

Newsletter 10-2023

Viel Neues aus den Landesverbänden

Nach der Möglichkeit zum bundesweiten Netzwerken beim Deutschen Stadtmarketingtag in Mannheim Mitte September, bot sich in den vergangenen Wochen in mehreren Landesverbänden die Gelegenheit zum regionalen Austausch.



In Nordrhein-Westfalen luden die Landesbeauftragten Martin Knabenreich und Svenja Krämer am 28. September in die Digitalstadt Ahaus ein und stellten die aktuellen Themen des Landesverbandes vor. Bernadette Spinnen, bcsd-Bundesvorsitzende und Leiterin des Stadtmarketings im nahegelegenen Münster, sprach mit den rund 40 Teilnehmer:innen über aktuelle Trends und die Zukunft des City- und

Stadtmarketings. Ergänzt wurde das Vortragsprogramm durch den Bericht aus Berlin sowie von Praxisbeispielen aus Essen und Bielefeld. Lars Büttner stellte die u.a. mit dem Tourism Innovation Award ausgezeichnete Mixed-Reality-Zeitreise „Essen 1887“ nicht nur vor, sondern ermöglichte es den Anwesende durch die mitgebrachten Nreal Light Brillen direkt einen hautnahen Eindruck des Projektes. Ebenfalls mehrfach ausgezeichnet, u.a. als Stadtimpulse-Projekt, ist das Sponsorennetzwerk „Bielefeld-Partner“. Von Kati Bölefahr, Bielefeld Marketing GmbH, erfuhren die Teilnehmer:innen, wie der Erfolg dieser Allianz zwischen Stadtmarketing und lokalen Unternehmen und Institutionen zustande gekommen ist. Im Fokus der Veranstaltung stand aber natürlich die Gastgeberstadt Ahaus mit ihrer umfassenden digitalen Struktur und vielfältigen digitalen Angeboten, die u.a. das dortige Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit dem ortsansässigen Unternehmen Tobit.Software realisiert. Diese stellte Dieter van Acken zum einen in einem Vortrag vor, zum anderen konnten sich die Teilnehmer:innen bei der Stadtführung am Nachmittag selbst einen direkten Eindruck verschaffen.

Am 12. Oktober traf sich der Landesverband **Rheinland-Pfalz** auf Einladung der Landessprecherinnen Miriam Schuff und Jennifer Tschirner in Koblenz. Neben der Begrüßung durch den Koblenzer Oberbürgermeister David Langner und dem von bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block gehaltenen Bericht aus Berlin, stand vor allem die gemeinsame Diskussion aktueller Themen, die vorab von den Teilnehmer:innen eingereicht werden konnten, auf dem Programm. Dazu gehörten etwa die steigenden Kosten für Veranstaltungen und die dadurch zunehmend wichtiger werdende Zusammenarbeit mit der Politik sowie der Einfluss der GEMA-Gebühren auf die

Themen

Seite 1

[Neues aus den Landesverbänden](#)

Seite 3

[Deutscher Stadtmarketingtag 2023](#)

[KI im Stadtmarketing](#)

Seite 4

[Social Media Seminar](#)

Seite 5

[Smart City Index](#)

Seite 6

[Hanau kauft Kaufhof](#)

[Studie Markthallen](#)

[Wettbewerb Gemeinsam aktiv - Handel\(n\) vor Ort](#)

Seite 7

[Fachverband Bürgerbeteiligung](#)

[Interview des Monats](#)

[Deutscher Tourismustag](#)

Seite 8

[Christmasworld 2024](#)

[Jobbörse](#)

[Zahlen des Monats](#)

Seite 9

[Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder](#)

Seite 11

[Trend der Zukunft](#)

Seite 12

[Seminartermine / ICR](#)

[Terminkalender](#)

Durchführung von Veranstaltungen. Abgerundet wurde der Tag durch einen Stadtrundgang, bei dem Einblicke in die Quartiersbildung und den Umgang mit Leerständen geboten wurden.



