

# Newsletter 08-2021

## Deutsche Stadtmarketingbörse 2021 – jetzt noch anmelden



Nach ziemlich genau zwei Jahren wird vom 26. bis 28. September mit der Deutschen Stadtmarketingbörse 2021 wieder eine der bundesweiten bcsd-Tagungen vor Ort stattfinden. Thematisch wenden wir uns dem Sehnsuchtsort Stadt und den aktuellen Anforderungen an das Stadtmarketing zu, die sich teilweise widersprechen und auch nicht immer neu sind. Wir werden darüber sprechen, wie sich die Ansprüche an den Raum verändert haben, wie Bürger\*innen mitgenommen und zu

Stadtgestaltern werden, und wie Tourismus und Stadtmarketing gemeinsam den Neustart nach der Pandemie schaffen. Neben Impulsvorträgen werden die Experience Rooms zahlreiche Praxisbeispiele mit Antwortmöglichkeiten auf diese Fragen unserer Zeit vorstellen und Raum für Diskussionen und neue Ideen geben. Wie immer, wird es zahlreiche Gelegenheiten zum Netzwerken und für den Erfahrungsaustausch mit Kolleg\*innen geben. Nutzen Sie außerdem die Möglichkeit, sich auf der begleitenden Fachaussstellung über Produkte und Services im Stadtmarketing-Umfeld zu informieren und Kontakte zu knüpfen. Auf Einladung der Wirtschaftsförderung Kreis Kleve GmbH treffen wir uns am Niederrhein. Wir werden sowohl den Tagungsort, die alte Herzogstadt Geldern, als auch weitere Highlights aus dem Kreisgebiet bei unseren fachlichen Exkursionen und Führungen kennenlernen.

Hier finden Sie das Programm und hier die Möglichkeit zur Anmeldung als:

**Ordentliches Mitglied**

**Fördermitglied**

**Nicht-Mitglied**

## Rechtsstübchen: Kostenfreie Einzeltermine auf der Deutschen Stadtmarketingbörse



Immer wieder erreichen uns in der bcsd-Geschäftsstelle Anfragen zu rechtlichen Themen. Die Bandbreite reicht dabei von der

Gestaltung von Arbeitsverträgen für die Mitarbeiter\*innen im Stadtmarketing über Datenschutz, Verkaufsoffene Sonntage (VOS), Geschäftsführer-Haftung bis hin zu beihilfe- und steuerrechtlichen Fragestellungen sowie in jüngster Zeit Fragen zur Auslegung des Covid-19-Maßnahmen-Gesetzes und dessen Bedeutung für die verschiedenen Rechtsformen. Sie haben auf der Deutschen Stadtmarketingbörse am Dienstag, 28. September, die Möglichkeit, in Einzelterminen mit Rechtsanwalt

## Themen

### Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse

Rechtsstübchen

### Seite 3

Stadtimpulse

### Seite 4

Öffnung Fußgängerzonen für Radverkehr

Parkhaus als Mobilitätshaus

### Seite 5

Studien Innenstadt, Handel, Gastronomie

Markthallentour

### Seite 6

City Team Bielefeld

Best Practice gesucht

Ausstellung 50 Jahre Städtebauförderung

### Seite 7

Impfanreize

Linx ist Linx

Silk City Gallery

### Seite 8

Online-Datenbank cima.digital erweitert

Flut und Hilfsbereitschaft

Corona-Ticker

### Seite 9

Jobbörse

### Seite 10

Fördermitglieder

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder

### Seite 11

Der Trend der Zukunft

### Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

### Seite 13

ICR-Termine

Terminkalender

Andreas Schriefers vom anwaltsKontor Schriefers Rechtsanwälte als Rechtsbeistand unserer Vereinigung über Ihre aktuellen rechtlichen Fragestellungen vor Ort zu sprechen. Das Angebot richtet sich an unsere ordentlichen Mitglieder und solche, die es noch werden wollen. Die Erstberatung erfolgt unverbindlich und individuell zu einem Thema Ihrer Wahl. Entstehende Kosten gehen im Rahmen der Kooperation mit der bcsd zu unseren Lasten. Weitere Informationen sowie die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie **hier**.

