



Der Deutsche Stadtmarketingtag 2025 in Kiel

Jetzt anmelden!

Vom 6. bis 8. April 2025 findet der Deutsche Stadtmarketingtag in Kiel statt. Unter dem Titel „Eine Stadt, die verbindet – Stadtmarketing für Gemeinschaft und Engagement“ rückt die diesjährige Veranstaltung die Frage in den Fokus, wie Stadtmarketing zur Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts beitragen kann.

Im Mittelpunkt des Programms stehen Vorträge und Diskussionen zu aktuellen Herausforderungen und Entwicklungen im Stadtmarketing. Einige zentrale Programmpunkte sind:

- **Claus Ruhe Madsen**, Minister für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein, spricht über die Bedeutung der lokalen Wirtschaft für die Stadtentwicklung.
- **Dr. Carsten Brosda**, Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg, thematisiert, wie Zuversicht in gesellschaftlichen Veränderungsprozessen gestärkt werden kann.
- **Jan Holze**, Vorstand der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt, diskutiert, wie ehrenamtliches Engagement gezielt gefördert werden kann.
- In einer interaktiven Fishbowl-Diskussion werden Impulse aus den Vorträgen vertieft und Best-Practice-Beispiele ausgetauscht.

- Ebenfalls mit dabei sind **Dennis Hoenig-Ohnsorg** (Wirkungslotsen) sowie **Thors ten Kausch** (Geschäftsführer Stadtmanufaktur)
- Am zweiten Tag wird es verschiedene Best-Practice-Beispiele geben, die das Thema der Tagung aufgreifen sowie den Gastgeberbeitrag von **Uwe Wanger**
- Der Abschlussvortrag von **Dr. Nico Rose** verrät, wie sich mit positiver Psychologie Zuversicht kultivieren lässt

Neben den Fachveranstaltungen gibt es Gelegenheit, die vielseitige Arbeit von **Kiel-Marketing** kennenzulernen. Die geplanten Exkursionen bieten Einblicke in die Umgestaltung der Innenstadt, Kiel als Welthauptstadt des Segelns sowie den Quartiersprozess „Kiel kann Kiez“.

Ein gemeinsamer Abendempfang auf dem Theaterschiff Kiel lädt zum Austausch in besonderer Atmosphäre ein.

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit Stadtmarketing-Kolleg:innen aus ganz Deutschland auszutauschen, neue Impulse mitzunehmen und Kiel aus einer ganz besonderen Perspektive zu erleben.

Alle Informationen zum Programm sowie die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie [hier](#).

Inhalt

Seite

DST 2025 in Kiel	1
Auftakt bcsd Mentoring-Programm	2
Best-Practice des Monats	3
ICR-Seminare	3
Umfrage Weihnachtsmärkte	4
Studie der Imakomm	4
Nachruf Prof. Doderer	4
Interview des Monats	5
Zwischen Krise und Neuanfang	5
Zukunftswerk Wiesbaden	6
Haus der Neugier Aachen	6
Trends der Zukunft	7
Unser neues Mitglied	7
Jobbörse	8
Awards, Wettbewerbe und Aufrufe	8
Veranstaltungshinweise	9
Terminübersicht	10



Gemeinsam wachsen

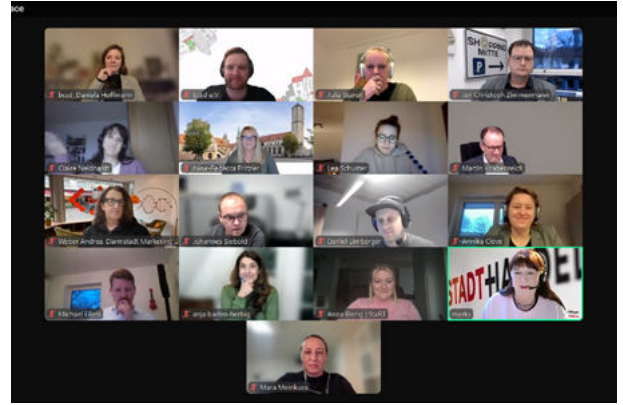
Erfolgreicher Auftakt des bcsd-Mentoring-Programms

Mit großer Freude durften wir am 23.01.2025 den offiziellen Startschuss für den ersten Jahrgang unseres bcsd-Mentoring-Programms geben! Acht Tandems, bestehend aus erfahrenen Mentor:innen und motivierten Mentees, kamen digital zusammen, um sich kennenzulernen und den Grundstein für mehrere Monate intensiven Austauschs zu legen.

Das bcsd-Mentoring-Programm wurde ins Leben gerufen, um die persönliche und berufliche Entwicklung im Stadtmarketing zu fördern. Es schafft eine Plattform, auf der Wissen, Erfahrungen und frische Perspektiven ausgetauscht werden können. Ziel ist es, sowohl Nachwuchskräfte als auch Quereinsteigende zu unterstützen, während gleichzeitig auch die Mentor:innen von neuen Impulsen profitieren können. Gemeinsam stärken wir so die Kompetenzen und die Vernetzung in der gesamten Branche. Nach einer herzlichen Begrüßung durch das bcsd-Team erhielten die Teilnehmenden eine Einführung ins Mentoring sowie hilfreiche Anregungen für die Gestaltung ihrer Tandem-Beziehungen. In den kommenden Monaten werden die Tandems an individuellen Zielsetzungen arbeiten, sei es die Karriereplanung, die Professionalisierung ihrer Arbeit, die persönliche Entwicklung oder ein kreativer Austausch zu aktuellen Herausforderungen.

