

Newsletter 11-2022

Thema für die Deutsche Stadtmarketingbörse 2023

vom 23. – 25. April 2023 in Trier

Save the Date Deutscher Stadtmarketingtag 2023

vom 17. – 19. September 2023 in Mannheim



Foto: Trier Tourismus und Marketing GmbH,
Christian Millen

Das Thema Transformation beschäftigt uns im Stadtmarketing bereits länger und wird, wie der Bundesvorstand der bcsd in seinem **Papier zur Neuausrichtung des Stadtmarketings** festgehalten hat, auch weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Nicht zuletzt, da das Stadtmarketing alle Voraussetzungen mitbringt, um die Transformationsprozesse zu steuern und zu leiten. Dies belegt auch unsere jüngste

Umfrage **„Stadtmarketing im Profil“**. Entsprechend soll nun bei der nächsten Tagung Ende April (23. – 25.) in Trier dieses Thema erneut aufgegriffen und vertieft werden. Da wir hierbei insbesondere auch die operative Umsetzung der Transformation der (Innen-)Stadt und die Instrumente des Stadtmarketings betrachten wollen, haben wir uns entschieden im Frühjahr auf das stärker praxisorientierte Format der Deutschen Stadtmarketingbörse mit vielen konkreten Beispielen zu wechseln. Somit findet nun die Deutsche Stadtmarketingbörse 2023 vom 23. – 25. April in Trier statt. Die Anmeldung wird voraussichtlich ab Mitte Februar **hier** möglich sein.

Folglich findet der Deutsche Stadtmarketingtag 2023 im Herbst statt. Vom 17. bis 19. September werden wir uns dazu in der Quadratestadt Mannheim treffen, die gleichzeitig Austragungsort der Bundesgartenschau sein wird. Bereits 2014 war die deutsche Stadtmarketingszene mit dem Deutschen Stadtmarketingtag dort zu Gast.



Foto: Ben van Skyhawk

Themen

Seite 1

Deutsche Stadtmarketingbörse
und Deutscher Stadtmarketingtag

Seite 2

Stadtmarketing im Profil

Seite 3

Neue Landesbeauftragte in
Rheinland-Pfalz

Seite 4

Neue Projekte bei den
Stadtimpulsen

Seite 5

Mitgliederumfrage
Bundesförderprogramm ZIZ

Seite 6

Mitgliederumfrage
Veranstaltungen

Stadtgrün als Investition

Seite 7

Entwicklung Besucherfrequenzen

Seite 8

Emotionale Stadt

Reallabore zur Transformation
der Stadt

Seite 9

Vortragsprogramm Messe
Christmasworld

Lokale Initiativen zur Belebung
der Innenstadt

E-Tretroller in der Stadt

Seite 10

Sieger des Deutschen
Tourismuspreis

Zahlen des Monats

Seite 11

Jobbörse

Seite 12

Fördermitglieder

Trend der Zukunft

Seite 14

Aktuelle Wettbewerbe

ICR-Termine

Terminkalender

ANZEIGE



Wie erfolgreich ist Ihr Weihnachtsmarkt?
Wir messen – Sie wissen Bescheid.

hystreet.com

Mehrwert dank Passantenfrequenz

- Wie stark lockt der Weihnachtsmarkt die Menschen in die Stadt?
- Wann kommen die Besucher und wie lange bleiben sie?
- Analysieren und bewerten Sie mit echten Fakten!

Digitale Daten in Echtzeit

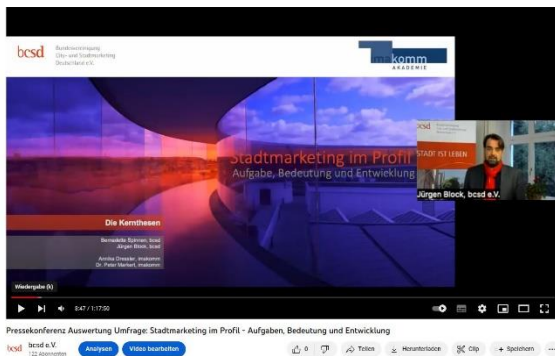
- Genaueste Technik: Messung per Laserscanner
- Erfassung von Laufrichtung & Straßenseite
- Minütliche Erhebung an 365 Tagen im Jahr
- Volle Transparenz: Daten für jeden abrufbar

DATEN VERTRAUEN STATT BAUCHGEFÜHL

**>90 STÄDTE
>230 STANDORTE
6 LÄNDER**

www.hystreet.com

Stadtmarketing im Profil 2022 – Auswertung liegt vor



In Zusammenarbeit mit der imakomm AKADEMIE GmbH veröffentlichte der bcsd e.V. am 23. November 2022 die Ergebnisse, der im Frühjahr 2022 durchgeführten Umfrage „Stadtmarketing im Profil“. Die Studienergebnisse vermitteln einen umfangreichen Überblick über den aktuellen Zustand der Stadtmarketingbranche in Deutschland sowie deren Erwartungen an eine zukünftige Entwicklung in den Städten bis ins Jahr 2030 und werden laut imakomm-Geschäftsführer Dr. Markert nicht zuletzt in der Kommunalpolitik zu

lebhaften Diskussionen führen. Hier finden Sie die wichtigsten Thesen zusammengefasst:

- **Das Stadtmarketing-Netzwerk beweist sich erfolgreich im Verlauf der Krisen der letzten Jahre:**

Ein breitaufgestelltes Akteursnetzwerk sorgt für die Handlungsschnelligkeit, Agilität und die Effektivität des Stadtmarketings.