Am 7. Oktober 2021 wird außerdem ein **Online-Seminar für Geschäftsführung und Betriebsleitung** stattfinden, das sich mit organisationsstrukturellen und organisationsrechtlichen Fragestellungen aus der alltäglichen Praxis der Geschäftsführung (Grundlagenkenntnisse in EU-Beihilfe-, Vergabe-, Gesellschafts- und Steuerrecht sollten vorhanden sein) befasst. Die **Anmeldung** ist noch 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 with three small orange lights. In the center, a large pink sphere and a white cube are displayed on a dark surface. On the right, a storefront window is decorated with various light fixtures, including a large white star and a Christmas tree. A 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 displayed in orange. Two glowing white cubes are shown in the bottom right corner. 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](http://www.8-seasons-design.de)

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

## Neue Stadtimpulse gefunden – und immer noch gesucht

Vier Monate nach dem Start des nationalen Best-Practice-Pools „Stadtimpulse“ ist dieser auf aktuell **40 Projekte** angewachsen, die Sie **hier** finden. Neben den ursprünglichen Kern-Partnern haben sich viele weitere Unterstützer gefunden, die den weiteren Ausbau und Betrieb der Website ermöglichen. Kürzlich wurden folgende Projekte neu in die Stadtimpulse aufgenommen:



### **Siegen: Auf zu neuen Ufern**

Mittels einer Kommunikationskampagne und städtebaulicher Maßnahmen wurde die Innenstadt aufgewertet. Kernstück war der Rückbau der autogerechten Stadt mit der Freilegung, Zugänglichmachung und Renaturierung des Flusses Sieg und damit die Attraktivierung des Umfelds.

### **Siegen: Wissen verbindet**

In enger Wechselwirkung mit dem obigen Projekt werden die Einrichtungen der Universität in die Innenstadt geholt und erhöhen so die Frequenzen und Attraktivität des Standorts. Verkehr wird reduziert und Stadtgesellschaft und Wissenschaft stärker verzahnt.

### **Karlsruhe: Influencer Marketing**

Durch die Kooperation mit einer Influencerin mit zahlreichen lokalen Followern werden pro Monat zwei Themen der Karlsruher Innenstadt auf Instagram präsentiert. Nachweislich führt das zu mehr Präsenz auf Social Media und in den Geschäften.

### **Pirna: Pines Notizblog**

Der Blog informiert Kinder und Eltern auf lustige und unterhaltsame Art und Weise und aus der Sicht eines Kindes über die Stadt und die umgebende Sächsische Schweiz. Vereine, Menschen und versteckte Orte werden dafür unter anderem vorgestellt.

### **Pirna: Pirnas langer Donnerstag**

Über den Podcast werden positive Inhalte zur Stadt verbreitet, neue Medien genutzt und die Netzwerke des Stadtmarketings gestärkt.

### **Homburg / Saar: Der Homburg-Stein**

Alle Homburger\*innen waren aufgerufen, Steine mit Homburger Motiven zu bemalen, die dann vor Ort und in sozialen Medien präsentiert, bewertet und prämiert wurden. Weitere Steine wurden als Gewinnsteine von Künstler\*innen und sozialen Einrichtungen bemalt. Alle Steine wurden in der Stadt verteilt. Wer einen Gewinnstein fand, konnte diesen in den Geschäften einlösen.

Der bcsd e.V. ist Partner der Stadtimpulse. Natürlich können wir unmöglich alle nachahmenswerten Stadtmarketing-Projekte in Deutschland kennen und freuen uns deshalb umso mehr, wenn Sie uns diese mitteilen und sich um eine Aufnahme in den Projekt-Pool bewerben. Alle drei Monate entscheidet eine fachkundige Jury über die Aufnahme neuer Projekte. Für die nächste Jurysitzung können noch bis Mitte September Projekte eingereicht werden. **Hier** finden Sie alle Informationen dazu, wie Sie Ihr Projekt zu einem Stadtimpulse-Projekt machen.

## Öffnung von Fußgängerzonen für den Radverkehr



Eine auch aus Bundesmitteln geförderte Studie der Fachhochschule Erfurt untersuchte die Effekte der Öffnung von Fußgängerzonen für Radfahrende und gibt konkrete Empfehlungen. Demnach haben die Untersuchungen kein zunehmendes problematisches Verhalten von Radfahrenden durch die Öffnung festgestellt. Auch die Wahrnehmung der Aufenthaltsqualität durch die Passant\*innen sowie deren Besuchshäufigkeit haben sich nicht negativ entwickelt. Ebenfalls konnte keine Besucherfrequenz festgestellt werden, ab der von einer Öffnung abzuraten wäre. Zudem lagen die Jahresumsätze der Radfahrenden in der Studie höher als bei Kunden, die mit dem Auto anreisten. **Hier** finden Sie die Studie. **Hier** finden Sie einen Planungsleitfaden für die Öffnung

von Fußgängerzonen für den Radverkehr. **Hier** finden Sie die Kampagnen-Website, auf der sich Kommunen Inspiration holen und über Praxisbeispiele informieren können.