Im Mittelpunkt des Auftakttreffens stand nicht nur die gemeinsame Planung, sondern auch das persönliche Kennenlernen.

Das bcsd-Mentoring-Programm bietet neben wertvollen Einblicken und praktische Unterstützung auch die Möglichkeit, langfristige Beziehungen aufzubauen. Wir freuen uns sehr, diesen besonderen Weg mit dem ersten Jahrgang zu gehen und danken allen Teilnehmenden für ihr Engagement. Gemeinsam setzen wir einen wichtigen Impuls für die Zukunft des Stadtmarketings!



Anzeige

Wie attraktiv ist Ihre City? Passantenfrequenz ist die Messzahl.

MESSEN - VERGLEICHEN - PROFITIEREN
mit hystreet.com

Mehrwerte

- Einzelhändler mit exakten Frequenzdaten unterstützen
- Cityevents analysieren und begründen
- Stadtentwicklung planen und evaluieren

[JETZT PARTNER WERDEN](#)



hystreet.com

Das größte
Netzwerk für
Passantenfrequenzen
>110 STÄDTE
>320 STANDORTE
6 LÄNDER

www.hystreet.com

Best-Practice-Projekt des Monats

Lernen Sie die neuesten Projekte kennen

Die bcsd ist Mit-Initiator der Stadtimpulse, dem ersten bundesweiten, zertifizierten Projektpool für Innenstadt, Handel und städtisches Leben. Hier haben Sie Zugriff auf über 120 ausgezeichnete Best-Practice-Beispiele. Sie haben ebenfalls ein innovatives Projekt? Dann bewerben Sie sich gerne. Weitere Informationen finden Sie unter:

www.unsere-stadtimpulse.de

Dieses Mal stellen wir Ihnen zwei spannende Projekte aus der Kategorie „Innovation im Handel“ vor: Mit dem „**Gewächshaus der Ladenkonzepte**“ in Hanau wird jungen Talenten eine Bühne geboten, ihre Ideen und Produkte im



© Philipp Kirschner

stationären Handel zu präsentieren und die Innenstadt mit frischen Impulsen zu bereichern. Neue oder in Hanau noch unbekannte Brands, kleine Labels, Manufakturen, Künstler:innen bzw. Designer:innen mit Einzelhandels-Ambitionen, sowie Unternehmen, die bisher ausschließlich im Onlinehandel tätig waren, können hier ihre Waren und Dienstleistungen für eine kleine, umsatzorientierte Miete präsentieren – inklusive Betreuung und Verkauf durch Fachpersonal, in 1-a-Lage in der Hanauer Innenstadt.

Der Leipziger Konzeptladen „**Wiederschön**“ hingegen zeigt eindrucksvoll, wie Kreislaufwirtschaft und nachhaltiger Konsum urbane Räume neu beleben können. Besucher:innen können in dem Konzeptladen Kreislaufwirtschaft vielseitig erleben: Veranstaltungen, Workshops, Bildungsangebote und Einkaufsmöglichkeiten. Das Ziel ist, dass Besucher:innen mit neuen Impulsen und Ideen nach Hause gehen und die Kreislaufwirtschaft ausleben können. Auch die Abfallvermeidung und Ressourcenschonung sind wichtige Themen, die in den Besucher:innen nachwirken sollen. Der Laden fungiert als zentrale Anlaufstelle für nachhaltigen Handel und Konsum.



SEMINARtermine FEBRUAR/ MÄRZ 2025

Jetzt anmelden unter
www.icr-studium.de

10.02.	Strategische Grundlagen im Stadtmarketing	Hanau
11.02.	Die Stadt/ Region als Marke	Hanau
12.02.	Projektmanagement	Hanau
18.02.	Integrierte Stadtentwicklung & Planungsrecht	Online
21.02.	Recht kompakt	Online
24.02.	Eventmanagement	Online
25.02.	Partizipation & Stakeholdermanagement	Online

26.02.	Wirtschaftsförderung	Online
05.03.	Stadtmarketing - KI im Arbeitsalltag	Online
06.03.	Bausteine einer vitalen City	Online
07.03.	Finanzierung und Personal	Online
13.03.	City- und Quartiersmanagement	München
14.03.	Grundlagen der Medienarbeit	München

Melden Sie sich für einzelne Seminare an oder sichern Sie sich noch einen der letzten Plätze für die komplette ICR Kompakt-Weiterbildung!
bcsd-Mitglieder können zu einem vergünstigten Preis buchen.

 Institut für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e.V.

unterstützt von
 **cima.** **bcsd**

Umfrageergebnisse zur Weihnachtsdekoration

Beleuchtung immer noch sehr wichtig

Nachhaltigkeit und Trends bei Weihnachtsdekoration in Innenstädten

Eine aktuelle Studie der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heilbronn untersuchte die Entwicklungen und Herausforderungen im Bereich Weihnachtsdekoration in Innenstädten und Einkaufszentren, zu dessen Teilnahme auch die bcsd in der Weihnachtszeit aufgerufen hatte. Neben der gestiegenen Bedeutung von Nachhaltigkeit stehen weitere relevante Themen wie Energieeffizienz, Anschaffungszyklen und die Rolle von Zertifikaten im Fokus.

Weihnachtsdekoration bleibt wichtig für das Stadtbild

Die Studie zeigt, dass Weihnachtsbeleuchtung nach wie vor eine große Rolle für das Kundenerlebnis spielt. 93 % der Befragten bewerten sie als wichtig, und 84 % erhalten positives Feedback

aus dem stationären Handel. Gleichzeitig wächst das Bewusstsein für nachhaltige Lösungen.

