Newsletter 10-2020

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

nachdem wir einen Sommer erleben durften, der uns nach und nach wieder einige liebgewonnene Freiheiten schenkte, hat der Herbst diese in rasantem Tempo wieder kassiert. Damit sind die Aussichten für das Stadtmarketing und die Innenstädte, aber vor allem für das gesellschaftliche Leben – hinter dem immer einzelne Schicksale stehen – deutlich getrübt. Die vage Hoffnung auf eine besinnliche Adventszeit und die dazugehörenden atmosphärischen Weihnachtsmärkte ist weiter geschrumpft. Und doch haben die Stadtmarketingorganisationen und ihre Netzwerke in diesem Jahr permanent bewiesen, dass sie anpassungsfähig, agil, leistungsfähig und optimistisch und damit systemrelevant für die Innenstadt sind. Ich möchte Sie alle bestärken, diesen Weg fortzusetzen, mutig zu agieren und erwartungsvoll in die Zukunft zu blicken. Zugegebenermaßen fällt einem das in diesen Tagen immer mal wieder schwer. Umso wichtiger ist es gerade jetzt sich im Berufsverband der Stadt- und Citymanager zusammen zu finden und die aktuellen Entwicklungen miteinander zu diskutieren, Perspektiven zu entwickeln und wenigstens etwas digitale Nähe und Gemeinsamkeit zu erfahren. Das ist uns hoffentlich beispielsweise mit unserer Mitgliederinformationsveranstaltung am 26. Oktober und der anschließenden Deutschen Stadtmarketingbörse gelungen. Mir jedenfalls tat es gut, die Teilnehmer*innen wenigstens virtuell an unserer Seite zu wissen. Vielen Dank dafür!

In diesem Sinne werden wir Sie weiter umfänglich informieren und jede Gelegenheit nutzen, mit Ihnen zusammen an der Zukunft unserer Städte zu arbeiten – hier im Newsletter aber auch auf unseren anderen Informationskanälen und Kommunikationsangeboten. Dabei können einzelne Informationen, Termine, Hinweise und Planungen durch aktuelle Entwicklungen schnell mal umgeworfen oder gar hinfällig werden. Wenn dem so sein sollte, vertraue ich auf Ihr Verständnis, wie auch Sie auf unsere weitere Tatkraft vertrauen können.

In diesem Sinne werden wir bereits am 1. Dezember den zweiten Teil der Stadtmarketingbörse zur Zukunft unserer Innenstädte online durchführen. Programm und Anmeldung werden in Kürze abrufbar sein. Wir freuen uns auf den (virtuellen) Austausch!

Bleiben Sie gesund und optimistisch!

Themen

Seite 1

Statement des Geschäftsführers

Seite 2

Deutsche Stadtmarketingbörse 2020

Seite 3

Informationsveranstaltung für Mitglieder des bcsd e.V.

Zukunftsplan für Hessische Innenstädte

Seite 4

Herbsttagung CMVO

Kulturmarken-Award 2020

Seite 6

Chemnitz wird Europäische Kulturhauptstadt 2025

Bochum-Fonds

Autofreie Friedrichstraße

Seite 7

Innenstadtgipfel

Seite 8

Digitalisierung des Einzelhandels

Kulturdestination Sachsen

Seite 9

„Zukunftsstudie Wintertourismus“

Chance für Kleinstädte

Seite 10

Klimaschutz für Kommunen

Modellprojekte Smart Cities

Aktuelle Umfragen

Seite 11

Jobbörse

Fördermitglieder

Seite 12

Herzlich Willkommen – Die neuen Mitglieder

Der Trend der Zukunft
Aktuelle Wettbewerbe

Seite 14

ICR-Termine

Terminkalender

Das war Teil 1 der Deutschen Stadtmarketingbörse 2020
Save the date: Teil 2 am 1. Dezember 2020