Die vielfältigen Projekte aus der Digitalstadt Ahaus, die bereits beim Landesverbandstreffen NRW Thema waren, stellte Dieter van Acken auch beim Landesverbandstreffen in **Baden-Württemberg** am 20. Oktober vor. Auch wenn sich die Teilnehmer:innen in Pforzheim nicht wie ihre Kolleg:innen in NRW direkt ein Bild vor Ort machen konnten, bekamen sie doch einen Eindruck davon, dass es nicht immer ein großes Projekt mit großen Partnern sein muss, sondern jeder selbst mit digitaler Unterstützung viel für die Bürgerinnen und Bürger in der eigenen Stadt erreichen kann. Auf der Agenda der ca. 30 Teilnehmer:innen stand neben diesem Vortrag, dem Erfahrungsaustausch, dem Bericht aus Berlin und der Vorstellung eines Visions Concept Stores aus Tübingen auch ein Einblick in die Arbeit des Stadtmarketings Pforzheim, die Geschäftsführer Oliver Reitz sehr anschaulich wiedergab. Bevor der Tag mit einem Stadtrundgang endete, wurde die neuen alten Landesbeauftragten gewählt. Wir freuen uns sehr, dass Marcus Schmid, Bürgermeister von Erlenmoos, das Amt des Landesbeauftragten für weitere zwei Jahre ausüben wird und Anna Bierig, Geschäftsführerin der StaRT Stadtmarketing & Tourismus Reutlingen GmbH, erneut zu seiner Stellvertreterin gewählt wurde.

Auch eine Premiere gab es am 20. Oktober: Der in diesem Jahr neugegründete Landesverband **Bayern** lud zu seinem ersten Landesverbandstreffen nach Augsburg ein. Und bereits das erste, von den beiden Landesbeauftragten Cornelia Böhm und Andreas Maier organisierte, Treffen bot ein umfassendes und vielfältiges Programm. Der Fokus lag dabei auf der Netzworkebildung und der interregionalen Zusammenarbeit. Die Bedeutung interkommunaler Synergien betonte auch Augsburgs Oberbürgermeisterin Eva Weber in ihrem Vortrag. Neben ihr befanden sich



Foto: Augsburg Marketing

Stadtmarketing-Vertreter aus ganz Bayern, sowie Delegierte von cima, bcsd, der Regierung von Schwaben, des Bayerischen Gemeindetags, des Bayerischen Städtetags, des Handelsverband Schwaben und des Wirtschaftsministeriums unter den Anwesenden. In den Vorträgen und Diskussionen wurde u.a. über die wirtschaftliche Lage der Innenstädte und über Fördermöglichkeiten gesprochen. Der Augsburger Citymanager Heinz Stinglwagner stellte zudem die Light Nights Augsburg vor, die an diesem Tag begannen.

Save the Date: Deutscher Stadtmarketingtag 2024

Auch im kommenden Jahr wird es wieder viele Gelegenheiten zum Austausch und zum Netzwerken in den bcsd-Landesverbänden und bundesweit geben. Die nächste Möglichkeit, mit Stadtmarketingakteuren aus ganz Deutschland in Kontakt und Austausch zu kommen, bietet Ihnen der Deutsche Stadtmarketingtag 2024, der vom **21. bis 23. April in Wuppertal** stattfinden. Merken Sie sich dieses Datum schonmal vor! Alle weiteren Informationen zur Tagung erhalten Sie frühzeitig im bcsd-Newsletter und auf www.stadtoptimisten.de

ANZEIGE

Wie attraktiv ist Ihre City?
Passantenfrequenz ist die Messzahl.

