

# Newsletter 11-2021

## Weihnachtsmärkte in Pandemie-Zeiten



Das Stadtmarketing hat sich in Pandemiezeiten bewiesen, mit Handlungsstärke, Geschwindigkeit, Anpassungsfähigkeit und Kreativität. Wir sprechen wohl für alle, wenn wir sagen, dass wir gehofft hatten, dass dieses „Feuerwehr spielen“ wieder einem planvollen „Stadt (um)gestalten“ weicht – nun sind die Diskussion des letzten Jahres und die Belastung des Gesundheitssystems wieder zurück. Bezüglich der Organisation von Veranstaltungen steht das Stadtmarketing wieder vor einem Dilemma.

Werden Veranstaltungen, die nun mal komplex sind und langen Vorlauf benötigen, früh abgesagt, dann herrscht Enttäuschung und sowohl beim Stadtmarketing als auch bei unseren Freunden den Schaustellern und allen Akteuren der Veranstaltungsbranche geht wieder die Angst um das wirtschaftliche Überleben um. Werden die Weihnachtsmärkte hingegen durchgeführt, dann wächst der Druck von allen Seiten: Neue, kurzfristige Verordnungen, die die Durchführung erschweren oder unmöglich machen sowie der Druck der medialen Öffentlichkeit sind zwei Beispiele.

Dabei wird gerade den Weihnachtsmärkten ihre Strahl- und Anziehungskraft zum Verhängnis. Es ist ein nachvollziehbarer Reflex, angesichts der aktuellen Belegung der Intensivstationen, die Absage der Weihnachtsmärkte zu fordern oder wie teilweise geschehen (faktisch) zu beschließen. Teilweise schlecht gelüftete Innenräume in den Kneipen und Restaurants in der Stadt und die Märkte in den Nachbarstädten bieten keine sinnvolle Alternative. Insofern freuen wir uns über jeden Weihnachtsmarkt, der mit den für die Sicherheit aller nötigen Hygienemaßnahmen im Freien durchgeführt werden kann und den Menschen in belastenden Zeiten ein Stück Normalität gibt. Wenn die lokalen Gegebenheiten keine für alle Seiten sichere und befriedigende Organisation der Veranstaltung ermöglichen, dann ist allerdings die Absage die richtige Konsequenz. Es gilt regionale und lokale Unterschiede zu berücksichtigen und nicht durch „Gleichmacherei“ vermeintliche Gerechtigkeit herzustellen.

Der Winter 2021 ist insofern anders als es einen Impfstoff gibt, der schlimmeres verhindert und gleichzeitig nicht sorglos machen darf. Wir wünschen allen Entscheidern, dass sie das „richtige“ Maß finden – es ist eine verantwortungsvolle Aufgabe, bei der es viele Dinge abzuwägen gibt und man auf jeden Fall Kritik erntet. Aus diesem Dilemma werden uns nur viele weitere Impfungen herausführen. Daher rufen wir dazu auf, in Ihren Städten für die Impfungen zu werben. Viele

## Themen

### Seite 1

Weihnachtsmärkte in Pandemie-Zeiten

### Seite 2

bcsd-Mitgliederportal startet

bcsd in den sozialen Netzwerken

### Seite 3

Fortschritt für die Stadt von morgen wagen

Landesverband Baden-Württemberg

### Seite 4

Zukunftsfeste Innenstädte

Persönlichkeiten im Stadtmarketing

### Seite 5

Sieger Kulturmarken-Awards 2021

Sieger Deutscher Nachbarschaftspreis

### Seite 6

Nominierte und Verleihung Deutscher Tourismuspreis

### Seite 7

Kunst kann überall

Stadtlabore

Kinder und Jugendliche sicher im Quartier

### Seite 8

Aktuelle Projekte

### Seite 9

Kurz gemeldet

Jobbörse

### Seite 10

Fördermitglieder

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder

### Seite 11

Der Trend der Zukunft

### Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

Terminkalender

Stadtmarketingorganisationen sind bereits aktiv geworden, beispielsweise auch bei der Organisation eines (mobilen) Impfzentrums, mit der Einrichtung von Impfangeboten in der Innenstadt oder einfach der kommunikativen Unterstützung. Anreize, empathisch ansprechende Kampagnen (**hier** das Beispiel **Leben statt Lockdown** und **hier** das Beispiel Penny), Ansprache durch „Prominente“ (**hier** das Beispiel David Hasselhoff) und auch Druck, alles was hier hilft sollte gemacht werden – wir profitieren alle davon, wenn vielleicht auch nicht gleichermaßen. Wie dies weiter geschehen kann, das ist vielleicht eines der ersten Themen, die auf dem neuen Mitgliederportal diskutiert werden.

