

Newsletter 12-2020

Frohe Weihnachten und ein (diesmal wirklich) frohes neues Jahr!



Die Covid-19-Pandemie bremste im Krisenjahr 2020 viele positive Entwicklungen aus, dafür wurden negative beschleunigt und strukturelle Mängel schmerzhaft offengelegt. Das öffentliche Leben sowie die meisten Geschäfte des Einzelhandels und der Gastronomie standen weitgehend still. Neben dem Geschäftsklima hat sich auch das gesellschaftliche Klima verändert. Private Treffen, das kulturelle Leben und

Veranstaltungsbesuche waren nur eingeschränkt möglich oder wurden kritisch von den Umstehenden beäugt: Darf man das? Diese Zeit der Entbehrung kommt nun mit dem sogenannten harten Lockdown wieder, das Ende ist offen, die Unsicherheit bei den Menschen groß und viele Menschen, die eben noch Garanten des abwechslungsreichen und bunten öffentlichen Lebens waren, stehen nun vor den Scherben ihrer wirtschaftlichen und beruflichen Existenz.

Bei allen Nachwirkungen, die bleiben werden, können wir aber auch viel Hoffnung aus diesem Jahr ziehen, vor allem aus der großen Solidarität, die gezeigt wurde, mit den Risikogruppen der Bevölkerung, dem Handel, der Gastronomie und der Kultur. Dass Verkrustungen aufgebrochen sind und auch unbürokratisch Hilfe geleistet werden kann, zählt sicher zu den positiven Erfahrungen aus 2020. Nicht zuletzt wollen wir den überwältigenden Zusammenhalt in der Stadtmarketingzene besonders hervorheben. Das Stadtmarketing darf stolz sein auf sein schnelles, flexibles Agieren unter ständig wechselnden Bedingungen, das häufige Arbeiten an der Belastungsgrenze und die vielen tollen Aktionen, die in unseren **Sondernewslettern** und der Sammlung **„Geschichten vom Anpacken“** geteilt wurden und nun erneut Anwendung finden können. Viele davon eignen sich auch für Zeiten außerhalb einer Pandemie. Mit der **Web-Seminarreihe „Stadt ist Leben“** hat die bcsd als Verband ebenfalls schnell reagiert und bei der Anpassung an die neue Situation unterstützt.



Leider ließ die Pandemie keine größeren Treffen vor Ort zu, so dass der Deutsche Stadtmarketingtag im Frühjahr ausfallen musste und die **Deutsche**

Themen

Seite 1

Frohe Weihnachten und ein gutes neues Jahr

Seite 3

Neue Vorstände und Landesverbände in der bcsd

Seite 4

Deutsche Stadtmarketingbörse 2020 – Teil 2

bcsd-Seminare im neuen Jahr

Seite 6

Umfrageergebnisse: Drängendste Fragen im Stadtmarketing

Projekte für Adventsstimmung trotz Pandemie

Seite 7

Sieger Preis für Stadtkultur

Neue Leipzig Charta

Chemnitzer Beratungsangebote für die Wirtschaft

Seite 8

Neue Arbeitshilfen

Seite 9

Amt für Ideen Nürnberg

Preisträger Deutscher Tourismuspreis

Umfragen zu Geschäftsstraßen und Personalpolitik

Seite 10

Jobbörse

Fördermitglieder

Seite 11

Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

Der Trend der Zukunft

Seite 12

Aktuelle Wettbewerbe

Seite 13

ICR-Termine

Terminkalender

Stadtmarketingbörse im Herbst virtuell stattfand. Mit der Sommerakademie „**Zeit für Stadtoptimisten**“ wurden viele Erfahrungen gewonnen und neue Formate getestet, von denen wir in Zukunft sicher einige wiedersehen werden. So konnte der Austausch im Stadtmarketing garantiert und der Informationsfluss am Laufen gehalten werden. Nicht zuletzt fand im Oktober erstmals eine Mitgliederinformationsveranstaltung der bcsd virtuell statt. Zu den Ergebnissen der anschließenden Umlauf-Beschlussfassung lesen Sie unten mehr.

Das Jahr 2020 geht und auch wenn sich das Leben im Jahr 2021 hoffentlich wieder schrittweise „normalisiert“, wird vieles mehr als Erinnerung bleiben. Wir denken, dass zahlreiche der positiven Veränderungen Bestand haben und wir alle mit wichtigen Erfahrungen aus der Krise hervorgehen. Seine Relevanz hat das Stadtmarketing alle Male erneut bewiesen. In dem Bewusstsein, dass ein solcher Kraftakt nicht in jedem Jahr möglich ist, wünschen wir Ihnen zunächst Frohe Weihnachten und im Anschluss ein im besten Sinne ereignisärmeres Jahr 2021 und sind optimistisch, uns bald wieder von Angesicht zu Angesicht austauschen zu können.