MESSEN – VERGLEICHEN – PROFITIEREN
mit hystreet.com

Mehrwerte

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

www.hystreet.com

Das größte Netzwerk für Passantenfrequenzen
97 STÄDTE
253 STANDORTE
6 LÄNDER

www.hystreet.com

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

Per KI durch das Stadtmarketing-Universum: Wo gehts lang, wo gehts hin und wie verlieren wir nicht den Boden unter den Füßen

Kommunikation ist seit jeher Spiegel und Wegweiser der Gesellschaft, ein Fundament, das uns Orientierung und Identität bietet. Gerade heute, da KI-Technologien immer mehr Bereiche unseres Lebens durchdringen, wird Kommunikation zu einer entscheidenden Instanz, die uns hilft, den rasanten Wandel zu verstehen und zu gestalten. KI ist aber nicht nur ein neuer medialer Akteur auf der Bühne des Marketings, sondern auch ein Partner, der uns neue Möglichkeiten in allen Bereichen eröffnet, in denen Daten eine Rolle spielen. Von der Datenanalyse bis hin zum Networking, von

Kommunikation und Marketing, über Bürotechnologie, Verwaltung und Medienproduktion kann KI neue Perspektiven eröffnen und uns helfen, die Grenzen des Möglichen zu erweitern. Weiteres dazu erfahren Sie **hier**.

Digital vernetzt: Warum Social Media für das Stadtmarketing unverzichtbar ist



Erstellt mit Unterstützung von ChatGPT

In unserer sich rasant digitalisierenden Welt hat die Präsenz in den sozialen Medien für das Stadtmarketing längst an Relevanz gewonnen. Kanäle wie Instagram oder LinkedIn sind nicht mehr nur Orte für private Interaktionen, sondern haben sich zu mächtigen Plattformen entwickelt, mit denen eine breite Zielgruppe effizient und zielgerichtet angesprochen werden kann. Für Stadtmarketing-Verantwortliche bedeutet dies, dass sie nicht nur Informationen verbreiten, sondern auch direkt mit Menschen und Unternehmen interagieren und wertvolles Feedback erhalten können. Durch die Beobachtung von Trends und Diskussionen in sozialen Netzwerken können sie schnell auf die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Zielgruppen reagieren und ihre Strategien entsprechend anpassen. Gerade in

Krisenzeiten hat sich Social Media als unverzichtbares Instrument erwiesen, um Fehlinformationen zu korrigieren und die Bevölkerung zeitnah zu informieren. Für Mitarbeiter:innen des Stadtmarketings sind Kenntnisse in Social Media daher nicht mehr nur ein „nice to have“, sondern ein essenzielles Werkzeug in ihrer täglichen Arbeit. Dieses Potenzial gilt es zu erkennen und in regelmäßige Weiterbildung zu investieren.

WIE NUTZEN SIE SOCIAL MEDIA?

DIESEN KANAL NUTZE ICH PERSÖNLICH AM MEISTEN...

LinkedIn - weil ich mich hier bundesweit mit anderen Verantwortlichen im Öffentlichen Dienst vernetzen und austauschen kann

SOCIAL MEDIA IST FÜR MICH UND MEINE ARBEIT...

die Chance auf direkte, einfache Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern. Ich kann schnell Informationen transportieren oder auch Fragen stellen. Und ebenso bekomme ich direkt mit, was die Menschen bewegt oder wo sie Sorgen haben.

STADTMARKETINGORGANISATIONEN SOLLTEN SOCIAL MEDIA NUTZEN, WEIL...

es großartige Möglichkeiten bietet, neue Zielgruppen zu erreichen, das Image der Stadt mitzugestalten und echten Dialog zu schaffen



Julia Lupp
Social Media Expertin

Jetzt für das Seminar „Social Media für das Stadtmarketing“ anmelden

Angesichts der beschriebenen hohen Relevanz von Social Media für das Stadtmarketing bieten wir genau zu diesem Thema am **17. November** ein Online-Seminar an. In dem interaktiven Tagesworkshop vermittelt Social Media Expertin Julia Lupp die Grundlagen für die Nutzung von Social Media. Erfahren Sie u.a. welche Kanäle sich für wen und für was eignen und wie Sie ein Konzept erstellen, dass zu Ihrer Stadt, Zielen und Ressourcen passt. Sie nutzen Social Media noch nicht für Ihr Stadtmarketing? Oder nutzen Sie es zwar schon, aber möchten strukturierter und professioneller damit arbeiten? Dann melden Sie sich **hier** noch für das Seminar an! Das Seminar kann als Wahlmodul für die ICR-Weiterbildung anerkannt werden.

