

Newsletter 09-2022

Das war die Deutsche Stadtmarketingbörse 2022

Vom 25. bis 27. September 2022: „NEUES AUS TRANSURBANANIEN“



Foto: Peter Wieler

„Nur ihr könnt es schaffen!“ – rief Prof. Dr. Stephan A. Jansen den Teilnehmer:innen der Deutschen Stadtmarketingbörse 2022 zu und machte damit gleich zu Beginn der Tagung den Spannungsbogen für das Stadtmarketing auf: Denn es ist einerseits ein großer Zuspruch für unsere Organisationen, mit diesen wichtigen Aufgaben betraut zu werden, stellt uns aber

gleichzeitig vor die Herausforderung der guten Umsetzung. Transformationskompetenz im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Lebensqualität war das Thema der dreitägigen Konferenz in Marburg. Es wurde aus vielen Blickwinkeln beleuchtet und mit vielen bereits umgesetzten innovativen Projektbeispielen real. Das Frage-und-Antwort-Spiel „Transformation zum Anpacken“ mit Bärbel Boy zeigte auf, wie Städte ihre Transformationskompetenz bewerten und einordnen können und lud alle Teilnehmer:innen zur Diskussion und zum Erfahrungsaustausch ein – ein Kernelement der bcsd-Tagungen. Nach zwei Tagen konzentriertem Zuhören, Austauschen, Nachdenken gab es zum Abschluss noch einen Motivationsschub für die kommenden großen Aufgaben: Prof. Dr. Michaela Brohm-Badry zeigte uns den Schlüssel zum Glück und wie wir (noch) positiver bei Arbeit und Leben sein können.

Abgerundet wurde das Vortragsprogramm durch eine facettenreiche Fachausstellung, auf der sich Dienstleister des Stadtmarketings mit ihren Angeboten präsentierten. Und auch wenn die Teilnahme online möglich war, bleibt doch ein Markenzeichen und besonderes Highlight der jeweiligen Stadtmarketingbörse das besondere Engagement der Gastgeberstadt. Marburg feiert in diesem Jahr seinen 800. Geburtstag und lud die Stadtmarketingszene zu sich ein. Interessante Einblicke in Stadt und Stadtmarketing gab es nicht nur im Vortragsprogramm, sondern auch bei der Exkursion am Sonntag sowie beim Gastgeberempfang im aufwendig restaurierten und innovativ genutzten Lokschuppen. Wir bedanken uns herzlich beim Stadtmarketing Marburg um Jan Röllmann, bei allen Referentinnen und Referenten, bei den Fachausstellern sowie unserem Sponsor MK Illumination.

Die Dokumentation der Tagung wird in Kürze für die Teilnehmer:innen verfügbar sein. **Hier** finden Sie bereits Fotos der Veranstaltung.

Themen

Seite 1

[Das war die Deutsche Stadtmarketingbörse 2022](#)

Seite 2

[Stadtmarketing im Profil](#)

[Seminare im Herbst](#)

Seite 3

[Kommunen gegen Energiekrise](#)

Seite 4

[Leitfaden gegen Verpackungsmüll](#)

[Digitale Passantenfrequenzen](#)

Seite 5

[Deutscher Nachbarschaftspreis](#)

[Kooperationsforum Ost](#)

[Deutscher Tourismustag](#)

Seite 6

[Leitfaden Stadtmöblierung](#)

[Städtepartnerschaften Ukraine](#)

Seite 7

[Stärkung der Innenstadt in Krefeld](#)

[Stadtmarketingpreis Bayern](#)

[Bundesteilhabepreis](#)

Seite 8

[Planungskultur Innenstadt](#)

[Stadtbäume Saarlouis](#)

[Narrative in der Stadtentwicklung](#)

Seite 9

[Jobbörse](#)

[Fördermitglieder](#)

Seite 10

[Neue Mitglieder](#)

Seite 11

[Trend der Zukunft](#)

Seite 12

[Aktuelle Wettbewerbe](#)

Seite 13

[ICR-Termine](#)

[Terminkalender](#)

Erste Ergebnisse der Studie Stadtmarketing im Profil - Zukunftsfragen



Um ein genaues Bild der Ziele, der Aufgaben und der Bedeutung des Stadtmarketings in Deutschland zu bekommen, hat die bcSD 2013/2014 eine Umfrage unter ihren Mitgliedern durchgeführt und unter dem Titel „Stadtmarketing im Profil“ publiziert. Seitdem ist einige Zeit vergangen, in der neue Krisensituationen wie die Corona-Pandemie und der russische Angriffskrieg auf die Ukraine entstanden sind und sich u.a. dadurch auch die Rahmenbedingungen für das Stadtmarketing verändert haben. Es war also an der Zeit für eine Fortschreibung der Umfrage von 2013/2014, allerdings mit zwei Neuerungen: Zum einen konnten an der Umfrage dieses Mal auch Stadtmarketingorganisationen teilnehmen, die noch keine Mitglieder der bcSD

