

Newsletter 07-2021

Deutsche Stadtmarketingbörse 2021



Vom 26. bis 28. September ist es endlich wieder so weit: Die Deutsche Stadtmarketingbörse 2021 findet vor Ort in Geldern statt. Dort erwartet Sie unter dem Titel „Jenseits der Verwechselbarkeit – der Sehnsuchtsort Stadt und die neuen Ansprüche an das Stadtmarketing“ ein spannendes Programm rund um die Frage, wie sich das Stadtmarketing künftigen, neuen Herausforderungen stellen kann und welche gesellschaftlichen Veränderungen nach der Pandemie eine Rolle für das Stadtmarketing spielen.

Freuen Sie sich auf Beiträge von Inga Horny, Präsidentin der Stadtmarketing Austria, zum Thema Sehnsucht Reisen, von Jens-Michael Janssen vom Kieler Ding zum Thema

Immobilienkonzepte in Innenstädten und Quartieren und auf die Präsentation der ersten Ergebnisse, der im Frühsommer durchgeführten Studie zu zukunftsfesten Standorten durch Dr. Peter Markert, imakomm Akademie. Die Stadtmarketingbörse zeichnet sich durch einen hohen Praxisanteil aus und so werden auch in diesem Jahr zehn Beispiele aus den Städten vorgestellt, die inspirieren und zum Nachmachen einladen. Zum Abschluss diskutieren wir zusammen mit Vertretern der Kommunalberater-Szene, wie Praxisbeispiele für die Arbeit vor Ort genutzt werden können und wie sich Konzept zu Experiment verhält. Abgerundet wird das Programm mit zahlreichen interessanten Einblicken in unsere Gastgeberregion, den Landkreis Kleve, mit Exkursion, Stadtführungen und Gastgeberempfang.

Das Programm wird in Kürze fertiggestellt und die Anmeldung dann möglich sein unter: www.stadtoptimisten.de

Jetzt anmelden: Zwei Online-Seminare zum Thema Recht im Stadtmarketing im Herbst

Organisationsstrukturelle Aspekte im Stadtmarketing – das A und das O der Geschäfts- und Betriebsführung: Mit der spannenden Aufgabe einer leitenden Position und den damit verbundenen Gestaltungs- und persönlichen Entfaltungsmöglichkeiten kommt auch die Übernahme von Verantwortung. Nicht selten ist Führungskräften gar nicht bewusst, in welchem Rahmen sie handeln dürfen, welche Konsequenzen ihr Handeln haben kann und auch nicht, welchen Haftungsrisiken sie möglicherweise ausgesetzt sind. Hinzu kommen zahlreiche Veränderungen in Vergabe-, Beihilfe- und Steuerrecht, die kommunale Organisationen aus den Bereichen Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Tourismus vor vielfältige Herausforderungen stellen. Die bcsd bietet daher **am 7.**

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse 2021

Online-Seminare Recht im Stadtmarketing

Seite 3

Förderprogramm und Innenstadtstrategie BMI

Masterstudiengang Stadtmarketing

Seite 4

Colours of Europe Award

GEMA-Handbuch 2021

Seite 5

Positionspapier zur Zukunft der Innenstadt (Städtetag)

Preis für Digitales Miteinander

Seite 6

Preis für Stadtkultur

Zentrum KlimaAnpassung

Aktuelle Tourismus-Studien

Seite 7

Pop-Up House of Switzerland

Landinventur-Bericht

Corona-Ticker

Seite 8

Jobbörse

Seite 9

Fördermitglieder

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder

Seite 11

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

ICR-Termine

Seite 13

Terminkalender

Oktober 2021 ein besonderes Online-Seminar in 252,5 Minuten **für alle Geschäftsführer*innen, Betriebsleiter*innen und leitende Angestellte im Stadtmarketing** anlässlich des 25-jährigen Bestehens der bcsd und des 25-jährigen Dienstjubiläums von RA Andreas Schriefers, das einen Überblick über die laufende Entwicklung der Rechtsprechung und die erheblich veränderte Praxis im Vergaberecht, Beihilferecht und zur Umsatzbesteuerung öffentlicher Zuschüsse verschafft.

