

# Newsletter 08-2023

**Jetzt noch Ticket sichern: Deutscher Stadtmarketingtag 2023**

**Von Grau zu WOW – Über die Veränderung von Stadt, Natur und Mensch**

**17. bis 19. September in Mannheim und online**



In der Bundesgartenschau-Stadt Mannheim werden wir uns auf dem Deutschen Stadtmarketingtag 2023 mit lebenswerten, klimaangepassten Städten beschäftigen. Dr. Elisabeth Oberzaucher wird uns aufzeigen, wie Städte aus evolutionsbiologischer Sicht gestaltet sein müssen, damit sich Menschen dort wohl fühlen. Andreas Kipar wird über die Verschmelzung von Stadt und Landschaft sprechen und Prof. Dr.-Ing. Frank Lohrberg wird die Bedeutung von und Nutzungsmöglichkeiten für Freiräume vorstellen. Zahlreiche Praxisbeispiele werden aufzeigen, wie vieles schon in unseren Städten und im Stadtmarketing getan wird, um Städte auch für die Zukunft lebenswerter auszurichten, etwa durch das Schaffen grüner und blauer Infrastruktur oder durch deren Inszenierung und Nutzbarmachung. Jacob Sylvester Bilabel wird uns zum Abschluss aufzeigen, dass Nachhaltigkeit und Klimaanpassung nicht immer Verzicht heißen müssen, sondern durchaus zu Mehrwerten und Alleinstellungsmerkmalen führen können. Natürlich erhalten wir auch zahlreiche Einblicke in die Gastgeberstadt Mannheim und die BUGA, die wir beim Exkursionsprogramm am Sonntag besuchen und über die deren Geschäftsführer Michael Schnellbach vortragen wird.

**Hier** finden Sie das ausführliche Programm. **Hier** finden Sie die Möglichkeit zur Anmeldung.

Noch bis zum 06. September können Hotelzimmer aus dem Abrufkontingent im **Dorint Kongresshotel** direkt am Tagungsort gebucht werden. Bitte nutzen Sie dafür das Stichwort Stadtmarketingtag.

## Themen

### Seite 1

[Deutscher Stadtmarketingtag](#)

### Seite 2

[Netzwerken auf der Fachausstellung](#)

### Seite 3

[Reise zu KI im Stadtmarketing II](#)

[September-Seminare ICR](#)

[Save the Date Kooperationsforum Ost](#)

### Seite 4

[Attraktive Standorte in der Innenstadt](#)

### Seite 5

[Stadtfeste als Frequenzbringer](#)

[Klima-Innovationsfonds](#)

### Seite 6

[Pushcon Festival](#)

### Seite 7

[Markenprozess Osnabrück](#)

[Biotope City Wienerberg](#)

### Seite 8

[Stadtsee Horn](#)

[Verkehrswende und Vorurteile](#)

[Staatsanzeiger Award](#)

### Seite 9

[Digitales Gemeindeboard](#)

[Deutscher Tourismuspreis](#)

### Seite 10

[Jobbörse](#)

[Zahlen des Monats](#)

### Seite 11

[Fördermitglieder](#)

[Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder](#)

### Seite 14

[Trend der Zukunft](#)

### Seite 15

[Seminartermine / ICR](#)

[Terminkalender](#)

Sie können leider in Mannheim nicht vor Ort dabei sein? Dann haben Sie durch unser Live-Streaming dennoch die Möglichkeit, den vielfältigen Fachvorträgen zu folgen, sich neue Anregungen zu holen und sich inspirieren zu lassen. Und das können Sie sogar zusammen mit Ihren Kolleg:innen tun, denn unsere Online-Tickets sind Organisationstickets, die von beliebig vielen Mitarbeitenden Ihrer Organisation genutzt werden können. Sie nehmen vor Ort an der Tagung teil, aber weitere Kolleg:innen würden sich die Vorträge auch gerne ansehen? Dann können Sie für sie das Online-Ticket zum vergünstigten Preis buchen! Alle weiteren Informationen und die Anmeldung finden Sie **hier**. Für Studierende steht ein begrenztes Kontingent an Freikarten zur Online-Teilnahme zur Verfügung. Die Bewerbung ist mit Immatrikulationsbescheinigung per E-Mail an **office@bcsd.de** möglich.

## ANZEIGE



Wie attraktiv ist Ihre City?  
Passantenfrequenz ist die Messzahl.

MESSEN - VERGLEICHEN - PROFITIEREN  
mit [hystreet.com](https://hystreet.com)

Mehrwerte

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

[JETZT PARTNER WERDEN](#)

hystreet.com

Das größte Netzwerk für Passantenfrequenzen  
97 STÄDTE  
253 STANDORTE  
6 LÄNDER

[www.hystreet.com](https://www.hystreet.com)

## Netzwerken auf der Fachausstellung des Deutschen Stadtmarketingtags 2023



Ein wichtiger Bestandteil der Tagungen ist das Netzwerken in den Pausen und beim Rahmenprogramm, zu dem auch die Fachausstellung – unser bunter Markt der Möglichkeiten – an beiden Tagen zählt. In kürzester Zeit war die Fachausstellung ausgebucht. Eine Anmeldung ist somit leider nicht mehr möglich.