sind, zum anderen besteht die Studie nun aus zwei Teilen. Der eine Teil beschäftigt sich in Tradition der letzten Umfrage mit dem Ist-Zustand des Stadtmarketings. Der andere Teil, der in Zusammenarbeit mit der imakomm Akademie durchgeführt wurde, widmet sich der zukünftigen Entwicklung des Stadtmarketings. Die Ergebnisse dieses Teils der Studie können Sie nun in der neuen Ausgabe der imakomm konkret nachlesen. So zeigt sich etwa, dass Stadtmarketing neben den Bürger:innen, Wirtschaft und Verwaltung zur Zukunftsallianz für die Kommunalentwicklung gehört und immer stärker auch zu einem „Stadtentwicklungsmanagement“ wird. Alle weiteren Erkenntnisse aus diesem Teil der Studie finden Sie **hier**. Über die Veröffentlichung der Ergebnisse zur aktuellen Situation des Stadtmarketings, die im Laufe des Oktobers erfolgen wird, werden wir Sie gesondert informieren.

ANZEIGE

Passantenfrequenzen in Ihrer Stadt
Wir messen – Sie profitieren.

Mehrwerte

- Analysieren und begründen Sie Ihre Cityevents mit Fakten
- Planen Sie Ihre Stadtentwicklung mit validen Daten
- Unterstützen Sie den Einzelhandel in Ihrer Innenstadt mit exakten Frequenzzahlen

Digitale Daten in Echtzeit

- Genaueste Technik: Messung per Laserscanner
- Erfassung von Laufrichtung & Straßenseite
- Minütliche Erhebung an 365 Tagen im Jahr
- Volle Transparenz: Daten für jeden abrufbar

hystreet.com

TREFFEN SIE SMARTE ENTSCHEIDUNGEN

>90 STÄDTE
>210 STANDORTE
6 LÄNDER

www.hystreet.com

Seminare im Herbst: Online und in Präsenz – Jetzt noch anmelden!

Oktober: Umfassender Überblick über rechtliche Grundlagen und aktuelle Themen

Im Herbst bietet sich Ihnen ein vielfältiges Seminarprogramm beginnend mit dem Web-Seminar „**Recht kompakt**“ am 06. Oktober. Andreas Schriefers, Alexandra Schriefers und Markus Degen

vom AnwaltsKONTOR Schriefers führen darin in die rechtlichen Grundlagen der Gründung und Führung einer City-, Stadt- oder Tourismusmarketingorganisation ein. Dabei gehen sie auch auf aktuelle Entwicklungen wie auf Handlungsformate zur Umsetzung von Themen der Stadtgesellschaft und auf die Zulässigkeit und Grenzen gemeindlicher Publikationen ein. Mit dem bcsd-Online-Seminar „**Organisationsstrukturelle Aspekte im Stadtmarketing**“ richtet sich Andreas Schriefers am 18. Oktober speziell an Führungskräfte, die sich einen Überblick über die laufenden Entwicklungen und Veränderungen der Rechtsprechung verschaffen wollen. Neben diesen beiden Online-Seminaren bietet sich Ihnen bereits am 14. Oktober die Gelegenheit an einem Präsenz-Seminar in München teilzunehmen. Im Seminar „**Online-Partizipation und Moderation**“ führt Andrea Bastian mit einem praxisorientierten Training in die Grundlagen der Moderation und Partizipation ein.

November: Vielfältige Themen und persönlicher Austausch

Vom 2. bis 4. November finden gleich drei Präsenzseminare in Lübeck statt: Im Seminar „**City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**“ behandelt Uwe Mantik die Auswirkungen des Einzelhandels auf (Innen-) Städte und Regionen. Sein Modul „**Wirtschaftsförderung und Standortmarketing**“ ist das Richtige für all jene, die sich näher mit den notwendigen Grundlagen und Strategien zur kommunalen Wirtschaftsförderung befassen möchten. Die Grundlagen der Bedeutung, Messung und Führung von Standortmarken vermittelt Prof. Dr. Sebastian Zenker im Seminar „**Die Stadt/ Region als Marke**“. Eine umfassende Einführung in die Entwicklung und Durchführung von imageprägenden und identitätsstiftenden Events bietet die Qualifikation „**Veranstaltungsleiter bcsd**“, die vom 07. bis 09. November in Darmstadt mit Thomas Severin als Referenten stattfindet. Für Teilnehmer:innen des ICR-Weiterbildungsstudiengangs kann sie stellvertretend für das Pflichtmodul „Eventmanagement“ anerkannt werden. Alle weiteren Informationen zu den ICR-Modulen finden Sie **hier**. Zur Anmeldung zu den bcsd-Seminaren kommen Sie **hier**.