Für alle, die in das Thema Recht im Stadtmarketing einsteigen möchten und Grundlagen zu den Bereichen Rechtsformen, Arbeitsrecht und Urheberrecht lernen möchten, bieten wir am 4. November 2021 ebenfalls als Online-Veranstaltung das Seminar „**Recht kompakt**“ an, das auch im Rahmen des ICR-Weiterbildungsstudiengangs anerkannt wird.

Die Anmeldung zu beiden Seminaren ist ab sofort **hier** möglich.

ANZEIGE



The advertisement features a collage of images showcasing illuminated light fixtures. On the left, a large, glowing white star is mounted on a black stand. In the center, a large purple sphere and a white cube are displayed on a reflective surface. On the right, a storefront window is decorated with various light fixtures, including a large white star and a Christmas tree. The logo for '8 seasons design' is visible in the top right corner of the collage. Below the collage, the text 'BELEUCHTUNG FÜR IHRE INNENSTADT' and 'Das ganze Jahr über!' is written in orange. The website address 'www.8-seasons-design.de' is printed at the bottom.

BELEUCHTUNG FÜR IHRE INNENSTADT
Das ganze Jahr über!

www.8-seasons-design.de

www.8-seasons-design.de

Bundesinnenministerium fördert lebenswerte Innenstädte mit 250 Millionen Euro und stellt Innenstadtstrategie vor

Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) setzt im Auftrag des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat (BMI) das Bundesprogramm "Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren" um. Städte und Gemeinden sind aufgerufen, bis zum 17.09.2021 Projektvorschläge für innovative Konzepte und Handlungsstrategien zur Stärkung der Resilienz und Krisenbewältigung einzureichen. Dafür stehen insgesamt 250 Millionen Euro zur Verfügung. Den Projektaufruf finden Sie **hier**.

Außerdem hat der Beirat Innenstadt beim BMI im Juli seine Innenstadtstrategie veröffentlicht. Die Strategie wurde von dem Beirat, der sich aus Mitgliedern zahlreicher relevanter Verbände zusammensetzt, erarbeitet. Auch die bcsd war aktiv an der Erstellung beteiligt. In der Strategie werden 37 Empfehlungen zur Stärkung lebendiger Innenstädte vorgeschlagen. Die Innenstadtstrategie finden Sie **hier**.

Gutes Personal halten und weiter qualifizieren: Masterstudiengang Stadtmarketing startet zum Wintersemester 2021/22 – jetzt anmelden!



Gutes Personal zu finden, gestaltet sich auch im Stadtmarketing immer schwieriger, es zu halten, ebenso. Eine attraktive Möglichkeit, Angestellten Weiterbildung zu bieten und sie gleichzeitig zu qualifizieren, bietet der im Wintersemester 2021/22 beginnende Masterstudiengang Stadtmarketing. Der erste Studiengang seiner Art in Deutschland wird an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften mit Sitz in Salzgitter gelehrt, das Studium ist jedoch berufsbegleitend angelegt und kann von überall aus absolviert werden, mit wenigen Präsenztagen vor Ort in Salzgitter.

Das Studium baut auf vorhandenem Grundwissen im Stadtmarketing auf, vermittelt Inhalte und Kompetenzen in grundständigen Bereichen des Stadtmarketings aber auch in zukunftsgerichteten Themen wie Digitalisierung oder Zukunft der Europäischen Stadt. Darüber hinaus werden Management- und Forschungstechniken sowie Leadership gelehrt und rüsten Studierende damit für die Übernahme verantwortungsvoller Aufgaben im Kontext Stadtmarketing. Abgerundet wird das Studium durch Praxisprojekte aus der Stadtmarketingsszene. Alle Informationen sowie den Kontakt zu Ansprechpersonen finden Sie **hier**. Die Bewerbung ist online möglich. Bitte beachten Sie, dass Bewerbungen aufgrund der aktuellen Situation auch nach dem offiziellen Bewerbungsschluss am 31.07. noch angenommen werden. Wir empfehlen vorab die Kontaktaufnahme mit **Silvia Mödeker**.