- **Stadtmarketing ist Stadtentwicklungsmanagement:**

Stadtmarketing kümmert sich um urbane Lebensqualität. Es ist und macht Stadtentwicklung – konzeptionell, kommunikativ und projektorientiert. Stadtmarketing ist also nicht „nice-to-have“, sondern wichtiges, bürgerorientiertes Stadtentwicklungsinstrument und enger Partner der Stadtplanung.

- **Das Stadtmarketing fördert die Transformationsprozesse:**

Als professionelles und strategisches Instrument der städtischen Kommunikation ist es prädestiniert für die Prozessorganisation und Impulsgeberfunktion zur Begleitung der anstehenden Transformationen in unseren Städten.

- **Stadtmarketing benötigt höhere Ressourcen:**

Um Zukunftsprozesse effektiv, ganzheitlich und abgestimmt mit der Stadtgesellschaft umsetzen zu können, müssen die Stadtmarketingbudgets den Aufgabenstellungen und der Bedeutung des Stadtmarketings angepasst werden. Das künftige Budget im Stadtmarketing wird sich aus Sicht der Organisationen um rund 50 % im Vergleich zu 2022 erhöhen müssen.

- **Ein „Neues Miteinander“ ist unabdingbar, denn: einzelne Akteursgruppen stoßen längst an ihre Grenzen:**

Starke Strukturen und der Faktor Mensch werden zentrale Erfolgsfaktoren sowohl für ein zukunftsfestes Stadtmarketing aber auch für die Gestaltung einer lebenswerten Stadt sein. Die Stadtmarketingverantwortlichen sehen beispielsweise die Notwendigkeit, „alte Probleme“ nun in den Griff zu bekommen (Trittbrettfahrerproblematik, einzelne Akteur:innen bisher zu wenig involviert, usw.) über Anreiz- und Verpflichtungssysteme zum Anpacken zu motivieren. Zudem bedarf es mehr Geschwindigkeit durch Fortentwicklung der Marketingstrukturen.

Hier finden Sie die Publikation / das Heft mit der Studienauswertung.

Hier finden Sie den Mitschnitt der Online-Presskonferenz zur Veröffentlichung der Ergebnisse.

Hier finden Sie unsere Themenseite zu der Reihe Stadtmarketing im Profil.

Neue Landesbeauftragte in Rheinland-Pfalz



Die Mitglieder des rheinland-pfälzischen Landesverbandes des Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. kamen am 10. November 2022 in Mainz zusammen. Auf der Agenda standen beim Treffen neben Erfahrungsaustausch auch Wahlen. Als neue Landesbeauftragte wurde einstimmig Miriam Schuff (Koblenz Stadtmarketing GmbH, links im Bild) und als Stellvertreterin Jennifer Tschirner (Stadt Kandel, rechts im Bild) gewählt. Zur Wahl erklärt Miriam Schuff: „Die bcsd ist genau das richtige Netzwerk, um als Citymanagerin Themen voranzubringen und über den Tellerrand zu schauen. Wir haben alle ähnlichen

Herausforderungen, aber jeder hat eigene Lösungen dafür. Daher finde ich es besonders wichtig, sich zum Thema Innenstadt auszutauschen und Dinge gemeinsam anzugehen. Ich freue mich darauf, Ideen zu teilen, Konzepte zu entwickeln und Dinge im Landesverband und darüber hinaus aktiv anzugehen.“ Jennifer Tschirner erklärt zu ihrer Wahl: „Als Citymanagerin einer Kleinstadt steht man der großen Veränderung der Innenstadt oft allein gegenüber. Umso wichtiger ist es deshalb, gerade für kleine Städte, sich mit Gleichgesinnten aus anderen Städten zu verbinden und den Austausch zu pflegen. Als Stellvertreterin des Landesverbandes Rheinland-Pfalz möchte ich die Beziehungen unter den Innenstadtbeauftragten weiter ausbauen und gemeinsam mit vielen Mitstreiter:innen den Weg durch die Transformation gehen.“ Eine Neuwahl war erforderlich, weil der

bis dahin amtierende Landesbeauftragte Yann Fürst (LUKOM Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft mbH) nach über einem Jahrzehnt ehrenamtlichen Einsatz als Landesbeauftragter nicht mehr zur Wahl angetreten ist. Auch der bisherige Stellvertreter Frederik Wenz (ehemals Koblenz Stadtmarketing GmbH) hatte sein Amt mit Beenden seiner Tätigkeit im Stadtmarketing niedergelegt. Wir bedanken uns herzlich bei beiden für die treue und stets zukunftsgerichtete Zusammenarbeit und dafür, dass sie über so viele Jahre die Geschicke des Landesverbandes mit Leidenschaft und Kreativität geprägt haben.