Am 27. Oktober fand die Deutsche Stadtmarketingbörse 2020 statt – ausschließlich online. Gerne wären wir alle nach Ahaus gekommen, sämtliche Vorbereitungen waren schon getroffen, Programm und Gastgeberempfang geplant und alle in den Startlöchern, aber der Pandemieverlauf ließ uns schlussendlich keine andere Wahl: Schweren Herzens mussten wir uns entschließen, die Präsenzveranstaltung abzusagen. Das Glück im Unglück für alle Teilnehmer*innen, Referent*innen und auch für uns als bcsd lag darin, dass wir die Tagung von Beginn an als hybrides Format geplant hatten und somit eine online-Version der Stadtmarketingbörse schon bereitstand. So erwartete uns eine abwechslungsreiche Mischung von Experten*innen und Interviewer*innen, die mit ihren spannenden Beiträgen genauso zum Erfolg der Online-Börse beigetragen haben wie die vielen unterschiedlichen Vermittlungsformate und ausreichend Möglichkeiten zur interaktiven Gemeinschaftsarbeit. Auch durch die lebendige Moderation und den umsichtigen technischen Support ist es uns gelungen, zusammen mit über 150 Teilnehmer*innen den gesamten Tagungstag konzentriert im virtuellen Raum zu verbringen. Dafür an dieser Stelle schon ein herzliches Dankeschön an alle Beteiligten, die diesen Weg mit uns gegangen sind!

AUSBLICK
Natürlich werden die inhaltlichen Ergebnisse der Online-Stadtmarketingbörse dokumentiert und veröffentlicht. In Kürze werden Präsentationen, Video-Clips und weiterführende Informationen für die Teilnehmer*innen bereitstehen, sowie die Diskussions-Ergebnisse auf der digitalen Pinnwand Mural. Da das Thema Innenstadt aktuell eine besondere Dringlichkeit besitzt, möchten wir gerne eine Fortsetzung des Formats anbieten und weitere Expert*innen, die für Ahaus eingeladen waren, zu Wort kommen lassen. Wir laden Sie schon heute ein, sich den zweiten Teil der online-Stadtmarketingbörse vorzumerken: Am 1. Dezember 2020 werden wir uns wieder online treffen und uns zu den aktuellen Herausforderungen für Innenstadt und Stadtmarketing austauschen. Das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung werden in Kürze veröffentlicht.

DANKE
Zu guter Letzt bedanken wir uns an dieser Stelle herzlich bei unseren ursprünglichen Gastgebern in Ahaus: dem Stadtmarketing, der Stadt und unserem Fördermitglied Tobit.Software – für die Einladung nach Ahaus, für die wunderbare Zusammenarbeit und gute Vorbereitung sowie für das Verständnis, Vertrauen und die Professionalität, als wir unseren gemeinsamen Plan doch verwerfen mussten. Gerne wären wir alle nach Ahaus gekommen, hätten uns diese digitale Vorreiterstadt angeschaut, uns an Stehtischen getroffen und auf dem Gastgeberempfang zusammen getanzt. Es war in diesem Jahr leider nicht möglich – hoffen wir alle, dass es bald wieder anders wird.

Informationsveranstaltung für Mitglieder des bcsd e.V.

Aufgrund der aktuellen Pandemieentwicklung konnte die Mitgliederversammlung des bcsd e.V. in diesem Jahr nicht als Präsenzveranstaltung stattfinden. Der Bundesvorstand bedauert dies sehr, weil das Zusammenkommen und gemeinsame Entscheiden der Mitglieder nicht nur das wichtigste Organ des Verbands sind, sondern weil dieser persönliche Austausch seit jeher die Arbeit des bcsd e.V. prägt. Das „Gesetz zur Abmilderung der Folgen der COVID-19-Pandemie im Zivil-, Insolvenz- und Strafverfahrensrecht“ eröffnet die Möglichkeit, einen Beschluss durch die Mitglieder ohne Mitgliederversammlung zu fassen. Diese Möglichkeit werden wir in diesem Jahr nutzen – alle Mitglieder erhalten hierzu in Kürze die entsprechenden Vorlagen.