ANZEIGE



Traffeum ist auf die Erstellung von Leitsystemen spezialisiert. In ganz Deutschland bieten wir unsere Kompetenz und Erfahrung im gesamten Prozess an: von der Analyse der spezifischen Anforderung bis hin zur konkreten Umsetzung Ihres Leitsystems, der Auswahl der Bauformen und Gestaltung, der Montage sowie der anschließenden Wartung. Ziel ist es, Best Practices nicht nur anzuwenden, sondern sie zu entwickeln.

Dabei sind wir sowohl analytisch-planerisch als auch tatkräftig-anpackend für Sie im Einsatz. Ob bei der Erstellung eines Leitsystems, Lehrpfades, Stadt- oder Parkrundgangs, etc. Gemeinsam mit Ihnen schaffen wir echte Werte und erzielen nachhaltige Standort- und Wettbewerbsvorteile.

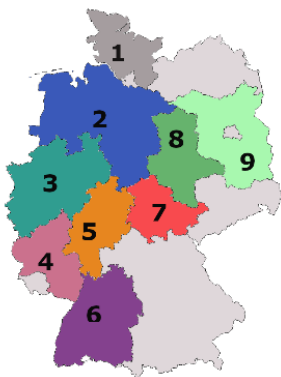
Schätze heben. Stadtraum erobern.

TRAFFEUM CONSULTING
+49 6103 69750-0 · www.traffeum-consulting.de · info@traffeum.de

www.traffeum-consulting.de

Neue Vorstände und neue Landesverbände in der bcsd

Üblicherweise findet die jährliche Mitgliederversammlung der bcsd im Frühjahr im Rahmen des Deutschen Stadtmarketingtages statt. Aus den bekannten Gründen war das 2020 leider nicht möglich. Der Bundesvorstand hat sich entschlossen, die durch das Covid19-Maßnahmen-Gesetz geschaffene Möglichkeit zu nutzen, und die Mitglieder der bcsd aufgerufen, per elektronischem Umlaufverfahren wichtige Beschlüsse für den Verband zu treffen. Die Herausforderung, dass sich an der Beschlussfassung die Hälfte der aktuell 487 Mitglieder beteiligen mussten, damit die Beschlüsse rechtswirksam werden, konnte gemeinsam erfolgreich gemeistert werden. 27 Beschlüsse standen an und allen Beschlussvorlagen wurde zugestimmt – ein überaus erfreuliches Ergebnis. Im Vorfeld der Durchführung des Abstimmungsverfahrens hatte es eine Informationsveranstaltung für Mitglieder per Videokonferenz gegeben, in der alle aktuellen Belange vorgestellt wurden und Fragen gestellt werden konnten. Allen Mitgliedern ist das Protokoll hierzu zugegangen.



Die bcsd verabschiedet Georg Bandarau nach langjährigem Engagement aus dem Bundesvorstand – in den frisch gegründeten Landesverband Sachsen-Anhalt, dem er nun als Landebeauftragter vorsteht. Und sie verabschiedet Uli Cloos aus dem Bundesvorstand, der aus gesundheitlichen Gründen zurückgetreten war. Im Namen des Bundesvorstandes und der Geschäftsstelle bedanken wir uns bei beiden herzlich für ihren Einsatz und die angenehme Zusammenarbeit. Michael Gerber, Norbert Käthler, Gerold Leppa, Mario Schiefelbein und Bernadette Spinnen wurden wiedergewählt. Neu im Vorstand begrüßt die bcsd Karmen Strahonja, Geschäftsführerin der Stadtmarketing Mannheim GmbH und Uwe Wanger, Geschäftsführer der Kiel Marketing GmbH und des Kiel Marketing e.V. – beide heißen wir herzlich willkommen! Kontakt zum Vorstand können Sie **hier** aufnehmen. Weitere Neuigkeiten im Verband sind die in diesem Jahr neu gegründeten und nun von der Mitgliederversammlung bestätigten Landesverbände Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Die bcsd ist über diese Entwicklung sehr erfreut und sieht dies als weiteren wichtigen Schritt der Professionalisierung. Alle Landesverbände der bcsd und ihre Sprecher finden Sie **hier**.

Der Bundesvorstand und die Geschäftsführung bedanken sich bei den Mitgliedern für die Beteiligung und ihr Vertrauen und gratulieren allen gewählten Vorständen und Landesbeauftragten zur Wahl! Die bcsd bedankt sich außerdem bei Rechtsbeistand Andreas Schriefers für die Beratung und gemeinsame Planung dieses Verfahrens. Für Informationen zu der Durchführung eines solchen Verfahrens steht Ihnen die Geschäftsstelle gerne zur Verfügung.