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>

Neue Projekte bei den Stadtimpulsen



Im Best Practice Pool „Stadtimpulse“ sind wieder zahlreiche neue Innenstadt-Impulse aufgenommen. In den letzten Monaten kamen hinzu:

Sitzbankradar Erlangen, Erlangen

Die Stadt Erlangen hat in einem Partizipationsprozess Standorte für neue Sitzbänke im Stadtgebiet bestimmen lassen. Jährlich werden 30 der vorgeschlagenen Projekte realisiert, dabei werden die am besten bewerteten Standorte bevorzugt umgesetzt. **Hier** erfahren Sie mehr.

Kulinarische Radtour, Norderstedt

Per Fahrrad wird auf unterschiedlich langen Routen die lokale und regionale Gastronomie erkundet. So werden nachhaltige Mobilität und die lokale Gastronomie gefördert sowie Erlebnisse geschaffen. Die Tour ist sehr beliebt. **Hier** erfahren Sie mehr.

Augsburg Open, Augsburg

An vier aufeinanderfolgenden Tagen öffnen Augsburger Unternehmen, Vereine und Institutionen die Türen zu sonst nicht zugänglichen Bereichen und präsentieren sich so der Öffentlichkeit und damit auch ihren Nachbarn sowie potenziellen Arbeitnehmer:innen und Kund:innen. **Hier** lesen Sie mehr.

Zentrenfonds, Münster

Private und öffentliche Akteur:innen können sich mit ihren Ideen für die Belebung der Innenstadt auf einen Fonds mit 200.000 € Budget bewerben. Die besten Projekte werden beratend und finanziell unterstützt und umgesetzt. Der Zugang ist besonders niedrigschwellig. **Hier** lesen Sie mehr.

Stadtlabor, Amberg

Im Erdgeschoss eines ehemaligen Reisebüros können Gründer:innen und Kreative auf 100 m² Pop-Up Stores eröffnen, sich zum Coworking treffen und Crashkurse zu Onlinemarketing und eCommerce sowie Netzwerk-Events besuchen. Alle Angebote sind kostenfrei. **Hier** lesen Sie mehr.

Geschmackstalente, Dortmund

Gastrokonzepte können sich bewerben und erhalten Trainings, Zugang zum lokalen Netzwerk und finanzielle Förderung, um die Dortmunder Gastronomieszene weiter zu bereichern und Leerstände zu minimieren. **Hier** lesen Sie mehr.

Neu gedacht, neu gemacht, Bremen

Bestehende, kleine Einzelhandelsunternehmen konnten sich Investitionen in ihren Laden fördern lassen. Damit soll der Investitionsstau nach Corona aufgelöst werden. Umgesetzt wurden etwa Vergrößerung von Verkaufsflächen, Verweilinseln, Verkaufsautomaten und Kassensysteme. **Hier** lesen Sie mehr.

Cityfreiraum, Ingolstadt

Das Projekt unterstützt Unternehmen bei der Ansiedlung insbesondere in den B-Lagen durch Mietzuschüsse sowie weitere finanzielle und beratende Leistungen. **Hier** lesen Sie mehr.

Wenn Sie selbst Projekte haben, von denen Sie denken, dass diese besonders erfolgreich und nachahmenswert sind, dann finden Sie **hier** Informationen zur Zertifizierung. **Hier** finden Sie alle bisherigen Projekte sowie umfangreiche Filtermöglichkeiten.

Mitgliederumfrage zum Bundesförderprogramm



Die bcsd hat im Herbst ihre Mitglieder zum Bundesförderprogramm Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren befragt. Über 100 Mitglieder beschäftigten sich damit und stellten uns ihre Expertise zur Verfügung. Wir bedanken uns herzlich für Ihre Teilnahme! Die Ergebnisse helfen uns dabei, die Verbesserungsmöglichkeiten des Programms an die zuständigen Stellen zu kommunizieren und die Zusammenarbeit mit den Ministerien zu verbessern.