Nichtsdestotrotz wollten Bundesvorstand und Geschäftsführung die Mitglieder über die Entwicklungen im Verband informieren und die Beschlussfassung per elektronischem Umlaufverfahren vorbereiten. So trafen sich die Mitglieder des bcsd e.V. online informell und tauschten sich zu den Geschehnissen im Stadtmarketing und im Verband im Jahr 2019 und 2020 aus. Neben dem Überblick der Bundesebene zu Operativem und Strategischen von Geschäftsführung und Bundesvorstand gaben auch die Landesverbandssprecher Einblick in aktuelle Themen und Herausforderungen. Zur Vorbereitung der Beschlussfassung stellte Jürgen Block den Jahresabschluss des sehr erfolgreichen Jahres 2019 dar, sowie den Wirtschaftsplan 2020, der leider aufgrund der abgesagten Präsenzveranstaltungen in diesem Jahr ein deutlich negativeres Jahresendergebnis prognostiziert, das aber durch das vorhandene Vereinsvermögen aufgefangen wird. Zu guter Letzt stellten sich die sieben Kandidat*innen für die Wahl in den Bundesvorstand vor. Wir bedanken uns für Ihre Teilnahme an der lebhaften und positiven Online-Informationsveranstaltung und laden alle Mitglieder ein, sich an der nun folgenden Beschlussfassung per Umlauf zu beteiligen.

Neues Bündnis – Hessische Akteure sollen gemeinsam einen Zukunftsplan für ihre Innenstädte entwickeln

Wie geht es weiter mit Hessens Innenstädten? Darüber haben am 22. Oktober Wirtschaftsminister Al-Wazir und Vertreter*innen der hessischen IHKs, von Wirtschaftsverbänden, Städten, Stadtplaner*innen und Architekt*innen beraten. Für die bcsd waren die Landessprecherin Anke Jansen und Geschäftsführer Jürgen Block beim exklusiven Austausch dabei. Gemeinsam suchten die Beteiligten nach Lösungen für die unter Druck stehenden hessischen Innenstädte. Denn sinkende Frequenzen in den Fußgängerzonen, fehlende Nachfolger für Geschäfte, der zunehmende Online-Handel und die Auswirkungen der Corona-Pandemie setzen den Innenstädten in Hessen erheblich zu. **Tarek Al-Wazir**, hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, sagte: „Die Stärkung der Innenstädte ist ein Schwerpunkt der hessischen Stadtentwicklungspolitik,

allein in diesem Jahr stehen dafür 36 Mio. Euro zur Verfügung.“ Gleichzeitig waren sich alle Seiten ebenfalls einig, dass diese Bemühungen weiter intensiviert werden müssen und ganzheitliche Förderrichtlinien für die zukünftige Innenstadtentwicklung aufgestellt werden müssen. Genau dies soll die Aufgabe des „Bündnis für die Innenstädte“ sein an dem auch die bcsd beteiligt wird. Für Investitionen zur Umsetzung dieses Plans stellt das Land weitere 40 Millionen Euro in Aussicht, denn so der Minister weiter „Vitale und attraktive Zentren sind unerlässlich für die Lebensqualität in Hessens Kommunen.

Herbsttagung des City-Management Verbandes Ost e.V. (CMVO) in Zittau

Die CMVO-Herbsttagung konnte trotz erschwerter Bedingungen im Oktober in Zittau stattfinden. Wie gewohnt war die Tagesordnung sehr umfangreich mit vielen Fachvorträgen. Gerade in dieser Zeit wurde wieder deutlich, wie wichtig Citymanager für Innenstädte sind. Fragen und Antworten gab es dazu, wie man trotz Pandemie eine Innenstadt lebendig hält. Aktuelle Fakten und Zahlen hatte Michael Reink, Präsident des Verbandes, präsentiert. Bei allem neugewonnenen Wissen steht jedoch der Austausch der einzelnen ostdeutschen Städte an erster Stelle. Hier geht es vor allem darum, voneinander zu lernen und gemeinsam neue Ideen zu entwickeln. Adventszeit, Digitalisierung, neue Marketingansätze spielten hierbei eine große Rolle. Die Tagungen sind für alle offen und werden in Kooperation mit der bcsd organisiert. Mehr Informationen erhalten Sie unter: **www.cmvo.de**