Smart City Index

Zum fünften Mal erhob der Digitalverband Bitkom nun den Index, welcher deutsche Städte nach Digitalisierungs- und Smart-City-Kriterien bewertet. Der Smart City Index basiert auf über 12.700 Datenpunkten für 81 Städte und untersucht fünf Bereiche: Verwaltung, IT und Kommunikation, Energie und Umwelt, Mobilität sowie Gesellschaft und Bildung. Nach vier Jahren an der Spitze wandert Hamburg auf den zweiten Platz, sodass München nun mit 84,5 von 100 möglichen Punkten den Spitzenplatz übernahm. Darauf folgten Köln, Nürnberg, Aachen und Dresden schaffte. Im Bereich der Verwaltung führen Düsseldorf und Regensburg, Trier brilliert in Energie und Umwelt und Kiel ragt in IT und Kommunikation. Auf der Bundesebene führen Baden-Württemberg, Bayern und Sachsen durch ihrer Digitalisierungsbemühen während Niedersachsen und Nordrheinwestfahlen unter dem Durchschnitt liegen.

Die komplette Auswertung sowie weitere Informationen finden Sie **hier**.

ANZEIGE



**Die Nr. 1 für digitale
Stadtgutscheine**

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

Mit der Erfahrung aus über **100** Städten

Jetzt informieren

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

stadt Guthaben
Das lokale Gutscheinsystem

www.stadt Guthaben.de

Hanau kauft Kaufhof

Die Schließung zahlreicher Karstadt-Kaufhof-Filialen führt zu großen Leerständen. Auch die Kaufhof-Filiale in Hanau soll bis zum 31. Januar 2024 geschlossen werden. Doch die kleinste der hessischen Großstädte begegnet dieser Entwicklung aktiv und kauft selbst die 16.000 Quadratmeter große Immobilie in zentraler Lage am Marktplatz. Das Votum im Parlament fiel einstimmig aus, der Kaufpreis von 25 Millionen Euro soll in den Nachtragshaushalt der Stadt eingestellt werden und muss noch vom Regierungspräsidium Südhessen genehmigt werden. Für den Sommer 2024 ist dann zunächst ein Übergangprojekt geplant, das Kindern und Jugendlichen im Rahmen einer Forschungseinrichtung Themen aus dem MINT-Bereich näherbringen soll. Die Hanau Marketing GmbH, die auch für das Stadtentwicklungsprogramm Hanau aufLaden" zuständig ist, arbeitet bereits an weiteren Zwischennutzungen und Nutzungskonzepten. Zudem gab es eine Bürgerversammlung am 30. Oktober 2023, um weitere Ideen für die zukünftige Nutzung zu sammeln. Nach Sanierung und Umbau soll der neue „Kaufhof“ voraussichtlich 2028 eröffnet werden. Weitere Informationen finden Sie hier.

Aktuelle Studie zu Markthallen in Deutschland

Was sind die aktuellen Trends und standortabhängige Erfolgsfaktoren bezüglich der Markthallen in Deutschland? Dieser Fragen haben sich die BBE Handelsberatung GmbH und IPH Handelsimmobilien in einer aktuellen Studie gewidmet und die Ergebnisse in einem Whitepaper veröffentlicht. Auf Grundlage der Analyse von 30 Markthallen wurde dabei eine Einteilung in drei Cluster vorgenommen: Die klassische Markthalle, Hallen mit einem Fokus auf Gastronomie und gemischte Hallen. Eine weitere Kategorisierung erfolgte nach Parametern wie Lage, Größe, Einwohnerzahl, Wirtschaftskraft und Verkehrsanbindung. Mit der Studie möchten die Initiatoren dazu beitragen, nachhaltige Ansätze für die Positionierung von Markthallen zu entwickeln und ihr Potenzial für die Städte weiter auszuschöpfen. Die Studie finden Sie **hier**.