Unsere Teilnehmer:innen können sich in Mannheim auf Unternehmen freuen, die für das Stadt- und Citymarketing relevante Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Beratung & Stadtentwicklung, Ausstattung & Dekoration, Veranstaltungen sowie Werbung & Merchandising anbieten. Eine Übersicht der Fachaussteller beim Deutschen Stadtmarketingtag finden Sie ab sofort **hier** in alphabetischer Sortierung. Einen Überblick über die der bcSD angeschlossenen Fördermitglieder und deren Dienstleistungen finden Sie **hier**.

## KI und Stadtmarketing - eine begleitete Reise in die neue Arbeitswelt – Teil II

Willkommen zurück an Bord des Raumschiffs "Stadtmarketing"!

In Kapitel 1 haben wir die Bedeutung der Generativen Künstlichen Intelligenz (G-KI) für das Stadtmarketing kennengelernt. Wir fanden heraus, dass KI keine vorübergehende Modeerscheinung ist, sondern eine transformative Technologie mit dem Potenzial, die Arbeitsweise des Stadtmarketings grundlegend zu verändern. Anhand konkreter Beispiele haben wir gesehen, wie G-KI in verschiedenen Bereichen des Stadtmarketings eingesetzt werden kann, von der Erstellung von Werbetexten bis zur Datenanalyse. Dabei lag unser Fokus darauf, die Technologie schrittweise und zielgerichtet einzuführen, um den größtmöglichen Nutzen zu erzielen. Mit diesem Verständnis können wir uns nun in Kapitel 2 auf die Reise machen und vertiefend auf die Implementierung und Best Practices von KI im Stadtmarketing eingehen. **Hier** finden Sie den Beitrag dazu.

### Jetzt noch für die September-Seminare anmelden!

**Seminartermine 2023**



- 07.09.2023: Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing | Berlin
- 28.09.2023: City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel | Hannover
- 29.09.2023: Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing | Hannover
- 25.10.2023: Stadtmarketing – KI im Arbeitsalltag | Online
- 02.11.2023: Eventmanagement | Lübeck
- 03.11.2023: Die Stadt/Region als Marke | Lübeck

Mehr Infos unter [www.icr-studium.de](http://www.icr-studium.de)

Was sind die Standortanforderungen des Einzelhandels? Wie betreibt man ein erfolgreiches Leerstands- und Flächenmanagement? Wie lässt sich ein lebendiges und vielfältiges Umfeld schaffen, das sowohl wirtschaftliche als auch soziale Bedürfnisse berücksichtigt? Diesen und weiteren Fragen können Sie sich am 28.09. gemeinsam mit dem Referenten Martin Kremming, Geschäftsführer und Partner der CIMA Beratung + Management GmbH, widmen. Zusammen mit bcsd-Geschäftsführer

Jürgen Block führt Martin Kremming am 29.09. in die strategischen Grundlagen des City-, Stadt- und Regionalmarketings ein. Sie bieten dabei einen umfassenden Überblick über diesen vielfältigen Arbeitsbereich, von Aufgaben und Zielen, der Organisation, den Zielgruppen und City- und Stadtmarketingprozessen über die kommunalen Strukturen bis hin zum Umgang mit Trends und Zukunftsthemen. Melden Sie sich jetzt noch schnell für die beiden Seminare in Hannover an! Die Anmeldung und alle weiteren Informationen finden Sie **hier**.

### Save the Date: Kooperationsforum Ost am 06./07. November in Chemnitz



**Mit Third Places gewinnen: –**

**Lebensqualität durch Sport, Freizeit, Bildung in der Innenstadt**

Innenstädte sind schon immer Treffpunkte – zuerst für den Handel (so wurden zahlreiche Städte gegründet) und auch heute spielt der Handel noch die wichtigste Rolle für den Innenstadtbesuch. Die Anziehungskraft des reinen Einkaufens – das sich schon lange vom reinen Versorgen hin zu einem Teil der Freizeitgestaltung entwickelt hat, wird perspektivisch weniger bedeutend. Der Innenstadtbesuch konkurriert mit immer mehr anderen Möglichkeiten zur

Freizeitgestaltung, nicht nur dem Einkauf auf der grünen Wiese oder dem Shopping Center, sondern auch mit Streaming-Diensten wie Netflix, dem Internet mit einer Vielzahl an Unterhaltungsmöglichkeiten etc.. Viele Arten der Freizeitgestaltung und Kultur haben aber vor Ort immer noch einen hohen Mehrwert und die Innenstadt bietet ihnen eine perfekte Bühne und die passenden Rahmenbedingungen – nicht nur als Event mit einem punktuellen Effekt, sondern für eine dauerhafte Belebung. Insbesondere Sport und Spiel sind Ansätze, die bislang noch relativ wenig verfolgt werden und doch schon heute viele Anlässe zum Treffen und Zusammenkommen bieten. Ganz abgesehen von den gesundheitlichen, bewegungsfördernden Aspekten. Mit unserer gemeinsamen Tagung des Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. und des City-Management-Verband Ost e.V. wollen wir uns den Innenstädten als Orte der Freizeitgestaltung, insbesondere durch Sport, und der vielfältigen Möglichkeiten widmen. Merken Sie sich gerne den Termin bereits vor, in Kürze werden weitere Informationen folgen.