Kulturmarken-Award und KulturInvest!-Kongress 2020

Die Nominierten des **Europäischen Kulturmarken-Award 2020** stehen fest. In der Kategorie „Preis für Stadtkultur“, die die bcsd als Partner des Veranstalters causales präsentiert, sind folgende Organisationen nominiert: die Monheimer Kulturwerke GmbH, die gepaart mit den verbindlichen Zielen der Stadt lokale Strukturen fördert und verbindet und so einen Bogen zwischen Alltags-, Sozio- und Hochkultur schlägt, Celle Tourismus und Marketing, die im Rahmen ihrer Aktivitäten zum 100-jährigen Bauhausjubiläum im Jahr 2019 die Bauhaus-Architektur in der Stadt herausgestellt und identitätsstiftend aufbereitet hat sowie die Stadtverwaltung Bendorf für Ihr Ideenkino, die Zukunftswerkstatt Bendorfs, in der sämtliche Akteure der Stadt mit Bürger*innen zusammenkommen und gemeinsam diskutieren, wie sie zukünftig zusammen leben möchten. Die Preisverleihung findet im Rahmen des 12. KulturInvest! -Kongress in Potsdam statt. Die diesjährige Veranstaltung steht unter dem Titel: "Der innovative Kulturbetrieb. Klimaneutral. Demokratisch.

Partizipativ." und findet voraussichtlich vom 25. – 27. November 2020 statt. Mit Blick auf die verschärfte Situation im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie wird aktuell mit Nachdruck an verschiedenen Varianten zur Umsetzung des Kongresses gearbeitet.

ANZEIGE

www.traffeum-consulting.de

Chemnitz wird Europäische Kulturhauptstadt 2025

©Haase

Am Mittwoch, 28. Oktober 2020, sprach die Auswahljury ihre Empfehlung aus, Chemnitz soll Deutschland als Europäische Kulturhauptstadt 2025 vertreten. Die Stadt setzt sich damit gegen ihre Mitbewerber Hannover, Hildesheim, Magdeburg und Nürnberg durch. Mit dem Motto „C the unseen“ stellt sich Chemnitz in der Bewerbung bewusst dem durch die Ausschreitungen im August 2018 geprägten, Bild der Öffentlichkeit und fordert dazu auf, die ungesehenen Seiten der Stadt zu entdecken. Die offizielle Ernennung geschieht noch bis Ende des Jahres durch die Kulturministerkonferenz mit Kulturstaatsministerin Monika Grütters. Erfüllt Chemnitz bis Ende Frühjahr 2025 als designierte Kulturhauptstadt seine Verpflichtungen, wird der mit 1,5 Millionen Euro dotierter Melina-Mercouri Preis verliehen. Mehr dazu finden Sie **hier**. Die bcsd gratuliert der Stadt Chemnitz zu diesem Erfolg. Unter dem Titel „Sehnsucht nach Hier. Stadtmarketing zwischen Regionalität und Diversität“, veranstaltete die bcsd mit dem Deutschen Stadtmarketingtag im März 2019 eine sehr erfolgreiche Netzwerktagung. **Hier** finden Sie die Tagungsdokumentation.

Bochum-Fonds unterstützt gemeinwohlorientierte Projektideen

©Bochum Marketing GmbH, Adreas Molatta

Die Stadt Bochum möchte Initiativen, gemeinnützige Organisationen, Vereine und Bürger*innen mit dem **Bochum-Fonds** finanziell dabei unterstützen, ihre kreativen Ideen umzusetzen. Im Zuge der Bochum Strategie 2030 werden im kommenden Jahr insgesamt 372.000 Euro für Bürgerprojekte zur Verfügung gestellt, um die Stadt noch lebendiger und bunter werden zu lassen und das Zusammenleben oder das bürgerliche Engagement in den Stadtteilen zu stärken. Anträge können ab sofort eingereicht werden. Die Bochum Marketing GmbH unterstützt die Teilnehmer*innen bei der Ausarbeitung der Projekte.