„Zeit für Stadtoptimisten“ – Teil 2 der Deutschen Stadtmarketingbörse 2020 fand ebenfalls online statt



Für den 1. Dezember hatte die bcsd alle Stadtmarketinginteressierten zum zweiten Teil der Deutschen Stadtmarketingbörse 2020 eingeladen. Mehr als 150 Teilnehmer*innen folgten diesem Aufruf und erhielten zahlreiche nützliche Impulse dazu, wie die Innenstadt und das Stadtmarketing der Zukunft aussehen können. Neben Denkanstößen von bekannten Vordenkern auf ihren Gebieten Digitalisierung, Transformationsprozesse, Kultur- und Gemeinschaftsorte sowie Immobilien wurden zahlreiche Praxisbeispiele vorgestellt, die bereits erfolgreich zeigen, wie eine Anpassung an die aktuellen Gegebenheiten für Stadt und Stadtmarketing gelingen kann. Durch die Tagung führten gewohnt souverän und unterhaltsam Hannah Nölle und Eva Jazdzejewski, die mit einem humorigen Jahresrück- und -ausblick im Duett mit Katie Freundsenschuss zum Ausklang der Tagung mit einer gemeinsamen Weinprobe überleitete. Vor der Entspannung stand für die begeisterten Teilnehmer*innen jedoch zunächst noch selbst Arbeit an: Unter Anleitung von Frank Heinze identifizierten und visualisierten sie anhand einer Landkarte die künftigen und aktuellen Aufgaben des Stadtmarketings. Die Karte wird den Teilnehmer*innen in Kürze zur Verfügung gestellt. Dasselbe gilt für die Aufzeichnungen der Beiträge, sofern diese von den Referent*innen frei gegeben wurden. Öffentlich zugänglich sind das Interview mit Dr. Andreas Brill, das **hier** zu finden ist sowie der improvisierte Jahresrückblick-Song von Katie Freundsenschuss, der **hier** abrufbar ist. **Hier** finden Sie weitere Informationen.

Während der zweite Teil der Deutschen Stadtmarketingbörse lief, raste ein Autofahrer durch die Trierer Fußgängerzone und tötete fünf Menschen, zahlreiche weitere wurden schwer verletzt. Unsere Gedanken sind bei allen Opfern und ihren Angehörigen – den Getöteten, den Verletzten und den zahlreichen Zeug*innen und Ersthelfer*innen. Wir wünschen der Stadtgesellschaft und den Betroffenen, dass die seelischen und körperlichen Wunden schnell heilen.

Ein guter Vorsatz: bcsd Seminare im neuen Jahr besuchen

Wie bereits im November-Newsletter angekündigt, haben wir unser Seminar-Programm im ersten Halbjahr 2021 komplett auf online umgestellt, um für uns und unsere Teilnehmer*innen Planungssicherheit zu schaffen. Wir hoffen ab Herbst 2021 wie gewohnt Seminare auch wieder vor Ort anbieten zu können. Anmelden können Sie sich ab jetzt **hier** für die folgenden Seminare:

Die Stadt/Region als Marke - 15. Januar 2021 (Nur noch wenige Plätze verfügbar!)

Jede Stadt hat eine Marke - Wie Sie diese für sich nutzen und weiterentwickeln, erfahren Sie von Prof. Dr. Sebastian Zenker, Stadtmarkenforscher an der Copenhagen Business School.

Die digitale Stadt. Verstehen, gestalten und nutzen - 23. und 24. Februar 2021

In diesem interaktiv gestalteten Seminar lernen Sie, begleitet von dem renommierten Digitalberater Frank Tentler, anhand vielzähliger Praxisbeispiele, worauf es bei der Entwicklung und Umsetzung einer ganzheitlichen Digitalstrategie in Ihrer Stadt, ankommt. Die Seminartage sind individuell buchbar, Tag 2 baut aber auf Tag 1 auf.

ANZEIGE

**LICHTBLICK
WEIHNACHTEN**
ALLES FÜR IHR BESTES WEIHNACHTEN

www.mk-illumination.com

www.mk-illumination.com

Eventmanagement - 5. und 6. Mai 2021

Veranstaltungen sind imageprägende Maßnahmen und gehören zur Kernkompetenz im Stadt- und Citymarketing. In diesem Seminar werden Ihnen von Thomas Severin die Grundlagen des Veranstaltungsmanagements vermittelt.

Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing - 7. Mai 2021

Dieses Seminar zeigt auf, welche Entwicklungstendenzen den Tourismus prägen. Gemeinsam mit dem Referenten Michael Metzler, Geschäftsführer der Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH, wird erarbeitet, wie das Tourismusmarketing als Bestandteil des Stadtmarketings funktioniert und wie die Stadtmarke dem Tourismus als Themengenerator für eine erfolgreiche Vermarktung dienen kann.

Die Seminare können als Pflicht- oder Wahlmodul bzw. als Zusatzqualifikation für den Weiterbildungsstudiengang "City-, Stadt- und Regionalmanagement" des ICR e.V. angerechnet werden. Im Rahmen des Studiengangs findet am **16. April** zudem das ICR-Seminar „**Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**“ statt, in dem Roland Wölfel, Geschäftsführer CIMA Beratung + Management GmbH und Jürgen Block, Geschäftsführer bcSD e.V. den Teilnehmer*innen einen Überblick über grundlegende Aspekte des Stadt- und Regionalmarketings geben. Weitere Informationen zum Studiengang finden Sie **hier**.

Umfrageergebnisse: Diese sind die drängendsten Fragen im Stadtmarketing



Im Rahmen des zweiten Teils der Deutschen Stadtmarketingbörse 2020 wurden die Teilnehmer*innen in einer Ad hoc Umfrage mit dem Tool Mentimeter zu den aktuellen Herausforderungen der Stadtentwicklung befragt. Die meisten der rund 100 Abstimmenden gaben an, in ihren Städten Zukunftsprozesse zur Stadtentwicklung zu planen. Noch sehr gering ausgeprägt ist der Bereich Immobilien-Gesprächskreise – rund 20 Prozent gaben

an, einen Arbeitskreis Immobilien zu haben. Da dies ein Schlüssel für lebendige Innenstädte auch nach der Pandemie sein kann, besteht großes Interesse, solche einzurichten. Als dringendster Handlungsbedarf wird in dieser Reihenfolge identifiziert, Gewerbetreibende in der Innenstadt zu unterstützen, Veranstaltungen wieder hoch zu fahren, Mut und Zuversicht zu verbreiten und Akteur*innennetzwerke neu auszurichten. Die wichtigsten Zukunftsfragen für Städte sind der Umfrage nach die Digitalisierung aller Servicebereiche, ein neues Verständnis von Lebensqualität sowie der Strukturwandel in der Innenstadtwirtschaft. Als wichtigste Leitbilder werden die nachhaltige Stadt, die Stadt der Begegnung und eine wirtschaftsstarke Stadt gesehen.

Das Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen hat die Kommunen des Landes zur Zukunft von Innenstädten und Ortszentren, auch vor dem Hintergrund der aktuellen Pandemie, befragt. Die teilnehmenden Praktiker*innen schätzen, dass die Bedeutung von Sicherheit und Sauberkeit als Faktor für die Attraktivität der Zentren zulegen und die Bedeutung der Erreichbarkeit mit dem Auto abnehmen wird. Zudem wird der Handel an Bedeutung verlieren. Andere Nutzungen wie Gastronomie, Kultur, Freizeit, aber auch medizinische Versorgung werden hingegen der Umfrage zufolge zunehmen. **Hier** finden Sie die weiteren Ergebnisse zusammengefasst sowie die **gesamte Auswertung der Umfrage**.

Weihnachten findet statt: Festliche Stimmung im Stadtmarketing trotz Covid-19



Als klar wurde, dass die Weihnachtsmärkte in diesem Jahr nicht wie geplant stattfinden würden haben wir unsere Mitglieder im Newsletter dazu aufgerufen, ihre alternativen Aktionen für die Adventszeit einzuschicken. Wir haben viele spannende Projekte erhalten, von besonderen Beleuchtungskonzepten über entzerrte Weihnachtshütten und Pop-Up Stores bis hin zu Online-Adventskalendern. Erneut wurde deutlich, wie kreativ und lösungsorientiert das Stadtmarketing handelt. Mit dem verschärften Lockdown bis mindestens zum 10. Januar werden

einige dieser Aktionen nicht mehr umsetzbar sein. Wir möchten sie dennoch mit Ihnen teilen, da sie Inspiration für mögliche künftige Projekte bieten. Beleuchtungskonzepte und Online-Angebote ersetzen zwar nicht den Weihnachtsmarkt, tragen aber dazu bei, dass uns etwas weihnachtliche Stimmung erhalten bleibt. Gerade jetzt sind viele empfänglicher dafür denn je. Alle Projekte finden Sie **hier**. Zusätzlich twittern wir im Rahmen unseres digitalen Adventskalenders jeden Tag mutmachende Beispiele. Diesen finden Sie **hier**.