Städtetag sammelt Beispiele zu Kommunikation und Einsparungen in Energiekrise



Nicht nur die bcsd sammelt Informationen und Hinweise zur aktuellen Energiesituation, auch der Deutsche Städtetag sammelt auf einer Themenseite Beispiele aus deutschen Kommunen, die sich bemühen, den eigenen Energieverbrauch weiter zu senken oder durch Kampagnen und andere Maßnahmen den Verbrauch fossiler Energieträger zu reduzieren. In Münster wurde bereits 2021 eine **Thermografiebefliegung** durchgeführt, die Wärmelecks aufdeckt. Das Ergebnis zeigt Hausbesitzer:innen an, ob Handlungsbedarf besteht. Mit einem Infolyer wird erklärt, wie das Ergebnis zu interpretieren ist und welche Maßnahmen (z.B. Dämmung, Austausch Fenster/Türen, Heizung, etc.) sinnvoll und förderfähig sind. Dabei unterstützt auch die Stadt selbst solche Maßnahmen finanziell. In Ludwigsburg treten Haushalte in einem **Wettbewerb** gegeneinander an. Ziel ist ein möglichst geringer Energieverbrauch. In München werden an Kitas und Schulen die **Hälfte der eingesparten Energiekosten als Prämie** ausgezahlt. Alle Beispiele finden Sie **hier**.

ANZEIGE



smard transactions **Mit CityCards zu mehr Umsatz !**

- Schnelle Einführung
- Auch mit Citygutschein
- Sonderaktion bis 31.10.2022

Wir beraten Sie gerne!
<https://smard.one/bcsd08>

<https://smard.one/bcsd08>

Verpackungsmüll in Kommunen reduzieren

Das Institut für Ökologie in der Wirtschaft hat den Leitfaden „Verpackungsaufkommen reduzieren – Einfluss und Steuerungsmöglichkeiten von Kommunen – Eine Handreichung“ veröffentlicht. Darin werden 28 Maßnahmen für Gemeinden vorgestellt, die helfen, das Verpackungsaufkommen zu reduzieren. Flankiert werden diese Ansätze durch Beispiele der praktischen Anwendung. Die Ansatzpunkte sind dabei höchst unterschiedlich und reichen von regulativen Maßnahmen (z.B. Satzung für Nutzung des öffentlichen Raums) über ökonomische Anreize (z.B. Mehrwegsysteme), den Aufbau von Infrastruktur (z.B. Mikrodepots) über Information und Kommunikation (z.B. Wettbewerbe) bis hin zu der Schaffung von Nachfrage (z.B. kommunale Beschaffung) und Bildung und Beratung (z.B. Kampagnen). Sowohl Bürger:innen als auch Unternehmen, Handel und Gastronomie und die Verwaltung selbst werden als Zielgruppen gesehen. **Hier** finden Sie die Handreichung.

Digitale Passantenfrequenzen:

Wie Stadtmarketingorganisationen voneinander lernen können

Viele Mitglieder des bcsd nutzen sie bereits: die digitalen Passantenfrequenz-Daten von hystreet.com – rund um die Uhr in Echtzeit gemessen, mit 99%iger Genauigkeit. Und die Mehrwerte, die Stadtmarketingorganisationen daraus für ihre Arbeit generieren, sind enorm. Mit unseren Daten können Sie z.B. die Effekte von Cityevents analysieren, verkaufsoffene Sonntage beurteilen und mit Fakten begründen, Stadtentwicklungsmaßnahmen bewerten, Stadtteillagen vergleichen und Einzelhändler maßgeblich in deren Business unterstützen.

Doch hystreet.com bietet noch mehr Vorteile: Mit uns als größtem Netzwerk für transparente Frequenzdaten können Sie über den Tellerrand Ihrer Kommune schauen, Ihre Stadt nicht nur im bundesweiten Ranking verorten oder mit Nachbarkommunen vergleichen. Sie können vor allem von anderen Kommunen lernen: Welche Wirkungen haben dort z. B. Marketingaktionen oder Stadtentwicklungsmaßnahmen auf die Passantenfrequenzen und welche Rückschlüsse kann ich

daraus ziehen, um meine Maßnahmen zu optimieren und die Attraktivität meiner City steigern? Die Möglichkeit, solche Erkenntnisse zu teilen und davon nachhaltig zu profitieren, kann nur eine offene Plattform bieten. Alexander Illenseer, Geschäftsführer Marketing Osnabrück GmbH, bringt es auf den Punkt: „Dank hystreet.com wurde uns auch die Vergleichbarkeit mit anderen Städten ermöglicht. So können wir über die Stadtgrenzen hinaus wertvolle Erkenntnisse gewinnen.“

Unsere Community wächst ständig und wir laden Sie ein, mit dabei zu sein! Dann können auch Sie als Standortpartner und Mitglied der hystreet.com-Community nachhaltige Mehrwerte für Ihr Stadtmarketing erzielen. www.hystreet.com