Colours of Europe Award – Ausschreibung für Kommunen bis 50.000 Einwohner



Zum zweiten Mal ruft die überparteiliche Initiative *Tu was für Europa* Städte und Kommunen unter 50.000 Einwohnern in Deutschland auf, sich für den Colours of Europe Award zu bewerben. Das kommunale Gewinnerprojekt – oder einzelne Aspekte, Konzepte oder Ideen davon – soll in besonderer Weise das Potenzial haben, andere Kommunen zu einem herausragenden Engagement für Europa zu inspirieren. Eine hochrangig besetzte Jury unter dem Vorsitz der Staatsministerin im Bundeskanzleramt Monika Grütters ermittelt die Gewinnerkommune, die auf einer feierlichen Preisverleihung Ende Oktober in Berlin ausgezeichnet wird. *Tu was für Europa* setzt sich für ein „buntes“ Europa ein, das durch die Farbenvielfalt, die Colours of Europe, symbolisiert wird. Jede Kommune erhält ein Preisgeld von 7.500 Euro. Ziel des Awards ist es, die besten Ideen zu finden, die Europa vor Ort erlebbar machen und zum Nachahmen anregen. **Hier** geht es zum Wettbewerb.

ANZEIGE

Die nachhaltige
DEKORATION FÜR
IHRE STADT

mk
ILLUMINATION

happy
BIRTHDAY
ORGANIC

www.mk-illumination.com

www.mk-illumination.de

GEMA-Handbuch 2021

Das von der Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV), der auch die bcsd angehört, erstellte GEMA-Handbuch 2021 ist ab sofort als PDF-Datei verfügbar. Es enthält alle wesentlichen GEMA-Tarife für das Jahr 2021 und wertvolle Erläuterungen zur urheberrechtlichen Vergütung sowie zum Gesamtvertrag mit der GEMA. Im GEMA-Handbuch 2021 sind außerdem erstmalig wichtige Hinweise zur Anwendung und Auslegung der am häufigsten genutzten Tarife enthalten, die auch im Stadtmarketing eine besondere Rolle spielen:

- U-V (Einzelveranstaltungen mit Livemusik),
- U-ST (Veranstaltungen mit Live- oder Tonträgermusik im Freien, auf Stadt- oder Straßenfesten) sowie
- M-V (Einzelveranstaltungen mit Tonträgermusik).

Das GEMA-Handbuch 2021 ist nicht öffentlich zugänglich. Für die Mitglieder der bcsd ist das Handbuch im PDF-Format im **Mitgliederbereich der bcsd-Website** verfügbar. Es enthält erstmalig auch Hinweise und Tipps zur reibungslosen Anmeldung.

ANZEIGE



Die Nr. 1 für digitale Stadtgutscheine

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

Mit der Erfahrung aus über **60** Städten

Jetzt informieren

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

stadt Guthaben
Das lokale Gutscheinsystem

www.stadt Guthaben.de

Deutscher Städtetag veröffentlicht Positionspapier zur Zukunft der Innenstadt

Das Positionspapier des Deutschen Städtetages wurde in der Entwurfsfassung bereits auf dem Deutschen Stadtmarketingtag 2021 vorgestellt. Nun liegt das Papier, das zur aktiven Gestaltung des aktuellen Wandels anregt, vor. Der Städtetag misst der Weiterentwicklung und Unterstützung des City- und Stadtmarketings eine hohe Relevanz bei, um den Transformationsprozess vor Ort zu gestalten. Auch die angemessene personelle und finanzielle Ausstattung der Stadtmarketingorganisationen wird in dem Papier gefordert. Das Positionspapier finden Sie **hier**.

