

Themen

Seite 1

[Gedanken zur aktuellen Rolle des Stadtmarketings](#)

Seite 2

[Neues aus der Geschäftsstelle](#)[bcsd-Link-Tank](#)

Seite 6

[Jobbörse](#)

Seite 1 / 6

Sondernewsletter 02-2020

Gedanken zur aktuellen Rolle des Stadtmarketings

Liebe Kolleginnen und Kollegen in den Stadtmarketingorganisationen vor Ort,
liebe Fördermitglieder,



das Virus hat uns alle fest im Griff, so scheint es, aber nach den ersten Tagen der Schockstarre breitet sich offenbar in unseren Organisationen zunehmend die Gewissheit aus, dass dies keine Zeit des Verharrens und des ängstlichen Abwartens sein sollte, sondern eher eine des nach vorne Denkens und der Zukunftsorientierung im Sinne derer, für die wir arbeiten. Es gibt schon jetzt eine Reihe wirklich guter Ideen in den Städten, wie Handel, Gastronomie und die Innenstädte zumindest eingeschränkt, manchmal auch nur virtuell sichtbar bleiben.

Seien es städtische Plattformen, die z.B. lokale Unterhaltungsprogramme für Zuhause bereit halten (z.B. **Mannheim**) oder alle Hilfsangebote und Initiativen bündeln, die sich in der Stadt formiert haben (z.B. **Kiel**), seien es starke lokale Bring- und Servicedienste (z.B. **Münster**) oder andere kreative Ideen in der Krise. Unser Newsletter versucht einen aktuellen Überblick darüber zu geben, um leicht kopierbare Beispiele verfügbar zu machen, weil man das Rad ja nicht immer neu erfinden muss.

Wir glauben, dass wir als Stadtmarketingorganisationen gerade jetzt unter Beweis stellen können und müssen, dass wir nah an unseren Primärpartnern sind - der Gastronomie, der Hotellerie, dem Handel und allen Stakeholdern der Innenstadt. Es helfen jetzt direkte Gespräche und die Hilfe bei kleinen Problemen. Wir sollten gut zuhören und das Ohr an den Sorgen der Menschen haben und das sollten die Menschen auch merken. Es hilft in den Städten alles, was die Sichtbarkeit, die Stärke und die Resilienz der Stadt öffentlich macht und zeigt. Das stärkt das Vertrauen in unser Gemeinwesen: Die Gesänge von den Balkonen kennt ja inzwischen jeder und jede, vielleicht gibt es andere sympathische und emotionale Gesten, die einfach sind und gut tun. Das Stadtmarketing darf auch hier erfinderisch sein.

Aber auch die zeitnahe Aufbereitung wichtiger, zum Teil ja überlebenswichtiger Informationen über Förderungen für Unternehmen, Gewerbesteuerstundungen, Aussetzen der Bettensteuer etc. sind in diesen Zeiten wichtig. Das Stadtmarketing kann so zeigen, dass es aus erster Hand informiert, schnell und auf die Zielgruppe zugeschnitten Informationen bereit stellt und aufbereitet.

Und tun wir auch den nächsten Schritt schon: Denken wir darüber nach, wie wir den Neustart in den Innenstädten gestalten können. Natürlich glaubt niemand, dass das

von 0 auf 100 geht, wir werden mit dem Virus weiter leben müssen, noch eine längere Zeit. Aber vielleicht gibt es witzige, personalisierte VIP-Shoppingtouren in den Läden nach vorheriger Anmeldung statt Massenshopping. Wir müssen Ideen suchen dafür, dass die Innenstadt auch unter weiterhin restriktivem Umgang mit Massen wieder erlebbar wird - zumal wir auf den Sommer zugehen.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, wir tun das alles nicht nur aus caritativen Gründen. Wir werden sehr schnell feststellen, dass die öffentlichen Haushalte unter großem Druck stehen und die Verteilungskämpfe vorprogrammiert sind. Und beim Verteilen geht es um eine Frage: um Relevanz! Wie wichtig ist, was wir tun? Und da reicht es leider nicht aus, wenn nur wir selber der Auffassung sind, unsere Arbeit sei hilfreich und stabilisierend: das sollten diejenigen uns bescheinigen und bei der Politik einklagen, die davon überzeugt sind und die wirklich davon profitieren. Deshalb ist es jetzt so wichtig, dass unsere Organisationen sichtbar sind und überzeugend, in dem, wie sie auf die Krise reagieren.