-GASTBEITRAG UNSERES NEWSLETTER SPONSORS hystreet.com GmbH-

Nominierungen Deutscher Nachbarschaftspreis

Beim Deutschen Nachbarschaftspreis stehen die Nominierten fest. 94 Projekte dürfen darauf hoffen, am 17. November in Berlin ausgezeichnet zu werden und Preisgelder von bis zu 5.000 Euro zu erhalten. Gekürt werden dabei jeweils Landessieger für jedes Bundesland sowie fünf Themensieger in den Kategorien „Generation“, „Kultur & Sport“, „Nachhaltigkeit“, „Öffentlicher Raum“ und „Vielfalt“. Zu den Nominierten gehört beispielsweise das Projekt Zeuthen Open Streets, bei dem regelmäßig Straßen der Stadt mit rund 15.000 Einwohner:innen gesperrt und zu Begegnungsflächen mit abwechslungsreichem Programm werden. **Hier** finden Sie alle Projekte.

Kooperationsforum Ost am 06./07. Oktober in Bernau bei Berlin

Die Veranstaltung „Kooperationsforum Ost“ ist ein gemeinsames Projekt der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland und des City-Management-Verband Ost (CMVO). Inhaltlich geht es beim Thema **Zukunft gestalten – Stadtleben erhalten** darum, wie Städte künftig ihre Entwicklung positiv gestalten und ihre Identität erhalten können. Neben Beiträgen zum Erhalt von lokaler Stadtkultur wird es auch darum gehen, wie das City- und Stadtmarketing alte und neue Herausforderungen meistern kann, wie es dazu beiträgt, lebenswerte Orte zu schaffen und welche Voraussetzungen und Unterstützung (z.B. Städtebaufördermittel) es dafür benötigt. Dabei wird viel Platz für den Erfahrungsaustausch zwischen den Teilnehmer:innen bleiben und die Möglichkeit gegeben, die Gastgeberstadt Bernau aus verschiedenen Blickwinkeln zu erkunden - unter anderem wird das UNESCO-Weltkulturerbe Bundesschule besichtigt. **Hier** finden Sie das Programm. **Hier** ist noch die Anmeldung möglich.

Deutscher Tourismustag in Mainz



Unter dem Motto **Tourismus in Deutschland: Wo wir stehen, wohin wir gehen**, lädt der Deutsche Tourismusverband (DTV) am 15. & 16. November gemeinsam mit mainzplus CITYMARKETING und der Landeshauptstadt Mainz zum Deutschen Tourismustag ein. Der Deutsche Tourismustag ist die größte Fachtagung für die Akteure des Deutschlandtourismus¹ und richtet sich an touristische und tourismusnahe Verbände, Organisationen und Marketinggesellschaften.

Die Fachtagung findet am 16. November ab 10 Uhr in der Rheingoldhalle Mainz statt. Die Eröffnung erfolgt durch Grußworte des Bundeswirtschaftsministers Dr. Robert Habeck, der Ministerpräsidentin des Landes Rheinland-Pfalz, Malu Dreyer, und des Oberbürgermeisters der Landeshauptstadt

Mainz, Michael Ebling. Mit einer Keynote des Trend- und Zukunftsforschers Harry Gatterer soll – trotz der aktuell teilweise schwierigen Rahmenbedingungen für den Deutschlandtourismus – ein optimistischer Blick in die Zukunft geworfen werden. Welche Weichen die Politik dafür stellen kann, wird in einer anschließenden Podiumsdiskussion geklärt. Im zweiten Themenblock rücken die Menschen im Tourismus in den Mittelpunkt: Gemeinsam mit unterschiedlichen Expertinnen und Experten werden die Bedürfnisse der Gäste, die Beziehung zwischen Tourismus und Lebensqualität der Einheimischen sowie Lösungsansätze für die Personalsuche beleuchtet. Abschließend wird diskutiert, welche Strukturen und Prozesse eine Tourismusorganisation benötigt, um sich den neuen Anforderungen und Aufgaben stellen zu können.

Am Abend des 16. November findet die Verleihung des „Deutschen Tourismuspreises 2022“ statt. Zur Einstimmung auf die Fachtagung können Sie sich bereits am 15. November ab 16 Uhr auf Entdeckungstour begeben und das #mainzgefühl – die Mainzer Lebensart – erleben. Alle Details zum Programm und zur Anmeldung finden Sie online unter www.deutschertourismustag.de. Anmeldeschluss ist der 8. November 2022.

Gestaltungsleitfaden für Stadtmöblierung



Für die Kommunen im Land Tirol wurde ein Leitfaden herausgegeben, der Kommunen Empfehlungen für die Ausgestaltung ihrer Innenstadtmöblierung gibt. In Tirol existieren Orts- und Stadtbildschutzzonen, die Gemeinden ausweisen können, auf die der vorliegende Katalog mit seinen Empfehlungen Anwendung findet. Dabei geht es zuvorderst darum, dass sich die Elemente harmonisch in das umliegende Stadtbild einfügen. Die einzelnen Bestandteile wie etwa Kundenstopper, Postkästen,

Schilder, Schirme, Markisen, Fahrradbügel, etc. werden kurz beschrieben und dann werden positive Lösungen vorgeschlagen und Gestaltungselemente genannt, von denen abzuraten ist. **Hier** finden Sie den Leitfaden.

