

IHRE ANSPRECHPARTNER

Für alle Fragen rund um Ihre Mitgliedschaft und für alle weiteren Belange, mit denen Sie sich an den Verband wenden möchten – seien es thematische oder organisatorische Herausforderungen des Stadtmarketings, Wünsche, Anregungen oder Fragen – steht Ihnen unsere Geschäftsstelle in Berlin gerne zur Verfügung:

office@bcsd.de | 030 - 28 04 26 71

Für regionale Fragen können Sie sich darüber hinaus gerne an unsere ehrenamtlich tätigen Landesbeauftragten wenden und die Treffen der bcsd-Landesverbände zum Erfahrungsaustausch nutzen.



www.bcsd.de

Stadt ist Leben

Der ehrenamtlich tätige Bundesvorstand verantwortet die strategische Weiterentwicklung des Verbands und vertritt zusammen mit der Geschäftsführung die Belange der Stadtmarketingszene.

bcsd

Bundesvereinigung City- und
Stadtmarketing Deutschland e.V.

Tieckstraße 38, 10115 Berlin

Tel.: 030 / 28 04 26 71

Fax: 030 / 28 04 26 73

E-Mail: office@bcsd.de

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e. V.

bcsd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.





Über die bcsd

Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) wurde 1996 von Stadtmarketingverantwortlichen gegründet. Sie versteht sich als Mittlerin zwischen den Stadtmarketingorganisationen und öffentlichen Einrichtungen sowie als Interessenvertreterin gegenüber der Politik und Verwaltung auf Bundes- und Landesebene.

Als Berufsverband mit über 440 Mitgliedern unterhält die bcsd zudem ein lebendiges Netzwerk aus verschiedenen Akteuren im City- und Stadtmarketing, das insbesondere für den Erfahrungsaustausch sehr wertvoll ist.

Die bcsd stärkt die Entwicklung des Stadtmarketings, erkennt neue Fragestellungen, bietet Expertise und schafft Netzwerke für die Diskussion um die Stadt der Zukunft.

LEISTUNGEN

- Veranstaltung des Deutschen Stadtmarketingtages und der Deutschen Stadtmarketingbörse mit Vorträgen renommierter Referenten, Beiträgen aus der Praxis und zahlreichen Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch
- Qualifizierung und Weiterbildung durch Seminare zu verschiedenen Themenfeldern und Kompetenzen sowie Fachvorträge, Beratungsgespräche und Vermittlung kompetenter Experten
- Übersicht kommunaler Strukturdaten in Form des bcsd-Städte-Monitors
- Durchführung und Auswertung von Befragungen zu verschiedenen Themenbereichen des Stadtmarketings
- Monatlicher E-Mail-Newsletter
- Positionspapiere, Stellungnahmen, Leitlinien, Handlungsempfehlungen und Arbeitshilfen zu aktuellen Themen des Stadtmarketings
- Austausch mit Partnern, Verbänden und anderen Institutionen, sowie mit Politik und Verwaltung
- Herausgabe von Publikationen und Schriftenreihen, beispielsweise des „Praxishandbuch City- und Stadtmarketing“



AKTUELLE THEMEN

- Die Definition des Berufsbildes Stadtmarketing und die Etablierung einheitlicher (akademischer) Ausbildungsstandards
- Angemessene Ausstattung der Stadtmarketingorganisationen mit Ressourcen: Personal, Finanzen und Macht
- Der Erhalt und die Entwicklung der Lebensqualität vor Ort
- Die Digitale Transformation und deren Auswirkungen auf unsere Städte und das Stadtmarketing, den lokalen Einzelhandel, Tourismus und die Kommunikation
- Die Identifikation relevanter Trends und Formate aus Technik, Gesellschaft und Kultur und deren Nutzbarmachung für das integrierte Stadtmarketing
- Die Förderung von Sicherheit, Service und Aufenthaltsqualität in den Städten