Nachhaltigkeit und Energieeffizienz gewinnen an Bedeutung

Nachhaltigkeit ist für viele Entscheider ein zentrales Thema: Die Mehrheit setzt inzwischen auf LED-Technologie (78 %), um den Energieverbrauch zu senken. Dennoch gibt es Herausforderungen bei der Informationsbeschaffung zu nachhaltigen Produkten – insbesondere bei der Überprüfbarkeit von Zertifikaten.

Langfristige Planung und Investitionen

Während die Anschaffungszyklen weitgehend stabil bleiben, investieren nur 20 % der Entscheider aktiv in eine Erweiterung der Weihnachtsdekoration. Viele setzen stattdessen auf langlebige Lösungen und langfristige Leasingmodelle als nachhaltige Alternative.

Handlungsempfehlungen

Die Studie gibt konkrete Empfehlungen für eine nachhaltige und wirtschaftliche Umsetzung:

- Einsatz umweltfreundlicher Materialien und Herkunftsnachweise fördern.
- Energieeffizienz weiter optimieren, z. B. durch LED-Technologie und reduzierte Beleuchtungszeiten.
- Langfristige Planungszyklen einführen, um Lieferkettenengpässe zu vermeiden.
- Transparenz bei Nachhaltigkeitszertifikaten verbessern, um Vertrauen in nachhaltige Produkte zu stärken.

Die Ergebnisse zeigen, dass nachhaltige Weihnachtsdekoration eine wichtige Rolle für Innenstädte spielt. Eine umweltfreundliche Gestaltung kann dabei sowohl ökologische als auch wirtschaftliche Vorteile bieten.



Mit KI generiert



Auf dem Weg zu multifunktionalen Innenstädten und Zentren

Imakomm-Veröffentlichung zu Beispielen, Hemmnissen und Lösungsansätzen

Die Zukunft der Innenstädte liegt in ihrer Fähigkeit zur Transformation. Der klassische Einzelhandel verliert an Bedeutung, während multifunktionale Konzepte an Relevanz gewinnen. Städte müssen Wohnen, Arbeiten, Freizeit und Kultur integrieren, um attraktiv zu bleiben.

Warum Multifunktionalität absolut entscheidend ist

Sechs zentrale Transformationsbausteine sind entscheidend: Klimaanpassung, Mobilitätswende, soziale Kohäsion, Gemeinwohlorientierung, zirkuläre Wirtschaft und neue Arbeitsformen. Diese Faktoren fördern eine nachhaltige und lebendige Innenstadt. **Herausforderungen und Lösungsansätze**

Hindernisse sind unter anderem fehlender Immobilienzugriff, restriktives Baurecht und begrenzte Finanzmittel. Erfolgreiche Städte setzen auf:

- aktive Bodenpolitik und strategisches Immobilienmanagement
- Ko-Kreation mit der Stadtgesellschaft zur stärkeren Bürgerbeteiligung
- flexible Nutzungskonzepte wie Pop-up-Stores und urbane Produktion
- Multimodale Erreichbarkeit für alle Verkehrsträger
- Testphasen mit Reallaboren, um innovative Konzepte auszuprobieren.

Stadtentwicklung braucht klare Visionen

Innenstädte müssen zu vielseitigen Lebensräumen werden. Entscheidend ist ein strategisches Vorgehen mit praxisorientierten Lösungen. Über diese Themen wird auch bei der **Innenstadttagung der Imakomm** diskutiert. Weitere Infos [hier](#).

Nachruf

Prof. Alexander Doderer

Mit großem Bestürzen haben wir vom Tod des Gründers unseres langjährigen Fördermitglieds GRUPPE DREI erfahren. Wir haben Prof. Doderer als kreativen Strategen in der Stadtmarketing-Beratungsbranche wahrgenommen und

seine teils ungewöhnlichen Impulse, wie die „femininen Standorte“, immer sehr geschätzt. Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland möchte hiermit, im Namen der deutschlandweiten Stadtmarketing-Gemeinschaft, seiner Familie und der GRUPPE DREI, die weiterhin in Familienhand geführt wird, ihre Anteilnahme zum Ausdruck bringen.



Prof. Doderer auf dem Deutschen Stadtmarketingtag in Mannheim 2014

Zusammenhalt in schweren Zeiten

Anteilnahme für Magdeburg

„Weihnachtsmärkte stehen für Gemeinschaft, Besinnlichkeit und Frieden. Sie bringen Menschen zusammen, um in festlicher Atmosphäre Momente der Freude und des Miteinanders zu erleben. Ein Anschlag auf einen solchen Ort ist nicht nur eine Tragödie für die unmittelbar Be-

troffenen, sondern auch ein Anschlag auf Werte, die uns als Gesellschaft verbinden. Unsere Gedanken sind in diesen schweren Stunden bei den Opfern, ihren Angehörigen und der gesamten Magdeburger Stadtgesellschaft. Ihnen allen gilt unser tief empfundenes Mitgefühl und unsere aufrichtige Anteilnahme.“

Bernadette Spinnen,
Bundsvorsitzende bcsd e. V.



© Peter Wieler

Interview des Monats

Prof. Dr. Thomas Krüger von der HafenCity Universität Hamburg spricht im Interview mit Jürgen Block (Geschäftsführer der bcsd) über die zentralen Herausforderungen und Chancen der Stadtentwicklung. Diskutiert werden die Bedeutung von Transformation, die Rolle der Nutzungsmischung in Innenstädten sowie die Koordination relevanter Akteure. Welche Strategien sind notwendig, um Städte zukunftsfähig und lebendig zu gestalten?