## ANZEIGE

The advertisement is a vertical poster with a brown, textured background. At the top, it reads "Die nachhaltige DEKORATION FÜR IHRE STADT" in white and blue text. The "mk ILLUMINATION" logo is in the top right. The middle section shows a photograph of warm, glowing string lights and spherical ornaments. The bottom section features a globe and several circular icons representing sustainability: a recycling symbol, a leaf, a sun, and a tree. The text "happy BIRTHDAY ORGANIC" is written in a stylized font, with "www.mk-illumination.com" at the bottom left.

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

## Vom Parkhaus zum Mobilitätshaus

Der Bundesverband Parken – ein Zusammenschluss von kommunalen und privatwirtschaftlichen Parkhausbetreibern – gibt Empfehlungen für die Neupositionierung von Parkhäusern als Mobilitätshäuser. Angesichts der neuen Ansprüche der Besucher\*innen aber auch der Mobilitätswende und Aufwertung des öffentlichen Raums mit wegfallenden Parkplätzen im öffentlichen Straßenraum ist eine Neuerung und teils ein Umbau erforderlich. Vor dem Hintergrund der reduzierten Stellplatzangebote nimmt zudem die Bedeutung der zentralen Abstellanlagen zu. Neben nutzerfreundlichen Parkplätzen für Kfz sollten auch alternative Verkehrsformen wie (Elektro-)Fahrräder, E-Tretroller und Car-Sharing-Angebote Berücksichtigung finden und attraktiv für Fuß- und Radverkehr angebunden sein, um zu einem Verkehrsknotenpunkt zu werden und Parksuchverkehr zu vermeiden. **Hier** finden Sie die Empfehlungen. Wie die Belegung der Parkhäuser gesteigert und der öffentliche Raum attraktiver gestaltet werden kann, legt der Bundesverband Parken **hier** dar.

## Studien rund um Handel, Gastronomie und Innenstadt



Der „Leitfaden Handelsstandorte beleben – Innovation, Kreativität, Digitalisierung“ liefert Inspiration rund um die neuen und gar nicht so neuen Erwartungen der (potenziellen) Besucher\*innen an Innenstädte. Dabei werden die Wünsche nach mehr Abwechslung, Aufenthaltsqualität, Service und Treffpunkten als zentral definiert. Als Orientierung für das Vorgehen wird die Customer Journey gewählt, entlang derer einige konkrete Ideen und Handlungsmöglichkeiten, teils auch anhand von Beispielen, vorgestellt werden. **Hier** finden Sie den Leitfaden.

Einem ähnlichen Sujet widmet sich die Untersuchung „Zukunft des Handels – Zukunft der Städte“, die sich konkret auf Nordrhein-Westfalen bezieht. Untersucht wurde, wie sich Handelsstandorte in ihrer Wahrnehmung und Struktur verändert haben, welche neuen Bedürfnisse entstanden sind und wie sich die Zukunft von Stadt und Handel positiv gestalten kann. **Hier** finden Sie die Studie.



Die Daten der beiden oben genannten Untersuchungen fließen auch in die Studie zur Situation der Gastronomie ein, die vom IFH Köln und der METRO AG gemeinsam unter 250 Betrieben durchgeführt wurde. Darin zeigt sich, dass auch die Gastronomie stark von der Frequenz in der Innenstadt abhängt und welche Erwartungen die Gastronom\*innen an passende Standorte und die Politik haben. Besonders leidet die Gastronomie demnach unter der Pandemie und den Maßnahmen zu deren Bekämpfung sowie fehlenden Mitarbeiter\*innen. Für die Zukunft herrscht unter den Befragten Optimismus. Einige planen sogar eine Expansion. **Hier** finden Sie die Studie zum Download.

Expansion. **Hier** finden Sie die Studie zum Download.