„Preis für digitales Miteinander“ geht an zwei Projekte aus Niedersachsen

Anlässlich des zweiten Digitaltags, der am 18. Juni 2021 stattfand und als bundesweiter Aktionstag für digitale Teilhabe wirbt, verlieh die Initiative „Digital für alle“ den Preis für digitales Miteinander, der insgesamt mit 20.000 Euro dotiert ist. Aus mehr als 300 Bewerbungen wurde das Bümmersteder Seniorenbüro in Oldenburg für den Preis in der Kategorie Digitale Teilhabe und der Mitwirk-O-Mat aus Lüneburg in der Kategorie Digitales Engagement ausgewählt. Das Bümmersteder Seniorenbüro setzt auf einen generationenübergreifenden Ansatz für die Teilhabe an der digitalisierten Welt und bringt Tandems aus jungen Freiwilligen mit älteren Menschen ohne digitale Kompetenzen zusammen, damit sich diese selbstbestimmter digital bewegen können. Der Mitwirk-O-Mat hat zum Ziel, Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren möchten, mit zu ihnen passenden Projekten und Initiativen zusammenzubringen. Die Web-Anwendung basiert auf einem kurzen Fragebogen und vermittelt per Algorithmus passende lokale Möglichkeiten, sich zu engagieren. Mehr über den Preis und die ausgezeichneten Projekte finden Sie **hier**.

Jetzt bewerben: Preis für Stadtkultur 2021

Noch bis zum 6. September 2021 können sich Kommunen, Stadtmarketingorganisationen und Projektträger auf den Preis für Stadtkultur bewerben. Ausgezeichnet werden Aktivitäten und Projekte, die zur Verbesserung der Kultur des Zusammenlebens in der Stadt und zur Stärkung der Identifikation von Bürger*innen mit ihrer Stadt beitragen, die einen originellen und kreativen Zugang zu Zukunftsfragen der Stadt bieten, die möglichst viele städtische Milieus einbeziehen, die eine kommunikative Wirkung im Sinne der Stadtmarketingstrategie entfalten und die Vorbildcharakter für andere Städte haben. Der Preis wird jährlich von der Berliner Agentur Causales verliehen und von der bcsd präsentiert. Die Preisverleihung findet im Rahmen des **KulturInvest Kongress** statt, der in diesem Jahr vom 10.-12. November in Dresden veranstaltet wird. Informationen zu Ausschreibung und Bewerbung finden Sie **hier**. Der **Kulturmarken Award** wird noch in sieben weiteren Kategorien verliehen.

Zentrum KlimaAnpassung unterstützt Kommunen und soziale Einrichtungen



Der Klimawandel ist in Deutschland mittlerweile deutlich spürbar, seine Folgen und damit verbundene Kosten müssen oft von den Kommunen und von sozialen Einrichtungen getragen werden. Um diesen Unterstützung zu bieten, hat das Bundesumweltministerium zusammen mit den kommunalen Spitzenverbänden den Aufbau eines Beratungszentrums zur KlimaAnpassung vereinbart. Das Zentrum KlimaAnpassung wird vom Deutschen Institut für Urbanistik (difu) in Kooperation mit adelphi betrieben. Die Berater*innen des Zentrums stehen ab sofort für eine Zusammenarbeit mit Akteur*innen vor Ort in Kommunen und sozialen Einrichtungen bereit. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Aktuelle Studien zum Tourismus

Im Reisemonat Juli bewegt uns das Thema Tourismus besonders. Deshalb präsentieren wir hier eine kleine Zusammenstellung aktueller Studien und Berichte zum Thema.

dwif & TrustYou Destinations-Ranking 2021 inklusive Covid Score veröffentlicht – Gästezufriedenheit insgesamt rückläufig: Die Auswirkungen der Corona-Pandemie sind auch bei der Gästezufriedenheit deutlich zu spüren. Entgegen dem Trend der letzten Jahre ist die bundesweite Gästezufriedenheit 2020 zurückgegangen. Bayern behauptet seinen Platz an der Spitze. Das dwif & TrustYou Destinations-Ranking 2021 erfasst erstmals mit dem Covid Score auch die Gästezufriedenheit rund um das Thema Hygienemaßnahmen. Die Pressemitteilung und die Möglichkeit, die Ergebnisse anzufordern, finden Sie **hier**.