### ANZEIGE

**Die Nr. 1 für digitale Stadtgutscheine**

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

Mit der Erfahrung aus über **60** Städten

**Jetzt informieren**

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

**stadt Guthaben**  
Das lokale Gutscheinsystem

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

### bcsd-Mitgliederportal startet

**bcsd** Bundesvereinigung  
City- und Stadtmarketing  
Deutschland e.V.

Gestern war es so weit: Das bcsd Mitgliederportal wurde freigeschaltet. Damit wurde ein neuer, direkter Kommunikationskanal für die Mitgliedschaft geschaffen, über den Direktnachrichten versendet werden können, Diskussionen in Gruppen geführt werden können, Erfahrungsaustausch noch viel einfacher passieren kann, Dokumente geteilt werden können, Blitzumfragen beantwortet werden können, und vieles mehr. Beim Mitgliederportal können alle Mitarbeiter:innen einer Mitgliedsorganisation einen eigenen Account/Zugang bekommen und die für sie passenden Gruppen und Themen wählen. Wir freuen uns sehr darauf, die neuen Funktionen ausgiebig mit Ihnen zu nutzen. Im Dezember haben wir hinter einigen Türcchen exklusive Inhalte versteckt, die nach und nach nutzbar werden. bcsd-Mitglieder haben gestern E-Mails mit Hinweisen zum Zugang zum Portal erhalten. Bereits nach einem Tag sind über 150 Stadtmarketingverantwortliche registriert – wir sind begeistert! Registrieren auch Sie sich und Ihre Kolleg:innen. Los geht's.

## Fortschritt für die Stadt von morgen wagen - Einschätzung zum Koalitionsvertrag



Eine neue Regierung für unser Land ist im Werden und viele sind gespannt, was das konkret für uns als Bürger:innen aber auch für das Stadtmarketing bedeutet. Der kürzlich vorgelegte Koalitionsvertrag liefert dazu bereits einen Rahmen. Jürgen Block, bcsd-Geschäftsführer, gibt in Interviewform Einschätzungen, was auf die Städte und das Stadtmarketing zukommen wird, was das Stadtmarketing und die Regierungsarbeit gemein haben, was er von der neuen Regierung erwartet und wofür sich die bcsd einsetzen möchte. **Hier** finden Sie das Interview in voller Länge.

## bcsd in den sozialen Netzwerken

Seit rund einem Jahr ist die bcsd beim Nachrichtendienst Twitter und auf dem berufsbezogenen sozialen Netzwerk LinkedIn aktiv. Von der LinkedIn Präsenz gibt es nun erfreuliche Nachrichten zu verkünden: Wir haben die magische 1.000er Marke geknackt. Wir freuen uns, dass der Austausch auf LinkedIn so gut angenommen wird. Nicht nur, dass wir unsere eigenen Beiträge platzieren können, wir haben über diese Plattform schon viele andere spannende Initiativen, Journalist:innen, Vereine/Verbände, Akteur:innen kennen lernen dürfen, die sich für eine aktive (Innen)Stadt einsetzen. Wir freuen uns, wenn das Netzwerk sich online nicht nur vergrößert, sondern auch verstetigt und die Kontakte noch intensiver werden. **Hier** finden Sie unsere Präsenz bei LinkedIn. Wenn Sie uns dort in Ihren Posts erwähnen wollen, dann können Sie das gerne mit @Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. tun. Auf die nächsten 1.000!