Aber wenn das einer kann, dann ist es doch das Stadtmarketing, oder?

In diesem Sinne bin ich mit herzlichem Gruß und optimistischem Blick in eine anstrengende nähere Zukunft

Ihre/Eure Bernadette Spinnen

Neues aus der Geschäftsstelle

Woche zwei im Home-Office läuft, und es läuft, nach kurzer Neuorientierung, tatsächlich ganz gut. Das ist also diese Disruption, von der immer alle sprechen. Wir vermissen den direkten Austausch und Kontakt untereinander und mit unseren „Anspruchsgruppen“. Wir erledigen das jetzt zwar häufiger aber dafür eben „nur“ virtuell. Die Abstimmungswege sind somit eher etwas länger geworden und wir werden beim Homeoffice immer besser. Auch der Vorstand ist über Videokonferenzen in regelmäßigem Kontakt untereinander und mit der Geschäftsstelle. Ebenso erreichen die Mitglieder uns gut über die mobilen Telefonnummern und nehmen unsere Leistungsangebote weiterhin an. Wir stellen uns also immer mehr auf die neue Situation ein und setzen dafür neue Formate um, die wir teilweise schon lange auf der Agenda hatten oder bereiten diese gerade intensiv vor. Bleiben Sie also gespannt. Neue Formate sind dieser **Sondernewsletter**, der **tagesaktuelle Newsticker** sowie die **Unterseite unserer Homepage mit Ihren Praxisbeispielen**.

bcsd-Link-Tank zur Corona-Krise

Wir wollen Sie kurz und prägnant über die aktuellen Entwicklungen informieren, Ihnen aber auch zeigen, wie beherrscht auf die Krise reagiert wird und dass es auch viele hoffnungsvolle Nachrichten gibt. Wir wollen die Zuversicht mehren, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Bei allem Tun und Denken im Moment sollten wir nicht vergessen, dass die Zeit nach den Corona-Beschränkungen kommen wird und es sich lohnt, sich darauf vorzubereiten. Da dieses Format noch neu ist, haben wir auch hieran gefeilt, um es noch besser und übersichtlicher zu machen.

Hilfe für Stadtmarketingorganisationen

Die KGst hat eine **Austauschplattform für Kommunen zum Thema Corona** und die Folgen entwickelt.

Das Förderprogramm **Go digital** unterstützt bei der Digitalisierung, unter anderem bei der Einrichtung von Home Office.

Hilfe für Stakeholder des Stadtmarketings



Relativ weit verbreitet sind Lieferdienste, die von privat oder vom Stadtmarketing angeboten oder koordiniert werden. Das Stadtmarketing hat dabei die höhere Glaubwürdigkeit. Auch Restaurants und Läden bieten Lieferservices, um Geld einzunehmen und Kunden zu schützen. Zudem werden Gutscheine als kurzfristige Sicherung der Liquidität verkauft.

Eine Berliner Agentur startet mit **LongLiveTheBlock.org** eine Non-Profit-Plattform zur Unterstützung von Restaurants und Geschäften durch den Online-Gutscheinverkauf und Spenden.

Unser Fördermitglied zmyle stellt eine für Städte kostenfreie **Gutscheinlösung** für Gastronomie und Handel bereit. Auch Einzelgeschäfte können von den stark vergünstigten Tarifen profitieren.

Der Bundestag verabschiedete zahlreiche Maßnahmen, darunter Unterstützungen für Solo-Selbstständige und Kleinbetriebe, neue Kurzarbeit-Regelungen, eine Anpassung der Grundsicherung, Mieterschutz sowie Hilfen für große Firmen. Einen Bericht dazu finden Sie **hier**.