Update dwif-Corona-Kompass: Fakten zur aktuellen Lage im Deutschland-Tourismus: Nur 31 Mio. **Übernachtungen** in Deutschland (im Vergleich "Normaljahr" 2019: 127 Mio.) – das ist die Bilanz im Zuge des bundesweiten Lockdowns der ersten vier Monate 2021. Damit fehlen den Betrieben bis zu 20 Prozent der Nachfrage eines Normaljahres. Ein Blick auf die Übernachtungsentwicklung in

den Regionen zeigt eine breite Spanne von -38 Prozent (Elbe-Elster-Land) bis zu -90 Prozent (Rügen/Hiddensee, Zugspitz-Region). Bei den Destinationstypen waren gerade die Bergregionen nicht nur bei den relativen Vergleichen, sondern auch mit Blick auf die absolut fehlenden Gäste durch die ausgefallene Wintersaison 2020/2021 stark betroffen. Die Anzahl der **Tagesreisen** ist im Zeitraum Januar bis Mai 2021 um 30 Prozent gegenüber einem Normaljahr zurückgegangen. Doch die Regenerationsgeschwindigkeit macht Mut und lässt auf einen starken Sommer und Herbst hoffen. Das aktuelle **Update des dwif-Corona-Kompass** fasst die Entwicklung in verschiedenen Infografiken zusammen.

Pop-Up House of Switzerland

Vier Monate lang wird das Pop-Up House of Switzerland in Stuttgart ein Stück Schweiz beherbergen und Interessierten näherbringen. Mit dem Ziel neue Perspektiven und grenzüberschreitende Kooperationen zu gemeinsamen Herausforderungen zu entwickeln, wird ein vielfältiges Programm mit Workshops, Ausstellungen und Veranstaltungen geboten. Nach der Premiere in Deutschland sind weitere Standorte in Frankreich und Italien geplant, um die Schweiz und ihre Menschen besser mit Nachbarländern zu vernetzen. Das Projekt wird gemeinschaftlich von Präsenz Schweiz (zuständig für die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland), Schweiz Tourismus und Switzerland Global Enterprise umgesetzt. Weitere Informationen zu dem Projekt finden Sie **hier**.

Landinventur-Bericht: Bürgerwissenschaft zum Dorf



Da Daten über den ländlichen Raum oft regional stark zusammengefasst erhoben werden, fehlen differenzierte Daten über die Dörfer und deren unterschiedliche lokale Potenziale. Seit 2018 wird daher die Landinventur als Bürgerwissenschaftsprojekt mit einer digitalen Plattform entwickelt, auf der jede*r Bürger*in ihr/sein Dorf kartieren kann. Mit diesem innovativen Teilhabeprozess können Daten erhoben und lokales Wissen für das Land gesammelt werden. Im ersten Landinventur-

Bericht werden nun die Daten von rund 200 Dörfern in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg ausgewertet. Ab Mitte 2021 können auch Daten von Dörfern in Sachsen und Hessen erfasst werden. Die Erfassung erfolgt durch die Bürger*innen selbst. Auch ein Vergleich mit anderen Dörfern ist möglich. Weitere Informationen zu dem Projekt sowie die Möglichkeit, mitzumachen, finden Sie **hier**.

Corona-Ticker

Praxisbeispiele

Das Citymanagement Coburg hat an einem Samstag **1.000 Kaffeegutscheine in der Innenstadt verteilt**, um die Menschen zu einem Besuch der durch die Pandemie stark betroffenen Gastronomie zu motivieren. Die Kosten übernimmt das Citymanagement.

Mit der Blogparade **Thüringen wieder entdecken** will die Thüringer Tourismus GmbH den Tourismus im Land wieder ankurbeln. Blogger*innen sind eingeladen, über Thüringen zu berichten und so weitere Menschen zu einem Besuch zu bewegen.