Städtepartnerschaften mit ukrainischen Kommunen

In einem Beitrag im Magazin „WirKommunalen“ des Netzwerks Junge Bürgermeister*innen fordert Iwan Fedorow, Bürgermeister des südukrainischen Melitopols, deutsche Städte und Gemeinde dazu auf, verstärkt Partnerschaften mit Kommunen in der Ukraine einzugehen. Diese Zusammenarbeit auf kommunaler Ebene sieht er als entscheidenden Faktor für den künftigen Wiederaufbau der Ukraine an. Während dabei aktuell noch die Solidarität mit der Ukraine im Vordergrund steht, kann daraus in Zukunft ein Austausch von gegenseitigem Interesse entstehen. Das Netzwerk Junge Bürgermeister*innen stellt auf seiner Website verschiedene ukrainische Kommunen vor, die sich für eine deutsch-ukrainische Städtepartnerschaft interessieren. Die Infoblätter der Städte, auf denen auch immer die jeweiligen thematischen Schwerpunkte der angestrebten Zusammenarbeit benannt sind, finden Sie **hier**.

Neues „Stärkungspaket“ für die Krefelder Innenstadt

Sicherheit, Soziales, Sauberkeit und Stadtgestaltung: Das sind die vier Säulen des neuen „Stärkungspakets“, mit dem die Stadt Krefeld die positive Entwicklung ihrer Innenstadt unterstützen und aktuellen Problemlagen entgegenwirken möchte. Für weite Teile der Innenstadt sieht das Paket dabei ein Alkoholverbot sowie strengere Regeln bezüglich des Bettelns vor. Zur Durchsetzung soll die Präsenz des kommunalen Ordnungsdienstes ausgeweitet und seine Ausstattung optimiert werden. Neben diesen ordnungspolitischen Maßnahmen ist die Schaffung eines Drogenhilfezentrums mit Konsumraum und angeschlossenem Tagesaufenthalt ein zentraler Bestandteil des Konzeptes. Weitere sozialpolitische Ansätze sind der verstärkte Einsatz von Streetworkern und die Einrichtung eines City-Points als Anlaufstelle für Gewerbetreibende, Gastronom:innen und Bürger:innen. Für die vierte Säule des „Stärkungspakets“, die Stadtgestaltung, wird ein Sofortprogramm in Höhe von zwei Millionen Euro aufgelegt, mit dem das Erscheinungsbild und die Wahrnehmung der Innenstadt verbessert werden sollen. Nach der bereits erfolgten grundsätzlichen Zustimmung des Stadtrates zum Stärkungspaket Innenstadt, sind für November Ratsbeschlüsse zu den, bis dahin konkretisierten, Einzelmaßnahmen vorgesehen. Weitere Informationen zu den geplanten Maßnahmen finden Sie **hier**.

Nominierte für den Stadtmarketingpreis Bayern stehen fest

Am 24. Oktober verleiht das Bayerische Wirtschaftsministerium zum 11. Mal den Stadtmarketingpreis Bayern, mit dem Innovation und Engagement im Bereich City- und Stadtmarketing gefördert werden sollen. Aus den 44 Bewerbungen, die sich erfolgreich für den Wettbewerb qualifizieren konnten, wurden in einer Vorentscheid 12 Nominierte ausgewählt. Aus diesem Kreis wird die Jury, der auch bcsd-Bundesvorstandsmitglied Michael Gerber angehört, nach einer persönlichen Präsentation der nominierten Projekte jeweils einen Preisträger in den vier Größenkategorien bestimmen. Neben der Auszeichnung können sich die Siegerstädte in diesem Jahr erstmals auch über ein Preisgeld in Höhe von je 2.500 Euro freuen. Eine Übersicht der Projekte, die sich Hoffnungen auf einen Sieg machen können, sowie alle weiteren Informationen zum Stadtmarketingpreis Bayern finden Sie **hier**.

Bewerbungszeitraum für den Bundesteilhabepreis 2022 läuft



Zum bereits vierten Mal zeichnet das Bundesministerium für Arbeit und Soziales mit dem Bundesteilhabepreis Gute-Praxis-Beispiele und Modellprojekte aus, die sich vorbildlich für eine inklusive Gestaltung des Sozialraums einsetzen. Dieses Mal lautet der thematische Schwerpunkt, der in jedem Jahr ein anderer ist, „WOHNEN barrierefrei · selbstbestimmt · zeitgemäß“. Der Fokus liegt dabei sowohl auf der Qualität als auch auf der Quantität des barrierefreien

Wohnraums, der als Ausgangspunkt der gesellschaftlichen Teilhabe ein selbstbestimmtes Leben in Nachbarschaft, Quartier und Kommune ermöglicht. Auf den mit insgesamt 17.500 Euro dotierten Preis können sich alle Akteur:innen aus dem Bereich barrierefreies Wohnen einschließlich Kommunen und Regionen mit Projekten sowie konkreten Konzepten und Strategien bis zum 20. Dezember 2022 bewerben. Alle weiteren Informationen zum Bundesteilhabepreis finden Sie **hier**.