[Hier](#) finden Sie das gesamte Interview. Schreiben Sie gerne in die Kommentare, was Sie darüber denken und abonnieren Sie unseren Kanal.



Zwischen Krise und Neuanfang

Interview mit Ariadne von Schirach

Im Rahmen der Denkwerkstadt 2024 in Gmunden sprach Edgar Eller, Vorstandsmitglied von Stadtmarketing Austria, mit der deutschen **Philosophin Ariadne von Schirach** über die vielschichtige Krise unserer Zeit – eine Krise der Beziehungen, der Wahrnehmung und des Umgangs mit unseren eigenen Schöpfungen.

Von Schirach beschreibt die aktuelle Situation als einen Wendepunkt, an dem sich viele Verhältnisse zuspitzen: die Beziehungen zwischen Menschen, zwischen Mensch und Natur sowie zwischen Mensch und Technik. In ihren Worten erleben wir eine „Krise der Beziehungen“, die sich in sozialen Spannungen, Umweltproblemen und den Herausforderungen neuer Technologien wie der Künstlichen Intelligenz widerspiegelt.

Doch sie sieht in dieser Krise auch eine Einladung zur Neugestaltung: „Wir brauchen neue Geschichten, die uns nicht nur Sinn geben, sondern

auch schön sind.“ Dabei betont sie die Notwendigkeit, unser Handeln nicht nur auf kurzfristige Vorteile auszurichten, sondern eine größere Verantwortung zu übernehmen – für uns selbst, für unsere Mitmenschen und für die Welt.

Ein zentrales Thema des Gesprächs war die Rolle der Wahrnehmung. Wir nehmen Krisen heute anders wahr als früher, nicht weil sie neu sind, sondern weil wir stärker informiert und vernetzt sind. Doch genau darin liegt auch die Chance, Veränderungen bewusst und aktiv zu gestalten.

Zum Abschluss ihres Gesprächs mit Edgar Eller schlägt Ariadne von Schirach einen „apokalyptischen Optimismus“ vor: Die Welt ist im Umbruch, doch gerade darin liegt die Möglichkeit, eine neue, bessere Zukunft zu gestalten. Dies erfordert Mut, Dialog und die Bereitschaft, unser Denken und Handeln neu auszurichten.

[Hier](#) kommen Sie zum Artikel. Das vollständige Interview ist auch als Audio-Interview verfügbar.



© Rahel Taeubert

HIER KÖNNTE IHRE WERBUNG FÜR DAS GESAMTE JAHR STEHEN!

Bei Interesse an einem Newsletter-Sponsoring
schreiben Sie uns gerne an office@bcsd.de



Zukunftswerk in Wiesbaden eröffnet

Ein Innovationsraum für Bürger:innen

Das Zukunftswerk ist Teil der Kooperation „Stadtlabor2Go“, bei dem die Landeshauptstadt Wiesbaden und die Stadt Mönchenglöblich innovative Stadtlabore aufbauen. Ob Vorträge, Workshops oder interaktive Mitmachstationen – das Zukunftswerk schafft Möglichkeiten für Austausch und Experimente zwischen Verwaltung, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft. Ein besonderer Fokus liegt auf der interaktiven Präsentation zukunftsweisender Projekte wie dem „Digitalen Zwilling“.

Kooperationen für frische Impulse

Gemeinsam mit der Hochschule Fresenius, der PD – Berater der öffentlichen Hand – sowie weiteren Partnern bringt das Zukunftswerk neue Perspektiven in die Stadtentwicklung ein. Studierende entwerfen innovative Konzepte, die direkt auf die Bedürfnisse der Wiesbadener:innen zugeschnitten sind, während die PD mit ihrer Expertise die strategische Weiterentwicklung des Projekts begleitet.

Unterstützung durch das Citymanagement

Das Zukunftswerk ist ein gemeinsames Projekt mit dem Citymanagement der Landeshauptstadt Wiesbaden, das bei der Standortsuche unterstützte und die Finanzierung aus dem

Bundesförderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ sicherstellte. Damit wird ein bedeutender Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Wiesbadener Innenstadt geleistet. [Weitere Informationen.](#)



© 2025 Volker Waischounek



Das „Haus der Neugier“

Innovatives Konzept für die Aachener Innenstadt

Die Bedürfnisse der Aachener:innen wandeln sich stetig – die Gesellschaft wird vielfältiger, das Leben digitaler. Menschen wünschen sich mehr Aufenthaltsqualität, weniger Kommerz im öffentlichen Raum und eine barrierefreie Umgebung. Gleichzeitig wächst der Wunsch nach Orten, die zum Entdecken, Verweilen und Mitmachen einladen – sogenannte „Dritte Orte“.

Das „Haus der Neugier“ – Ein Begegnungsort für alle

Mit dem „Haus der Neugier“ soll ein solcher Treffpunkt in Aachen entstehen: zentral gelegen, offen für alle und vielseitig nutzbar. Geplant ist, dass die Volkshochschule und die Stadtbibliothek hier eine gemeinsame Heimat finden. Neben einem breiten Medienangebot für alle Generationen soll das Haus Raum für kulturelle, politische und wissenschaftliche Veranstaltungen bieten – darunter Ausstellungen, Vorträge, Kurse und Workshops in verschiedenen Sprachen und auf unterschiedlichen Niveaus.