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 **90** Städten

Jetzt informieren

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

stadt Guthaben
Das lokale Gutscheinsystem

www.stadt Guthaben.de

Mitgliederumfrage zu Veranstaltungen



Neben der oben genannten Umfrage hat die bcSD eine Mitgliederumfrage zur Planung und Kostenentwicklung von Veranstaltungen durchgeführt. Insbesondere Kultur- und Veranstaltungsangebote im öffentlichen Raum stellen für das Stadtmarketing ein wichtiges Kommunikationsinstrument dar und schaffen Zusammengehörigkeit und Identität bei den Stadtbewohner:innen. Entsprechend ernst zu nehmen sind die realen und zu erwartenden Kostensteigerungen und der Personalmangel in diesem Bereich, die bei einigen zu

Überlegungen und teils auch zu konkreten Absagen von Veranstaltungen führen. Die bcSD sieht dies als ein beunruhigendes Signal, da Veranstaltungen nicht nur unter betriebswirtschaftlichen Aspekten gedacht werden dürfen.

Aktuelle Expertenfrage: Urbanes Grün als wirtschaftliche Investition?

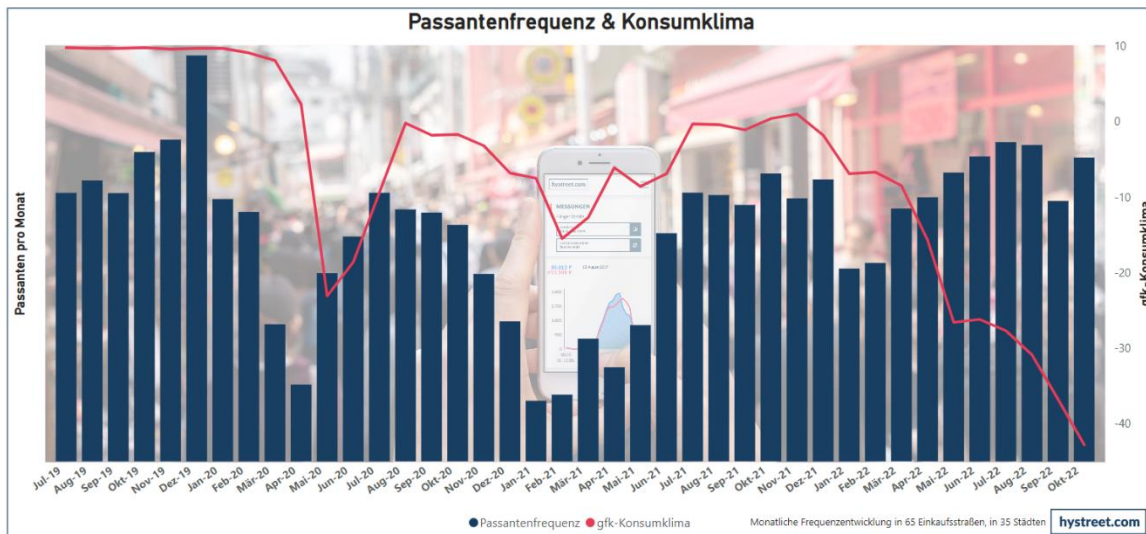


Spricht man über urbane Begrünung, geht es oft um Aspekte wie Klimaschutz und -anpassung, um die optische Gestaltung der Stadt oder die entstehenden Kosten. Ein aktuelles Forschungsprojekt der Johannes-Kepler-Universität Linz in Österreich schaut nun aus einem anderen Blickwinkel auf das Thema: Die Forscher:innen des Instituts für Handel, Absatz und Marketing stellen sich die Frage nach den wirtschaftlichen Auswirkungen von Stadtgrün. Wie beeinflusst urbane Begrünung die Besucherfrequenzen und das Konsumverhalten

in innerstädtischen Bereichen? Sollte sie zukünftig vielmehr als wirtschaftliche Investition betrachtet werden, statt nur als Kostenfaktor oder Maßnahme gegen die Klimakrise? Um diese Fragen beantworten zu können, verfolgt das Forschungsprojekt einen Skalenentwicklungsprozess mit

sieben Schritten. Nach der Ausarbeitung des theoretischen Rahmens und einer qualitativen Erhebung folgt aktuell im dritten Schritt die Befragung von Expert:innen aus den Bereichen Stadtmarketing, Stadtverwaltung, Politik, Handel und Tourismus sowie aus der Wissenschaft. Bis zum 12. Dezember können Sie **hier** an der Umfrage teilnehmen.

Trotz Krieg und Krisen: Die Innenstädte sind wieder so voll wie eh und je



Die Richtung stimmt! Nach den Auswertungen des auf die digitale Messung von Passantenfrequenzen spezialisierten Unternehmens hystreet.com haben die Besucherzahlen in den Innenstädten im Oktober 2022 wieder das Vor-Corona-Niveau erreicht (s. Grafik).

Bemerkenswert an dieser Entwicklung ist vor allem, dass die Menschen trotz der aufgrund von Ukrainekrieg, Energiekrise und hoher Inflation deutlich gesunkenen Konsumstimmung wieder verstärkt die Innenstädte aufsuchen.

Diesen Erfolg können sich auch die vielen Stadtmarketingorganisationen mit auf ihre Fahnen schreiben. Sie haben mit unermüdlichem Engagement und vielen tollen Ideen sicherlich einen maßgeblichen Beitrag zu diesem positiven Trend geleistet.