## Landesverband Baden-Württemberg



Der **Landesverband Baden-Württemberg** traf sich am 12. November in Nagold. 25 Teilnehmer:innen kamen zum Erfahrungsaustausch zusammen und diskutierten über Digitalisierung, Stadtgutscheine, Verkaufsoffene Sonntage, die Transformation der Innenstadt, Stadtentwicklung, Weihnachtsmärkte, die Folgen der Pandemie und viele weitere Themen. Zudem standen turnusgemäß Wahlen auf dem Programm. Der bisherige Landesverbandssprecher Thomas Goldschmidt aus Friedrichshafen trat nach viereinhalb Jahren nicht mehr zur Wahl an und wurde mit viel Applaus verabschiedet. Zum neuen Landesbeauftragten wurde Marcus Schmid aus Weingarten gewählt. In ihrem Amt als stellvertretende Landesverbandsbeauftragte wurde Anna Bierig aus Nagold (bald Reutlingen) bestätigt. Auch vom Vorstand und der Geschäftsstelle möchten wir Thomas Goldschmidt nochmals herzlich für sein großes ehrenamtliches Engagement im Landesverband herzlich danken!

## Ergebnisse der Studie „Zukunftsfeste Innenstädte“ vorgestellt



Im Sommer haben wir uns als Verband in der Vor- und Nachbereitung an der Studie „Zukunftsfeste Innenstädte“ beteiligt. Der Rücklauf war mit rund 750 befragten Kommunen, Stadtmarketing-Organisationen und Wirtschaftsvereinigungen überwältigend – hierfür bedanken wir uns herzlich. Die Ergebnisse der von der imakomm AKADEMIE GmbH durchgeführten Studie wurden am 03. November auf einer Online-Veranstaltung vorgestellt. Wer diese verpasst hat, hat nun die Chance, dies über YouTube nachzuholen. Bitte klicken Sie dafür **hier**. Den Link zum

Download der Studie finden Sie **hier**.

Eine Hauptforderung der Studie ist es, dass die Strukturen der kooperativen Stadtentwicklung vor Ort gestärkt werden müssen. Um das Berufsfeld Stadtmarketing weiter zu professionalisieren und zu schärfen, haben wir beispielsweise die Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaft bei der Einrichtung des Masterstudiengangs "Stadtmarketing" beraten und unterstützt. Im September 2021 ist dieser gestartet. Aktuell ist bereits die Bewerbung für das Sommersemester 2022 möglich. Informationen zum Studiengang finden Sie **hier**. **Hier** finden Sie den Link zur Teilnahme an der Studieninformationsveranstaltung am 13. Dezember ab 18 Uhr.

### ANZEIGE

## STADTGUTSCHEIN-SYSTEM

Analoges-, teil- und volldigitales Stadtgutschein-System + Stadtportal

- Teileinlösung möglich – Automatische Abrechnung – Arbeitgeberportal – Bonussystem – Gutscheinshop – Stadtportal – deutlich verbesserte Google-Sichtbarkeit der Firmen – Mitgliederverwaltung – Mitgliederabrechnung – u.v.m

[Mehr Infos](#)



**KOSTENLOS\***

\* Einmalige Initialkosten

[www.prokommun.de](http://www.prokommun.de)

## PUBLIC MARKETING Sonderheft präsentiert Persönlichkeiten im Stadtmarketing

Mit der kürzlich erschienenen Sonderausgabe „Persönlichkeiten im Stadtmarketing“ hat PUBLIC MARKETING, Medienpartner der bcsd, ein umfangreiches Nachschlagewerk mit Kontakt- und Hintergrundinformationen zu mehr als 80 Stadtmarketing-Organisationen in Deutschland herausgebracht. Die umfassende Präsentation illustriert, dass professionelles Stadtmarketing heutzutage eine zentrale Aufgabe für Städte ist. Neben den Porträts finden sich in dem Sonderheft

auch die wichtigsten Ergebnisse der Studien „Brandmeyer Stadtmarken-Monitor“ und „Vitale Innenstädte 2020“.

Die Sonderausgabe kann im Einzelverkauf zum Preis von 49 Euro zzgl. MwSt. und Versandkosten **hier** erworben werden. Übrigens: Auf ein Jahresabo der regulären Ausgaben von PUBLIC MARKETING erhalten Sie als bcsd-Mitglied 10% Rabatt. Mehr Information dazu finden Sie **hier**.