Ein zukunftsfähiger Standort

Im Rahmen einer Machbarkeitsstudie hat die Stadt Aachen verschiedene Standorte untersucht. Dabei hat sich das Haus Horten als Favorit herauskristallisiert – ein Standort, der unter wirtschaftlichen, programmatischen und baulichen Gesichtspunkten besonders überzeugt. Das Gebäude, in dem sich bis 2017 das

„Lust for Life“-Kaufhaus befand, bietet ideale Voraussetzungen für eine nachhaltige Realisierung des Projekts. Zudem könnte die Belebung dieses Ortes einen wichtigen Impuls für die Entwicklung des gesamten Umfelds setzen.

Neue Perspektiven für die VHS

Ein weiterer wichtiger Aspekt: Die Volkshochschule wird in naher Zukunft ihre Räume im Bushof für eine Teilsanierung oder Generalinstandsetzung verlassen müssen. Sollte sie ins „Haus der Neugier“ umziehen, könnte am bisherigen Standort Bushof neuer Wohnraum entstehen. Falls nicht, wäre ein alternatives Ausweichquartier für die VHS-Angebote erforderlich.

Mit dem „Haus der Neugier“ könnte Aachen einen lebendigen, offenen und inspirierenden Ort schaffen, der die Innenstadt bereichert und Menschen aller Generationen zusammenbringt. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen.

Kommunen wollen Sportstätten offen halten

Ergebnisse einer Befragung des Difu

Die Kommunen in Deutschland halten bislang trotz steigender finanzieller Widrigkeiten am Betrieb ihrer Sportstätten fest. Im Jahr 2024 verfügten 94 Prozent der Kommunen über Sporthallen und 92 Prozent über Sportplätze. Etwas mehr als die Hälfte der Kommunen betrieben zudem eigene Freibäder und 46 Prozent Hallenbäder. Zudem ist in zwei Dritteln der Kommunen, in denen es 2024 Sporthallen oder Sportplätze gab, die Anzahl der Sportstätten in den vergangenen zehn Jahren konstant ge-

blieben. Jeweils etwa ein Viertel der Kommunen hat in den letzten Jahren sogar neue Sporthallen oder Sportplätze gebaut. 60 Prozent der Kommunen berichten, dass sich die Zahl ihrer Hallenbäder seit 2014 erhöht hat, bei den Freibädern sind es 54 Prozent.

Das sind Ergebnisse einer Sonderbefragung unter Kämmereien, die das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) im Auftrag der KfW im Oktober 2024 durchgeführt hat. Auch wenn die Ergebnisse nicht repräsentativ sind, so vermitteln sie jedoch einen belastbaren Eindruck der Situation in den Kommunen. „Zwar wollen Kommunen das Sportangebot weniger drastisch reduzieren als andere freiwillige Aufgaben, die drohen-

de Schließung ganzer Sportstätten ist jedoch besorgniserregend. Aus Sicht der Kommunen braucht es hier vor allem eine verbesserte Grundfinanzierung, um die benötigten Investitionen zu stemmen“, so Difu-Wissenschaftler und Projektleiter Dr. Christian Raffer. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen.



Mit KI generiert

Die Trends der Zukunft

Recherchiert und erstellt mit ChatGPT

In einer sich schnell verändernden Welt ist es entscheidend, stets am Puls der Zeit zu bleiben – das gilt auch für das Stadtmarketing. Künstliche Intelligenz (KI) bietet uns dabei neue, innovative Möglichkeiten, Trends frühzeitig zu erkennen und fundierte Prognosen für die Zukunft zu erstellen. Mit Hilfe von ChatGPT und anderen KI-Tools können wir globale Entwicklungen schneller erfassen und individuelle, auf unsere Branche zugeschnittene Trends identifizieren. Mit dieser neuen Methode setzen wir einen zukunftsweisenden Schritt, um die Bedürfnisse unserer Mitglieder noch präziser und agiler bedienen zu können. Im Folgenden finden Sie nun aktuelle Trends die mit Hilfe von KI generiert worden sind:

1. Phygital Innenstädte: Die Fusion von digitaler und physischer Stadt

Der Begriff „phygital“ (eine Mischung aus „physical“ und „digital“) beschreibt die Verschmelzung von Online- und Offline-Erlebnissen. Besonders spannend ist das Konzept „Smart Windows“: Interaktive Schaufenster, die mithilfe von Augmented Reality (AR) oder KI den Passant:innen ein hybrides Einkaufserlebnis bieten. In Amsterdam oder Seoul testen einige Geschäfte bereits AR-Technologien, bei denen Nutzer:innen mit dem Smartphone Outfits oder Möbelstücke „anprobieren“ können, ohne das Geschäft zu betreten.

Mit KI generiert



Darüber hinaus entstehen immersive Erlebnisräume in der Stadt:

- AR-gestützte Kunstinstallationen, bei denen Murals und Skulpturen erst durch das Smartphone lebendig werden.
- Digitale Stadtmuseen: Historische Orte werden durch Hologramme oder AR-Storytelling zu interaktiven Lernorten.
- Virtual Shopping Events: Innenstädte könnten in Zukunft hybride Shoppingnächte veranstalten, bei denen Nutzer:innen sowohl online als auch vor Ort Angebote wahrnehmen können.

Phygital Konzepte sind besonders attraktiv für junge Zielgruppen und machen Innenstädte wieder erlebnisreicher.

2. Adaptive Cities: Städte, die sich in Echtzeit anpassen

Während Smart Cities oft langfristige digitale Infrastrukturen planen, gehen Adaptive Cities

einen Schritt weiter: Sie nutzen Echtzeitdaten, um die Stadt flexibel an die aktuellen Bedürfnisse der Menschen anzupassen.