Mehr Besucher bei zugleich gesunkener Kauflaune zeigen aber auch, dass die Menschen nicht allein zum Shoppen ihre Cities aufsuchen, sondern ein großes Bedürfnis nach dem „Erlebnis Innenstadt“ und sozialer Begegnung haben – gerade in unsicheren Zeiten.

Jetzt kommt für die Innenstädte die spannendste Phase, denn Dezemberzeit ist Cityzeit mit den alljährlich höchsten Frequenzen. Für die Stadtmarketingorganisationen bedeutet das: im Elan nicht nachzulassen und einzigartige Erlebnisse für die Besucher zu schaffen. Dann strömen noch mehr die Menschen in die City – und Shoppen und Geldausgeben werden sie vor Weihnachten dann auch. An den digitalen Passantenfrequenzdaten von hystreet.com können Sie ablesen, wie gut es Ihnen gelingt, die Menschen in Ihre Stadt zu locken, Sie können vergleichen, wie Sie im Wettbewerb mit anderen Kommunen abschneiden und ob Sie mit Ihren Maßnahmen auf dem richtigen Weg sind.

www.hystreet.com

-GASTBEITRAG UNSERES NEWSLETTER SPONSORS hystreet.com GmbH-

Die emotionale Stadt



Wie fühlt sich Stadt eigentlich an? Diese Frage stellt sich das seit August in Berlin laufende Citizen-Science-Projekt „Deine emotionale Stadt“. Im Vordergrund steht dabei nicht, ob man Berlin allgemein als attraktive, spannende oder zu hektische Stadt empfindet, sondern vielmehr die Verknüpfung von Emotionen mit konkreten Orten in der Stadt. Wie fühlt man sich, wenn man über den Alexanderplatz läuft, im Mauerpark sitzt oder am Kottbusser Tor aus der U-Bahn steigt? Urbane Orte wie diese können inspirieren und ein Gefühl von Freiheit vermitteln. Ebenso können sie jedoch auch Angst und Stress hervorrufen. Ein genaueres Wissen darüber, wie sich Umgebungsfaktoren auf das Empfinden von Menschen auswirken, kann zu einer lebenswerteren Gestaltung von Städten beitragen, die negative Auswirkungen auf die psychische Gesundheit reduziert. Die Projektverantwortlichen, bestehend aus dem Interdisziplinären Forum Neurourbanistik e.V., **Charité - Universitätsmedizin Berlin**, der **Humboldt-Universität zu Berlin** und dem Futurium, laden die Berliner:innen daher dazu ein, selbst Stadtforscher:innen zu werden. Dafür können sie die App „Urban Mind“ nutzen, die sie eine Woche lang dazu befragt, wie sie sich fühlen, wenn sie an verschiedenen Orten in der Stadt unterwegs sind. Auf diese Weise entsteht eine emotionale Stadtkarte Berlins. Alle Informationen zu dem Projekt finden Sie **hier**. Sie möchten sich näher mit dem Thema Neurourbanistik befassen? Die Website des **Interdisziplinären Forums Neurourbanistik** bietet weitere Informationen.

Reallabore für urbane Transformation



Urbane Transformationsprozesse sind komplex. Das Zusammenspiel technologischer, ökonomischer, ökologischer, institutioneller wie auch kultureller und sozialer Faktoren macht es schwer, Veränderungsprozesse im städtischen Raum umfassend zu erforschen. Ein Instrument, das die urbane Komplexität (be-)greifbar machen soll, sind Reallabore. Doch wie lässt sich ein solches Reallabor durchführen? Zur Beantwortung dieser Frage hat das Synthese- und Vernetzungsprojekt Zukunftsstadt (SynVer*Z), das seit 2017 die Forschungsprojekte der BMBF-Fördermaßnahmen „Umsetzung der Leitinitiative Zukunftsstadt: Forschung für klimaresiliente, sozial-ökologisch gerechte und lebenswerte Städte“ und „Nachhaltige Transformation urbaner Räume“ begleitet, nun einen Sammelband herausgegeben, der das Wissen und die Erfahrungen aus über 50 deutschlandweiten Forschungsprojekten vereint. Aus der praxisnahen Forschung wurden Werkzeuge in Form von Leitfäden, Arbeitshilfen, Fact Sheets und Toolboxen entwickelt, die die umfangreiche Publikation kommunalen Akteur:innen für die Durchführung von Reallaboren an die Hand gibt. Den Sammelband finden Sie **hier** zum kostenlosen Download.