Die **Digitallotsen Augsburg** beraten zum Thema Digitalisierung – und das dank Unterstützung durch Augsburg Marketing und IHK Schwaben für Einzelhandel und Gastronomie kostenfrei.

Hilfestellungen

Die Bertelsmann Stiftung hat eine **Handreichung zur Durchführung digitaler Bürgerdialoge** herausgegeben und das Konzept von Mai bis Dezember 2020 in Kooperation mit zehn Pilotkommunen erprobt. Die Erfahrungen in den Kommunen zeigen, dass Bürgerbeteiligung auch digital mit moderner Videotechnik gut funktioniert und diese Form nicht nur in Zeiten von Corona geeignet ist, mit den Bürger*innen ins Gespräch zu kommen und Politik gemeinsam zu gestalten.

Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Heilbronn Marketing GmbH	Leitung (m/w/i) Tourist-Information	10.09.2021
Coburg Stadt und Land aktiv GmbH	Regionalmanager*in / Geschäftsführer*in (m/w/d)	31.08.2021
Stade Marketing und Tourismus GmbH	Citymanager*in (m/w/d)	27.08.2021
Große Kreisstadt Rottweil	Leitung (m/w/d) der Abteilung Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus	15.08.2021
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Lübeck)	Projektassistent*in / Berater*in (m/w/d) für das Themenfeld Handel	31.07.2021
Hansestadt Buxtehude	Sachbearbeiter*in (w/m/d) in der Fachgruppe Wirtschaftsförderung	31.07.2021
KTL Kur- und Tourismus Bad Langensalza GmbH	Citymanager*in (m/w/d)	31.07.2021
bcsd e.V.	Volontär*in (m/w/d)	Nicht angegeben
Einbeck Marketing Gesellschaft für Stadt- und Standortmarketing mbH	Projektmanager*in Standortentwicklung (m/w/d)	Nicht angegeben
Regionalverband Ostwürttemberg	Innenstadtberater*in (m/w/d)	Nicht angegeben
Regionalverband Ostwürttemberg	Projektassistenz (m/w/d) in Teilzeit (50%)	Nicht angegeben

Fördermitglieder der bcsd

pep up Werbegestaltung GmbH & Co. KG



Die pep up Werbegestaltung GmbH & Co. KG wurde 1989 in Bremen gegründet und hat sich zum erfolgreichen Dienstleister im Bereich Werbegestaltung in ganz Deutschland etabliert. Weihnachtsbeleuchtung und -dekorationen für Städte, Gemeinden und Einkaufcenter, Beschriftungen, Veranstaltungen, Dekorationen, Ballons, Promotion-Aktionen, Textildruck und Mediendesign – mit der gesamten Palette moderner Werbegestaltung aus einer Hand bietet pep up eine beeindruckende Vielfalt gestalterischer Möglichkeiten für die Umsetzung jedes individuellen Kundenprojektes, egal ob groß oder klein. Dank mehrjähriger Erfahrung, dem professionellen Team und unglaublicher Kreativität wird absolut jede Idee von Geschäfts- und Privatkunden verwirklicht.

Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

Hansestadt Kyritz



Als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg hat sich Kyritz dem Erhalt historischer Bausubstanz verpflichtet. Viele liebevoll restaurierte Fachwerkhäuser, die Doppelturmfront der St. Marienkirche und das unvergleichliche Gebäudeensemble des Marktplatzes geben der Stadt einen ganz besonderen Charme. Vor den Toren der Stadt liegt die Kyritzer Seenkette - ein großes Freizeitparadies für Angler, Camper, Radler, Wanderer und Wassersportler. Heute leben in der Stadt und

den zehn Ortsteilen ca. 9.400 Menschen. Entgegen aller Prognosen sinken die Bevölkerungszahlen nicht dramatisch, sondern bleiben seit vielen Jahren stabil.