- Dynamische Zonen: Straßen, die tagsüber Lieferverkehr erlauben und abends zur Fußgängerzone werden – gesteuert durch smarte Bodenmarkierungen und LED-Signale.
- Klimasensitive Stadtmöbel: Parkbänke mit Solarpanels, die sich im Sommer automatisch verschatten oder sich im Winter beheizbar machen.
- Intelligente Lichtkonzepte: Sensorbasierte Beleuchtung, die Energie spart, indem sie sich nur dort aktiviert, wo Menschen unterwegs sind.

Adaptive Cities schaffen eine Stadt, die „mitdenkt“ und flexibel auf Wetter, Menschenströme und Events reagiert – ein Zukunftsmodell für resiliente, nachhaltige und lebenswerte urbane Räume.



Mit KI generiert

Das neueste Mitglied der bcsd stellt sich vor

Die Stadt Forchheim

Die mit rund 35.000 Einwohnern liegt die große Kreisstadt Forchheim im Süden des bayerischen Regierungsbezirks Oberfranken. Mit Bamberg im Norden und Nürnberg im Süden, befindet sich die Stadt verkehrsgünstig an Main-Donau-Kanal und am Frankenschnellweg gelegen und nimmt dadurch eine zentrale Lage in der Metropolregion Nürnberg ein. Die Forchheimer Innenstadt ist geprägt durch inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte inmitten einer historischen Altstadt mit kurzen Distanzen. Forchheim profitiert als eine der ältesten Städte Frankens von einem reichen historischen Erbe und einer gut erhaltenen Altstadt, die Besuchern und Einwohner gleichermaßen anzieht. Die charakte-

ristischen Fachwerkhäuser, das historische Rathaus und enge Gassen verleihen der Stadt einen unverwechselbaren Charme.

Das Forchheimer Citymanagement ist Teil des Amtes für Marketing, Tourismus und Internationale Beziehungen. Ein City-Manager und 1/2 Mitarbeiterstelle führen die täglichen Geschäfte. Die Hauptaufgabe des Citymanagements der Stadt Forchheim ist die Belebung und Stärkung der Innenstadt durch Steigerung der Lebensqualität und Attraktivität für alle beteiligten Akteure. Daraus ergibt sich ein sehr breites und vielfältiges Aufgabenfeld:

- Stärkung der Innenstadt Forchheims als Einkaufsstadt
- Reduzierung der Leerstände
- Organisation und Durchführung innerstädtischer Veranstaltungen
- Verbesserung des Stadtimages durch gezieltes

Stadtmarketing

- Bindeglied zwischen Stadtverwaltung, Gewerbetreibenden und Bürgern
- Enge Zusammenarbeit mit Personen aus Wirtschaft, Tourismus und Kultur

Weitere Informationen unter:

www.forchheim-erleben.de



Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Dachverband Stadtmarketing Plauen e. V.	Geschäftsführer:in (m/w/d)	31. Januar
Die Stadt Friedrichsdorf	Sachbearbeiter:in im Bereich Stadtmarketing (m/w/d)	09. Februar
Stadtmarketing Elmshorn e. V.	Stadtmarketing-Manager:in (m/w/d)	16. Februar
Stadt Vechta	Sachbearbeiter:in Standortmarketing & Wirtschaftsförderung (m/w/d)	09. Februar

Awards, Wettbewerbe und Aufrufe

Klimaaktive Kommune 2025

Bis zum 31. März 2025 können Städte, Landkreise und Gemeinden ihre innovativen Klimaschutzprojekte beim Wettbewerb Klimaaktive Kommune einreichen.

Ausgelobt wird der Wettbewerb vom Deutschen Institut für Urbanistik mit Unterstützung der Nationalen Klimaschutzinitiative des BMWK.

Es winken Preisgelder von je 40.000 Euro, die in weitere Klima-projekte investiert werden müssen. Bewerbungen sind in drei Kategorien möglich: Großstädte, Mittel-/Kleinstädte sowie Landkreise/kleine Gemeinden. Die Gewinner werden im Herbst 2025 auf der Kommunalen Klimakonferenz ausgezeichnet.

Mehr Infos und Teilnahmebedingungen finden Sie [hier](#).



Stadtmarketing goes Galileo

Die TV-Produktionsfirma me:works aus Köln begleitet für ein junges Job-Format exklusiv für das Wissensmagazin Galileo (Pro Sieben) interessante Menschen mit den unterschiedlichsten Berufen für einen Tag. Dafür sind sie aktuell auf der Suche nach Menschen, die sie in ihre Berufswelt begleiten können. Dabei erfahren wir, warum sie den Job gerne machen und wer der Mensch hinter dem Job ist. Das Ziel ist es, die Berufswelten möglichst authentisch und interessant vorzustellen und so zu stärken, mit Stereotypen aufzuräumen und die Menschen der Branche kennenzulernen. Hier können Sie sich einen Eindruck von dem Format machen: meworks.tv/gehaltscheck-lp

Gesucht wird eine sympathische und offene Person, die Vollzeit arbeitet und ungefähr zwischen 20 und 50 Jahren alt ist. Sie sollte den Job mit Leidenschaft leben und schon einige Jahre Berufserfahrung haben. Bei Interesse schreiben Sie gerne an: gehaltscheck@meworks.tv

Die Public Marketing Awards!