Vortragsprogramm zu Innenstadt und Zukunft des Handels auf der Messe Christmasworld



Die Christmasworld, die Leitmesse für saisonale Dekoration, wird nach längerer Pandemiepause 2023 endlich wieder in Frankfurt am Main stattfinden und lädt ein, Trends und Angebote aus den Bereichen festliche Dekoration, Stadtdekoration und Beleuchtung kennenzulernen. Vom 3. bis 7. Februar 2023 kommen Stadtmarketingverantwortliche, Citymanager:innen sowie Center- und Retail-Manager:innen zur Messe, um sich mit den führenden Anbietern saisonaler Dekoration auszutauschen. Die bcSD setzt ihre langjährige Kooperation mit der Messe Frankfurt fort und freut sich darauf, Mitglieder vor Ort zu treffen. Stadtmarketingverantwortliche können sich neben dem Besuch der Ausstellung auch auf Vorträge beispielsweise von Andreas Reiter und Nicole Srock-Stanley zu den Themen Innenstadt der Zukunft und Transformation des Handels am 6. Februar freuen. Unsere Mitglieder erhalten in Kürze weitere Informationen zu dem Programm und der Möglichkeit der Anmeldung. Alle weiteren Informationen finden Sie stets **hier**. (Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH)

Innovative lokale Initiativen (ILI) zur Belebung der Innenstadt



Der Deutsche Verband für Angewandte Geographie hat vor kurzer Zeit im Rahmen des Projekts „Innenstadt im Spannungsfeld von Strukturwandel und Corona – Perspektiven betroffener Akteursgruppen und beispielhafter Handlungsmöglichkeiten“ ein Storytelling-Papier herausgegeben, das Sie **hier** finden. In Ergänzung dazu ist nun eine Sammlung von 150 lokalen Projekten und Initiativen erschienen, die auf 50 Seiten dargestellt werden. Diese sind nach Initiator:innen sortiert sowie nach den jeweiligen Ansätzen, die diese Gruppen für die Belebung der Innenstadt leisten können. Sie finden diese **hier**.

E-Tretroller in der Stadt

Die E-Tretroller, die vor wenigen Jahren in den größeren Städten des Landes erstmals auftauchten, waren von Anfang an umstritten. Es liegt Potenzial darin, neue intermodale Schnittpunkte etwa für den Pendelverkehr durch ein in der Nutzung relativ umweltfreundliches Verkehrsmittel zu gewinnen. Andererseits verstoßen die Nutzer:innen immer wieder gegen Vorschriften beim Fahren und Parken der Roller und auch Vandalismus ist ein nicht zu unterschätzendes Problem. Eine Studie des Deutschen Instituts für Urbanistik (difu) und des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt hat nun die konkrete Nutzung der Roller sowie den Einfluss der Kommunen auf etwa das Abstellen untersucht. Herausgekommen ist die Publikation „E-Tretroller in Städten – Nutzung, Konflikte und kommunale Handlungsmöglichkeiten“, die unter anderem Beispiele aus Wien, Warschau, Paris und Berlin betrachtet, aber ganz allgemein Tipps zum Umgang mit dem neuen Verkehrsmittel gibt. **Hier** finden Sie die Studie.

ANZEIGE



WinterSale!
Augmented-Reality "DinoCity" Ausstellung

Der digitale **Publikumsmagnet**

- 20 Dinos in Augmented-Reality
- als Publikumsmagnet frei in Ihrer Stadt platzierbar
- starke virale Verbreitung in Social-Media
- starkes Medienecho

Schon in 12 Städten der Renner!

Anfrage stellen

Ihre Einwohner und Besucher werden die Dinos lieben!

www.ar-locations.com

Die Sieger des Deutschen Tourismuspreises 2022 stehen fest



Nachdem die Veranstaltung 2021 pandemiebedingt noch virtuell stattfinden musste, konnte der Deutsche Tourismuspreis in diesem Jahr wieder in Präsenz, im Rahmen des Deutschen Tourismustages am 16. November in Mainz, verliehen werden. Zum bereits 18. Mal zeichnet der Deutsche Tourismusverband (DTV) mit diesem Preis zukunftsweisende Produkte und Projekte im Deutschlandtourismus aus. Für ihr innovatives

Serviceangebot in einem Tourismussegment mit hohem bildungspolitischem und pädagogischem Stellenwert wurde die ruf Jugendreisen GmbH & Co.KG mit der „Endlich-Einfach Klassenfahrt“ in diesem Jahr mit dem Deutschen Tourismuspreis geehrt. Über den 2. Preis konnte sich die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH mit ihrem Konzept „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ freuen. Als erstes Bundesland hat Niedersachsen damit Klimarisiken für den Tourismus flächendeckend analysiert und entsprechende Anpassungsstrategien entwickelt. Mit dem 3. Preis wurde das Rufbussystem EMMI-MOBIL in Bad Hindelang ausgezeichnet, das den Urlaub ohne Auto erleichtert. Der ADAC-Publikumspreis ging in diesem Jahr an die Allgäu AzubiTopHotels. Alle Informationen zu den Preisträgern und dem Deutschen Tourismuspreis allgemein finden Sie **hier**.