Autofreie Friedrichstraße

Seit Ende August laden das Bezirksamt Mitte von Berlin, die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz, die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe sowie visitBerlin zum gemeinsamen Flanieren und Entdecken in dem autofreien Abschnitt der Friedrichstraße in Berlin Mitte ein. Neben der für 5 Monate autofreien Zone, wurde ein verkehrsberuhigter Bereich am Checkpoint Charlie eingerichtet. Das Projekt hat ein vielfältiges Rahmenprogramm aufgestellt und könnte

Ausgangspunkt für weitergehende Lösungen und ein Schritt in Richtung Umverteilung der Mobilitätsströme und sauberere Luft darstellen. Des Weiteren ist es Ziel, die Attraktivität der Friedrichstraße zu steigern und somit das lokale Gewerbe und den Einzelhandel zu stärken. Mehr dazu finden Sie **hier**.

Innenstadtgipfel: Initiative zur Stützung des stationären Einzelhandels

Der Online-Handel, Einkaufszentren in der Peripherie und nicht zuletzt die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben es dem Einzelhandel in den Innenstädten in der letzten Zeit schwer gemacht. Der Frage, wie man Innenstädte neu beleben kann, ging Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier mit rund 20 Vertreter*innen aus Handel, Kultur und Kommunen auf dem Innenstadt-Gipfel nach. In einer virtuellen Runde beratschlagte man über finanzielle Hilfen, besonders für von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffenen Einzelhändler*innen. Ziel ist es, über ein Förderprogramm den Einzelhandel digitaler zu gestalten, um mit der Online-Konkurrenz mithalten zu können. Des Weiteren ist es laut Altmaier von Belang, die Stadtzentren wiederzubeleben und attraktiver zu gestalten. Durch flexiblere Öffnungszeiten und mehr Verkaufsoffene Sonntage könnte dies z.B. möglich gemacht werden. **Hier** erfahren Sie mehr

ANZEIGE

www.mk-illumination.com

Digitalisierung des traditionellen Einzelhandels als Chance begreifen

Die Covid-19-Pandemie hat bewirkt, dass die Affinität zum Onlineshopping weiter gestiegen ist, so der **Global Retail Report** des Zahlungsdienstleisters Adyen. Laut der Studie haben Händler*innen, die eine Kombination aus Online- und Offline-Strategie fahren, die Krise bis jetzt besser überstanden, als stationäre Händler*innen, die nicht im Online-Geschäft tätig sind.

Hieraus können wir lernen, dass die voranschreitende Digitalisierung nicht nur als Bedrohung, sondern mit Hilfe passender Ansätze und Ideen auch als Chance für den Einzelhandel begriffen werden kann. Das Bewusstsein um nötige Veränderung des traditionellen Ladengeschäfts gibt es bereits, jedoch fehlt Vielen noch das nötige Wissen, die Werkzeuge und die Kompetenz. Neben dem Aufbau eigener Online-Vertriebskanäle, setzen Viele auf die sozialen Medien als wichtige Kommunikationskanäle. Außerdem ergeht es den Einzelhändler*innen in vielen Städten derzeit ähnlich, weshalb man den Einzelhandel nicht als Einzelkampf verstehen sollte. Vielmehr können Inhaber*innen von gegenseitigen Erfahrungen und gemeinsamen Aktionen profitieren. Mehr zum Thema finden Sie **hier**.

Sachsen wird offizielle Kulturdestination der ITB Berlin

Sachsen wird „**Offizielle Kulturdestination der Internationalen Tourismus-Börse Berlin 2021**“ und ein Jahr später ITB-Gastland. Während der Reisemesse möchte die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS) mit verschiedenen Veranstaltungen und Events auf Sachsen als herausragendes Kultur- und Städtereiseziel aufmerksam machen. Des Weiteren kündigt das Bundesland eine Kampagne für regionale Wertschöpfung an, in welcher Verbraucher*innen dazu ermutigt werden sollen, sich mehr mit der Herkunft ihrer Lebensmittel und dem Mehrwert regionaler Produktion zu beschäftigen. Geplant sind fünf Filme, Online-Werbung und Werbung in den sächsischen Supermärkten. Darüber hinaus wurde das Verbraucherportal **regionales.sachsen.de** gelauncht. Die ITB soll im nächsten Jahr vom 9. bis zum 12. März ausschließlich online stattfinden.

