaufstellen für Gründer*innen sind hierbei wichtige Bausteine. Betriebsansiedlungen können die lokale Wirtschaft beleben und die Attraktivität von Gemeinden durch Arbeitsplätze, Steuereinnahmen und steigende Immobilienwerte steigern. **Hier** finden Sie ergänzende Praxisbeispiele.

Gründungsfreundliche Kommune Waldenbuch

Mit der Teilnahme am Landeswettbewerb „**Startup BW Local**“ für gründerfreundliche Kommunen möchte sich die Stadt Waldenbuch als Standort für junge, innovative Unternehmen positionieren. In digitalen Workshops wird derzeit das Konzept erarbeitet, mit dem man die Jury des Wirtschaftsministeriums beim Pitch im Oktober überzeugen will. Der Fokus liegt dabei auf der Herausarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen, die es so in der Region Stuttgart noch nicht gibt.

ANZEIGE



www.mk-illumination.com

Zehn-Punkte-Programm „Stuttgart sicher erleben“

Das Sicherheitsgefühl hat in Stuttgart in der Nacht vom 20. auf den 21. Juni 2020 enorm gelitten. Mit einem **Zehn-Punkte-Programm** haben das Innenministerium und die Landeshauptstadt eine Sicherheitspartnerschaft vereinbart, um das Sicherheitsgefühl der Bürger*innen wieder zu steigern. Dazu sollen unter anderem brennpunktorientierte Präsenzstreifen und Kontrollmaßnahmen durchgeführt und die Einrichtung einer offenen Videoüberwachung und eines Beleuchtungskonzepts geprüft werden. In Hamburg St. Pauli wurde, um Menschenansammlungen zu vermeiden und Besucher*innen zu lenken, für das kommende Wochenende ein **Verkaufsverbot für Alkohol zum Außer-Haus-Verzehr** zwischen 20 und 06 Uhr eingeführt. Je nach Erfolg soll dieses ausgeweitet werden.

Umfangreiche Förderprogramme in NRW für Leerstandsbekämpfung, Innenstadtmarketing und Digitalisierung des Handels

Das Land Nordrhein-Westfalen hat zwei umfangreiche Förderprogramme aufgelegt. Zum einen handelt es sich dabei um eine Sonderausgabe des Formats „digitalen und stationären Handel zusammendenken“. In der aktuellen Auflage können Händler*innen Summen von bis zu 12.000 € zur Unterstützung beim Einkauf von Dienstleistungen zur Digitalisierung erhalten. **Hier** finden Sie den Projektauftrag.

Zum anderen wurde ein „Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren“ aufgelegt. Dieses soll die Anmietung leerstehender Ladenlokale finanzieren, um diese günstig weiterzuvermieten, die Nachnutzung leerstehender Großimmobilien erleichtern, den Zwischenerwerb leerstehender, prägender Immobilien unterstützen und den Aufbau eines Zentrenmanagements ermöglichen. Bis zu 100.000 € können für die Einrichtung eines Innenstadtmarketings bereit gestellt werden. Mehr erfahren Sie **hier**.

Ergebnisbericht: Nachhaltige Weiterentwicklung von Gewerbegebieten



Der **Ergebnisbericht** dokumentiert Methodik, Erkenntnisse und Schlussfolgerungen des ExWoSt-Forschungsfeldes, welches sich mit der Frage befasste, wie sich in der Stadterneuerung städtebauliche Verbesserungen für urbane Produktionsstandorte mit Beiträgen zur nachhaltigen Stadtentwicklung verbinden lassen. Hintergrund sind umweltrechtliche Grenzen und gesellschaftliche Widerstände, auf die viele Ballungsräume bei weiteren gewerblichen Flächenausweisungen stoßen. Mit Sensibilität für die steigende

Bedeutung von Umweltbelangen und Nachhaltigkeit in der Planung geht die Publikation auf aktuelle Herausforderungen und Entwicklungspotenziale urbaner Produktionsstandorte ein, präsentiert städtebauliche Handlungsansätze sowie gute Praxisbeispiele und leitet stadtentwicklungspolitischen Handlungs- und Unterstützungsbedarf ab.