Erstellt mit Unterstützung von ChatGPT

„Starker Handel – Starke Zentren“: Auszeichnung für niedersächsische Projekte

Am 19. Oktober 2023 wurden in Hannover die Preisträger:innen des 6. landesweiten Wettbewerbs „Gemeinsam aktiv - Handel(n) vor Ort“ von Wirtschaftsminister Olaf Lies ausgezeichnet. Unter dem Motto „Starker Handel - Starke Zentren“ wurden Einzelhandelsunternehmen, Standortgemeinschaften und Genossenschaftsmodelle für ihre herausragenden Ideen und Projekte zur Stärkung des Einzelhandels und der Innstädte prämiert. Unter den Gewinner:innen befindet sich u.a. das Projekt „Nacht im Kaufhaus für Kinder“ aus Osnabrück, beim dem an ausgewählten Samstagen das Kaufhaus bis 23 Uhr geöffnet ist und Kindern 25 Spiel-Stationen bietet.

Ausgezeichnet wurde auch das Projekt "Die City-Offensive Bramsche - gemeinsam für eine starke Innenstadt!", bei dem die Umgestaltung der Innenstadt im Vordergrund steht. Weitere Informationen sowie die Liste aller Preisträger innen finden sie **hier**.

Gründung Fachverband Bürgerbeteiligung

Die deutsche Berufsverbandslandschaft ist um einen Verband reicher, der sich einem mit dem Stadtmarketing verwandten und verknüpften Thema widmet: Im Oktober 2023 hat sich der Fachverband Bürgerbeteiligung gegründet. Der neue Verein richtet sich an alle, die im Bereich Bürgerbeteiligung tätig sind und hat sich zur Aufgabe gemacht, ihre Interessensvertretung zu sein, Wissen zu bündeln sowie Erfahrungen aufzubereiten und sie Politik und Gesellschaft zur Verfügung zu stellen. Alle Informationen zum Fachverband Bürgerbeteiligung finden Sie **hier**.



Eliza Diekmann, Bürgermeisterin aus Coesfeld

Das Thema Bürgerbeteiligung spielt auch in dem Interview eine große Rolle, das bcscd-Referentin Annemarie Renker mit der Coesfelder Bürgermeisterin Eliza Diekmann geführt hat. Eliza Diekmann gibt darin Einblicke in die konkreten Maßnahmen, mit denen sich Transformationsprozesse für eine lebendige Innenstadt, die die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz mitdenken, durchführen lassen. Sie beschreibt, wie sie die Bürger:innen für die Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit begeistert, aber die Beteiligung auch einfordert.

Das Interview finden Sie auf unserem **Youtube-Kanal**.

Deutscher Tourismustag in Bielefeld

Unter dem Motto „Kompass für den Tourismus: Mit dem Klima wandeln“ findet am 22. und 23. November der Deutsche Tourismustag in Bielefeld statt. Das Programm der Fachtagung umfasst Impulsvorträge wie die Keynote „Zieht euch warm an, es wird noch heißer“ des Diplom-Meteorologen und Buchautors Sven Plöger sowie Sessions zu den Themen „Tourismuspolitik und Finanzierung“, „Nachhaltiger Urlaubs- und Lebensraum“, „Digitalisierung und Daten“ und „Trends und neue Perspektiven“. Am 23. laden die Bielefeld Marketing GmbH, bcscd-Mitglied, und die Lippe Tourismus & Marketing GmbH zu einer feierlichen Abendveranstaltung in den Lokschruppen Bielefeld ein. Alle Informationen zum Deutschen Tourismustag finden Sie **hier**.

Deutscher Tourismuspreis 2023

Im Rahmen der Abendveranstaltung findet auch die Verleihung des „Deutschen Tourismuspreises 2023“ statt. Drei der ursprünglichen 73 eingereichten Projekte können sich über die Auszeichnung freuen. Sie werden anhand der Kriterien „Innovation“, „Soziale Nachhaltigkeit und Qualität“, „Ökonomische Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Effekte“ sowie „Ökologische Nachhaltigkeit“ ausgewählt. Ebenfalls an diesem Abend wird der ADAC-Publikumspreis vergeben. Bis zum 13.