### Sieger der Kulturmarken-Awards 2021



Auch 2021 zeichnen die 2006 von dem Kulturmanager Hans Conrad Walter ins Leben gerufenen Europäischen Kulturmarken-Awards wieder zukunftsweisende Kulturprojekte in verschiedenen Wettbewerbskategorien aus. Aus insgesamt 110 Bewerbungen hat die 40köpfige Jury, der auch die bcsd als langjähriger Partner des Preises für Stadtkultur angehört, zehn Gewinner:innen ausgewählt. Da der KulturInvest!-Kongress, in dessen Rahmen die feierliche Preisverleihung stattfinden sollte, aufgrund der

aktuellen Pandemiesituation in Sachsen abgesagt werden musste, werden bzw. wurden die Preisträger:innen nun in individuellen Veranstaltungen mit einer AURICA geehrt. So kann sich in diesem Jahr die Brunnenpassage Wien über den Europäischen Preis für Stadtkultur freuen. Das seit 2007 bestehende Modellprojekt für transkulturelle Kunst überzeugt mit über 400 Veranstaltungen jährlich, einer Bekanntheit über die Grenzen Österreichs hinaus und einem Konzept, das die Vernetzung mit anderen Kulturinstitutionen in der Innenstadt zentral stellt. Als Europäische Kulturtourismusregion wird Tourismus NRW e.V. für die digitale Kampagne „100 Jahre Joseph Beuys“ ausgezeichnet. Im Rahmen der Kampagne konnte mit der Radroute „Beuys & Bike“ ein Format entwickelt werden, das auch in Zeiten der Pandemie erfolgreich funktioniert. Die AURICA für die „Europäische Trendmarke des Jahres 2021“ geht an Novi Sad in Serbien, das damit für seine Programmatik und seinen Gesamtauftritt als künftige Europäische Kulturhauptstadt 2022 ausgezeichnet wird. Eine Übersicht zu allen weiteren Preisträger:innen finden Sie **hier**.

### Die Sieger des Deutschen Nachbarschaftspreises 2021 stehen fest

Am 03. November fand die Preisverleihung des Deutschen Nachbarschaftspreises 2021, den die bcsd als Netzwerkpartner unterstützt, als hybride Veranstaltung statt. Zum bereits fünften Mal würdigt die nebenan.de Stiftung mit diesem Preis Projekte und Initiativen, die sich auf vielfältige Weise für lebendige Nachbarschaften einsetzen und damit Vorbildcharakter für andere haben. Erstmals wurden dabei dieses Jahr neben den sechzehn mit je 2.000 Euro dotierten Landespreisen, über die Sie **hier** eine Übersicht finden, auch je 5.000 Euro an Themensiegerprojekte in fünf verschiedenen Kategorien vergeben. In der Kategorie „Generationen“ konnte sich der „**Die gute Stube e.V.**“ aus München über den Sieg freuen. Die Initiative „**BAHTALO – Freude und Hoffnung**“ wurde in der Kategorie „Vielfalt“ ausgezeichnet. Die Kategorie „Kultur und Sport“ entschied das „**Silbersack Hood Gym**“ aus Hamburg für sich, der „**Eh da – Initiative e.V.**“ in Essingen die Kategorie „Nachhaltigkeit“. In der fünften Kategorie „Öffentlicher Raum“ ging der Preis an den **Dorfladen** in Schwäbisch Gmünd. Nähere

Informationen über den Preis und die Preisträger sowie den Livestream der Preisverleihung zum Nachschauen finden Sie **hier**.

### Nominierte und Online-Verleihung Deutscher Tourismuspreis

Zum 17. Mal verleiht der Deutsche Tourismusverband (DTV) den Deutschen Tourismuspreis an zukunftsweisende Produkte und Projekte im Deutschlandtourismus. Aus insgesamt 72 Bewerbungen hat die Expertenjury anhand der Kriterien Innovationsgrad, Qualität und Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit sowie Nachhaltigkeit fünf Finalisten ausgewählt. Zu den Nominierten gehören „**Das Kehrwieder Paket**“ von Fabio Haebel, Tim Mälzer und der Hamburg Tourismus GmbH, das „**destinature Dorf**“ der WERKHAUS Design und Produktion GmbH, das Projekt „**Immersion in die Nachkriegszeit - Die Königsberger Straße**“ der Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg, die „**Public Ticket Solution**“ der Berlin Tourismus und Kongress GmbH sowie die Tourismus Zentrale Saarland mit der Plattform „**Tourismuslotse Saarland – Wegweiser für den Tourismus von morgen**“. Auf der Website des Deutschen Tourismuspreises finden Sie nähere Informationen zu den einzelnen Nominierten. **Dort** können Sie sich zudem für die am 07. Dezember um 14 Uhr virtuell stattfindende Preisverleihung anmelden, bei der neben dem Deutschen Tourismuspreis 2021 auch der ADAC-Publikumspreis vergeben wird.