„Zukunftsstudie Wintertourismus“

Saint Elmo’s Tourismusmarketing hat die länderübergreifende **„Zukunftsstudie Wintertourismus“** durchgeführt und ermittelt, wie der Winter laut Gastgeber*innen, Destinationen und potenziellen Gästen aus touristischer Sicht werden könnte. Erste aus den Zwischenergebnissen abgeleitete Erkenntnisse zeigen, dass trotz geringer aktueller Buchungen, die Buchungsabsichten relativ hoch sind. Auch werden in der kommenden Wintersaison sanfte Bewegungsformen wie Winterwandern, Rodeln oder Eislaufen, eine große Rolle spielen. Die Befragung ergab zudem, dass ein hoher Stammgastanteil und Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen im Zielgebiet von Vorteil für die Betriebe sind, da Sicherheit und Vertrauen in der aktuellen Situation ausschlaggebend sind. Die gesamte Studie kann unter **info@eti-institut.de** bestellt werden.

Corona-Krise als Chance für Kleinstädte

Im Moment erfreuen sich die Händler*innen in vielen Kleinstädten einer erstarkten Kundenfrequenz. Die Einschränkungen im öffentlichen Leben trüben zwar die Kauflaune, gleichzeitig aber bestärken sie das Gefühl der Kund*innen, mit ihrem Einkauf den regionalen Handel stärken zu können. Laut Andreas Grüß, Geschäftsführer bei der LÜHRMANN Gruppe, sollten die kleineren Städte die **positive Stimmungslage als Chance** der Optimierung ihrer Kaufkonzepte betrachten und sich den Konsument*innen mit innovativen Handels- und Innenstadtkonzepten präsentieren. Denn sobald sich der Einkaufsalltag einigermaßen normalisiert hat, muss damit gerechnet werden, dass es die Menschen wieder vermehrt in die Großstädte zieht. Dort, wo die Zusammenarbeit zwischen lokalem Handel, Wirtschaftsverbänden und Politik jedoch gut funktioniert, stehen die Chancen gut, gemeinsam geeignete Konzepte zu etablieren.

Klimaschutz für finanzschwache Kommunen

Das Thema Klimaschutz ist nach wie vor präsent und betrifft uns alle. Damit sich auch finanzschwache Kommunen am Kilmaschutz beteiligen und daraus Vorteile schlagen können, hat das Deutsche Institut für Urbanistik Infoblätter und Broschüren bereitgestellt, die mit Beispielen aus kommunaler Praxis und Informationen über Finanzierung und Umsetzung finanzschwächeren Kommunen über Anfangshürden bei der Projektarbeit für den Klimaschutz hinweghelfen. Warum und in welchen Bereichen sich Klimaschutz lohnt, wie sich Kommunen durch alternative Finanzierungsoptionen bei der Umsetzung von Klimaschutzprojekten unterstützen lassen können und wie die regionale Wertschöpfung durch Klimaschutz erhöht werden kann, wird im Infomaterial difu von Expert*innen beantwortet. **Hier** erfahren Sie mehr.

Modellprojekte Smart Cities bekannt gegeben

Die 32 Projekte der zweiten Staffel der Modellprojekte Smart Cities unter dem Motto „Gemeinwohl und Netzwerkstadt/Stadtnetzwerk“ sind jetzt von Bundesinnenminister Horst Seehofer bekanntgegeben worden. Mit den Modellprojekten unterstützt die Bundesregierung Kommunen dabei, die Digitalisierung strategisch im Sinne einer integrierten nachhaltigen Stadtentwicklung zu gestalten. Ziel des Förderprogramms ist es laut Ministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI), sektorenübergreifende digitale Strategien für das Stadtleben der Zukunft zu entwickeln und zu erproben. Auf die Ausschreibung des BMI hatten sich 86 Städte, Kreise und Gemeinden sowie interkommunale Kooperationen aus ganz Deutschland beworben. Mehr dazu finden Sie **hier**.