### ANZEIGE

Die Nr. 1 für digitale  
**Stadt Gutscheine**

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

Mit der Erfahrung aus über **100** Städten

**Jetzt informieren**

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

**stadt Guthaben**  
Das lokale Gutscheinsystem

[www.stadt Guthaben.de](http://www.stadt Guthaben.de)

### Was macht einen attraktiven Standort in der Innenstadt aus?



Die Deutschlandstudie Innenstadt der CIMA und die Studie Vitale Innenstädte des IFH, bei denen die bcsc jeweils als Partner dabei war, messen die Anforderungen der Menschen an die Innenstadt. Unser Kooperationspartner Stadtmarketing Austria hat in einem neuen Blogartikel seine Kriterien für einen attraktiven Standort für Unternehmen in der Innenstadt festgehalten. Ausgangspunkt des Artikels war der Gedanke, dass Innenstädte mehr innovative Unternehmen benötigen und die Überlegung, was diese erwarten, um sich dort anzusiedeln. 18 Punkte werden dabei von der Präsidentin des Verbands, Inga Horny, genannt. Darunter sind viele „Klassiker“, um die sich das Stadtmarketing schon lange bemüht, aber auch neuere Anforderungen wie Energie-Infrastruktur, Spielräume, Kunst im öffentlichen Raum oder die Stadtmöblierung. **Hier** finden Sie die Liste, die nicht abschließend zu verstehen ist.

## Stadtfeste: Exakte Frequenzdaten bieten entscheidende Vorteile

Stadtfeste und Cityevents locken die Menschen in die Innenstädte. Diese Erkenntnis ist nicht neu, sie wird jetzt aber wieder eindrucksvoll durch exakte Daten belegt. So hat hystreet.com bei der Auswertung der **Passantenfrequenzen für das 1. Halbjahr 2023** festgestellt, dass der 20. Japantag am 13. Mai in der Düsseldorfer Flingerstraße mit 167.341 Passanten wieder ein Top-Besuchermagnet und bislang mit Blick auf die Passantenfrequenzen bundesweit erfolgreichster Tag in diesem Jahr war. Was für große Städte wie die Landeshauptstadt von NRW gilt, lässt sich auch für mittlere und kleinere Kommunen nachweisen. So wurden beim Internationalen Straßenfest in Sindelfingen am 17. Juni 2023 zehnmals so viele Passanten gemessen wie sonst üblich. Auch in Bitburg (Eifel) wurden rund um den Beda-Markt, dank Gewerbeausstellung, Street-Food-Festival und verkaufsoffenem Sonntag am 18. und 19. März 2023 45.000 Passanten in der Innenstadt gemessen, knapp zehnmals mehr als an normalen Wochenenden.

„Dies sollte Kommunen und vor allem Stadtmarketingorganisationen motivieren, mit Stadtfesten und Events noch viel stärker die Attraktivität ihrer Innenstädte zu steigern und Besucher in ihre City zu locken“, folgert Julian Aengenvoort, Geschäftsführer von hystreet.com.

Die exakte Messung der Passantenfrequenzen bei Stadtfesten bietet eine ganze Reihe weiterer Vorteile. Sie erlaubt zum Beispiel eine datenbasierte Erfolgsmessung und eine Optimierung der Planung von Folgeevents. So können etwa Besucherströme besser gesteuert oder Zeitpunkte für Highlight eines Stadtfestes nachjustiert werden. hystreet misst mit seinen Lasern die Besucherzahlen in Echtzeit und bildet sie auch direkt auf seiner Plattform ab. Das ermöglicht Veranstaltern, vor allem von größeren Events, Abläufe noch während der Veranstaltung anzupassen, zum Beispiel mit Blick auf Sicherheitsmaßnahmen. Häufig finden Stadtfeste in Verbindung mit verkaufsoffenen Sonntagen statt. Mit exakten Daten zum Erfolg solcher Veranstaltungen können Stadtmarketeers darüber hinaus die Notwendigkeit solcher Events begründen und Kritikern leichter „den Wind aus den Segeln“ nehmen.

hystreet.com misst die Passantenfrequenzen heute bereits in 101 Städten an 270 Standorten in Innenstadtlagen. Kommunen die noch nicht mit dabei sind oder die Messung an einem weiteren Standort für sinnvoll erachten, sollten gleich Kontakt aufnehmen, denn hystreet.com baut sein Netz kontinuierlich aus.

Kontakt: Julian C. Aengenvoort, Geschäftsführer, Tel: +49 221 77204-252; E-Mail: [julian.aengenvoort@hystreet.com](mailto:julian.aengenvoort@hystreet.com); [www.hystreet.com](http://www.hystreet.com)

-GASTBEITRAG UNSERES NEWSLETTER SPONSORS hystreet.com GmbH-

## Klima-Innovationsfonds Stuttgart



Die Landeshauptstadt Stuttgart hat einen Klima-Innovationsfonds, der Projekte aus den Bereichen Energie, Mobilität, Logistik, Klima-Kommunikation und Klimafolgenanpassung fördert. Er ist mit 13 Millionen Euro ausgestattet und somit laut eigenen Angaben der größte Fonds dieser Art in Europa. Der Fonds verfolgt den Ansatz, Stuttgart mit neuartigen und kreativen Lösungen auf dem Weg zu einer klimagerechten Stadt zu unterstützen und als innovative Zukunftsstadt sichtbar zu machen. Mit Projekten aus der Wissenschaft, der Wirtschaft und der Zivilgesellschaft sollen neue Ansätze aufgezeigt, ausprobiert