Magazin Innenstadt mit dem Thema „Vernetzte Mobilität“



Das Magazin Innenstadt beschäftigt sich in der Ausgabe zur „**Vernetzten Mobilität**“ mit der Notwendigkeit, unsere Mobilität nachhaltiger und klimaschonender zu gestalten. Es wird unter anderem auf den ländlichen Raum eingegangen, wo oftmals kein oder ein nur zeitlich begrenzter Anschluss an das ÖPNV-Netz vorhanden und der Handlungsbedarf daher besonders groß ist. Außerdem werden die Städte Helsinki als „funktionalste Stadt der Welt“ und Medellín als Praxisbeispiel für eine Stadt mit einem ÖPNV, der die soziale Integration unterstützt, vorgestellt. Schlussendlich wird ersichtlich, dass eine „Vernetzte Mobilität“ Teil der Mobilitäts- und Verkehrswende sowie Voraussetzung für die Schaffung einer lebenswerten Innenstadt ist.

Corona-Ticker

Praxisbeispiele

In Münster gibt es einen „digitalen“, Corona-konformen Biergarten als gemeinsame Initiative mehrerer Gastronomiebetriebe. Getränke und Speisen werden online bestellt und dann aus den Küchen der teilnehmenden Restaurants bzw. der Bar vor Ort an den Platz geliefert. Mehr dazu finden Sie **hier**.

Wien hat im Kampf gegen Corona und um das Vertrauen der Gäste **zwei Zertifikate** eingeführt.

Der **Pop-Up-Freizeitpark "Düsselland"** bietet für einen Monat Rummelgefühl auf dem Messegelände mit Shows, Attraktionen und Schlemmer-Ständen. Um den Sicherheitsbestimmungen Rechnung zu tragen, sind ein Einbahnstraßensystem angelegt und die Stände in einer Linie angelegt.

Rheine bietet im Rahmen der Kampagne Heimaturlaub einen **virtuellen Stadtrundgang**.

Krefeld bietet mit dem **YouTube-Kanal Kultomat** unter anderem gestreamte Musikacts auf Krefelder Dächern, den Talk im Stadtbad mit Persönlichkeiten aus der Stadt sowie Raum für Künstler*innen des Krefelder Kulturmarkts, die ihr Handwerk vorstellen.

In Zeiten von Corona werden Home Office und CoWorking immer relevanter und auch im ländlichen Raum gefragt. Das Modellprojekt „Schreibtisch in Prüm“ erprobt den Betrieb von Coworking Spaces auf dem Land. Mehr dazu **hier**.

Paris plant zur **15-Minuten-Stadt** zu werden, in der alle wichtigen Orte des täglichen Lebens nur 15 Minuten entfernt sind. Dadurch soll Verkehr reduziert, die Stadt resilienter und dezentraler sowie das Quartier und die Identifikation der Bürger*innen mit demselben gestärkt werden.

Trotz Corona kann in Bitburg die Braderie stattfinden, bei der Geschäfte ihre **reduzierten Waren auf der Straße vor den Läden anbieten**.

Im Rahmen der **"Zukunftsfesten Innenstadt"** schließen Werbegemeinschaft und Stadt in Ettlingen ein Übereinkommen, ihre jeweiligen Beiträge für eine lebenswerte Innenstadt zu leisten.

Die Stadt Erlangen hat mit einem Fünf-Punkte-Plan ein **Sonderprogramm für die Innenstadt** mit einem Volumen von 345.000 € aufgelegt. Dazu gehört ein digitales Schaufenster, Lieferservices werden ausgebaut, ein Projektfonds eingerichtet und Stadtgutscheine mit 50% subventioniert.

In Fulda tourt ein offener Bus eines regionalen Anbieters als **rollende Bühne** mit einer Band durch die Stadt und überrascht Passant*innen mit Musik.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH stellt online eine **Orientierungshilfe für die Wiederaufnahme des Veranstaltungsbetriebs im MICE-Bereich für Veranstaltungsteilnehmer*innen, Locations und Veranstaltungsplaner*innen** heraus.