Ebenfalls der Innenstadt der Zukunft – allerdings deutlich weniger auf Handel fixiert – ist die Publikation „#elasticity – Experimentelle Innenstädte und öffentliche Räume der Zukunft“ gewidmet. Unter anderem wird darin dafür plädiert, öffentliche Räume und Innenstädte als Spielplätze für die Bürger\*innen zu verstehen. Die Veränderung der Innenstädte wird als Chance verstanden und es werden Thesen und Handlungsempfehlung aufgestellt. **Hier** finden Sie die Publikation.

## Markthallentour von Stadtmarketing Austria

Märkte sind ein Magnet für die Stadt und bei Besucher\*innen beliebt. Sie beleben so den Standort Innenstadt und werden zu Treffpunkten. Insbesondere Markthallen können sich oft über eine spannende Architektur und das Thema Genuss etablieren und positionieren – davon künden zahlreiche Beispiele, die bei der Exkursion unseres Partnerverbands Stadtmarketing Austria besucht werden. Markthallen in Stuttgart, Freiburg, Nancy, Colmar und Basel liegen auf der Reise-Route. **Hier** erfahren Sie mehr und können sich anmelden.

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

### Bielefeld gründet City-Team mit Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Stadt

Dass die Pandemie uns mit Herausforderungen konfrontiert, die niemand allein lösen kann, sollte allen klar sein. In Bielefeld schlägt sich dies nun auch in der Organisationsstruktur nieder. Um Synergien zu erzeugen, wurde ein City-Team mit vier Mitarbeiterinnen ins Leben gerufen, in dem Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und die Abteilung Stadtentwicklung der Stadtverwaltung vertreten sind. Dabei verfolgen sie das Ziel der strategischen und langfristigen Stärkung der Innenstadt. Erste Projekte sind etwa der neu eingeführte Stadtgutschein und das Projekt Altstadttraum, bei dem Straßen verkehrsberuhigt werden und beispielsweise anstatt Autos Tischtennisplatten, Tischkicker, Bänke, Café-Tische und Grünpflanzen im öffentlichen Raum aufgestellt werden. **Hier** erfahren Sie mehr.

### Best Practice Projekte vom Staatsanzeiger Baden-Württemberg gesucht

Der Staatsanzeiger Baden-Württemberg sucht mit dem Staatsanzeiger Award bundesweit vorbildliche Projekte im Bereich Stadt- und Tourismusmarketing, der Bürgerbeteiligung sowie in der Kategorie „Bürgermeister\*in in Mission“ (Bürgermeister\*innen, die auch während der Pandemie eng mit Bürger\*innen in Kontakt blieben). Abgabefrist ist der 10. September 2021. Projekte sollten 2020 oder 2021 entstanden bzw. durchgeführt sein und einen Bezug zur Pandemie haben. Weitere Informationen finden Sie **hier**. Die Preisverleihung erfolgt im Rahmen des 10. Staatsanzeiger PR-Treff, der am 05. Oktober 2021 virtuell stattfindet und sich mit den Themen Bürgerbeteiligung und Bürgerkommunikation beschäftigt. Mehr zum PR-Treff erfahren Sie **hier**.

### Wanderausstellung Gemeinsam Stadt bewegen – 50 Jahre Städtebauförderung

Die Ausstellung „Gemeinsam Stadt bewegen! 50 Jahre Städtebauförderung“ zeigt Geschichten und Projekte von Veränderung, Zusammenarbeit und Zukunft. Zahlreiche Beispiele aus ganz Deutschland, aus kleinen und großen Städten, zeigen, was sozialer Zusammenhalt, Integration, Vielfalt und Begegnung für ein starkes Quartier bedeuten, wie Zentren und öffentliche Räume

gestärkt werden können, wie der Erhalt historischer Bauten und deren nachhaltige Erneuerung vereinbart werden können, wie ganze Stadtbereiche erneuert werden und wie Kooperation und Koproduktion unterschiedlicher Akteur\*innen funktionieren. **Hier** finden Sie die Termine. **Hier** finden Sie einen Trailer zur Ausstellung.

### Diskussion um Impfanreize



Die Inzidenzen nehmen wieder zu und klar scheint, dass das Impfen der einzige sichere Ausweg aus der Pandemie ist. Eine Mehrheit hat das bereits für sich erkannt und sich impfen lassen. Manchen ist es nicht möglich, sich impfen zu lassen. Nun nehmen vermehrt Versuche zu, Ungeimpfte über Anreize dazu zu bringen, sich impfen zu lassen. Ein **Sparmenü von McDonalds und die Impfung gleich vor Ort**, Gutscheine für einen Freizeitpark, Stadtgutscheine im Wert von fünf Euro, die Bratwurst danach, **eine Portion Hummus aufs Haus bei Vorlage eines Impfnachweises, in Mannheim locken Döner und Kinofreikarte**: die Liste der Anreize ist lang.