Haben Sie eine Kampagne initiiert, um Ihre politischen, kulturellen, gesellschaftlichen, sozialen oder wissenschaftlichen Ziele wirkungsvoll in der Öffentlichkeit zu verankern? Sind Sie kommunikativ neue Wege gegangen, um Ihre Markenidentität zu stärken? Nutzen Sie dabei innovative Technologien wie Künstliche Intelligenz oder bauen Sie auf die Authentizität echter Markenbotschafter:innen, um Ihre Zielgruppe von sich zu überzeugen? Haben Sie zukunftsweisende Kommunikationsprojekte auf den Weg gebracht, die den öffentlichen Raum bereichern und das gesellschaftliche Zusammenleben fördern?

Dann nehmen Sie an den [Public Marketing Awards](#) teil. Gesucht werden die besten Kommunikations- und Marketingkampagnen des öffentlichen Sektors! Reichen Sie Ihre Arbeit bis zum 31. März 2025 ein und sichern Sie sich die Chance, in die engere Auswahl zu gelangen und auf dem Siegerpodest zu stehen. [Jetzt bewerben!](#)

Teilnahmeberechtigt sind alle Verantwortlichen im Bereich Marketing und Kommunikation aus Organisationen, Unternehmen und Institutionen des öffentlichen Lebens wie Ministerien, Behörden, Städte und Kommunen, Tourismusorganisationen, Stiftungen und Kulturbetriebe sowie Agenturen und Dienstleister, die sich auf den öffentlichen Sektor spezialisiert haben. Hier geht es zu den [Teilnahmebedingungen](#).



„Geh auf's Ganze“ – die Kultshow in der eigenen Innenstadt

Sichern Sie sich einen der Tournee Termine für 2025 als Event in der eigenen Innenstadt. Der Kultmoderator und Publikumsliebbling Jörg Draeger wird „80“ – mit dabei TV Moderator Peter Grimberg der Jörg in seinem TV Format „First Moments“ viele Geheimnisse entlockte rund um seine TV Karriere. Erleben sie Live auf der Bühne „Geh auf's Ganze“ – Musik und Talk rund um den Sympathischen Entertainer.



Das Publikum erwartet eine zwei stündige LIVE TV Show mit Gewinnspiel, Talk, Wissenswertes über Ihren Star und Live Gesang. Auf Wunsch werden Stofftiere (Zonk) in bestimmter Anzahl beschafft. Bei Interesse schreiben Sie gerne eine Email an info@peter-grimberg.de und erhalten Sie weitere Informationen.

Ebenfalls als Event für die Innenstadt: „Rock meets Schlager“. Bei Interesse an dem Musikevent schreiben Sie gerne ebenfalls an oben genannte E-Mail-Adresse.

Veranstaltungshinsweise

Die Imakomm-Innenstadttagung am 18.02. online

Anlässlich der Veröffentlichung der neuen [imakomm Innenstadt-Studie](#) findet die Innenstadt-Tagung statt. Thematisiert werden zielführende Lösungsansätze zu Fragen der Innenstadtentwicklung. Insbesondere die Umsetzung von Multifunktionalität im städtischen Raum soll dabei im Mittelpunkt stehen.

Darüber hinaus werden Praxisbeispiele aus den Bereichen Bodenpolitik, Neues Miteinander, Handelsstärkung, Handlungsmöglichkeiten für Kommunen, Rechtliches und kreativer Städtebau vorgestellt und diskutiert. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen.



Stadtkantine am 04.02. „Jupiter Hamburg“

Ein weiteres Beispiel einer kreativen Um- und Zwischennutzung: Das einzige Kaufhaus, das dich reicher macht. Vom Design-Shop im Erdgeschoss bis zur Party auf der Dachterrasse: Die Rolltreppen des ehemaligen Kaufhauses tragen euch zu unterschiedlichsten Projekten aus der Hamburger Kreativwirtschaft – Etage für Etage.

Mit einem Mix aus Dauerbrennern und wechselnden Angeboten ist Jupiter immer in Bewegung.



Im Gespräch bei der Stadtkantine: Louisa Schwope & Celina Behn, Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH - online am 04.02. von 13.00 Uhr bis 13.45 Uhr. [Hier](#) gehts zur Anmeldung.

Webinar: „Wie kommunaler Klimaschutz die regionale Wirtschaft fördert“ am 18.02.

Das Webinar des Difu (Deutsches Institut für Urbanistik) bietet eine praxisorientierte Einführung in das Thema regionale Wertschöpfung an der Schnittstelle zum kommunalen Klimaschutz. Es wird erläutert, was hinter dem Begriff „Wertschöpfung“ steckt, in welchen Handlungsfeldern des kommunalen Klimaschutzes die Wertschöpfungseffekte besonders groß sind und wie sich diese Effekte messen lassen. Durch die Vorstellung erfolgreicher Praxisbeispiele erfahren Sie, wie das Zusammendenken von Klimaschutz und regionaler Wertschöpfung einen Mehrwert erzeugen kann. Ergänzend werden Berechnungsmethoden und Unterstützungsangebote vorgestellt. Im Anschluss an die Vorträge ist ausreichend Zeit eingeplant, um Rückfragen an unsere Expertinnen und Experten zu stellen.

Die Anmeldung finden Sie [hier](#).

German Creative Economy Summit am 05. & 06. März

Am 5. und 6. März 2025 findet zum zweiten Mal der German Creative Economy Summit (GCEs), auf Kampnagel in Hamburg statt.

Der GCEs ist der größte, nationale Branchentreff der Kreativwirtschaft, d.h. für alle 11 Teilmärkte (Musik, Film, Buch, Presse, Architektur, Rundfunk, Darstellende Kunst, Design, Software und Games, Bildende Kunst und Werbung).