Unter **"Dein MünsterLand Moment"** werben Stadt und Umland (vier Nachbarkreise) sowie die Münsteraner Geschäftsleute für konkrete Erlebnisse, die Tourist*innen und Einheimische entdecken

können - von 8 Stunden bis zu 96 Stunden. Auch die Infrastruktur wird mit neuen Fahrradrouten zwischen Stadt und Umland entsprechend ausgebaut.

Der "**Sommer in Rosenheim**" wird mit Rücklagen der Landesgartenschau GmbH in Höhe von 200.000 € sowie weiteren 100.000 €, die von anderen Sponsoren kommen, finanziert. Er bietet regionale Straßenmusik, Kleinkunst, Akrobatik, Theater und Street Art an verschiedenen Orten in der Innenstadt und soll Besucher*innen überraschen.

Ein Blogartikel von Stadtmarketing Austria zeigt auf, **wie in verschiedenen Städten mit Veranstaltungen umgegangen wird.**

Esslingen bietet mit der „Marktkutsche“ einen kostenfreien Fahrrad-Lieferservice für Besucher*innen des Wochenmarkts an. Der Einkauf wird per Lastenrad nach zu den Kund*innen nachhause geliefert. Mehr dazu **hier**.

Tübingen positioniert sich als **Urlaubsziel für Städtetourismus und Basis für Ausflüge ins Umland.**

Der Badeort St. Peter-Ording nutzt **WLAN-Tracking um die Besucherdichte an neuralgischen Punkten zu messen und Besucherströme zu entzerren.**

In Bayern wird ein **landesweiter Ausflugsticker** eingesetzt, der die Auslastung beliebter Sehenswürdigkeiten / Destinationen anzeigt.

Hilfestellungen

Die Bundesregierung hat 500 Millionen Euro bereitgestellt, um kleine und mittelgroße Ausbildungsbetriebe zu unterstützen und Ausbildungsplätze zu sichern. Mehr dazu finden Sie **hier**.

Die dwif Consulting GmbH hat eine zweite Corona Mindmap rausgebracht zu dem Handlungsbedarf der Destination Management Organisationen in der post Covid-19 Erholungsphase. **Hier** kommen Sie zur Mindmap.

Stadt + Handel bietet eintägige **Vor-Ort-Veranstaltungen in vielen Städten Deutschlands zur Belebung der Zentren mit Offline-Strategien** an.

Der Recovery Check #3 des Kompetenzzentrum Tourismus sagt eine **schnellere Erholung des Binnentourismus** voraus.

Der Tourismus Wegweiser des Kompetenzzentrum Tourismus zeigt an, **welche touristischen Aktivitäten in den Bundesländern gemäß den aktuellen Verordnungen zulässig sind.**

In Zeiten von Corona haben sich **digitale Anwendungen** als besonders nützlich gezeigt. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag hat eine Übersicht erstellt.

Eine **Hilfestellung für die Beantragung der Überbrückungshilfe** findet sich auf destinet.de.

Der Allgemeine Deutsche Fahrrad Club (ADFC) hat eine Liste mit **Empfehlungen für die Förderung des Radtourismus** in Corona-Zeiten erstellt und liefert **Gründe für dessen Förderung.**

Das Beratungsbüro Kohl und Partner hat eine Checkliste für Destination Management Organisationen erstellt, wie sie am besten den Aufschwung im Tourismus fordern können. **Hier** kommen Sie zur Checkliste.

Panorama

Das Beratungsunternehmen Moduldrei hat Wirtschaftsförderungen in Deutschland befragt, wie diese die Covid-19-Pandemie erleben, wie sie darauf reagiert haben, wie sich Tätigkeitsschwerpunkte verschieben, ob sie darauf vorbereitet waren und welche Auswirkungen auf die Kommunen sie noch erwarten. Der Fragebogen wurde rund 800 Mal ausgefüllt. **Hier** finden Sie die Ergebnisse der Umfrage.

Die Akademie für Raum- und Landesplanung hat ein Positionspapier „**Stadt ohne Handel – Neue Impulse und Nutzungen für Zentren mit Zukunft**“ herausgegeben.

In der Initiative „**Alarmstufe Rot**“ haben sich zahlreiche Akteur*innen der Veranstaltungsbranche zusammengeschlossen.