#### ANZEIGE

The advertisement features a central graphic with two grey silhouettes of human heads facing each other. Between them, the title 'PERSÖNLICHKEITEN IM STADTMARKETING' is written in large, bold, orange letters. Below the title, the text '80 Städte – 150 Köpfe' is displayed in black. Further down, it says 'Die Player der größten Stadtmarketing-Organisationen im Porträt'. The graphic includes an image of the book cover, which has the same title and silhouettes, and an open book showing several pages with portraits and text. A circular orange button with white text says 'JETZT BESTELLEN!'. At the bottom of the graphic, it states '160 Seiten'.

[www.publicmarketing.eu](http://www.publicmarketing.eu)

## Kunst kann überall – Preis der Stiftung Lebendige Stadt



Der jährlich ausgelobte Stiftungspreis der Stiftung Lebendige Stadt stand 2021 unter dem Motto „Kunst kann überall – Wie schaffen die Städte unter Corona kulturellen Raum?“. In der prominent besetzten Jury wirkte auch bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block mit. Die Relevanz des Themas und des Preises zeigt sich nicht zuletzt in der beeindruckenden Zahl von 256 eingegangenen Bewerbungen. Die Stadt Gevelsberg konnte die Juror:innen mit der Umnutzung eines

leerstehenden Kaufhauses zu einem Ort der stadtkulturellen Begegnung überzeugen und den Preis gewinnen. Zentral war dabei das Projekt Farbe bekennen mit einem 13 auf 13 Meter großen Wandbild. Anerkennungen erhielten Lichtenstein / Sa. für die Funkel-Fenster, Lünen für Balkon-Konzerte sowie Witten für experimentelle, innovative, hybride Kulturangebote. Eine ausführliche Beschreibung der Projekte finden Sie [hier](#).

## Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung

Das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ins Leben gerufene Projekt „Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung“ mit einem Gesamtvolumen von 11,9 Millionen Euro ist gestartet. Bis Ende 2022 wird das IFH Köln eine digitale Plattform für proaktives Leerstands- und Ansiedlungsmanagement schaffen, mit dem Ziel, dass bis Ende 2022 standardisierte Prozesse, Abläufe und Tools entwickelt werden, die eine den Innenstadtkonzepten entsprechende Nachvermietungsstrategie ermöglichen. Hintergrund sind die zunehmenden Herausforderungen, wie beispielsweise demografischer Wandel, die Auswirkungen der Pandemie, die Digitalisierung und ein verändertes Konsumverhalten, vor denen die Städte vielerorts aktuell stehen. bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block wirkt im Beirat mit. Vertiefende Informationen finden Sie [hier](#).

## Wie sicher fühlen sich Kinder und Jugendliche im Quartier?



Die Frage, wie sicher sich Kinder und Jugendliche im urbanen Raum fühlen, ist bislang kaum erforscht. Dafür fehlte es bisher an geeigneten Methoden. Diesem Mangel hat sich das Projekt INERSIKI (Instrumentenentwicklung zur Erfassung der raumbezogenen Sicherheitsbelange von Kindern und Jugendlichen) angenommen, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert und in einer Zusammenarbeit der Zentralstelle für Prävention des Landeskriminalamtes Berlin, dem Deutschen Institut für

Urbanistik (difu), der Universität Hildesheim (Institut für Psychologie) und dem Kinder- und Jugendbüro Steglitz-Zehlendorf durchgeführt wurde. Als Ergebnis des Projektes hat das difu nun unter dem Titel „Kinder und Jugendliche im Quartier – Handbuch und Beteiligungsmethoden zu Aspekten der urbanen Sicherheit“ zehn Methoden für einen niedrighschwelligen Einsatz in der

praktischen Arbeit veröffentlicht. Das Handbuch steht **hier** zum kostenlosen Download zur Verfügung. Weitere Informationen zu dem gesamten Projekt finden Sie **hier**.

## ANZEIGE

# MOBILE POP UP STATIONEN

BRANDSPACE **SO** | **M** | **XL**

## FÜR DIE KOMMUNIKATION IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Kommunizieren Sie stilvoll mit Ihren Bürgern, Besuchern und Unternehmen. Präsentieren Sie neue Ideen, Projekte oder Kultur vor Ort. Wir bieten dafür verschiedene mobile Formate und Größen.