und erfahrbar gemacht werden. Die Landeshauptstadt Stuttgart möchte dabei sowohl den Transfer innovativer Lösungen in die Praxis als auch die Skalierung von Pilotprojekten unterstützen. Für dieses Ziel stellt der Stuttgarter Klima-Innovationsfonds Zuschüsse für vielversprechende Projekte bereit. **Hier** finden Sie bereits ausgewählte Projekte und die FAQ mit Förderbedingungen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Ein gefördertes Projekt ist etwa der **Smart Mobility Hub** der auf der Fläche des Breuninger-Parkhauses in der Innenstadt entstehen soll und unter anderem nachhaltige Mobilität, City-Logistik und Sharing-Konzepte beinhaltet. Das Parken von Autos soll weiterhin eine Rolle spielen, aber beispielsweise um eine Mobilitätsmarkthalle, Co-Working, Flächen für Handwerker:innen und weitere Nutzungen ergänzt werden.

## ANZEIGE



**Online-Adventskalender**  
DER MEHRWERT FÜR IHR STADTMARKETING

- Maximale Sichtbarkeit für Ihre Mitglieder und Sponsoren
- Optimiert für Ihre Website und alle Endgeräte
- In Ihrem Design
- Eigenständig und einfach konfigurierbar
- Inkl. Hosting und persönlicher Unterstützung

nur 990 €

netkontor

netkontor.media/advent | Tel.: 0 421 22 41 01 53

[www.netkontor.media](http://www.netkontor.media)

## Pushcon Festival



Die pushcon, das Festival of Minds, findet zwei Mal jährlich auf dem Campus von **Tobit Software** in der Digitalstadt Ahaus statt. Am 13. September startet die 19. Ausgabe mit einem Fokus auf den Bereich Smart City. In den Vorträgen und Workshops spielt Digitalisierung eine entscheidende Rolle, denn sie bildet nicht nur die Grundlage für Smart City Anwendungen, sondern

ist ein Eckpfeiler für die Stadt von morgen. Auf der pushcon berichten die Macher:innen aus verschiedenen Städten über ihre Erfahrungen und geben Einblicke in neue digitale Angebote, die dabei helfen ihre Stadt attraktiver und lebenswerter zu gestalten. Neben Vorträgen und Workshops aus der Praxis bietet die pushcon auch eine Tour durch die Digitalstadt Ahaus an. Hier bekommen die Teilnehmer:innen einen Blick hinter die Kulissen einer vernetzten Stadt, in der digitale Anwendungen von allen Bürger:innen genutzt werden.

Die Veranstaltung richtet sich an Teilnehmer:innen aus Verwaltung, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing. Die pushcon bietet Inspiration und Wissen für die Umsetzung von Smart City

Projekten in der eigenen Stadt sowie die Gelegenheit, von erfolgreichen Projekten anderer Städte zu lernen und neue Ideen für die eigene Stadtentwicklung zu sammeln. LoRaWAN in der Smart City, Digital Signage (Beispiel aus Peine), digitale Gastronomie (Nordhorn), digitale Stadtgutscheine (Haren, Nordhorn, Stadtlohn), digitale Nahversorgung (Ettlingen) und digitaler Spielgeräteverleih (Emsdetten) sind vorgestellte Praxisbeispiele. Erfolge, Fails und Pläne der Digitalstadt Ahaus werden ebenso vorgestellt. „Wie man Innenstädte zum Leben erweckt“ sowie „Stadt neu denken. Stadt neu Planen. Stadt neu bauen.“ sind zwei allgemeinere Beiträge zur Innenstadtentwicklung. Alle Infos zum Festival gibt es **hier**. Für bcsd-Mitglieder gibt es vergünstigte Tickets mit dem Rabattcode: PBWS19W3.

## Markenprozess Osnabrück



Die Marketing Osnabrück GmbH führt gemeinsam mit der Brandmeyer Markenberatung und der Stadtmanufaktur einen Markenprozess für Osnabrück durch: Nach den Erkenntnissen des Brandmeyer Stadtmarken-Monitors Deutschland 2020 verbinden vier Fünftel der befragten Personen keine bestimmten Vorstellungen mit Osnabrück. Dies hat Osnabrück aktiv genutzt: In einem

mehrstufigen Prozess wurde ein einheitliches Markenkonzept ermittelt, welches die Stärken der Stadt nach vorne stellen soll und das Image nachhaltig stärkt. Eine solche Markenstrategie ist ein langfristiger Prozess, der alle Bereiche der Stadt umfasst, um nach innen und außen zu wirken. Osnabrück befindet sich derzeit an einem sehr spannenden Punkt: Es haben 6.562 Bürgerinnen und Bürger der Stadt und der umliegenden Region an einer Bevölkerungs- und Fachkräftebefragung teilgenommen. Die Ergebnisse wurden der Öffentlichkeit präsentiert und liegen **hier** vor.