Diesen Trend beizubehalten ist eines der Hauptziele des Stadtmarketings. Die Stabsstelle Stadtmarketing umfasst ebenfalls die Pressearbeit der Stadtverwaltung und die Tourismusentwicklung. Sie ist im Kultur- und Tourismusbüro der Stadt ansässig und arbeitet eng mit dem Bereich Kultur und der Touristinformation sowie der Wirtschaftsförderung zusammen, die dem Amt für Bauen und Stadtentwicklung zugeordnet ist. Gemeinsam präsentieren sie Kyritz als attraktives Ausflugsziel und zugleich guten Ort zum Wohnen, Leben und Arbeiten. Als alte Hansestadt und Mitglied im Hansebund der Neuzeit ist Kyritz der Tradition verbunden, jedoch auch der Zukunft zugewandt: Lebensraum mit hohem Wohn-, Freizeit- und Erholungswert und guten Bedingungen für Familien – dafür steht Kyritz heute. Ein aktuelles Projekt im Stadtmarketing ist die Begleitung und Unterstützung des Sanierungs- und Entwicklungsprozesses des am Altstadtrand gelegenen früheren Franziskanerklosters zum Kultur|Kloster|Kyritz mit Museum, Bibliothek, Veranstaltungsgebäude, Touristinformation und reizvollen Gartenanlagen.

Weitere Informationen zu Kyritz:

www.kyritz.de | www.kyritz-handelt.de | www.kyritz-erleben.de

Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Innovation und Stadtmarketing Völklingen mbH



Die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Innovation und Stadtmarketing (GWIS) Völklingen mbH wurde im Jahr 2000 gegründet und wird von der Stadt Völklingen, mehreren Kreditinstituten und Unternehmen sowie dem Völklinger Wirtschaftskreis e.V. als Gesellschafter getragen. Der nebenamtlichen Geschäftsführung arbeiten die Beschäftigten des städtischen Fachdienstes

für Wirtschaftsförderung, Innovation und Stadtmarketing zu. Neben einem Innovationsstandort der Stahlindustrie und des Mittelstandes ist Völklingen heute mit dem Sitz des renommierten Herzzentrums Saar ein wichtiger Gesundheitsstandort im Südwesten Deutschlands, sowie ein touristischer Anziehungspunkt durch das europäische Zentrum für Kunst- und Industriegeschichte, dem Weltkulturerbe Völklinger Hütte.

Nachhaltige Aktionen gemeinsam mit Handel und Gewerbe, Veranstaltungen und Events, Werbe- und Imageaktionen sowie die stetige Weiterentwicklung des Leitbildes der Stadt gehören zum Aufgabenbereich der GWIS. Die vom Stadtmarketing initiierten oder weiterentwickelten Projekte und Veranstaltungen (Völklinger Einkaufsgutschein, Weihnachtsbeleuchtung, Mondscheinmarkt, Saarfest, City Open-Airs, etc.) sind aus dem städtischen Leben heute nicht mehr wegzudenken. Wichtige Aufgabe der Zukunft ist die Generierung von Gewerbeflächen und deren Vermarktung (Neuansiedlungen, Verlagerungen) sowie die Etablierung eines „Kümmerers“ im Rahmen eines aktiven City-Managements, um sich den Herausforderungen der aktuellen Zeit stellen zu können. Nicht zu vergessen die aktuellen Trends der Digitalisierung, der modernen Mobilität sowie der zukunftssicheren Energieerzeugung.

Weitere Informationen unter:

www.gwis-voelklingen.de | www.voelklingen.de | www.voelklinger-huette.org

Regional Hero GmbH – Wirtschaftsförderung durch eine aktive lokale Gemeinschaft



Regional Hero ist aus der erfolgreichen Initiative Helfen.Berlin entstanden. Die gemeinnützige Gutscheinplattform wurde während des Covid19-bedingten Lockdowns ins Leben gerufen und konnte in nur wenigen Wochen über 1.8 Mio € als Soforthilfe für lokale Gewerbe alleine in Berlin einbringen. Darüber hinaus haben wir bundesweit 40 Partner*innen und deren Initiativen unterstützt. Partner*innen und Gewerbe haben uns mit positiver Rückmeldung motiviert weiterzumachen. Daraus ist ein Lösungskonzept entstanden, welches Regionen langfristig und ganzheitlich unterstützt.