- MOBIL
- MULTIFUNKTIONAL
- MODULAR
- MULTIMEDIA

**JETZT INFORMIEREN**

Ansprechpartner: Frey@neonred.de | www.neonred.de



[www.neonred.de](http://www.neonred.de)

## Aktuelle Projekte

Die Stadt Vöcklabruck in Oberösterreich setzt **nachhaltige Mehrwegverpackungen** ein.

Die Österreich Werbung wirbt mit einem **kostenfreien Mobile-Game** um Skiurlauber.

Visit Iceland persifliert das Metaverse und wirbt für das **Icelandverse**. **Hier** finden Sie den Film.

Die **mainzplus CITYMARKETING GmbH** hat einen mainz STORE für Tourist:innen und Bürger:innen eingerichtet. Neben der Funktion als Tourist-Information gibt es dort eine Vinothek, Souvenirs, Spezialitäten und Mainzer Lebensgefühl, das in der interaktiven Ausstellung „mainzgefühl-Experience“ erfahren werden kann. Ein **Online-Shop** ergänzt das Angebot.

Im Schwarzwald wurde das neue **Kompetenzzentrum Tourismus** eingerichtet.

Bürger:innen in Wittenberge und Perleberg haben die Möglichkeit, **als Stadtkomplizen die Innenstadt zu erkunden** und ihre Ideen für deren Entwicklung einzubringen.

Die Stadt Dortmund konnte mit dem Konzept „**Innovation Next Door – Zukunft aus der Nachbarschaft**“ den iCapital Preis gewinnen.

Die Stadt Pforzheim will die **Beschicker des abgesagten Weihnachtsmarkts unterstützen**. Als Ideen werden unter anderem ein Pop Up Store in der Innenstadt mit Waren der Händler sowie das Anbieten der Waren auf einem bereits bestehenden Online-Portal diskutiert.

Mit der Braunschweiger **Weihnachtsmarkt-Box** kann man sich als Privatperson oder Unternehmen ein Stück Weihnachtsmarkt nachhause holen.

Das Stadtmarketing in Bamberg plant einen vierwöchigen **Bamberg Markt im Frühjahr als Hilfe für die Schausteller des ausgefallenen Weihnachtsmarkts**.



## Kurz gemeldet

Die Bundesstiftung Baukultur, der Deutsche Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung, der Handelsverband Deutschland und der urbanicom e.V. haben ein **Positionspapier „So kommen Handel und Innenstädte aus der Krise“** veröffentlicht.

Der Immobilienverband Deutschland hat seinen jährlich veröffentlichten **Gewerbepreisspiegel** herausgegeben. Demnach sinken die Einzelhandelsmieten in den Großstädten deutlich, während sich Klein- und Mittelstädte robuster zeigen.

Sowohl die **Überbrückungshilfen** des Bundes als auch die **Kurzarbeiterregelung** wurden verlängert.

Die neue **ARD / ZDF Online-Studie** wurde veröffentlicht.

Die Sieger des **Wettbewerbs Klimaaktive Kommune** sind gekürt.

## Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
CIMA Beratung + Management GmbH (München)	<b>Berater:in (m/w/d) für Stadt- und Ortsentwicklung</b>	31.01.2022
CIMA Beratung + Management GmbH (Hannover)	<b>Berater:in (m/w/d) für die Bereiche Einzelhandel + Stadt- und Regionalentwicklung</b>	31.01.2022
Zweckverband „Erlebnisort Reden“	<b>Geschäftsführung (m/w/d) Standortmanagement</b>	22.12.2021
Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH	<b>Kommunikationsmanager:in (m/w/d)</b>	15.12.2021
Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH	<b>Citymanager:in (m/w/d)</b>	15.12.2021
City-Verein Nagold e.V.	<b>Geschäftsführung und Citymanager:in (m/w/d)</b>	13.12.2021
Rhein-Sieg-Kreis	<b>Leitung (m/w/d) des Referats für Wirtschaftsförderung und Strategische Kreisentwicklung</b>	12.12.2021
Stadt Peine	<b>Citymanager:in (m/w/d)</b>	11.12.2021
Stadtmarketing Traunstein GmbH	<b>Geschäftsführung (m/w/d)</b>	01.12.2021
Handelsverband Nordrhein-Westfalen Rheinland e.V.	<b>Regionalreferent:in (m/w/d) zur Betreuung der Bergischen Region</b>	Ohne Angabe
CityInitiative Bremen Werbung e.V.	<b>Projektleitung (m/w/d) Citymanagement</b>	Ohne Angabe