Zahlen des Monats

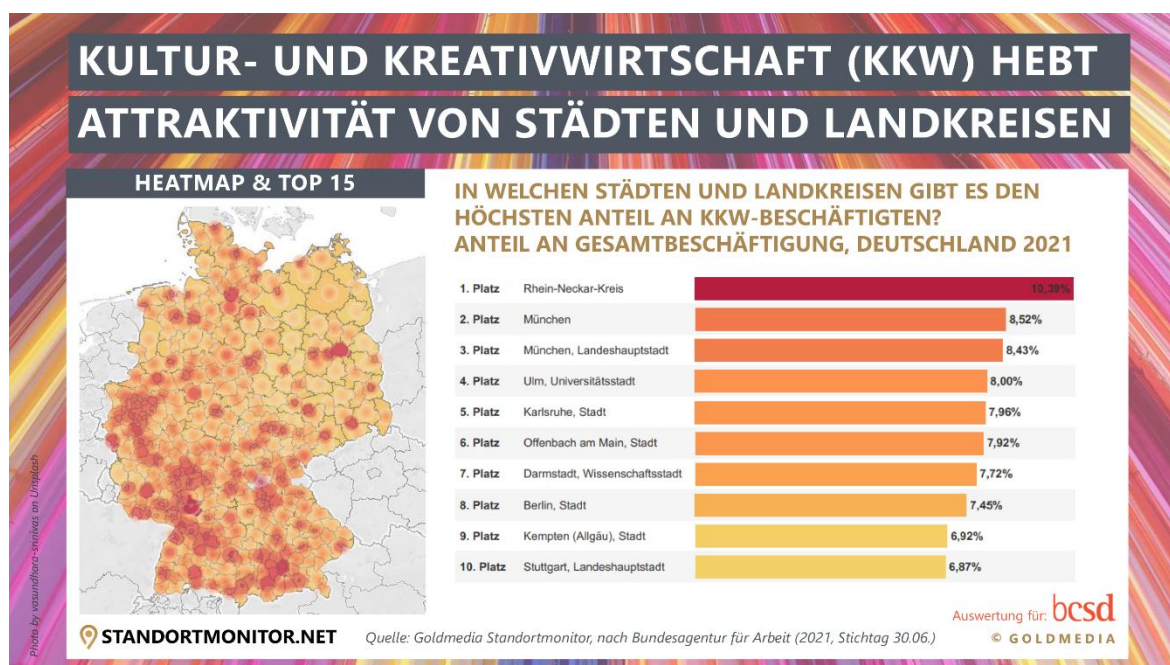
Was macht Städte und Gemeinden attraktiv, dass Bürger:innen hier gerne leben, Gäste kommen oder Unternehmen sich ansiedeln und investieren? Das Beratungs- und Forschungsunternehmen Goldmedia hat mit dem Standortmonitor.net einen Datendienst entwickelt, der ökonomische Kennziffern auf Bundes- und Länderebene bis zur Stufe der Städte und Landkreise sofort verfügbar macht. Dabei handelt es sich um Kennziffern für die Kultur- und Kreativwirtschaft, die Digitalwirtschaft und die Informations- und Kommunikationstechnik. Alle Informationen sind zudem für einzelne Teilmärkte, etwa Film, Musik oder Kunst, für Consumer Electronics oder IKT-

Dienstleistungen, bis hin zur Wirtschaftszweig-Ebene auswertbar. Der Dienst bietet Standortdossiers, Zeitreihen, Vergleichs- und Indexanalysen oder Rankings.

In Vorbereitung und in Kürze verfügbar sind weitere Branchen wie Gastronomie und Tourismus.

Unten finden Sie eine Grafik mit Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Aufgezählt sind die Top-Ten-Standorte (Landkreise und kreisfreie Städte) in Deutschland, Daten sind aber natürlich auch für tiefere Ebenen verfügbar. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein Hoffnungsträger bei der Transformation der (Innen-)Stadt und bietet viele spannende Arbeitsplätze und Verknüpfungen zu anderen Wirtschaftszweigen.

Hier erfahren Sie mehr über den Standortmonitor.



Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadtmarketing Witten GmbH	Geschäftsführung (m/w/d)	15.01.2023
Neu zu gründende Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Marburg-Biedenkopf	Geschäftsführung (m/w/d)	08.01.2023
Stadt Bautzen	Ausschreibung: Innenstadtmanager:in (m/w/d) zur Etablierung eines Innenstadtmanagements	19.12.2022
imakomm AKADEMIE GmbH	Projektleitung (m/w/d) im Bereich Stadt- und Innenstadtentwicklung	18.12.2022

CIMA Beratung + Management GmbH	Projektmanager:in (m/w/d) Marketing und Medien	11.12.2022
Stadt Brunsbüttel	Fachkraft (m/w/d) für Veranstaltungsmanagement und die Tourist-Information	09.12.2022
Stadt Brunsbüttel	Projektmanager:in (m/w/d) für Marketingkommunikation	09.12.2022
Göttingen Marketing GmbH	Geschäftsführung (m/w/d)	06.12.2022
Gemeinde Planegg	Wirtschaftsförderin / Wirtschaftsförderer (m/w/d)	Nicht angegeben
PeineMarketing GmbH	Citymanager:in (m/w/d)	Nicht angegeben

Fördermitglieder der bcsd

urbanicom – Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.



urbanicom

Deutscher Verein
für Stadtentwicklung
und Handel e.V.