## Biotope City Wienerberg

In Wien ist zwischen 2016 und 2021 auf einem ehemaligen Werksgelände von Coca-Cola ein neues Quartier mit knapp 1.000 Wohnungen entstanden, das als erster klimaresilienter Stadtteil weltweit gilt: Die Biotope City Wienerberg. Es gibt Gemeinschaftsflächen, Swimmingpools auf den Dächern für die Mieter:innen und natürlich viel Grün. Das Konzept der „Biotope City“, entwickelt von der deutsch-niederländischen Stadtplanerin Helga Fassbinder, begreift Stadt als Natur und nicht mehr als Gegensatz. Das Grün der Biotope City Wienerberg ist demnach nicht nur reine Dekoration, sondern Lebensraum. Die Planung und der Bau des Stadtteils haben sich an entsprechenden Prinzipien wie etwa einer geringen Flächenversiegelung, der Verwendung von ökologischen Baumaterialien und Ansätzen der Kreislaufwirtschaft, der Vielfältigkeit von Frei- und Lebensräumen und der Partizipation der Bewohner:innen sowie am Prinzip der Schwammstadt orientiert. Wie diese Prinzipien umgesetzt wurden, lesen Sie **hier**. **Hier** finden Sie spannende Beispiele, bei denen Kommunen Flächen in der Innenstadt entsiegeln und mit grüner und blauer Infrastruktur beleben.

## Stadtsee Horn

Lange musste man bezahlen, wollte man im Naturfreibad im niederösterreichischen Horn schwimmen gehen. Nun kann man dies umsonst. Das Freibad wurde in einen Stadtsee umgewandelt, der für Einwohner:innen und Besucher:innen das ganze Jahr über freizugänglich ist. Auf diese Weise wurde ein öffentlicher Raum geschaffen, der grüne und blaue Infrastruktur miteinander verbindet und so als grüne Lunge für den umliegenden Stadtteil fungiert. Im Sommer bietet er Abkühlung, im Winter kann der See zum Eislaufen genutzt werden. Das ganze Jahr über bietet er durch die neugestalteten Grünflächen, vielfältige Sportanlagen, einen großen Kinderspielplatz und einen Gastronomiebereich Aufenthaltsqualität, von der durch die fußgängerfreundliche Erreichbarkeit und gute Radweg-Anbindung nicht nur die unmittelbaren Anwohner:innen profitieren können. Weitere Informationen zu dem Konzept des Stadtsees finden Sie [hier](#).

## Verkehrswende und Vorurteil



Die Verkehrswende, also eine Bewegung hin zu mehr öffentlichem Verkehr und zur Fortbewegung mit (E-)Fahrrad und zu Fuß wird als wichtiger Beitrag für die Aufwertung des öffentlichen Raums und zur Steigerung der Aufenthaltsqualität gesehen. Beides wiederum wird positiv mit den Umsätzen des Handels und der Gastronomie in der Innenstadt assoziiert. Ähnliche Effekte hat auch die Konzentration von PKW-Stellflächen in zentralen Parkhäusern und der Abbau von Parken am Straßenrand. Regelmäßig wird als Gegenargument

in oft emotional geführten Debatten vorgebracht, dass Radfahrer oder Fußgänger nicht den Großteil der Kunden ausmachen und der Umsatz rückläufig sein wird. Zahlreiche Studien zeigen, dass bei einer guten Lösung das Gegenteil der Fall ist und mehr Geld umgesetzt wird. Eine Übersicht dazu finden Sie in einem Artikel [hier](#). [Hier](#) finden Sie einige vom ADFC zusammengetragene aktuelle Studien und Beispiele für Einzelhandelsförderung in Zusammenhang mit Fahrradförderung. [Hier](#) finden Sie eine leider in die Jahre gekommene, aber dennoch inspirierende Übersicht über Projekte zur Nutzung des Fahrrads im Citymarketing. Mittlerweile existieren bereits Systeme, bei denen gefahrene Radkilometer mit Rabatten belohnt werden, wie etwa [hier](#) von der Deutschen Bahn.

## Jetzt bewerben: Staatsanzeiger Award

Viele Kommunen haben inspirierende Ideen, wie sie ihre Bürger:innen mit „ins Boot holen“, innovativ ihre Verwaltung digitalisieren oder kreative Ideen für touristische Erlebnisse und für gelebte Vielfalt entwickeln und umsetzen. Eine Bewerbung um den **Staatsanzeiger Award 2023** rückt die Projekte rund um die Gestaltung des öffentlichen Lebens ins Rampenlicht.

Bis zum 31. Oktober 2023 haben Sie als Vertreter:innen aus öffentlichen Institutionen und Behörden Zeit, sich für den Staatsanzeiger Award in 5 verschiedenen Kategorien zu bewerben:

„**Bürgerbeteiligung**“, „**Bürgermeister:in in Mission**“, „**Kultur und Tourismus**“, „**Digitalisierung und Innovation**“ und „**Kommune für Alle – Soziale Teilhabe**“

Zur Preisverleihung wartet dann etwas Besonderes auf die Gewinner:innen: Jeder Award ist etwas Einzigartiges und wird individuell von Kunsthandwerker:innen gestaltet. Alle Infos zum Award finden Sie [hier](#). Die bcsd ist Partner des Wettbewerbs und ruft Ihre Mitglieder zur Teilnahme auf.

## Digitales Gemeindeboard vereint Bürgernähe und Digitalisierung



So sieht er aus, der nächste Digitalisierungsschritt in den Kommunen – bürgernah und kostenneutral. Das Digitale Gemeindeboard wurde als Pilotprojekt in der diesjährigen Hessentagstadt Pfungstadt durch Bürgermeister Patrick Koch vor wenigen Tagen in Betrieb genommen. Ausgestattet mit moderner Outdoor-Touch-Technik und zentral in der Gemeinde platziert, ist das Digitale Gemeindeboard ein informativer Stadt-Assistent.