Darüber hinaus schnüren auch die **Bundesländer** und teilweise Kommunen eigene Hilfspakete.

Das eigene **Hilfspaket der Stadt Pforzheim** unterstützt unter anderem Gewerbemietler, die mit der Stadt im Mietverhältnis stehen, aber auch Bürger.

Die imakomm AKADEMIE GmbH hat eine Neuauflage der **Mut machenden Geschichten** veröffentlicht. Darunter finden sich unter anderem Sonderöffnungszeiten für Risikogruppen, Lieferdienste und Solidaritätsaktionen.

Die CIMA Beratung + Management GmbH hat einen eigenen **Corona-Blog** aufgelegt und gibt Händlern und Kommunen **To Dos für die Corona-Krise** auf.

Zukunft des Einkaufens hat einen **Corona-Ticker zu Handelsthemen** eingerichtet.

Industrie- und Handelskammern haben die Initiative **FAIRzichten** ins Leben gerufen, bei der Verbraucher auf Erstattungsansprüche auf bereits gezahlte Vorleistungen für Kultur, Gastronomie, Handel etc. verzichten können, um kleinen Unternehmen das Überleben zu sichern.

Scanmarketing bietet eine Lösung an, die Besucher zählt und anzeigt, wie viele Kunden sich bereits in Supermärkten befinden und ob noch weitere hinein dürfen.

Zehn Forderungen des Deutschen Tourismusverbands zur Stabilisierung sind **hier** zu finden.

Neun Forderungen des Deutschen Reiseverbands (DRV) finden Sie **hier**. Der DRV stellt zudem **Musteranschriften mit Forderungen nach einem Schuttschirm** für Parlamentarier bereit.

Beide Verbände gemeinsam haben die Aktion „**Wer Reisen liebt, verschiebt**“ ins Leben gerufen.

Panorama



Bürger helfen Obdachlosen durch das Anbringen von **Spenden an Gabenzäunen**. Zudem werden in Berlin **täglich zehn Euro** und Essen verteilt.

Der Berliner Blog Weddingweiser **vernetzt die Bewohner der Viertel über eine Videoplattform**.

Die Wirtschaft zeigt sich solidarisch: **Jägermeister** spendet große Mengen Alkohol zur Herstellung von Desinfektionsmitteln. Weitere Spirituosenhersteller und Brauereien wie Beck's stellen ihre Produktion auf Desinfektionsmittel um. Auch Trigema stellt nun Atemschutzmasken her.

Obwohl derzeit kein Fußball gespielt wird, muss man nicht ganz darauf verzichten. Die **UEFA** zeigt online ebenso Klassiker wie die **FIFA**.

Zukunft des Einkaufens schaut in seinem Podcast ein Jahr voraus, **wie sich die Corona-Krise auf den Handel ausgewirkt haben könnte**.

Der Spiegel zeichnet nach, **wie die Ausgangsbeschränkungen den Verkehr reduzieren**: in Fußgängerzonen, auf Straßen und Fahrradwegen. Die Leere gibt es **hier** zu sehen.

Ein **TED-Talk mit Bill Gates aus 2015** zeigt, dass es durchaus Menschen gab, die eine Entwicklung wie sie sich aktuell vollzieht, vorhergesehen haben.

Stadtmagazine bieten **schnelle Kochrezepte für das Home Office** oder „Ausgehtipps“ für das Internet mit den aktuellen Kultur-Livestreams.

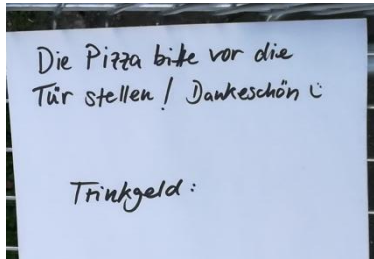
Die **Landwirtschaft wirbt um Beschäftigte aus dem Gastgewerbe**.