„urbanicom“ ist die Kurzbezeichnung für die Internationale Vereinigung „Stadtentwicklung und Handel“, die 1966 in Brüssel gegründet wurde. Seit 1976 treffen sich auf den Jahrestagungen der

deutschen Sektion (seit 1995 ist urbanicom Deutschland rechtlich selbstständig) wichtige Entscheidungsträger und Multiplikatoren aus Architektur, Stadtplanung, Kultur und Denkmalpflege, Handel und Dienstleistungen, Verkehrsplanung und Immobilienwirtschaft, Industrie- und Handelskammern, Instituten und Verbänden. urbanicom e.V. tritt für die Erhaltung und Sicherung der Stadt in ihrer Multifunktionalität und als Kristallisationspunkt sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens (insbesondere des Handels) ein. Am 28. und 29. November fand die 43. urbanicom Studientagung in Fürth statt. **Hier** erfahren Sie mehr.

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**.

Deutsche Post testet Solarschiff in Berlin



Im Rahmen eines Pilotprojekts erprobt die Deutsche Post umweltfreundliche und emissionsfreie Lieferungen übers Wasser und transportiert mit einem elektrisch betriebenen Solarschiff in Berlin täglich Sendungen über die Spree. Auf dem Solarschiff, das 10,5 Meter lang und 2,5 Meter breit ist, können 4 bis 5 Paketwagen mit bis zu 250 Paketen verladen und innerhalb von 100 Minuten vom Südhafen Spandau

zum Westhafen emissionsfrei transportiert werden. Die Antriebsstärke von 5 Kilowatt ermöglicht dem Solarschiff bei sonnigem Wetter, unbegrenzte Zeit bis zu 12 km/h zurückzulegen, bei schlechtem Wetter 6 bis 8 Stunden.

Solardach-Pflicht für Parkplätze



In Frankreich müssen alle Parkplätze mit mehr als 80 Stellplätzen mit Sonnenkollektoren ausgestattet werden. Dies gilt sowohl für neue als auch für bestehende Plätze. Das entsprechende Gesetz sieht vor, dass kleinere Parkplätze mit 80 bis 400 Stellplätzen fünf Jahre Zeit haben, um die Maßnahmen umzusetzen. Parkhäuser mit mehr als 400 Stellplätzen müssen sie innerhalb von drei Jahren

erfüllen. Mindestens die Hälfte der Fläche muss mit Solarzellen bedeckt sein. So sollen insgesamt elf Gigawatt an Strom erzeugt werden. Das entspricht der Leistung von zehn Kernreaktoren. Parkplätze in historischen oder geschützten Gebieten sind ausgeschlossen.

Klimaprognose beeinflusst Stationsnamen



Zum Auftakt der 27. Weltklimakonferenz in Ägypten benennt der Hamburger Verkehrsverbund (HVV) 14 U-Bahn-, S-Bahn- und Bushaltestellen um. Die Aktion soll auf die Klimaproblematik hinweisen, sowie den dringenden Handlungsbedarf verdeutlichen. Drei Tage lang werden die Stationsnamen der Klimaprognose temporär angepasst und in Namen von Städten südlich des Äquators geändert. Nach

dem Motto - neues Klima, neue Stationen - sorgt der Verkehrsverbund für mehr Aufmerksamkeit auf den Hamburger Mobilitätssektor. Über "#SteigEinBeimKlimaschutz" können Fotos der neuen Stationen geteilt und so die Aktion verbreitet 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 und ausgewählte regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

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

15. – 17.03.2023, **Veranstaltungsleiter bcsd öffentlicher Raum**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Darmstadt

23.03.2023, **Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

24.04.2023, **Die Stadt / Region als Marke**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online-Veranstaltung

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

Termine

01.12.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Hessen**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Hanau

06.12.2022, **Fachtagung „Vom Weihnachtsmarkt zur Weihnachtsstadt“**, MK Illumination, Dortmund

07.12.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Schleswig-Holstein**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Kiel und Online

14.12.2022, **bcsd-Landesverbandstreffen Sachsen-Anhalt**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Halberstadt

03. – 07.02.2023, **Christmasworld**, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main

23. – 25.04.2023, Deutsche Stadtmarketingbörse **2023**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Trier

17. – 19.09.2023, **Deutscher Stadtmarketingtag 2023**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mannheim

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.