Michael Reink vom Handelsverband Deutschland berichtet in einem Interview mit der CIMA Beratung und Management GmbH über die Lage der Innenstädte und Ortszentren vor, mit und nach Corona. **Hier** kommen Sie zum Interview. Maximilian Burger skizziert in seinem **Blogartikel**, wie er sich lebenswerte Innenstädte in Zukunft vorstellt.

Das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation hat Entscheider*innen aus dem HR-Bereich dazu befragt wie Arbeit während der Corona-Pandemie organisiert wurde und wie es jetzt weitergeht. Mehr dazu **hier**.

In Japan haben Mitarbeiter*innen eines Freizeitparks ein Video gedreht, mit dem sie demonstrieren, **wie man ohne zu schreien Achterbahn fährt**. Dies ist in Japan nämlich aufgrund von Corona verboten.

Der Handelsblog der HHL Leipzig Graduate School of Management vergleicht die Wirkung der Maskenpflicht, bzw. die Abwesenheit derer auf den Umsatz des Einzelhandels in Deutschland, Niederlande, Österreich und der Schweiz. Den Blögeintrag finden Sie **hier**.

Jobbörse

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Dülmen Marketing e.V.	Citymanager*in (m/w/d)	Nicht angegeben
Good Hood GmbH (Betreiber von nebenan.de)	Senior Public Sector Specialist (w/m/d) für den Kontakt zu Kommunen	Nicht angegeben
Meiningen GmbH	Online Marketing Manager*in (m/w/d)	Nicht angegeben

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH	Projektbearbeitung (m/w/d) für das Themenfeld Citymanagement / Quartiersmanagement	Nicht angegeben
Stadt Ahrensburg	Citymanager*in (m/w/d)	18. September 2020
Stadt Espelkamp	Sachgebietsleitung (m/w/d) für den Aufgabenbereich Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Projekte	31. August 2020
Stadt Fellbach	Leitung (m/w/d) des Amts für Wirtschaftsförderung	31. August 2020
CIMA Beratung + Management GmbH	Berater*in für das Geschäftsfeld Wirtschaftsförderung (m/w/d)	30. August 2020
Stadt Borken (Hessen)	Fachbereichsleitung (m/w/d) Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Betriebsleitung „Borkener Seenland“	30. August 2020
Stadt Barsinghausen	Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer	23. August 2020
Stadt Ludwigsburg	Leitung (m/w/d) der Abteilung Veranstaltung im Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg	23. August 2020
Stadt Ahaus	Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer (m/w/d)	16. August 2020
CITY SKIPPER Bremerhaven e.V.	Citymanager*in (m/w/d)	15. August 2020
Stadt Öhringen	Sachgebietsleitung (m/w/d) Kultur und Veranstaltungen	10. August 2020
Stadt Lampertheim	Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer (m/w/d)	07. August 2020
Pro Herford GmbH Stadtmarketing	Fachkraft für Tourismus und Freizeit (m/w/d)	07. August 2020
Stadt Iserlohn	Projektassistenz (m/w/d) „Stadtmarketing und Tourismusförderung“	02. August 2020
Stadt Beckum	Stadtmarketing/Veranstaltungsmanagement	31. Juli 2020

Fördermitglieder der bcsd

Itour city guide GmbH

Das Unternehmen itour city guide GmbH wurde im Jahr 2005 in Weimar gegründet und ist seit 2013 auch am Technologiestandort Berlin-Adlershof vertreten. In diesem Jahr wurde außerdem die Guiding Group ins Leben gerufen, ein Verbund aus etablierten Unternehmen im Audioführungsbereich. Neben itour als Gründungsmitglied, gehören sowohl die tomis GmbH & Co KG, München, die Cruso GmbH für



Informations- und Navigationssysteme, Berlin und die iGuide Media GmbH aus Weimar dazu. Wir bieten Führungstechnik und Content- Produktion aus einer Hand – Von Leihgeräten für den Individualtouristen und Tourguide-Systemen für Gruppenreisen, bis hin zu mobilen Webseiten und Apps und Phoneguidesystemen können wir unseren Kund*innen so maßgeschneiderte Lösungen anbieten. Über 100 Partner aus Tourismus und Kultur machen uns zum führenden Anbieter von audio-visuellen Stadtrundgängen im deutschsprachigen europäischen Raum. Im Rahmen dieses Partner-Netzwerkes verstehen wir uns aber nicht nur als Dienstleister, sondern auch als unterstützende Vermarktungs- und Vertriebsagentur für Städte und Gemeinden. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:

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

Stadt Bad Bramstedt



Das Stadtmarketing der Stadt Bad Bramstedt wird von der Stabsstelle Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung geleitet. Eine enge Zusammenarbeit erfolgt sowohl mit dem Tourismusbüro der Stadt als auch mit der Stelle für Kultur und Sport im Sachgebiet Bildung und Kultur.

Der Aufgabenbereich ist vielfältig: Von der lokalen Vermarktung diverser Angebote in der Stadt über die Zusammenarbeit mit regionalen Tourismusorganisationen, der Umsetzung kommender Foto- und Filmprojekte, der aktuellen Initiierung des Stadtmarkenprozesses, der Vernetzung mit Gewerbetreibenden aus Kreis und Stadt sowie der Vermarktung des Gewerbestandortes gibt es viele Themen, die aktuell wie zukünftig bearbeitet und umgesetzt werden.

Im Bereich Kultur und Sport liegen die Organisation von neuen und bestehenden Veranstaltungen sowie die Förderung und Stärkung der Vereinsarbeit und des Sports in der Stadt.

Im Tourismusbüro sind Countertätigkeiten, Kartenverkauf, die Koordination von Stadtführungen, die Pflege der Homepage und des Veranstaltungskalenders sowie die Betreuung der ortsansässigen Vermieter*innen angesiedelt.

Stadt Meppen



Abseits der Hektik der Großstädte, am westlichen Rand Niedersachsens und nur 20 Kilometer von der niederländischen Grenze entfernt, liegt die über 1.200 Jahre alte Festungsstadt Meppen, Kreisstadt des Landkreises Emsland.

Das stetig wachsende lebendige Mittelzentrum mit 36.000 Einwohnern und zahlreichen Behörden verfügt über ein umfangreiches Angebot im schulischen, kulturellen und sportlichen Bereich und bietet viel für Handel, Handwerk und Industrie. Der Schwerpunkt liegt auf dem Dienstleistungsgewerbe, wobei Industrie und Tourismus zunehmend an Bedeutung gewinnen. In den letzten Jahrzehnten hat sich Meppen zu einem modernen Wirtschaftszentrum entwickelt und gehört bundesweit zu den Regionen mit dem stärksten Wirtschaftswachstum. Mit einem Anstieg um 46,7 % von 2000 bis 2018 belegt die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten diesen Trend. Diese positive Tendenz ist nicht zuletzt den niedrigen Steuerabgaben geschuldet. Geringe Standortkosten und unbürokratische Wirtschaftsförderung, insbesondere aber auch die großen zusammenhängenden Gewerbegebiete sind gute Gründe für eine Unternehmensansiedlung in Meppen.

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 kaum 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.

Einkaufen beim automatisierten Mini-Supermarkt



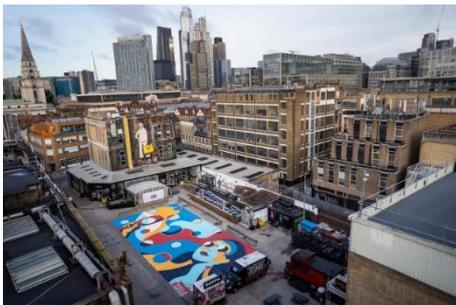
Das Stuttgarter Start-up Smark hat mit „Smarkboxen“ automatisierte Einkaufsstationen entwickelt, die Konsument*innen rund um die Uhr mit Lebensmitteln versorgen sollen. Kund*innen können per App oder an Touchscreens die gewünschten Produkte auswählen, wonach sie dank eines automatisierten Lager- und Greifsystems binnen einer Minute zusammengestellt und ausgegeben werden. Eine Software sorgt dafür, dass bald ablaufende Lebensmittel die „Smarkbox“ zuerst verlassen, sodass weniger Abfall entsteht. Der automatisierte Mini-Supermarkt soll auch in Hinblick auf die Corona-Pandemie kontaktlose Einkäufe ermöglichen.