Neue Materialien zur Planungskultur – Ausgabe zur Innenstadt



Der Deutsche Städtetag, der Deutsche Städte- und Gemeindebund sowie das Bundesamt für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) haben eine neue Ausgabe der Neuen Materialien zur Planungskultur herausgegeben. Diese widmet sich dezidiert beispielhaften Entwicklungsprojekten für innerstädtische Bereiche. In der Publikation werden sowohl Projekte aus Großstädten (z. B. Bochum, Bremen, Mannheim, Berlin) als auch aus kleineren Städten (z.B. Parchim, Flöha, Rendsburg) sowie aus Bundesländern und Landkreisen vorgestellt. Die enthaltenen Projekte gliedern sich in die Bereiche „Strategische Entwicklung und Förderprogramme“, „Beteiligung und Prozessgestaltung“, „Neue Nutzungen, Wirtschafts- und Gewerbeförderung“, „Innenentwicklung und Leerstand“ sowie „Öffentlicher Raum und Mobilität“. **Hier** erfahren Sie mehr.

Stadtbäume für Saarlouis



Die saarländische Stadt Saarlouis möchte grüner werden und sich besser an den Klimawandel anpassen. Dazu sowie zum optischen Erscheinungsbild und zur Aufenthaltsqualität können Stadtbäume einen wichtigen Beitrag leisten. Da diese auf öffentlichem Grund teuer zu pflegen und nicht immer einfach zu pflanzen sind, werden kostenfreie private Baumpflanzungen in Vorgärten ermöglicht. Die Maßnahme wird zu 90 % durch ein bundesweites Förderprogramm finanziert. Den Hausbesitzern wird eine Liste mit widerstandsfähigen Bäumen zur Auswahl gestellt. Die Grundstückseigentümer verpflichten sich, sich um den Baum zu kümmern und ihn nötigenfalls selbst zu ersetzen.

Narrative in der Stadtentwicklung

Storytelling ist ein wichtiges Instrument des Stadtmarketings. Über entsprechende Narrative lassen sich Standorte für Auswärtige interessant machen, die lokalen Besonderheiten hervorheben und die Identifikation der Bürger:innen mit ihrem Wohnort steigern. Die „Eigenlogik der Stadt“ spielt hier häufig eine bedeutende Rolle. Das BBSR, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, hat eine neue Publikation zu Narrativen in der Stadtentwicklung herausgegeben. Darin werden allgemein Narrative und ihre Spielarten sowie Einsatzmöglichkeiten in der Stadtentwicklung vorgestellt. Darüber hinaus stellt die Studie aber auch konkrete Räume und ihre Narrative vor. **Hier** finden Sie die Publikation.

Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadtmarketing Bad Vilbel e.V.	Fachkraft (m/w/d)	31.10.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Lübeck)	Raum-, Stadt- oder Landschaftsplanung (m/w/d)	31.10.2022
Stadt Moers	Geschäftsführung (m/w/d) für die Moers Marketing GmbH	23.10.2022
Stadt Oestrich-Winkel und Stadt Eltville	Mitarbeiter:in (m/w/d) Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing	16.10.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Hannover)	Berater:in / Projektassistent:in (m/w/d) Stadt- und Quartiersentwicklung	16.10.2022
mainzplus CITYMARKETING GmbH	Destinationsmanager:in / Stellvertr. Bereichsleitung (m/w/d) Tourismus	15.10.2022
City-Management Kempten e.V.	Projekt- & Veranstaltungsmanager:in (m/w/d)	14.10.2022
Kiel Marketing e.V.	Quartiersmanager:in (m/w/d) Pries-Friedrichsort	10.10.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Standort Köln)	Berater:in (m/w/d) Einzelhandel + Innenstadt- und Quartiersmanagement	10.10.2022
Esslinger Stadtmarketing und Tourismus GmbH	Citymanager:in (m/w/d)	04.10.2022

Fördermitglieder der bcsd

STADTMANUFAKTUR GmbH



Wir sind die Stadtmanufaktur – ein Zusammenschluss von strategischen Berater:innen und Praktiker:innen verschiedener Disziplinen. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft von Stadt. Kluge Strateg:innen, praxiserfahrene Berater:innen, leidenschaftliche Zukunftsdenker:innen – für Ihr Projekt

Für jede Vision, für jede Herausforderung finden wir das richtige Team, die richtige Konstellation aus strategischen Berater:innen, Spezialist:innen und

Kooperationspartner:innen. „Von der Stange“ gibt es bei uns nicht.