Stadtmarketing Austria hat indes ebenfalls einige Beispiele gesammelt, wie Corona-konformes Stadtmarketing in diesem Winter aussehen kann. Sie sehen die Zusammenstellung, die vor allem den öffentlichen Raum im Fokus hat, **hier**.

Monheimer Kulturwerke gewinnen den Preis für Stadtkultur



Im Rahmen des Kulturmarken-Awards 2020 wurde der von der bcsd präsentierte Preis für Stadtkultur vergeben. Aus zahlreichen Bewerbungen wurde die **Monheimer Kulturwerke GmbH** von der renommierten Jury als Sieger ausgewählt. Die Monheimer Kulturwerke GmbH ist eine 100%-ige Tochtergesellschaft der Stadt Monheim am Rhein, die als Motor für die Bereiche Kultur, Tourismus und Brauchtum in die Stadtentwicklung hineinwirkt. Dabei verbindet sie lokale Strukturen, involviert die Bürgerschaft in den Gestaltungsprozess und schlägt einen Bogen zwischen Alltags-, Sozio- und Hochkultur. Mit dem Umbau der historischen Fassabfüllhalle in das multifunktionale Mehrspartenhaus „Kulturraffinerie K714“ entstand ein Identifikationsraum und eine Visitenkarte der Stadt. Weiterhin waren die Kampagne „**Barock trifft Bauhaus**“ aus Celle, die die Rolle der Stadt im Bauhaus bekannt, sicht- und erlebbar macht sowie die Zukunftswerkstatt „**Ideenkino**“ aus Bendorf nominiert, die im Vorlauf einer Landesgartenschau stattfand. Den Mitschnitt der Verleihung des Preises für Stadtkultur finden Sie **hier**. **Hier** finden Sie die Aufzeichnung der gesamten Zeremonie. Die Sieger aus den weiteren Kategorien finden Sie **hier** aufgeführt.

Neue Leipzig Charta verabschiedet

Auf einem informellen Ministertreffen auf europäischer Ebene wurde Ende November die neue Leipzig Charta verabschiedet, die auf ihrer Vorgängerin aus dem Jahr 2007 aufbaut und neue Herausforderungen und Ansätze einer guten Stadtpolitik adressiert. Sie soll der Politik als Grundlage für die kommende Stadtentwicklung dienen und zeigt daher, wie diese funktionieren kann: Gemeinwohlorientiert, unter Einbezug der Gemeinschaft, mit einem integrierten Ansatz, mit einem ortsbezogenen Ansatz und über die unterschiedlichen Steuerungsebenen (lokal bis global) hinweg. So werden drei Handlungsfelder abgesteckt: Die gerechte Stadt, die grüne Stadt und die produktive Stadt. Zudem sind auch die digitale Transformation und Bodenpolitik als besondere Herausforderungen genannt. **Hier** finden Sie die Neue Leipzig Charta.

Chemnitzer Beratungsangebote für die Wirtschaft zu Pandemiezeiten

Mitte März, zu Beginn der Pandemie, entstand eine Kooperation aus IHK, HWK, Bundesagentur für Arbeit und dem DGB Südwestsachsen. Federführend ist die Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft, die auch das Stadtmarketing der zukünftigen Kulturhauptstadt Europas verantwortet. Unter **www.chemnitz-wirtschaft.de** werden Informationen zu den Themen gegeben, die die Wirtschaft in der aktuellen Situation bewegen, von Kurzarbeitergeld über

Erstattungsansprüche, Liquiditätshilfen bis hin zu rechtlichen und steuerlichen Fragen. Dies geschieht beispielsweise über Online-Seminare, ergänzt um weiterführende Präsentationen und Dokumente sowie einen Fragen-Antworten-Katalog. Die Umsetzung erfolgt mit Expert*innen aus dem Partnernetzwerk. Auf Nachfragen, die per E-Mail oder über die exklusiv eingerichtete Corona-Hotline eintreffen, wird direkt reagiert. Die Informationsplattform in dieser Partner-Konstellation ist als digitales kostenfreies Angebot und als flexibles Instrument zur schnellen Verbreitung brennender Themen bundesweit einzigartig. Dies bestätigt sich einerseits über eine konstant hohe Teilnehmerzahl als auch über die Reichweite, die mittlerweile aus dem ganzen Land Zuspruch findet. **Hier** erfahren Sie mehr.

Neue Arbeitshilfen: Tourismus, Mobilität, Soziale Medien, Digitalisierung

Datenschutz/ Soziale Medien

Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit des Landes Rheinland-Pfalz hat einen Handlungsleitfaden veröffentlicht, der einen Überblick gibt, was aus kommunaler Sicht bei der Aktivität in den sogenannten sozialen Medien zu beachten ist. Sie finden den Leitfaden **hier**.