Unsere Lösung verbindet Menschen einer Region mit den lokalen Gewerben, Unternehmen, Vereinen, Verbänden und gemeinnützigen Organisationen. Dafür haben wir eine flexible Plattform

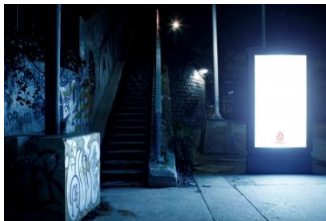
entwickelt und bereits in Berlin & München etabliert. Diese kann für jede Region individualisiert und bestehende Lösungen können problemlos integriert werden. Die Plattform bietet Gutscheinlösungen für lokale Gewerbe, den Stadtgutschein 3.0 inkl. regionaler Kundenbindung, Spendenlösungen für gemeinnützige Initiativen und Mitarbeiter-Benefit-Lösungen für regionale Arbeitgeber*innen. Unser Anbieter*innen-Portal dient als digitale Steuerungszentrale und wurde mit dem Innovationspreis Berlin Brandenburg prämiert.

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**.

Werbetafeln beleuchten dunkle Gassen



Die Werbeagentur TBWA\Paris hat für die Frauenschutzorganisation HandsAway Billboards kreiert, die statt Werbung zu zeigen, Straßen in Paris beleuchten, um sie sicherer zu machen. Im Zuge der Kampagne „Fearless Night“ wurden 300 bestehende Werbetafeln umgebaut, damit sie 20 Prozent heller leuchten als bisher. Sie befinden sich in den dunklen und von Frauen gemiedenen Straßen von Paris und leuchten zwischen 9 Uhr abends und 7 Uhr morgens, sodass sich

Frauen etwas sicherer fühlen können. HandsAway will so auf das Problem aufmerksam machen, dass sich viele Frauen nachts nicht alleine auf die Straße trauen.

Solarbetriebenes WLAN für Einkommensschwache



Die US-amerikanische auf die Bereitstellung von erschwinglichem städtischem Wohnraum spezialisierte Workforce Housing Group bietet Bewohner*innen in drei New Yorker Stadtteilen kostenloses solarbetriebenes WLAN an. Zusammen mit dem Ökostrom-Bildungszentrum Solar One wurden dafür Solarmodule in 18 der von der Wohngruppe verwalteten Gebäude installiert. Das teilweise von der NY Green Bank finanzierte erneuerbare Energiesystem hat zum Ziel, die Kosten für die Bewohner zu senken, die Nachhaltigkeit der Immobilien der Wohnungsgruppe zu verbessern und die digitale Kluft zu verringern.

Live-Heatmap zeigt überfüllte Stadtgebiete



Die Stadt Helsinki hat mit dem Softwareunternehmen Hypercell zusammen eine Live-Heatmap bereitgestellt, die zu jeder Zeit anzeigt, welche Stadtgebiete besonders stark frequentiert sind. Dafür hat die Stadt Sensoren an Tourismus-Hotspots und in Geschäften im Stadtzentrum installiert, die anonym Bluetooth-Signale von Mobilgeräten tracken. Die Signale geben Auskunft darüber, wie viele Menschen unterwegs sind, wie lange sie sich an einem Standort aufhalten und wie sie sich innerhalb des Sensornetzwerks bewegen. Die Heatmap soll dabei helfen, Massenansammlungen zu vermeiden, aber auch Präferenzen von Tourist*innen und Ladenkund*innen zu verstehen.

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 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 6. September 2021

Colours of Europe Award, Tu was für Europa e.V., bis 12. September 2021

Bundesprogramm Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren, Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat, bis 17. September 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

- 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, 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.