## Fördermitglieder der bcsd

### Reservix GmbH



**Reservix** ist eines der führenden Ticketing-Unternehmen in Deutschland. Zur Reservix GmbH gehören u. a. die Portale [www.ADticket.de](http://www.ADticket.de) und [www.reservix.de](http://www.reservix.de). Neben dem Hauptsitz in Freiburg unterhält Reservix Standorte in Berlin, Frankfurt, Hamburg und Oldenburg. Als Full-Service-Dienstleister entwickelt Reservix für seine Kunden über alle Vertriebswege individuelle 360°-

Lösungen. Maßgeschneiderte Lösungen für öffentliche Einrichtungen machen Reservix zum idealen Ticketingpartner für Städte, Kommunen und Universitäten. Veranstaltungen werden automatisch von Kulturzeitschriften, Redaktionen und über 300 Medienpartnern importiert; 3200 Vorverkaufsstellen bundesweit darunter viele Tourist-Informationen Mehrsprachiger, responsiver Ticketshop im Design der eigenen Website; Beliebig viele Kassenarbeitsplätze und Statistikzugänge, hochvariable Reporte und Echtzeitkontrolle aller Aktivitäten; Schnelle Reaktionszeiten und persönlicher Support per Telefon und Fernwartung Ferienpass mit Foto, Abonnements und Kombitickets mit ÖPNV-Nutzung; Vielfältige Import- und Exportschnittstellen, Reservix-API, CRM-, ERP- und FiBU-Anbindung sowie Bankdatenimport; Sichere Datenhaltung in deutschen Rechenzentren Technische Unterstützung städtischer Infrastruktur

**Auswahl Referenzen:** Hochschwarzwald Tourismus, Mönchengladbach Marketing, Ruhr Tourismus, Stadt Biberach, Stadt Frankfurt, Stadt Garching, Stadt Nürnberg, Stadt Ravensburg, Stadt Wetzlar, Stadt Würzburg u. v. m.

Weitere Informationen finden Sie **hier**.

## Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

### CTR Fahrzeuge / PROMOCUBE / NEONRED GmbH –

bieten Mobile Pop-Up-Stores für den öffentlichen Raum.



Drei starke Partner mit einem gemeinsamen Konzept bieten Städten und Kommunen mobile Raum und Flächenlösungen an der frischen Luft für die Kommunikation mit ihren Bürgern, Besuchern und Unternehmen. Die Initiative des Deutschen Städte- und Gemeindebundes für eine Umgestaltung hin zur mehr Multifunktionalität und Nachhaltigkeit im öffentlichen Raum (vorgestellt im letzten Newsletter), möchten wir gerne mit unseren mobilen Produkten unterstützen. Menschen zu informieren, sie zum Dialog anzuregen, und Menschen an den unterschiedlichsten Orten temporär zu begeistern ist der Mehrwert unserer mobilen Raum und Flächenlösungen. Alle Modelle lassen sich ohne Aufwand in kurzer Zeit aufbauen, sehr leicht auf eigener Achse transportieren und fast an jedem Standort installieren. Die unterschiedlichen Modelle sind mit optionalen Werbeflächen ausgestattet.

Damit kann der Betrieb der mobilen Räume, wenn gewünscht über Sponsoring von Unternehmen refinanziert werden. Die Werbeflächen sind elegant und effizient zu wechseln und ermöglichen auch kurzfristige Kooperationen zwischen Städten, Gemeinden und Unternehmen. Wir bieten damit intelligentes, digitales und analoges Marketing in einem Format, und gleichzeitig Kommunikation im öffentlichen Raum.

Alle Formate bieten wir zum Kauf, zur Miete oder zu attraktiven Leasingkonditionen an. Darüber hinaus bieten wir bei Bedarf Logistik, Kommunikation und das Partnermanagement an. Anfragen richten Sie bitte an: [frej@neonred.de](mailto:frej@neonred.de) Weitere Informationen finden Sie **hier**.

## 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 finden aktuell oft nur digital statt. 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](mailto:schomburg@trendone.com).