Ebenso werden besondere Locations und Settings als Anreiz gesetzt. In einigen Städten gibt es „Lange Nächte des Impfens“ mit Clubmusik. In Berlin fährt ein **Sonderzug der Ringbahn für drei Stunden als mobiles Impfzentrum** ohne Termin und ohne Beförderungsentgelt um die Stadt. Wie handhaben Sie das in Ihrer Stadt? Kennen Sie weitere besondere Beispiele für Impfanreize? Schreiben Sie uns gerne an [office@bcsd.de](mailto:office@bcsd.de).

### Kampagne „Linz ist Linz“ polarisiert und bewegt

Der klassische touristische Werbespot für Städte zeigt die schmucken Seiten und zeigt, oft auch geschönt, was es dort alles zu entdecken gibt. Linz in Österreich hat eher das Image einer Industriestadt und geht einen anderen Weg. In der neuen Kampagne zeigt Linz auch und vor allem weniger schöne Ecken, unangepasste Typen, Gesichter aus der Stadt und vor allem viele negative (Vor-)Urteile, mit denen gespielt und über deren Nicht-Zutreffen auf Plakaten aufgeklärt wird. Zentraler Teil der Kampagne ist ein unterhaltsamer Film, der große Aufmerksamkeit und viel Zustimmung, aber auch (deutlich weniger) Ablehnung erzeugte, die vor allem aus Linz selbst kam. Erreicht wurde aber damit, neben der internationalen Aufmerksamkeit, dass die Stadtgesellschaft darüber diskutiert, was Linz ausmacht, wie es gesehen wird und wie man gesehen werden will und wer man sein will – Stadt der Linzer Torte oder doch ein bisschen mehr? **Hier** finden Sie einen Artikel und **hier** den Film.

Einen ganz anderen Ansatz verfolgen die Werbevideos aus Dubai, die mit Hollywood-Stars spielen und in einer Minute Geschichten im Stil einer **RomCom** oder eines **Agententhillers** erzählen und so bereits rund 9 Mio. bzw. 24 Mio. Aufrufe bei YouTube binnen eines Monats erhalten haben.

### Silk City Gallery in Krefeld

Die Krefelder Stadthalle, das Seidenweberhaus, in dem 2016 die Deutsche Stadtmarketingbörse stattfand, soll abgerissen werden. Vorher wird das zentral in der Innenstadt gelegene Haus aber nochmal zum Hingucker. Mit Hilfe von 30 internationalen Street Art Künstlern wurde das Gebäude

mit seiner großen Betonfassade zur **Silk City Gallery**, einem Projekt im Rahmen des **Krefelder Perspektivwechsel**. 2021 ist der Schwerpunkt Stadtkultur. **Hier** finden Sie eine Vorstellung aller Projekte, die in diesem Rahmen durchgeführt sind oder werden.

### Online-Datenbank der cima.digital erweitert



Wer sich über die Vielzahl der lokalen Online-Marktplätze und -Schaufenster informieren will, der findet diese bei der cima.digital umfangreich und übersichtlich abgebildet. Nun wurde die Funktion der beliebten Karte erweitert, so dass darin auch ausgewählte City-Apps, Corona-Sofortmaßnahmen, Stadtgutscheine und weitere Local Loyalty Programme sowie integrierte (digitale) Konzepte zu finden sind. **Hier** finden Sie die Datenbank.

### Auf Flut folgt beispiellose Hilfsbereitschaft

Die Flutkatastrophe in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz hat viele Menschenleben gekostet und Existenzen zerstört. Auch bcsd-Mitgliedsstädte waren und sind betroffen und stehen in ihren Stadtmarketingaktivitäten nun vor völlig neuen Herausforderungen. Auf die nicht gekannte Zerstörung folgte eine beispiellose Hilfsbereitschaft mit Arbeitseinsätzen vor Ort und nicht gekannten Spendensummen. Auch Stadtmarketingakteure beteiligten sich zum Beispiel über Spenden, Benefizkonzerte, Stadtfesteinnahmen, das Einsammeln benötigter Hilfsgüter oder den Verkauf von Wein. So findet in Heilbronn eine **exklusive Weinauktion mit Raritäten** statt, deren Erlöse den betroffenen Winzern an der Ahr zu Gute kommen. Wir freuen uns, wenn diese vielen guten Beispiele zahlreiche Nachahmer finden, denn trotz der großen Hilfsbereitschaft und Aktivität bleibt in den betroffenen Regionen viel zu tun.