Es bietet rund um die Uhr unkompliziert Bürger- und Gäste-Informationen. So wird die Verwaltung gezielt entlastet und

Bürgernähe mithilfe innovativer Lösungen neu und zeitgemäß gelebt. Durch die Kooperation mit ortsansässigen Gewerbetreibenden wird das Digitale Gemeindeboard zum Gewinn für alle. Mehr Informationen finden Sie **hier**. Der Anbieter, die KOKE GmbH, wird einer der zahlreichen Aussteller auf dem Deutschen Stadtmarketingtag in Mannheim sein. **Hier** finden Sie eine Übersicht.

## Deutscher Tourismuspreis: TOP 10 stellen sich vor



Der Deutsche Tourismuspreis startet erstmals mit einem öffentlichen Online-Pitch ins große Finale: Am 5. September haben die zehn besten Bewerberinnen und Bewerber die Chance, die Jury und das Internet-Publikum von ihrem Projekt zu überzeugen. Das Publikum wählt seinen Favoriten direkt ins Finale. Anschließend nominiert die Jury, die aus Tourismus- und Medienfachleuten besteht, die weiteren Finalisten. Die Preisträger werden am 23. November auf dem Deutschen Tourismustag in Bielefeld bekanntgegeben. Es werden insgesamt drei Jurypreise und

der ADAC-Publikumspreis verliehen.

Mit dem Deutschen Tourismuspreis zeichnet der Deutsche Tourismusverband (DTV) zukunftsweisende Angebote und Projekte für den Deutschlandtourismus aus. Bewertet werden der Innovationsgrad sowie „Soziale Nachhaltigkeit & Qualität“, „Ökonomische Nachhaltigkeit & wirtschaftliche Effekte“ und „Ökologische Nachhaltigkeit“. Insgesamt wurden 73 Bewerbungen eingereicht, von denen die Jury die zehn Besten zum Online-Pitch einlädt. Unter den Nominierten befinden sich beispielsweise die Brockenbande, die Kinder und Jugendliche im Harz-Urlaub anspricht, der Schwarzwald Monitor Tourismus als Datenmanagementsystem mit Übersichten zu Besucherfrequenzen und das digitale Fußgängerleitsystem Stuttgart, das zu wechselnden Destinationen führen kann, je nach Eventkalender, Saison oder Wetter. **Hier** finden Sie die Übersicht der Nominierten.

## Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadt Fellbach	<b>Citymanager:in (m/w/d)</b>	24.09.2023
Stadtmarketing Bad Vilbel e.V.	<b>Geschäftsführer:in (m/w/d)</b>	19.09.2023
Lemgo Marketing e.V. / Lemgo MarketingGeschäftsführung Veranstaltungs GmbH & Co. KG	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	15.09.2023
PeineMarketing GmbH	<b>Mitarbeiter:in Tourist-Information (m/w/d)</b>	15.09.2023
Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH	<b>Reise- und Tagungsmanager:in (m/w/d)</b>	15.09.2023
Stadt Backnang	<b>Teamleitung Stadtmarketing (m/w/d)</b>	10.09.2023
Stadt Obertshausen	<b>Mitarbeiter:in (m/w/d) Wirtschaftsförderung</b>	07.09.2023
Unternehmen inVAI e.V. (Vaihingen an der Enz)	<b>Citymanager:in (m/w/d)</b>	01.09.2023
GILDE Detmold GmbH	<b>Innenstadt-Koordinator:in (m/w/d)</b>	31.08.2023
Stadt Heringen (Werra)	<b>Fachbereichsleitung (m/w/d) für Wirtschaft   Entwicklung   Kultur</b>	31.08.2023
Stadtmanagement Itzehoe GmbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	k.A.
Kiel Marketing	<b>Quartiersmanager:in (m/w/d) Holtener Straße</b>	k.A.

## Zahlen des Monats

In wenigen Tagen (vom 17.–19. Sept.) trifft sich die Szene zum Deutschen Stadtmarketingtag 2023 in der Universitätsstadt Mannheim. Wir reisen damit in den Süden Deutschlands nach Baden-Württemberg und treffen uns in einer Region mit hoher Wirtschaftskraft und kultureller Vielfalt. Mit unserer Rubrik „Zahlen des Monats“ wollen wir uns auf das Land einstimmen und interessante Zahlen aus dem Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) vorstellen.

Die KKW in Baden-Württemberg ist mit über 27.000 Unternehmen und Umsätzen in Höhe von rund 27 Mrd. Euro (2021) sowie rund 207.000 Beschäftigten (2022) ein bedeutsamer Wirtschaftsfaktor des Landes. Im Vergleich der Bundesländer positioniert sich Baden-Württemberg bei der Höhe des Umsatzes pro Unternehmen in der KKW knapp hinter Bayern auf dem zweiten Platz und liegt mit rund 998 Tsd. EUR deutlich über dem Bundesschnitt (746 Tsd. EUR). (siehe Grafik)

Auch die Kultur- und Kreativszene Mannheims dürfte daran ihren Anteil haben. Die Kultur- und Festivalstadt zieht Theaterliebhaber:innen ebenso wie Techno-Fans, Jazzgenießer:innen oder Filmfreund:innen an. Wir freuen uns auf das Branchentreffen im Kreativland Baden-Württemberg.