Unser Netzwerk ermöglicht den Fokus auf komplexe Fragestellungen – und die Entwicklung kreativ-lösungsorientierter Antworten mit Relevanz für eine praktische Umsetzung.

Unser Leistungsversprechen als Stadtmanufaktur:

Unsere strategische Beratung lebt von unserem interdisziplinären Ansatz. Im Zentrum steht dabei unser ausgeprägtes Verständnis für die Funktionalität und Wirkungsweise von Stadt – an der Schnittstelle von Stadtentwicklung, Stadtmarketing und Kultur.

Wir analysieren und aktivieren, wir entwickeln Stadtidentitäten und wir kreieren stringente Dramaturgien – für die Inszenierung von Stadt und öffentlichen Räumen. In unseren strategischen Prozessen beteiligen wir die relevanten Interessensgruppen: Bewohner:innen und Kultur, Stadtkommunikation und Tourismus, Unternehmer:innen und Politik. Immer mit dem Ziel, die Lebensqualität der Menschen zu erhöhen – durch lebenswerte Städte und Regionen.

Wir sind Ihr strategischer Partner an der Schnittstelle aus Stadtvermarktung und Stadtentwicklung. Interdisziplinär, visionär, leidenschaftlich – für die Zukunft von Städten und Räumen. Hier erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder:

Stadt Melsungen - Stadt zwischen Fachwerk, Fluss und Wald



In der romantischen Fachwerkstadt Melsungen mit ihrem Wahrzeichen „Der Bartenwetter“ fügen sich über 400 liebevoll restaurierte Fachwerkhäuser zu einem harmonischen Ensemble zusammen. Die Stadt Melsungen mit rund 13.700 Einwohnern ist geprägt durch stolze Fachwerkbauten, großflächige Wälder, ein florierendes Stadtbild und ihre Nähe zum Fluss „Fulda“.

Das Citymanagement der Stadt Melsungen verfolgt im Rahmen des Marketing- und Tourismuskonzeptes „Melsungen lohnt sich“ ganz bewusst einen ganzheitlichen

Ansatz, da erst das Zusammenspiel der vielschichtigen städtischen Funktionen, wie Wohnen, Arbeiten, Kultur, Bildung, Einkaufen, Dienstleistungen und Freizeit, in unserer Stadt die notwendige Urbanität bewirkt, die wiederum mit einem optimalen Maß an Aufenthaltsqualität, Nutzungsvielfalt und Erreichbarkeit verbunden sein muss.

Um diesen Standard zu erhalten, ist eine konsequente Vernetzung aller Ziele notwendig. Kommunikation und Kooperation sind dabei die entscheidenden Schlüsselfaktoren. Die Abteilung Citymanagement bildet als Moderator und Mediator die Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Handel, Dienstleistern, Politik und Verwaltung, bündelt die Kräfte und baut PPP-Strukturen auf. Immer das Ziel vor Augen, die Attraktivität und Lebensqualität unserer Stadt zu erhalten, zu fördern und zu verbessern. Beteiligt und berücksichtigt werden alle relevanten Akteure: Besucherinnen und Besucher, Bürgerinnen und Bürger, Einzelhandel, Gastronomie, Institutionen, Presse, Stadtverwaltung, Unternehmen und Vereine.

Die Innenstadt ist das Aushängeschild für Melsungen und steht im Fokus der Arbeit. Aber auch die Stadtteile prägen das Image und werden unterstützt. Das Themenspektrum ist überaus vielfältig und umfasst neben Events auch zukunftsorientierte Projekte in den Bereichen Wirtschafts- und Tourismusförderung, Öffentlichkeitsarbeit und Fördermanagement.

Distama GmbH



Die Distama ist eine Agentur für Digitales Stadtmarketing und Experte für Stadt- und Regional-Apps, Digital Signage sowie Customer Journey. Das Ziel besteht darin, mit Hilfe von digitaler Technologie eine Schnittstelle zwischen Städten, Regionen oder Landkreisen und ihren

Bewohnern und Besuchern bereitzustellen und sie zu vernetzen. Herzstück bildet eine „Urbane Plattform“, die die unterschiedlichsten Daten sammelt und sie für diverse Bereiche und Anwendungen bereitstellt.

Denn die Herausforderung im Stadtmarketing besteht darin, dass eine Vielzahl an Informationen und Inhalten zusammenkommt. Die Distama hilft Kommunen dabei, eine optimale Lösung zu entwickeln und ein digitales Image für die jeweilige Stadt zu schaffen. Der Fokus kann dabei ganz nach den Bedürfnissen vor Ort gesetzt werden. Egal, ob Tourismus, e-Government, Shopping und Lifestyle – oder alles zusammen: Den individuellen Wünschen sind keine Grenzen gesetzt. Angepasst an das Corporate Design der Stadt, wird sich die digitale Erweiterung vor Ort optimal in das Stadtbild integrieren.