November können Sie **hier** noch für Ihren Favoriten unter den fünf Projekten, die im Finale stehen, abstimmen.

Save the Date: Christmasworld 2024

Merken Sie sich schonmal den Termin für die Christmasworld 2024 vor! Vom **26. bis 30. Januar** findet die internationale Leitmesse für saisonale und weihnachtliche Dekoration wieder in Frankfurt am Main statt und bietet Ihnen einen Überblick über die Trends der kommenden Festzeit. Auch die bcsd wird wieder als Partner dabei sein. Alle Informationen zur Christmasworld finden Sie **hier**.

Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Wirtschaftsförderungsgesellschaft Tübingen GmbH	Citymanager_in (m/w/d)	19.11.2023
Stadt Flensburg	Leitung des Innenstadtmanagements (m/w/d)	30.11.2023
Stadt Velbert	Abteilungsleiter/-in Stadtmarketing (m/w/d)	20.11.2023
Herrenberg Stadtmarketing e.V.	Citymanager:in & Geschäftsführer:in (m/w/d)	19.11.2023
Stadt Bückeberg	Mitarbeiter/in (m/w/d) für die Wirtschaftsförderung	12.11.2023
Stadtmarketing und Tourismus GmbH Esslingen	Leiter/in Tourist-Information (m/w/d)	k.A.