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



## Fördermitglieder der bcsd

### Bund der Selbstständigen – Gewerbeverband Bayern e.V.

Seit über 140 Jahren unterstützt der BDS Bayern Selbständige und mittelständische Familienbetriebe im Freistaat dabei, ihren Erfolg durch die Nutzung der vielfältigen Informations-, Beratungs- und Schulungsangebote zu sichern, von günstigen Einkaufsmöglichkeiten über Rahmenverträge oder durch die Entwicklung der Rahmenbedingungen vor Ort. Der BDS bündelt die Innovations-, Gestaltungs- und Wirtschaftskraft des bayerischen Mittelstandes und vertritt seine Interessen nachhaltig gegenüber Politik und Wirtschaft. **Hier** erfahren Sie mehr.

## Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd

### Stadt Flensburg



Flensburg ist eine Stadt die von Seefahrt, Rum-Handel und dänischem Einfluss geprägt ist. Die nördlichste kreisfreie Stadt Deutschlands ist mit fast 100.000 Einwohner:innen das Oberzentrum für ein großes deutsch-dänisches Einzugsgebiet. Die Flensburger Altstadt mit historischen Gebäuden und den malerischen kleinen Hinterhöfen liegt nicht nur in unmittelbarer Nähe zur dänischen Grenze und profitiert von einem besonderen skandinavischen Flair, sie liegt zudem nur wenige Geh-Minuten von der Flensburger Förde entfernt. Die Fußgängerzone lädt

insbesondere durch eine typisch norddeutsche Gastronomie und zahlreiche inhabergeführte Boutiquen und Shops zum ausgiebigen Verweilen und Stöbern ein.

Sowohl das Stadtmarketing als auch das Innenstadtmanagement sind Teile der Stabsstelle Wirtschaft, Marketing und Internationale Zusammenarbeit innerhalb der Flensburger Stadtverwaltung. Die Stabsstelle besteht derzeit aus 9 Mitarbeiter:innen.

Der Aufgabenbereich im Stadtmarketing liegt unter anderem darin, die verschiedenen Bereiche der Stabsstelle, sowie die Fachbereiche in Projekten wie Förderfonds, Veranstaltungen, Angebote für Bürger:innen als auch das Stadtverwaltungsmarketing zu unterstützen. Dabei werden im Wesentlichen projektbezogene Marketingkampagnen umgesetzt, internes Marketing u.a. für die diversen Tochtergesellschaften der Stadt Flensburg als auch die Pflege der Homepage betrieben.

Die zwei Mitarbeiter:innen im Innenstadtmanagement kümmern sich in dem Kontext um alle Themen mit Bezug zur Flensburger Innenstadt. Das Ziel ist die Flensburger Innenstadt zu beleben und für Bewohner:innen und Besucher:innen attraktiv zu gestalten. Darüber hinaus dient das Innenstadtmanagement als zentraler Ansprechpartner für alle Akteure der Innenstadt und versucht neue Impulse und spannende Projekte zu unterstützen und umzusetzen.

### **Stadt Heusenstamm**



Heusenstamm ist eine Stadt mit rund 19.000 Einwohnerinnen und Einwohnern, die dem Kreis Offenbach mit mehr als 360.000 Menschen angehört und mitten in der Metropolregion Frankfurt RheinMain liegt.

Im Rathaus kümmert sich die Stabsstelle Kommunikation und Wirtschaftsförderung mit derzeit zwei Mitarbeiterinnen um sämtliche Belange der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media, des

Stadt- und Standortmarketings sowie der Wirtschaftsförderung. Der Aufgabenbereich Kommunikation umfasst dabei unter anderem die Anfertigung von Medienmeldungen, die Pflege der städtischen Internetportale und Social-Media-Kanäle, Marketing- und Werbemaßnahmen, Publikationen und Bürgerbeteiligungsformate. In der Wirtschaftsförderung geht es um die Bestandsentwicklung und -pflege sowie Akquise von Unternehmen, Smart City, Einzelhandel, Tourismus, Networking und vieles mehr.

## Musikagent JMS GmbH



Bei der Auswahl der richtigen Acts für Ihre Veranstaltung und bei der anschließenden Abwicklung gibt es einiges zu beachten. Technikbedarf, Hotel- und Catering-Sonderwünsche, Reiseorganisation: Für Musikagent Julian Maria Sieben mit seinen 30 Jahren Erfahrung sind das alltägliche Themen. JMS realisiert Künstleranfragen, organisiert Konzerte und Tourneen für Veranstalter, arbeitet mit Eventagenturen und Künstlermanagements zusammen,

unterstützt Kulturämter, Stadtfeste, Konzerthallen, Vereine und betreut Firmen- sowie Privatkunden. Auf Wunsch übernimmt Musikagent JMS die komplette Veranstaltungsabwicklung mit Booking, Künstlerbetreuung, GEMA- und KSK-Abrechnung. Im Künstlerpool der Musikagent JMS GmbH finden sich deutsche Schlagerstars und andere Sängerinnen und Sänger, Moderatoren und mehr. Um den richtigen Künstler für die jeweilige Veranstaltung zu finden, setzt Julian Maria Sieben aber auch sein internationales Netzwerk in der Musikszene ein und bucht genau die Show Acts, die ins Konzept seiner Kunden passen – und natürlich auch in ihr Budget. Musikagent Julian Maria Sieben: Ihr Ansprechpartner für stressfreies Künstler-Booking! [www.musikagent.net](http://www.musikagent.net)

## Stadt Lauf an der Pegnitz



Mit fast 28.000 Einwohnern ist Lauf a.d. Pegnitz die größte Stadt im Landkreis Nürnberger Land im Regierungsbezirk Mittelfranken. Die Stadtverwaltung beschäftigt rund 350 Mitarbeiter und ist damit einer der größten Arbeitgeber in Lauf.