### Corona-Ticker

#### Praxisbeispiele

Heilbronn veranstaltet das **beliebte Weinfest „Heilbronner Weindorf“ dezentral** als „Heilbronner Weindorf Auslese“ in Stadt und Region.

In Braunschweig wurden unter dem Namen **„Genuss im Freien“** vier Orte in der Stadt identifiziert, an denen Schausteller und Clubbetreiber Drinks und Imbisse anbieten können.

Der Anbieter Twostay bietet **Coworking in wegen Corona geschlossenen Restaurants und Cafés**.

Viersen belebte die Innenstadt mit einem **Kunstwerk aus Topf-Blumen**, die im Anschluss von den Passant\*innen mit nach Hause genommen werden konnten.

Im Allgäu wird eine **Besucherlenkung über die frühzeitige Anzeige der Auslastung von bei Ausflüglern beliebten Parkplätzen** praktiziert. So soll das Wildparken minimiert und Besucherströme entzerrt werden.



## Hilfestellungen

Der Bundesverband „Die Stadtentwickler“ hat ein **Positionspapier Zukunft (Innen) Stadt** veröffentlicht.

**Urbane Produktion** gilt als ein Hoffnungsträger, der Leerstände in Stadtzentren füllen, gleichzeitig Nachhaltigkeit und regionale Wirtschaftskreisläufe fördern und neue Angebote abseits des Immergleichen schaffen kann. Stadtmarketing Austria widmet dem einen Artikel im Blog.

Das **Bundesförderprogramm zukunftsfähige Zentren** läuft noch bis zum 17. September.

Die Beantragung von **Überbrückungshilfe III plus** ist nun möglich.

Die Beantragung von **Neustarthilfe plus** ist ebenfalls möglich.

Das Land Baden-Württemberg hat mehrere **Leitfäden zur Nutzung der luca-App** für verschiedene Anwendungsszenarien entwickelt – etwa in der Gastronomie, Hotellerie, für Veranstaltungen im öffentlichen Raum, für Fortbildungen, Messen, etc. Auch der bayerische Landesbeauftragte für Datenschutz hat nützliche **Hinweise zur Nutzung der luca-App** veröffentlicht.

In Nordrhein-Westfalen wurde ein **Förderprogramm aufgelegt, das die dauerhafte Umnutzung von Leerständen unterstützt**. Dabei können sowohl die Aktivierung und Beratung von Immobilieneigentümern, die Erstellung von Machbarkeitsstudien wie auch der Umbau und die Zusammenlegung von Ladenlokalen sowie weitere Tatbestände gefördert werden.

Aufgrund der zahlreichen Anträge (über 170) wurde das Budget des Förderprogramms **„Zukunft Innenstadt“ in Hessen** von ursprünglich 10 auf nun 25 Millionen Euro aufgestockt.

## Panorama

Die Corona-Pandemie sorgt dafür, dass die **großen Großstädte als Wohnort für viele weniger attraktiv** werden, hat eine Umfrage des ifo-Instituts ergeben. Besonders beliebt ist dabei der Umzug in die Städte und Gemeinden des Umlands, aber auch überschaubarere Großstädte.

Die Süddeutsche Zeitung berichtet, dass die **Corona-Krise in der Handels-Immobilienwirtschaft** bereits zu einem Umdenken geführt hat. Mieten sinken, anstatt Textileinzelhändlern werden Supermärkte als Mieter bevorzugt, insgesamt werde das Angebot diverser.

Die Initiative **„Leben statt Lockdown“** setzt sich mit prominenten Gesichtern für mehr Impfungen ein, um möglichst bald wieder ein „normales“ Leben zu ermöglichen.

## Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Koblenz Stadtmarketing GmbH	<b>Citymanager*in mit Geschäftsführungstätigkeit (m/w/d)</b>	30.09.2021
Grundstücks-Marketing-gesellschaft Stadt Viersen mbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	19.09.2021
Heilbronn Marketing GmbH	<b>Leitung (m/w/i) Tourist-Information</b>	10.09.2021

StaRT Stadtmarketing und Tourismus Reutlingen GmbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	05.09.2021
Coburg Stadt und Land aktiv GmbH	<b>Regionalmanager*in / Geschäftsführer*in (m/w/d)</b>	31.08.2021
Good Hood GmbH (nebenan.de)	<b>(Junior) Städtmanager*in Nachbarschaftsaktivierung (m/w/d)</b>	Nicht angegeben
Einbeck Marketing Gesellschaft für Stadt- und Standortmarketing mbH	<b>Projektmanager*in Standortentwicklung (m/w/d)</b>	Nicht angegeben

## Fördermitglieder der bcsd

### Point4More



Das System bietet eine individuelle Lösung für Händler\*innen unterschiedlichster Branchen und kann gleichzeitig ideal im Stadtmarketingverbund genutzt werden, um Kaufkraft im stationären Handel der Stadt zu halten, Frequenzen zu erhöhen und Umsätze zu steigern. Als sofort einsetzbare Komplettlösung liefert Point4More eine Kundenkarte mit Vorteilsprogramm, Smartphone App, Online Portal sowie sichere und messbare Werbe- und Gutscheinfunktion in einem. Kunden\*innen können so direkt angesprochen, gewonnen und gebunden werden. Modernste Technik, einfache Handhabung und Installation ermöglichen nicht nur kleineren und größeren Händlern mit nur einem oder mehreren POS, sondern auch städtischen Einrichtungen und großen Arbeitgebern die Einbindung in das System und seine vielfältigen Funktionen. So liefert Point4More beispielsweise jedem Geschäft oder städtischen Einrichtungen eine eigene mobile Homepage und bildet gleichzeitig das Angebot des gesamten Netzwerkes der Stadt ab. Gemeinsame Marketing-Aktionen können einfacher gesteuert und umgesetzt werden. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

### Die Offenbacher Stadtmarketinggesellschaft (OSG)



Foto: Alexander Habermehl

Die Offenbacher Stadtmarketinggesellschaft mbH als Beteiligungsgesellschaft der Stadt Offenbach am Main und der Stadtwerke Offenbach Holding verantwortet im Auftrag der Stadt wesentliche Marketingaufgaben. Sie betreibt das gemeinsame Internetportal von Stadt, SOH und Energieversorgung Offenbach, veranstaltet die beiden großen Stadtfeste, Mainuferfest und Lichterfest, und organisiert das Besuchermanagement im Wetterpark Offenbach. Mit dem OF-InfoCenter (Salzgässchen 1) unterhält die OSG außerdem die zentrale Vorverkaufsstelle in Offenbach für Eintrittskarten lokaler, regionaler und bundesweiter Veranstaltungen. Die gemeinsame

nebenamtliche Geschäftsführung wird von Regina Preis (Leiterin der Stadtwerke Offenbach Unternehmenskommunikation) und Fabian El Cheikh (Leiter des Amtes für Öffentlichkeitsarbeit) ausgeübt. Diese partnerschaftliche Zusammenarbeit stärkt den Anspruch der OSG, als Scharniergesellschaft zwischen Stadt und SOH wesentliche Aufgaben zu bündeln und Projekte des Stadtmarketings für den Stadtkonzern gemeinsam zu steuern. Mit ihrer Kampagne „Offenbachs großes Herz“ und dem daraus entwickelten Einkaufsgutschein hat die OSG für den lokalen Einzelhandel und die Gastronomie wichtige Impulse gesetzt. Ein großes Ziel für die kommenden Jahre ist die Schärfung der Marke „Stadt Offenbach“ und die Formulierung einer Markenpositionierung und daraus resultierend die Entwicklung eines ganzheitlichen Markenauftritts zur Stärkung der Attraktivität der Stadt Offenbach für die unterschiedlichen Zielgruppen. **Hier** erfahren Sie mehr.