Unser Ziel ist es, Städte mit ihren Einwohnern und Besuchern zu verbinden. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf: Gemeinsam entwickeln wir eine mobile und digitale Marketing-Strategie für Ihre Stadt. **Hier** finden Sie weitere Informationen und die Kontaktdaten.

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**.

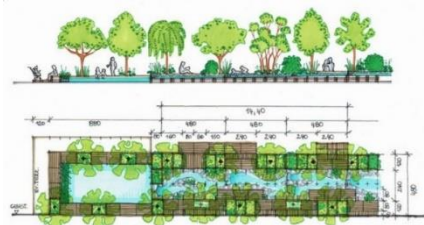
Haarlem verbietet Werbung für Fleischprodukte



Die niederländische Stadt Haarlem verbietet mit einem neuen Gesetz die Out-of-Home-Werbung für Fleischprodukte. Die neuen Verträge mit den Werbepartnern der Stadt treten ab 2024 in Kraft. Während andere Städte und Regionen bereits die Werbung für Flüge und andere Produkte, die auf fossilen Energien beruhen, verbieten, trifft es nun ein weiteres Produkt, das einen negativen Einfluss

auf das Klima hat. Die Nachricht an Unternehmen und Marken ist klar: Wenn Unternehmen ihre Strategie nicht proaktiv auf einen nachhaltigen Kurs bringen, werden Aktivisten und neue Gesetze den Kurs für sie bestimmen.

Stadtbäche gegen Hitzeinseln



Ein österreichisches Forschungsteam untersucht die Möglichkeit, Hitzeinseln durch Freilegung von Wienerwaldbächen abzukühlen. Hintergrund ist, dass in Wien rund 50 Bäche in die Kanalisation eingegliedert wurden. Im Rahmen des Projekts „ProBACH“ sollen zunächst „SchaniBACH“ genannte künstliche Bäche angelegt werden, um zu ergründen, wie sich das Fließwasser

auf das Mikroklima und die Lebensqualität auswirkt. Die Bäche können samt Begrünung und Sitzgelegenheiten saisonal aufgestellt und wieder abgebaut werden. Die Forscher:innen erhoffen sich Abkühlungseffekte und die Bewässerung von Bäumen mit Bachwasser anstatt mit Trinkwasser.

Flughafengelände wird zum autofreien Quartier



Am Gelände des ehemaligen Berliner Flughafens Tegel entsteht das nachhaltige „Berlin TXL – Schuhmacher Quartier“. Die Siedlung auf 46 Hektar Fläche soll das weltweit größte Holzbau-Projekt werden, 5.000 Wohneinheiten für 10.000 Menschen umfassen und nur in Ausnahmefällen Autos erlauben. Die Projektentwickler:innen sehen es als ein Modellprojekt für klimaangepasste und wassersensible Stadtentwicklung. Dazu soll etwa Regenwasser eingefangen und aufbereitet werden. Ein digitaler Marktplatz für thermische Energie soll Bewohner:innen zu „Prosument:innen“ machen, mit dem Ziel, künftig mehr Energie zu produzieren als die Nachbarschaft verbraucht.

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 und ausgewählte regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Staatsanzeiger Award, Staatsanzeiger für Baden-Württemberg GmbH & Co. KG, bis 21. Oktober 2022

Förderprogramm Anpassung urbaner Räume an den Klimawandel, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, bis 15. Oktober 2022

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 weitere [regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

Seminar- und ICR-Termine

06.10.2022, Seminar **Recht kompakt**, online

14.10.2022, Seminar **Online-Partizipation und Moderation**, München

18.10.2022, **Organisationsstrukturelle Aspekte im Stadtmarketing – das A und das O der Geschäfts- und Betriebsführung**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., online

02.11.2022, Seminar **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Lübeck

03.11.2022, Seminar **Wirtschaftsförderung und Standortmarketing**, Lübeck

04.11.2022, Seminar **Die Stadt / Region als Marke**, Lübeck

07.-09.11.2022, Seminar **Veranstaltungsleiter bcsd**, Darmstadt

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

Termine

06. – 08.10.2022, **Kooperationsforum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. und City-Management Verband Ost e.V., Bernau bei Berlin

13.10.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Thüringen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Meiningen

13.10.2022, **Workshop Leerstandsmanagement**, Landesverband Baden-Württemberg, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

28.10.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Böblingen

09.11.2022, **Gipfeltreffen der Stadtlabore: Leerstand auflösen, Standorte gestalten**, Stadtlabore für Deutschland, Online-Veranstaltung

10.11.2022, Save the Date: **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mainz

15.11.2022, Save the Date: **bcsd-Landesverbandstreffen Sachsen-Anhalt**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Halberstadt

15. – 16.11.2022, **Deutscher Tourismustag**, Deutscher Tourismusverband e.V., Mainz

16. – 17.11.2022, **Handelskongress Deutschland**, Handelsverband Deutschland e.V., Berlin

30.11.2022, Save the Date: **bcsd-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Osnabrück

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.