Aktuelle Umfragen zur Innenstadt der Zukunft

Die Handelskammer Hamburg erarbeitet aktuell eine „Vision Hamburg 2040“ und nimmt dazu auch die Innenstadt – beispielhaft für die Innenstädte der Metropolen – in den Blick. In diesem Rahmen gibt es **eine Umfrage**, die Inspiration bieten soll. Die Handelskammer bittet daher um Ihre Mithilfe, Sie dürfen bei der Beantwortung der vier Fragen Ihren Wünschen und Ihrer Fantasie freien Lauf lassen. Die Teilnahme ist bis 8. November möglich. Die Antworten werden anonymisiert ausgewertet und die Ergebnisse auf der **Homepage** der Handelskammer zur Verfügung gestellt.

Die **Umfrage** „Handel im Wandel“ der Studentin Sarah Wiest, die im Rahmen Ihrer Abschlussarbeit an der Technischen Hochschule Köln durchgeführt wird, gibt Ihnen die Gelegenheit aus Kundensicht

Ihre Wünsche, Erwartungen sowie Verbesserungsvorschläge an den stationären Einzelhandel zu äußern und dadurch einen Teil dazu beitragen, dass ein erfolgreiches Fortbestehen des stationären Einzelhandels sowie attraktive Innenstädte auch zukünftig gewährleistet werden können. Für die Umfrage benötigen Sie ca. 5-8 Minuten, eine Teilnahme ist bis 03. November möglich.

Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Samtgemeinde Artland	**Mitarbeiter/in für die Projektstelle bei der Wirtschaftsförderung u. Kommunikation (Teilzeit)**	07. November 2020

Fördermitglieder der bcsd

KLIMM GmbH + Co. KG

Unsere Lösungen zur innerstädtischen Wegweisung bieten eine effektive Unterstützung des örtlichen Einzelhandels. Die Möglichkeiten sind vielfältig: Zur innerstädtischen Wegweisung zählen die Beschilderung in Fußgängerzonen, Schilder an Lichtmasten, Fußgängerschutzbügel sowie Fahrradständer.
Begrüßen Sie die Besucher*innen Ihrer Stadt und weisen Sie auf örtliche Händler*innen und Dienstleister*innen (insbesondere auf Einzelhändler*innen in weniger frequentierten Seitenlagen) sowie auf Sehenswürdigkeiten und regionale Veranstaltungen hin. Attraktives Stadtbild durch eine einheitliche Hinweisbeschilderung. "Wilde Beschilderung" wird vermieden.
Die Werbeanlagen werden mehrmals im Jahr durch uns gepflegt und mögliche Schäden und Verunreinigungen beseitigt. Die Errichtung der Anlagen sowie der regelmäßige Service sind dabei ohne Kosten für Ihre Kommune verbunden. Im Weiteren können Städte und Gemeinden auf unseren Anlagen kostenlos auf öffentliche Einrichtungen und Veranstaltungen hinweisen.
Die Firma KLIMM GmbH & Co. KG ist ein traditionsreiches mittelständisches Familienunternehmen. Schon bald nach der Gründung im Jahr 1924 haben wir uns auf Gewerbehinweise und Leitsysteme im öffentlichen Verkehrsraum spezialisiert. Sie finden unsere Hinweisanlagen bereits in rund 1.000 Städten und Gemeinden bundesweit. Weitere Informationen **hier.**

Herzlich willkommen – Die neuen Mitglieder:

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

Stadt Halberstadt

© Stephan Hujer

„Halberstadt – Ihr Tor zum Harz“ liegt im Herzen Deutschlands. Die Stadt im nördlichen Harzvorland ist Kreisstadt des Landkreises Harz in Sachsen-Anhalt. Heute leben in Halberstadt und seinen sieben Ortsteilen rund 40.000 Menschen.

Eine besondere Atmosphäre prägt das Leben in der über 1.200 Jahre alten Bischofstadt. Alt und immer in Bewegung, so präsentiert sich der Wirtschaftsstandort, das Verwaltungszentrum, der Handelsstandort, Kultur- und Freizeitstandort seinen Einwohner*innen und Gästen.

Seit Oktober 2017 gibt es innerhalb der Stadtverwaltung den Bereich Stadtmarketing/Neue Medien. Eingebunden ist er in den Fachbereich Wirtschaft/Stadtplanung/Kultur. Derzeit beschäftigt sich das kleine Stadtmarketing-Team hauptsächlich mit dem Leitbild der Stadt und dem Ausbau der Marke „Halberstadt“, der Weiterentwicklung seiner Social-Media-Strategie und der Planung/Betreuung von Events unter „Coronabedingungen“.