## 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**.

### **Fahrgäste als Paketlieferant\*innen**



Die Verkehrsgesellschaft Wiener Linien hat mit dem Forschungsinstitut Fraunhofer Austria zusammen eine Machbarkeitsstudie zu umweltschonenden Paketlieferungen mit der Straßenbahn gestartet. Vor Beginn des Pilotprojekts sind Wiener\*innen dazu eingeladen, sich zu ihrer Bereitschaft, Pakete bei einer Straßenbahnfahrt mitzunehmen, zu äußern und Feedback zu geben. Das Projekt sieht vor, dass eine App die täglichen Routen der Fahrgäste analysiert, um ihnen Pakete anzuzeigen, die entlang dieser Routen transportiert werden sollen. Die Pakete sollen über einen QR-Code aus Paketboxen in den Bahnhöfen abgeholt und abgegeben werden.

### Co-Founder\*in finden per Matchmaking



Die Start-up-School des US-Gründerzentrums Y Combinator bietet ein „Co-Founder Matching“ für Gründer\*innen an, die auf der Suche nach einem oder einer geeigneten Partner\*in sind. Dafür füllen die Suchenden Profile aus und geben Anforderungen wie Standort, Fähigkeiten, Interessen und Eigenschaften an, die potenzielle Co-Founder\*innen haben sollten. „Co-Founder

Matching“ zeigt daraufhin passende Profile, die mit persönlicher Nachricht kontaktiert werden können. Bei einem Match können sich die potenziellen Partner\*innen weiter austauschen, die Zusammenarbeit testen und gegebenenfalls Vertragsvorlagen für die gemeinsame Gründung nutzen.

### Belohnung für umweltbewusste Reisende



Das schwedische Hotelunternehmen Scandic hat ein Programm gestartet, das Reisende zu umweltbewusstem Verhalten motivieren soll. Wenn sich gewissenhafte Reisende dazu verpflichten, eine Liste mit zehn guten Gewohnheiten während ihrer Sommerreisen zu beachten, können sie 2000 Punkte für künftige Aufenthalte bei Scandic Hotels sammeln. Die Liste umfasst Punkte wie Lächeln, die Wahl pflanzlicher Lebensmittel oder das Sammeln von Müll unterwegs. Durch eine Zusammenarbeit

mit der Initiative Keep Sweden Tidy stellen ausgewählte Hotels auch wiederverwendbare Taschen zum Sammeln von Abfall zur Verfügung

### 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

**Kulturmarken-Award**, Causales GmbH, bis 6. September 2021

**Best Practice Stadtmarketing und Tourismus**, Staatsanzeiger Baden-Württemberg, bis 10. 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

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

### Termine

09.09.2021, **IHK-Forum Stadtmarketing 2.0: "Zeiten des Umbruchs"**, IHK Niedersachsen,  
Online-Veranstaltung

09.09.2021, **Die Stadtkantine #15: Mosaik Haus der Kulturen Lüneburg**, Stadtmanufaktur,  
Online-Veranstaltung

15. – 16.09.2021, **polis Convention**, polis Convention GmbH, Düsseldorf

16. – 18.09.2021, **Innovation Camp UMPFLASTERN**, Initiative Kultur & Kreativwirtschaft der  
Bundesregierung, Online-Veranstaltung

17.09.2021, **Innovation City Tour Ahaus (Extended Version)**, Tobit.Software, Ahaus

23.09.2021, **Die Stadtkantine #16: Hertie Haus Lünen**, Stadtmanufaktur, Online-Veranstaltung

23. – 24.09.2021, **Urban Offline Forum**, Stadt + Handel, Online-Veranstaltung

26. – 28.09.2021, **Deutsche Stadtmarketingbörse 2021**, Bundesvereinigung City- und  
Stadtmarketing Deutschland e.V., Geldern

30.09.2021, **Smart City Tour Ahaus**, Tobit.Software, Online-Veranstaltung

01.10.2021, **Smart City Tour Ahaus**, Tobit.Software, Ahaus

05.10.2021, **Fachkongress Smart Destination**, Tourismus NRW e.V., Düsseldorf

07.10.2021, **Stadtmarketing im Gespräch**, bcsd-Landesverband Baden-Württemberg u.a., Überlingen

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

07.10.2021, **Die Stadtkantine #17: KunstKaufLADEN Tacheles Hanau**, Stadtmanufaktur, Online-Veranstaltung

18. – 19.10.2021, **Deutscher Tourismustag 2021**, Deutscher Tourismusverband, Berlin

20. – 23.10.2021, **Exkursion „Markthallentour“**, Stadtmarketing Austria, Stuttgart, Freiburg, Colmar, Nancy, Basel

10. – 12.11.2021, **KulturInvest-Kongress**, causales, Dresden

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.