### Klimaschutz mit Verkehrsmanagement-App



Die Stadt Wien kooperiert mit dem Entwickler smarter Verkehrssysteme Kapsch TrafficCom, um mithilfe vernetzter Verkehrssysteme Emissionen zu reduzieren. Das Projekt „Verkehrsmanagement 2.0“ startet mit der App „Grüne Welle Wien“. Sie vernetzt 75 Ampelanlagen in einem festgelegten Gebiet auf einer Strecke von 17 Kilometern. App-Nutzer:innen, die auf der Strecke mit dem Auto oder Rad unterwegs sind, wird eine individuelle „grüne Welle“ für die Ampeln auf ihrer Route angezeigt. Sie können so ihre Geschwindigkeit an die Grünlichtphasen anpassen. Ziel des Projekts ist es unter anderem, 15 Prozent an Emissionen einzusparen.

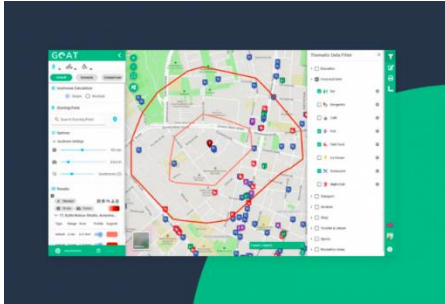
### Stadtregierung im Metaverse



Die südkoreanische Hauptstadt Seoul arbeitete an einem Auftritt im Metaverse. Künftig sollen eine Reihe von öffentlichen Dienstleistungen und kulturellen Veranstaltungen in der virtuellen Umgebung nutzbar sein. Dabei können die Einwohner:innen der Stadt beispielsweise per Avatar ein virtuelles Rathaus besuchen und viele Dinge, von der Besichtigung einer historischen Stätte bis zur Einreichung einer Zivilklage, in der VR-Umgebung erledigen. Hinzu sollen Räume für

den Unternehmenssektor, ein Fintech-Inkubator und eine öffentliche Investitionsorganisation kommen. Das „Metaverse Seoul“, so der vorläufige Name, soll 2026 voll funktionsfähig sein.

### Per Web-Tool die 15-Minuten-Stadt planen



Das Münchener Start-up Plan4Better hat ein Web-Tool zur interaktiven und dynamischen Erreichbarkeitsplanung entwickelt, mit dessen Hilfe die 15-Minuten-Stadt umgesetzt werden könnte. Das „Goat“ genannte Tool kombiniert Datensätze wie Openstreetmap mit proprietären Datensätzen von Kommunen. Nutzer:innen können mit dem Open-Source-Tool interaktive Szenarien kreieren und die Folgen von bestimmten Maßnahmen sehen, um datenbasierte Entscheidungen zu treffen. So sollen

Kommunen und Stadtplanungsbüros beispielsweise ermitteln können, welcher Standort für eine Bike-Sharing-Station in Frage käme oder wie sich eine Fußgängerbrücke auswirken könnte.

### 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](mailto:office@bcSD.de)!

#### (Inter-)Nationale und ausgewählte regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

**Nationale Projekte des Städtebaus**, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, bis 14. Dezember 2021

**Förderprogramm Ladeinfrastruktur**, Nationale Leitstelle Ladeinfrastruktur, bis 31. Dezember 2021

**Stadt und Land – Förderung für flächendeckende Radverkehrsinfrastruktur**, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, bis 2023

**Förderprogramm Klimafreundliche Logistik**, Nationale Klimaschutzinitiative, bis 29. Februar 2024 (Lastenräder) bzw. 30. Juni 2024 (Mikro-Depots)

Hier finden Sie weitere [regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen](#)

### Termine

02.12.2021, **Stadtkantine #21: KunstKaufLADEN Tacheles in Hanau**, Online-Veranstaltung

09.12.2021, **bcSD-Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

13.12.2021, **Studieninfotag MBA Stadtmarketing**, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaft, Online-Veranstaltung (18 Uhr, keine Anmeldung erforderlich)

24. – 26.04.2022, **Deutscher Stadtmarketingtag**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Darmstadt

25. – 27.09.2022, **Deutsche Stadtmarketingbörse**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Marburg

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](mailto:office@bcsd.de), [www.bcsd.de](http://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](http://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](mailto: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.