Die Kreativwirtschaft ist ein zentraler Motor für Innovationen und wirtschaftliches Wachstum. Ihre Bedeutung reicht weit über die elf Teilmärkte hinaus. Die Kreativwirtschaft treibt nicht nur kulturelle, sondern auch wirtschaftliche und soziale Entwicklungen voran, indem sie neue Geschäftsmodelle, Technologien und Arbeitsweisen hervorbringt. [Hier](#) finden Sie weitere Informationen.



Innenstadt-Magnet Festbeleuchtung: Christmasworld 2025

Ihr weltweit einzigartiges Produktangebot macht die Christmasworld zur globalen Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck. Fachbesucher:innen finden vom 07. bis 11. Februar 2025 Inspirationen zu neuen Trends und bewährten Klassikern für alle festlichen Anlässe des Jahres.

Das Kernsegment Visuelles Merchandising & Licht ist dabei die globale Anlaufstelle für imposante Konzeptideen im Bereich der Dekoration von Groß- und Außenflächen. In Zusammenarbeit mit den drei Branchenverbänden bcsd, gcsp und ecsp schafft die Leitmesse mit Christmasworld Take Off 2025 einen noch wertvolleren Messebesuch für gewerbliche Endverbraucher, Institutionen und Organisationen wie Städte, Shopping Center, Bahnhöfe oder Flughäfen. Mit einer Guided Tour und einer inspirierenden Keynote bietet der Christmasworld Take Off 2025 eine einmalige Gelegenheit, die neuesten Trends aus den Bereichen Festbeleuchtung, Großflächen- und Objektdecoration zu erleben und das eigene Netzwerk zu erweitern. [Jetzt anmelden!](#)

Als bcsd-Mitglied ist der Eintritt zur Christmasworld für Sie kostenfrei. Bei Interesse schreiben Sie uns gerne an office@bcsd.de!



Die wichtigsten Termine im Überblick

bcsd-Veranstaltungen:

10. Februar bis 14. März 2025

ICR-Kompakt Weiterbildungsstudiengang

[Weitere Informationen](#)

10. Februar 2025

Seminar „Strategische Grundlagen im Stadtmarketing“ in Hanau

[Weitere Informationen](#)

11. Februar 2025

Seminar „Die Stadt/Region als Marke“ in Hanau

[Weitere Informationen](#)

12. Februar 2025

Seminar „Projektmanagement“ in Hanau

[Weitere Informationen](#)

18. Februar 2025

Seminar „Integrierte Stadtentwicklung und Planungsrecht“ online

[Weitere Informationen](#)

19. Februar 2025

Landesverbandstreffen Brandenburg in Eberswalde

[Weitere Informationen](#)

21. Februar 2025

Seminar „Recht kompakt“ online

[Weitere Informationen](#)

24. Februar 2025

Seminar „Eventmanagement“ online

[Weitere Informationen](#)

25. Februar 2025

Seminar „Partizipation und Stakeholdermanagement“ online

[Weitere Informationen](#)

05. März 2025

Seminar „Stadtmarketing - KI im Arbeitsalltag“ online

[Weitere Informationen](#)

06. März 2025

Seminar „Bausteine einer vitalen City“ online

[Weitere Informationen](#)

07. März 2025

Seminar „Finanzierung und Personal“ online

[Weitere Informationen](#)

13. März 2025

Seminar „City- und Quartiersmanagement“ in München

[Weitere Informationen](#)

14. März 2025

Seminar „Grundlagen der Medienarbeit“ in München

[Weitere Informationen](#)

17. - 19. März 2025

Seminar „Veranstaltungsleiter bcsd im öffentlichen Raum“ in Hannover

[Weitere Informationen](#)

06. - 08. April 2025

Der Deutsche Stadtmarketingtag 2025 in Kiel

[Weitere Informationen](#)

15. - 18. Mai 2025

bcsd-Exkursion nach Mechelen (nur für Mitglieder)

[Weitere Informationen](#)

12. Juni 2025

Landesverbandstreffen Niedersachsen-Bremen in Bremen

[Weitere Informationen](#)

24. Juni 2025

Landesverbandstreffen Hessen in Bad Homburg

[Weitere Informationen](#)

Weitere Veranstaltungen:

04. Februar 2025

Stadtkantine: „Jupiter Zentrum Hamburg“ (online)

[Weitere Informationen](#)

07. - 11. Februar 2025

Christmasworld in Frankfurt a. M.

[Weitere Informationen](#)

18. Februar 2025

Imakomm - Die Innenstadttagung (online)

[Weitere Informationen](#)

18. Februar 2025

„Wie kommunaler Klimaschutz die Wirtschaft fördert“ (online)

[Weitere Informationen](#)

04. - 05. März 2025

ITB Berlin

[Weitere Informationen](#)

05. - 06. März 2025

German Creative Economy Summit in Hamburg

[Weitere Informationen](#)

05. - 06. Mai 2025

11. Kommunaler IT-Sicherheitskongress von DStGB, DLT & DST

[Weitere Informationen](#)

10. Mai 2025

Tag der Städtebauförderung 2025 (bundesweit)

[Weitere Informationen](#)

21. - 23. Mai 2025

Urban Future in Lodz (PL)

[Weitere Informationen](#)

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, 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. Die in dieser E-Mail/diesem Newsletter 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. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger:innen bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter:in sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender:in 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 unsere Mail-Adresse office@bcsd.de. Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e. V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie [hier](#).