Lokale Mobilität



Die neu geschaffene Datenbank Mobilikon (Mobilität und Lexikon) des Bundesministeriums des Inneren, für Bau und Heimat gibt einen Überblick über Maßnahmen, Praxisbeispiele, Hilfen zur Umsetzung und Instrumente für die kommunale Verkehrsplanung. Die Inhalte können vielseitig gefiltert werden, um lokal passende, spezifische und aufeinander abgestimmte Ansätze zu finden. **Hier** finden Sie die Datenbank.

Smart City Navigator

Ähnlich funktioniert der neu ins Leben gerufene Smart City Navigator des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Dieser stellt aktuell 74 kommunale Praxisbeispiele der Digitalisierung vor, die nach Ortsgröße, Bundesland und Nachhaltigkeitsaspekten gefiltert werden können. Vorgestellt werden Maßnahmen von intelligenten Parkleitsystemen, energieneutralen Parkhäusern, Bürgerapps über digitale Schaufenster für den Handel bis hin zu neu geplanten Stadtquartieren. **Hier** finden Sie die Inspirationsquelle für digitale Projekte in Ihrer Stadtentwicklung.

Open Data im Deutschlandtourismus – ein Wegweiser zur digitalen Destination



Die Publikation der Deutschen Zentrale für Tourismus versteht sich als Praxishandbuch und Nachschlagewerk für die Digitalisierung des Deutschlandtourismus mit dem Schwerpunkt auf Open Data und ist **hier** zu finden. Auf der **zugehörigen Website** sind zudem unter anderem **Praxisbeispiele** zu finden.

Tourismus Digital

Auch der Deutsche Tourismusverband widmet sich mit der vierten Ausgabe des Leitfadens für Destinationen (so der Untertitel), der Digitalisierung im Tourismus. Themen sind beispielsweise Gästeführungen, Tourist-Informationen, digitales Meldewesen und Besucherlenkung. **Hier** finden Sie die elektronische Ausgabe.

Amt für Ideen Nürnberg

Das Nürnberger Urban Lab hat das Projekt U1 ins Leben gerufen, das es sich zum Ziel gesetzt hat, Bürger*innen für die Stadtentwicklung zu aktivieren. Dafür wurde ein digitales „Amt für Ideen“ eingerichtet, bei dem sich Bürger*innen mit Projektideen melden und beraten lassen können. Sogar eine Förderung der Projekte mit bis zu 400 € ist möglich. Nach einem halben Jahr wurde die Sprechstunde für mehr als 50 Projekte in Anspruch genommen. Zukünftig soll ein Container an wechselnden Stellen im öffentlichen Raum entlang des Verlaufs der U-Bahnlinie 1 weitere Menschen aktivieren. **Hier** erfahren Sie mehr.

Preisträger Deutscher Tourismuspreis



Der Deutsche Tourismuspreis widmete sich in diesem Jahr aus gegebenem Anlass Maßnahmen, die eine Aufrechterhaltung bzw. Anpassung touristischer Aktivitäten ermöglichen. Die Jury überzeugte dabei das **Strandkorb Open Air** in Mönchengladbach, das von Juli bis Oktober insgesamt 55.000 Teilnehmer*innen in 450 Strandkörben den Besuch von Kulturveranstaltungen im Stadion ermöglichte. Eine Neuauflage ist vorgesehen. Der zweite Platz und der Publikumspreis gingen an die Kooperation zwischen St. Peter-Ording und der Tourismus-Agentur Lübecker Bucht für **ein innovatives, digitales System zur Steuerung von Besucherströmen in der Pandemie**. Der dritte Preis wurde an das Projekt # Umdenken im Tourismus – Chancen in der Krise vergeben, das von Studenten der **IUBH Internationale Hochschule** durchgeführt wurde, die mit Professor*innen und Partnern Lösungsansätze für Tourismusbetriebe in der Corona-Krise erarbeiteten.

Mitmachen: Umfragen zu Geschäftsstraßen und Personalpolitik im Tourismus

Das Beratungsunternehmen ecostra ist bekannt für seinen Shopping Center Report aus Sicht der Mieter. Dieses Konzept wird nun erstmals auf Geschäftsstraßen übertragen. In Partnerschaft mit hystreet.com und dem Handelsverband Textil werden über 200 Geschäftsstraßen in 130 Städten nach deren Performanz, auch vor dem Hintergrund der Pandemie, untersucht. Welche Straßen dies sind, können Sie **hier** nach Bundesländern sortiert nachsehen. Wenn Ihre Stadt dabei ist, freuen wir uns, wenn Sie unter ihren Händler*innen mit mindestens drei Geschäften in drei innerstädtischen Geschäftsstraßen für die Teilnahme an der Befragung werben. Die Teilnahme ist noch bis Ende Januar 2021 möglich. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Die Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaft untersucht die Personalpolitik touristischer Unternehmen in der Corona-Pandemie. Auch hier freuen wir uns, wenn Sie und / oder Ihre Partner an der Studie teilnehmen. **Hier** gelangen Sie direkt zum Online-Fragebogen.