Schatzsuche auf Instagram



Der britische Art Fund hat eine virtuelle Schatzsuche auf Instagram veranstaltet, bei der Teilnehmer*innen verschiedene Museen kennenlernen und einen Preis gewinnen konnten. Die Kampagne wurde auf Art Funds Instagram-Account gelauncht. Teilnehmer*innen erhielten hier einen ersten Hinweis und wurden dann zu den Instagram-Accounts von Wellcome Collection und drei weiterer Museen gelotst. Die Aufgabe bestand darin, in alten Beiträgen nach Hinweisen zu suchen, um im Spiel weiterzukommen. Teilnehmer*innen, die die Schatzsuche absolvierten, konnten eine von den Museumshops zusammengestellte Goodie Bag gewinnen.

Geschützt Biertrinken dank Streetart



Die Biermarke Stella Artois unterstützt Bars in Großbritannien mit einer Designvorlage, die das Social Distancing auf unaufdringliche Weise unterstützen soll. Dafür kooperierte die Marke mit Studio Number One. Die Kreativagentur ließ sich von Streetart inspirieren, um eine 28 mal 14 Meter große Pflasterbemalung auf dem Gelände der Old Truman Brauerei in London zu kreieren. Deren Design und Farbgestaltung soll Menschen auf intuitive Weise dazu anhalten, gemeinsam und mit Abstand ein Bier zu genießen. Die Designelemente wurden landesweit 1000 Pubs als Inspiration für eigene Schutzmaßnahmen zur Verfügung gestellt.

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

Kultur- und Kreativpiloten, Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, bis 16. August 2020

Deutscher Tourismuspreis 2020, Deutscher Tourismusverband, bis 31. August 2020

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

Deutscher Verkehrsplanungspreis 2020 – Vom Parkraum zum Freiraum, Vereinigung für Stadt, Raum- und Landesplanung (SRL e.V.), bis 01. September 2020

Access City Award, Europäische Kommission, bis 09. September 2020

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

Innovationspreis des Handels, Handelsverband Deutschland, bis 30. September

Zukunftswettbewerb nachhaltige Mobilität, Bundesumweltministerium, bis 15. November 2020

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

ICR-Termine

- 10. September 2020, **ICR-Modul "Presse- und Öffentlichkeitsarbeit"**, Nürnberg
- 11. September 2020, **ICR-Modul "City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel"**, online
- 15. Oktober 2020, **ICR-Modul "Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing"**, München
- 16. Oktober 2020, **ICR-Modul "Partizipation und Moderation"**, München
- 25. bis 27. Oktober 2020, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2020**, Ahaus und online
- 04. November 2020, **Stadtmarketingtag Baden-Württemberg**, Stuttgart
- 09. November 2020, **bcsd-Seminar "Eventmanagement"**, Nürnberg
- 10. November 2020, **bcsd-Seminar "Tourismus"**, Nürnberg
- 11. November 2020, **ICR-Modul "Geschäfte führen und kalkulieren - Praxiswissen für Quereinsteiger"**, Nürnberg

Termine

- 19. bis 27. August 2020, **bcsd Sommerakademie „Zeit für Stadtoptimisten“**, online
- 17. September 2020, **MK Illumination und Stadtmarketing Austria Fachtagung**, Salzburg
- 22. September 2020, **Zukunftswerkstatt INNENSTADT**, Bad Segeberg
- 25. bis 27. Oktober 2020, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2020**, Ahaus und online
- 04. November 2020, **Stadtmarketingtag Baden-Württemberg**, Stuttgart
- 04. bis 05. November 2020, **Deutscher Tourismustag 2020**, Mainz
- 25. bis 27. November 2020, **KulturInvest-Kongress 2020: Der innovative Kulturbetrieb. Klimaneutral. Demokratisch. Partizipativ.**, Potsdam

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.

Gender-Hinweis: Die männliche Form ist in dieser Veröffentlichung als inkludierend zu verstehen. Wir möchten darauf hinweisen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.