Die neue Arbeitsgruppe Stadtmarketing wurde als festes Gremium installiert mit dem

Ziel, Wissenskompetenz zu bündeln, Belange rund um das Thema „Stadtmarketing“ zu bearbeiten, konkrete Vorhaben abzuleiten, gemeinsame Ziele zu definieren, sich untereinander abzustimmen und Projekte und Aktionen professionell gemeinsam umzusetzen.

Wir sehen die Aufgabe als AG Stadtmarketing darin, dass die Stadtverwaltung zusammen mit Politik und Bevölkerung an der Weiterentwicklung der Stadtidentität arbeitet.

Die Stadt Lauf soll für ihre Bürgerinnen und Bürger jeden Alters als Wohnort attraktiv bleiben und weiterhin ein attraktiver Standort für Unternehmen sein. Die Hauptaufgaben werden sein, den stationären Handel zu stärken und Herausforderungen wie Leerstand, Fachkräftemangel, demografischer Wandel entgegenzuwirken und als innovativer und zukunftsfähiger Standort wahrgenommen zu werden.

## Der Trend der Zukunft

*Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd*

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam. Die bcsd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendmanager. Nähere Informationen zum Trendmanager finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: **schomburg@trendone.com**.

### Einkaufen als Wellnesserfahrung



Die Real-Estate Investmengruppe Vicinity Centres hat in Kooperation mit der Agentur Fabrics das Einkaufserlebnis in drei australischen Shoppingzentren in ganzheitliche Wellness-Erfahrungen verwandelt. Besucher:innen von „The Galleries“, dem „Queen Victoria Building“ und „The Strand Arcade“ können beim Einkaufen drei einzigartige Therapien für die Sinne

erleben. Zu den Installationen gehören eine immersive farbbasierte Chromotherapie in Form einer Tunnelinstallation, Klangtherapien und lichterbasierte Fraktaltherapien. Die Installationen sollen ein Gefühl der Entspannung vermitteln und das Konzept von „Retail Therapy“ neu definieren.

### Vertikale Kapseln für Stehschläfchen im Café



Das in Japan ansässige Nescafé Harajuku bietet in Tokio vertikale Schlafkapseln namens „Giraffenap“ an, in denen im Stehen eine 20-minütige Siesta gemacht werden kann. Diese Kapseln wurden entwickelt, um Menschen eine Möglichkeit zur Erholung zu bieten, die aufgrund ihrer Arbeitszeiten unter Schlafmangel leiden. Die Kapseln sind mit einer Sitzfläche, einer Ablage und Plattformen

für den Kopf, die Schienbeine und die Füße ausgestattet. Café-Besucher:innen wird empfohlen, vor dem Schlafen eine Tasse Kaffee zu trinken, um nach dem Aufwachen die volle Wirkung des Koffeins zu erleben.

### Barrierefreie U-Bahn-App



Die Barrierefreiheits-App "Commute Booster" leitet Menschen mit Sehbehinderungen sicher durch U-Bahn-Stationen in New York City. Die App bietet durch die Nutzung der Handykamera Echtzeit-Feedback zum Erkennen relevanter Schilder und kombiniert eine öffentliche Verkehrsmittel-Datenbank mit optischer Zeichenerkennung, um Schilder zu interpretieren. Sprachführung und haptisches

Feedback helfen bei der Orientierung. Detaillierte Informationen über U-Bahn-Stationen, wie zum Beispiel den Standort von Aufzügen, Rolltreppen und Toiletten, sowie Echtzeitinformationen über Verspätungen und Störungen sind benutzerfreundlich und barrierefrei gestaltet.

### Seminar- und ICR-Termine

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

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

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

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

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

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

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

### Termine

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

- 12./13.09.2023, **16. Bundeskongress der Nationalen Stadtentwicklungspolitik**, Bundesministerium für Wohnen, Bau und Stadtentwicklung, Jena
- 13./14.09.2023, **German Council Congress**, German Council of Shopping Places, Berlin
- 14.09.2023, **Fachtagung Stadtmarketing**, Industrie- und Handelskammer Chemnitz, Chemnitz
17. – 19.09.2023, **Deutscher Stadtmarketingtag 2023**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mannheim
- 28.09.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Nordrhein-Westfalen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Ahaus
- 12.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Koblenz
- 20.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Pforzheim
- 20.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Bayern**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Augsburg
- 26.10.2023, **Nahversorgungstag Bayern**, CIMA Beratung + Management GmbH, Erlangen
- 06./07.11.2023, **Kooperationsforum Stadtmarketing**, City-Management-Verband Ost und Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz
09. – 10.11.2023, **Forum Deutscher Wirtschaftsförderungen**, Deutscher Verband der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften u.a., Frankfurt am Main

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.