Jobbörse

Arbeitgeber*in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Gütersloh Marketing GmbH	Mitarbeiter/in für den Bereich Tourismus und PR (m/w/d)	Bewerbungsfrist nicht angegeben
Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH	Geschäftsführung (m/w/d)	31.01.2021
Heilbronn Marketing GmbH	Leitung (m/w/i) des Geschäftsbereichs Events	31.01.2021
Werdohl Marketing GmbH	Mitarbeiter/in (m/w/d) für Veranstaltungsmanagement und Stadtmarketing	17.01.2020
Landkreis Mayen-Koblenz	Chief Digital Officer (m/w/d)	17.01.2021
Bielefeld Marketing GmbH	Veranstaltungskaufmann (m/w/d) für das Veranstaltungsmanagement	08.01.2021
Stadtmarketing für Wetter e.V.	Leitung (m/w/d)	31.12.2020
City-Management Kempten e.V.	Projekt- & Veranstaltungsmanager/in (m/w/d)	31.12.2020
City-Management Kempten e.V.	Marketing- & Office-Manager/in (m/w/d)	31.12.2020
Stadt Meersburg	Mitarbeiter/in (m/w/d) für Standortförderung	03.01.2021

Fördermitglieder der bcsd

KULTUREXPERTEN Dr. Scheytt GmbH

KULTUREXPERTEN Im Fokus von KULTUREXPERTEN steht die Bestbesetzung von Schlüsselpositionen in Kulturinstitutionen. Dabei stehen drei

DR. SCHEYTT GMBH wesentliche Effekte im Vordergrund: Effizienz, Exzellenz und Expertise.

In der Besetzung von über 250 Stellen, die Oliver Scheytt in den letzten 20 Jahren in allen Sektoren von Kunst und Kultur verantwortete, finden sich viele Positionen im Marketing bei Stiftungen und Städten (RUHR.2010, Kunststiftung NRW, Stadtjubiläum Karlsruhe 2017, Klassik Stiftung Weimar etc.). Marketing und Kulturtourismus sind in der Strategieberatung von Kulturinstitutionen und Städten Bereiche, bei denen Herr Prof. Scheytt aufgrund seiner Expertise qualifizierte Beiträge leistet und entsprechende Maßnahmen initiiert. **Hier** erfahren Sie mehr.

Herzlich willkommen: Die neuen Mitglieder

Stadtentwicklungsgesellschaft Rudolstadt mbH (SER mbH)



citymanagement
rudolstadt

Unsere Stadt. Unser Leben.

Die SER mbH mit 17 Mitarbeiter*innen ist eine 100 %-ige Tochter der Stadt Rudolstadt. Seit den 1990er Jahren hat sie maßgebliche Entwicklungen in der Stadt vorangetrieben. Von der Konversion und Erschließung von Baugebieten über die Abwicklung kommunaler Bauvorhaben bis zur Betreuung städtebaulicher Sanierungsgebiete inklusive der Städtebaufördermittel. Als ein ganzheitliches Citymanagement etabliert werden sollte, haben wir angeboten auch diese Aufgabe zu integrieren. Heute arbeitet im Bereich Citymanagement eine sehr engagierte Mitarbeiterin.

Die neue Aufgabe haben wir zum 1. Juli 2020 übernommen, also unter denkbar schwierigen Bedingungen. Über eine Internetpräsenz, einen Imagefilm und sehr viele Einzelgespräche haben wir die Initiative bekannt gemacht. Ein Höhepunkt war die Auftaktveranstaltung, die eine kreative Aufbruchstimmung erzeugte. Das hat uns sehr motiviert und wir schauen trotz des erneuten Lockdowns optimistisch auf 2021. Unsere wichtigste Aufgabe sehen wir darin, die vielfältigen Ideen und Meinungen zu kanalisieren, zu integrieren und schließlich zu ablesbaren Projekten zu führen. Das können wir unmöglich alleine schaffen. So wird es im nächsten Jahr vor allem darauf ankommen, diese positive Auftaktstimmung zu halten und zu vertiefen und hier insbesondere auch erste kleine Projekte zur Verbesserung sichtbar zu machen.

Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcsd

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

Store für Produktneuheiten von Start-ups



The Latest hat einen Retail-Store im Herzen Berlins eröffnet, der Unternehmen und Start-ups bei der Erstpräsentation und Marktforschung ihrer innovativen Produkte unterstützt. Im Retail-Store können für drei bis sechs Monate zu einem monatlichen All-inclusive-Preis Produktneuheiten präsentiert und getestet werden. Den Besucher*innen wird hierfür im Store eine kuratierte Auswahl an

Marken aus unterschiedlichen Produktkategorien angeboten. Zudem unterstützt The Latest Unternehmen mit einem geschulten Verkaufspersonal, relevanten Marktforschungsdaten und einer groß angelegten OoH-Kampagne.

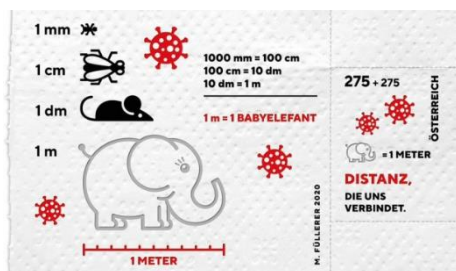
Öffentliche Ascher werden zu Ladestationen



Die Niederlande haben das Rauchen in Bahnhöfen verboten und wandeln in einem Pilotprojekt Aschenbecher an Bahnhöfen in Ladestationen für E-Bikes um. In einer Kooperation der Bahngesellschaft ProRail mit dem Amsterdamer Unternehmen Lightwell werden die Aschenbecher in den Säulen durch Steckdosen ersetzt. Daran können zwei E-Bikes gleichzeitig kostenfrei aufgeladen werden. Das

ikonische Design der Säulen bleibt dabei beinahe unverändert erhalten. Die upcyclten Ladesäulen richten sich an Pendler*innen, die mit ihrem E-Bike zur Arbeit fahren und sollen auch andere motivieren, vom Auto auf E-Bikes umzusteigen.

Corona-Briefmarke aus dreilagigem Klopapier



Die Österreichische Post hat eine Corona-Sonderbriefmarke aus dreilagigem Toilettenpapier hergestellt. Die selbstklebende Marke besteht aus recyceltem Altpapier und lässt sich wie Klopapier an einer perforierten Linie abtrennen. Das Motiv, ein Babyelefant, ist in Österreich das Symbol für den coronabedingten Hygieneabstand von einem Meter. Für jeden verkauften Markenblock, der die Größe eines handelsüblichen

Klopapierblattes hat, werden 2,75 Euro für wohltätige Zwecke gespendet. Vor allem besonders von der Coronakrise Betroffene sollen mit dem Porto unterstützt werden.

Aktuelle Wettbewerbe

In dieser Kategorie berichten wir über Aktionen, Förderprogramme und Wettbewerbe, an welchen Städte oder Bürger*innen teilnehmen können. Eine ausführlichere Liste finden Sie [hier](#).

Ihr Wettbewerb darf auf keinen Fall fehlen? Schreiben Sie uns eine Nachricht an office@bcsd.de!

(Inter-)nationale Wettbewerbe / Ausschreibungen

Bundespreis kooperative Stadt, Nationale Stadtentwicklungspolitik, bis 10.03.2020

Stiftungspreis KUNST KANN ÜBERALL: Wie schaffen Städte unter Corona kulturellen Raum?, Stiftung Lebendige Stadt, bis 12.02.2021

Hier finden Sie regionale Wettbewerbe / Ausschreibungen

ICR-Termine

15.01.2021, bcsd-Seminar "**Die Stadt/Region als Marke**", Online-Seminar

23.02.2021, bcsd-Seminar „**Die digitale Stadt. Verstehen, gestalten und nutzen**“, Online-Seminar

24.02.2021, Zusatzqualifikation: bcsd-Seminar „**Die digitale Stadt. Verstehen, gestalten und nutzen, Teil 2**“, Online-Seminar

16.04.2021, Seminar „**Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**“, Online-Seminar

05.-06.05.2021, bcsd-Seminar „**Eventmanagement**“, Online-Seminar

07.05.2021, bcsd-Seminar „**Tourismus im Zusammenspiel mit Stadtmarketing**“, Online-Seminar

Termine

26.01.2021, **Forum Innenstadt und Handel**, Institut für Städtebau und Wohnungswesen München, Online-Seminar

28.-29.01.2021, **Impulse für die Zukunft – Kreative Methoden und Prozesse in der Stadtentwicklung**, Deutsches Institut für Urbanistik, Online-Seminar

17.-20.04.2021, **Consumer Goods Show (mit Messe 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.