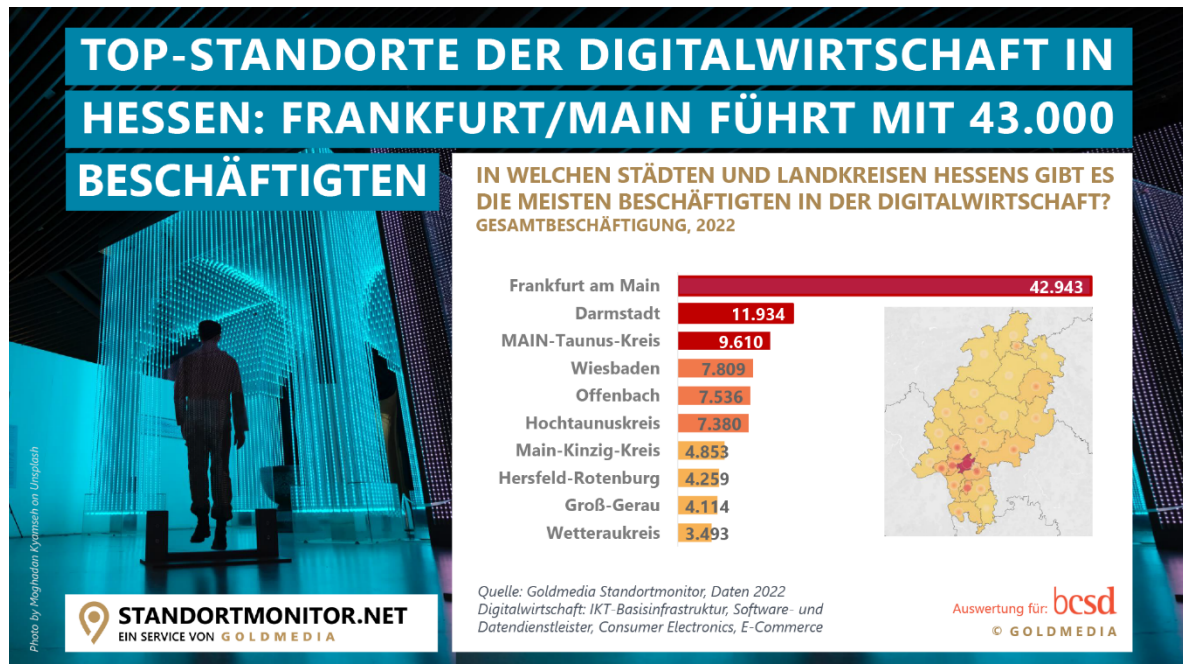
Zahlen des Monats

Am 9. und 10. November treffen sich die Wirtschaftsförderer der Städte und Regionen zur ihrer jährlichen Tagung in Frankfurt am Main. (siehe unser Veranstaltungskalender) Damit geht der Blick in unserer Rubrik „Zahlen des Monats“ diesmal nach Hessen. Digitalisierung und Transformation sind wichtige Themen, um die es auch beim „Forum Deutscher Wirtschaftsförderungen“ gehen wird. Ein Indikator für den Stand der Digitalisierung ist die Beschäftigtenstruktur im Bereich Digitalwirtschaft. Die Statistik zeigt, dass es in der bevölkerungsreichsten Stadt Hessens auch die meisten Beschäftigten in der Digitalwirtschaft gibt. Auf den Plätzen folgen Darmstadt, das zum Thema Digitalisierung 2022 Gastgeberstadt des Deutschen Stadtmarketingtags war, und der Main-Taunus-Kreis. Daten und Fakten, mit denen sich für den eigenen Standort als moderne und zukunftsorientierte Stadt gut werben lässt.

Gezählt wurden alle Beschäftigten der Bereiche IKT-Basisinfrastruktur, Software- und Datendienstleister, Consumer Electronics und E-Commerce.

Die Daten entstammen der interaktiven Datenbank für Standortdaten **Standortmonitor.net** von Goldmedia.

Weitere Informationen: support@standortmonitor.net oder www.standortmonitor.net.



Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bscd

Stadt Hilden



Mit rund 58.000 Einwohnern ist Hilden die viertgrößte Stadt im Kreis Mettmann und gehört zu den am dichtesten besiedelten Städten Deutschlands. In unmittelbarer Nähe liegen die bekannten Metropolen Düsseldorf (15 km) und Köln (39 km). Nicht zuletzt dank seiner einzigartigen Lage und Anbindung an nahegelegene Bahnhöfe, Autobahnen und (Flug-)Häfen ist Hilden eine 1A Handels- und Großhandelsstadt, die als Mittelzentrum höchsten Ansprüchen genügt und Unternehmen unvergleichliche Vorteile bietet.

Dabei ist Hilden nicht nur ein optimaler Firmenstandort, sondern auch als Wohnort eine gute Wahl. Dafür sprechen zahlreiche unterschiedliche Bildungseinrichtungen, vielfältige Freizeitangebote und eine ausgesprochen familienfreundliche Umgebung. In Hilden kaufen die Menschen gerne ein – in einer attraktiven Fußgängerzone mit vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten, Serviceangeboten und Gastronomie. Die Zentralitätskennziffer von 123,5% belegt, dass Hilden auch Anziehungspunkt für zahlreiche Kunden von Außerhalb ist. Abgerundet wird die Attraktivität Hildens

durch zahlreiche Veranstaltungen. Der Erhalt und die Weiterentwicklung der Stadtattraktivität ist die zentrale Aufgabe des Stadtmarketings, im Einklang mit Politik und Bevölkerung. Da diese Aufgabe in 2024 von der Stadtmarketing Hilden GmbH an die Verwaltung der Stadt Hilden übertragen wird, ist diese nun neues Mitglied im bcsd geworden.

MGNFY GmbH

Innovatives Ticket-Marketing für städtische Veranstaltungen–Willkommen bei MGNFY.

The logo for MGNFY is displayed in a bold, red, sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a slight shadow effect. The 'M' and 'G' are the largest, followed by 'N', 'F', and 'Y'.

Bei MGNFY sind wir auf Ticket-Marketing für städtische und kulturelle Veranstaltungenspezialisiert. Dazu gehören Events und Projekte wie das Waltroper Parkfest, das BautzFestival in Lüdenscheid oder Recklinghausen Leuchtet.