Mehr zu Halberstadt auf **www.halberstadt.de**.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

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

Navigations-App unterstützt Slow Travel

Die Berliner Ideenschmiede Move Lab hat mit „Sproute“ eine Navigations-App entwickelt, die Nutzer*innen auswählen lässt, welche Aspekte ihnen für ihren Weg von A nach B wichtig sind. Im „Sightseer“-Modus zeigt die App eine Route an, auf der Nutzer*innen nicht am schnellsten zum Ziel gelangen, sondern auf dem Weg an besonderen Orten vorbeikommen und Sehenswürdigkeiten besichtigen können. Der „Nightlight“-Modus bietet eine Strecke an, die nachts beleuchtet ist. Mit „Commuter“ hingegen können sich Nutzer*innen 100 mögliche Strecken etwa zur Arbeit anzeigen lassen und abwechslungshalber jeden Tag eine andere nehmen.

Außenwerbekampagne als Luftreiniger

Das Guggenheim-Museum in Bilbao hat eine Außenwerbekampagne vorgestellt, die helfen soll, die Luft der Stadt zu reinigen, indem die Banner mit einem Material beschichtet werden, das sie in aktive Luftreiniger verwandelt. Die Beschichtung namens Pureti Print basiert auf dem natürlichen Prozess der Fotokatalyse, die einen ähnlichen Reinigungseffekt wie Bäume hervorruft. Drei Quadratmeter Pureti Print entsprechen dabei der Reinigungswirkung eines erwachsenen Baumes, sodass die Werbekampagne einer Luftreinigungswirkung von mehr als 700 Bäumen entspricht.

Zu Besuch auf dem virtuellen Weihnachtsmarkt

Die beiden größten Onlineportale für Weihnachtsfans Christmas Crazy und AllThingsChristmas.com in den USA haben gemeinsam einen virtuellen Weihnachtsmarkt angekündigt, um in Zeiten der Pandemie auch zu Hause für festliche Stimmung zu sorgen. Die digitale Veranstaltung findet ab Mitte November statt und lädt Weihnachtsfans ein, sich dafür per E-Mail anzumelden. Das Programm wird in Zusammenarbeit mit verschiedenen Marken und Anbietern zusammengestellt und umfasst neben dem Verkauf von Produkten auch virtuelle Veranstaltungen wie etwa Kochshows, in denen internationale Weihnachtsspeisen vorgestellt werden.

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

Zukunftswettbewerb nachhaltige Mobilität, Bundesumweltministerium, bis 15. November 2020

Hier finden Sie **regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen**

ICR-Termine

12. November 2020, ICR-Modul **„Social Media und digitale Kundenbindung"** (Optionale Zusatzqualifikation), online.

01. Dezember 2020, Deutsche Stadtmarketingbörse 2020: „Zeit für Stadtoptimisten – Wie wir unsere Stadtzentren lebendig halten" Teil 2, online, Weitere Informationen in Kürze.

07. Dezember 2020, bcsd-Seminar **"Die Stadt/Region als Marke"**, Hamburg.

Termine

04. bis 05. November 2020, **Eurocities Konferenz 2020: Reinventing cities – beyond the urban crises**, online

17. bis 19. November 2020, **Digitale Tagung für Geschäftsreise- & Mobilitätsmanagement**, Verband Deutsches Reisemanagement e.V., online

24. bis 25. November 2020, **LVR-Kulturkonferenz 2020**, online.

25. bis 27. November 2020, **KulturInvest-Kongress 2020: Der innovative Kulturbetrieb. Klimaneutral. Demokratisch. Partizipativ.**, Potsdam

01. Dezember 2020, Deutsche Stadtmarketingbörse 2020: „Zeit für Stadtoptimisten – Wie wir unsere Stadtzentren lebendig halten" Teil 2, online, Weitere Informationen folgen in Kürze.

02. bis 03. Dezember 2020, **14. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik**, online.

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.