Firmen mit Berlin- und Gastronomiebezug unterstützen mit ihrem Online-Shop **Stay Home Club** Berliner Clubs und bedürftig gewordene Künstler mit 5 Euro je Bestellung.

Wer nicht immer Happy Birthday zum Händewaschen singen möchte kann sich auf **Wash Your Lyrics** den Refrain seines Lieblingslieds als Poster zum Händewaschen erstellen.

Prominente werben mit der Aktion **Maske auf** für das Tragen selbst gebastelten Mundschutzes um nicht sich selbst sondern andere zu schützen.

Zukunft/Zuversicht/Perspektive



Trend One bietet **donnerstags kostenfreie Webinare** an, die auch anschließend verfügbar sind.

Erfahrungsaustausch

Wir versuchen über den aktuellen Stand der Entwicklung in den Städten einen Überblick zu behalten und über die besten Aktionen zu berichten. Dabei sind wir auf Sie angewiesen. Bitte informieren Sie uns per E-Mail an **office@bcsd.de** über:

- Gute Projekte (geplant oder umgesetzt)
- Gute Informationsangebote
- Solidaritätsaktionen
- Genutzte, empfehlenswerte Hilfsangebote
- Beispiele aus Ihrer Stadt, die Mut machen
- Gute Informationsquellen

Einige unserer Mitglieder haben uns schon gute Beispiele zukommen lassen, die wir Ihnen **hier** auf unserer Homepage zur Verfügung stellen. Darunter sind Beispiele aus großen Städten wie Bielefeld, Bochum, Braunschweig und Münster, mittelgroßen Städten wie Gronau, Goslar, Marburg und Pinneberg aber auch aus kleineren Kommunen wie Buchen, Holzkirchen und Weißenburg.

Neue Mitglieder

Wir erfahren weiterhin einen Zustrom neuer Mitglieder, die sich an dieser Stelle den anderen Mitgliedern vorstellen. Hier werden aus Platzgründen nur die Kurzversionen vorgestellt, die ausführlichen Vorstellungen und Kontaktdaten unserer Mitglieder finden Sie **hier** auf unserer Homepage. Unsere Fördermitglieder stellen sich **hier** vor.

Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dormagen mbH

Dormagen mit seinen 65.000 Einwohnern liegt zwischen Köln und Düsseldorf. Die Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dormagen mbH (SWD) wurde 2017 gegründet. Sie bündelt im Stadtkonzern Dormagen die fünf Handlungsfelder Stadtmarketing, Tourismus, Unternehmensservice, Gewerbeflächen und Fachkräftesicherung. Im Handlungsfeld Stadtmarketing sind vier Mitarbeiter tätig, zu deren Kernaufgaben die Organisation von Stadtfesten, Wochenmärkten, City-Flohmärkten sowie die Vermarktung der Werbeflächen im Stadtgebiet zählen. Die SWD betreibt auch die Tourist-Information. Gute Impulse setzt auch die in der City-Offensive Dormagen gebündelte örtliche Wirtschaft selbst. Ein besonders erfolgreiches Projekt ist der „SWD CityBeach“, der 2019 erstmals einen großen Stadtstrand ins Herz der City brachte und zwei Wochen lang von heimischen Akteuren bespielt und gestaltet wurde. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Jobbörse

Hier finden Sie die seit dem letzten Newsletter neu hinzu gekommenen Stellenangebote. Alle aktuell über uns ausgeschriebenen Stellenangebote finden Sie **hier**.

Arbeitgeber	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Vege sack Marketing e.V.	Geschäftsführung (m/w/d)	26. April 2020
Stadt Friesoythe	Fachkraft für Stadtmarketing (m/w/d)	18. April 2020
Stadt Straelen	Mitarbeiter/in im Bereich Stadtentwicklung und Stadtmarketing (m/w/d)	14. April 2020

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.

Gender-Hinweis: Die männliche Form ist in dieser Veröffentlichung als inkludierend zu verstehen. Wir möchten darauf hinweisen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form explizit als geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.