Unser Fokus liegt darauf, Zielgruppen gezielt über digitale Marketing-Maßnahmen anzusprechen, langfristige Relevanz für unsere Kunden zu etablieren und den Ticketverkauf nachhaltig zu steigern. In den letzten zwei Jahren haben wir erfolgreich mit über 150 Veranstalter:innen zusammengearbeitet und gemeinsam mehr als 1.500.000 Tickets verkauft.

Unsere Expertise im Bereich Ticket- und Kultur-Marketing ermöglicht es uns, innovative Strategien zu entwickeln und den Herausforderungen des digitalen Zeitalters zu begegnen. Unsere Dienstleistungen decken ein breites Spektrum an maßgeschneidertem Marketing ab, um Ihre Veranstaltung bestmöglich zu unterstützen. Dabei setzen wir auf moderne Technologien und kreative Ansätze, um den Erfolg Ihrer Veranstaltung zu steigern.

Wenn Sie auf der Suche nach einem Partner sind, der Ihr Ticket-Marketing auf das nächste Level bringt, sind wir für Sie da. Vertrauen Sie auf unsere Erfahrung und lassen Sie uns gemeinsam mehr Tickets verkaufen. Willkommen bei MGNFY–Ihrem Ticket-Marketing-Experten für städtische und kulturelle Events.

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**.

Physischer Erlebnisraum für Netflix-Fans



Das US-amerikanische Medienunternehmen Netflix führt das physische Einzelhandelskonzept "Netflix House" ein, das von beliebten Serien inspirierte Waren anbietet. Es wird auch interaktive Veranstaltungen und gastronomische Erlebnisse bieten. Zu den ersten Standorten gehören ein von der Dramaserie Squid Game inspirierter Hindernisparcours, Kunstinstallationen und Live-Auftritte. Die ersten beiden Läden sollen 2025 in den USA eröffnet werden, eine weltweite Expansion ist geplant. Dieser Schritt folgt auf frühere Experimente

von Netflix mit Pop-up-Erlebnissen und einem Spielautomaten mit dem Thema Squid Game. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Spielplatz für Erwachsene



Das belgische Krankenversicherungsunternehmen Helan hat mit dem Ziel, Erwachsene zu mehr Bewegung im Alltag zu animieren, eine sportliche Sitzbank entworfen. So sind in Kooperation mit dem RAAK Design Studio vier unterschiedliche Bänke entstanden. Eltern, die üblicherweise gelangweilt am Spielplatzrand verharren bis der Nachwuchs sich ausgetobt hat, werden aktiviert. Eine Bank, die auf einer einzelnen Sprungfeder balanciert, zwingt Sitzende, ihre Körpermitte anzuspannen, um die wackeligen Bewegungen auszugleichen, während

eine andere Bank nur über ein Klettergerüst zu erreichen ist. So soll einem altersbedingten Muskelabbau vorgebeugt werden. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Luxus-Zentrum für Handwerkskunst



LVMH plant die Eröffnung eines Ausbildungszentrums in Paris, in dem das Institut des Métiers-d'Excellence-Programms von Louis Vuitton sowie Workshops für die Öffentlichkeit angeboten werden sollen. Das Gebäude mit einer Fläche von rund 2.000 Quadratmetern wird ein ganzheitliches Zentrum für Handwerkskunst sein und als physisches Zuhause für das LVMH-Ausbildungsprogramm dienen. Es wird das Know-how der Maisons der Gruppe

präsentieren und einen Raum für Ausbildung, Austausch und Kreativität für interne Talente bieten. Außerdem wird es ein Café, einen Tagungsraum, eine Bibliothek und Handwerksworkshops für die Öffentlichkeit geben. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Seminar- und ICR-Termine

17.11.2023, Social Media für das Stadtmarketing, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online

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

Termine

06./07.11.2023, **Kooperationsforum Stadtmarketing**, Stadtimpulse vor Ort, 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

22. – 23.11.2023, **Deutscher Tourismustag**, Deutscher Tourismusverband (DTV), Bielefeld

26. – 30.01.2023, **Christmasworld**, Messe Frankfurt, 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.