



© Foto: Peter Wieler

Radikale Hoffnung für die Stadt für alle Das war der Deutsche Stadtmarketingtag 2024:

Etwa 270 Stadtepert:innen kamen vom 21.-23. April im Rahmen des Deutschen Stadtmarketingtags zum Thema „Stadt für Alle - Echt jetzt?“ auf Einladung der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd) und der Stadt Wuppertal (Wuppertal Marketing) zusammen. Die Tagung, die Fachleute aus den Bereichen Stadtmarketing, Stadtentwicklung und verwandten Disziplinen zusammenbringt, widmete sich in diesem Jahr der drängenden Frage, wie sozialer Zusammenhalt in unseren Städten zukünftig gestaltet werden kann.

Die Vielfalt des Themas zeigte sich bereits in der Auswahl der Vortragenden: so hörten die Teilnehmenden spannende Impulse u. a. von Markus Lewe, Präsident des Deutschen Städtetages, Falk Schnabel, Polizeipräsident der Freien und Hansestadt Hamburg, Uwe Schneidewind, Oberbürgermeister der Stadt Wuppertal, Prof. Dr. Christoph Butterwegge sowie der bcsd-Bundesvorsitzenden Bernadette Spinnen. Einen Blick ins benachbarte Ausland bot Bart Somers, Oberbürgermeister der belgischen Stadt Mechelen (World Mayor 2016). Keynotes, Panels und der Austausch machten sichtbar: Die Stadt der Zukunft ist eine „STADT FÜR ALLE“ und es gibt sie bereits: die guten Beispiele, guten Lösungsansätze und guten Strategien. Damit der Transformationsprozess jedoch nachhaltig gelingen kann, müssen alle

Akteure der Stadt zusammenwirken. Auch das Stadtmarketing spielt hierbei eine entscheidende Rolle und muss sich weg von der traditionellen Zielgruppenorientierung hin zu einem inklusiven Ansatz entwickeln.



© Foto: Peter Wieler

Markus Lewe, Präsident des Deutschen Städtetages und Oberbürgermeister der Stadt Münster: „Wenn wir so etwas wie eine stadtweite Identität erleben wollen, müssen wir dafür sorgen, dass jeder Mensch in einer Stadt das Gefühl haben kann, ich gehör dazu“. Das Entscheidende dabei sei, dass die Akteure, „ein Gespür für die scheinbaren Kleinigkeiten haben, die für die Menschen vor Ort Großartigkeiten sind, ein Gespür für das zu haben, was für die Menschen wichtig ist.“



Inhalt

	Seite
Rückblick DST 2024	1
Unser neuer Vorstand	3
Das Landestreffen in Bayern	3
Das Landestreffen in Rheinland-Pfalz	4
Stadtmarketing als Instrument gelebter Demokratie	4
Zahl des Monats	5
Exkursionsprogramm	5
Tag der Nachbarn	6
20 Jahre Hanau Marketing	6
Interview des Monats	7
Containerliving	7
Klimaangepasste Begegnungsorte	8
Trends der Zukunft	9
Jobbörse	9
Unsere neuen Mitglieder	10
Termine 2024 & Impressum	11





Einen Blick auf die Gastgeberstadt öffnete **Uwe Schneidewind**: „Ich bin glücklich, dass so viele Menschen sich diesen entscheidenden Fragen bei uns stellen – denn sie alle sind ein Vehikel, um die Zukunft der Innenstädte zu sichern“, sagte der Oberbürgermeister.



Der belgische Oberbürgermeister **Bart Somers** sagte den prägnanten Satz: „Citizens make the city, but the city also makes (better) citizens.“ Seine Strategie setzt auf die vier Säulen Sicherheit, Sauberkeit, Öffentliche Räume sowie Stärkung der Inklusion.

Exkursion und Gastgeberempfang

Bereits am Sonntag zeigte sich Wuppertal beim Exkursionsprogramm von seiner besten Seite. Zunächst ging es für die Teilnehmer:innen thematisch passend mit der Schwebbahn zum Schwebodrom, wo die Geschichte der Schwebbahn audiovisuell aufbereitet wurde und man eine VR-Tour durch Wuppertal von 1929 machen konnte.



Nach einem Zwischenhalt im altherwürdigen Concordia-Gebäude, sammelten sich die Teilnehmer:innen im Visiodrom. In dem ehemaligen Gasometer ließen die Teilnehmer:innen den Abend nach einer immersiven Da Vinci Ausstellung bei Pizza und gute Gesprächen ausklingen.



Auch beim Gastgeberempfang am Montagabend, konnte Wuppertal die vielen Facetten seiner Urbanität zeigen. Aus der repräsentativen Stadthalle ging es in den modernen Ground Club in einem ehemaligen Bunker direkt unter der Innenstadt gelegen. Nach einem inspirierenden Vortrag von Dimitri Hegemann über die Subkultur der Club-Szene, konnten sich die Teilnehmer:innen bei kühlen Getränken in einer einzigartigen Club-Atmosphäre wunderbar mit einander vernetzen. Ein Dank geht raus an Wuppertal Marketing für die Einladung und sehr gute Zusammenarbeit im Rahmen des Deutschen Stadtmarketingtages 2024!



Die Bundesvorsitzende der bcsd **Bernadette Spinnen** bilanzierte nach zwei intensiven Kongresstagen: „Bei der Transformation der Innenstädte geht es nicht nur um Leerstand und Handelsökonomie, sondern in hohem Maße um Inklusion, Fairness und Haltung. Es gibt Grund für Respekt vor der Herausforderung, aber auch für radikale Hoffnung.“

Anzeige

Wie attraktiv ist Ihre City?
Passantenfrequenz ist die Messzahl.

MESSEN – VERGLEICHEN – PROFITIEREN
mit [hystreet.com](https://www.hystreet.com)

Mehrwerte

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

JETZT PARTNER WERDEN



[hystreet.com](https://www.hystreet.com)

Das größte
Netzwerk für
Passantenfrequenzen
97 STÄDTE
253 STANDORTE
6 LÄNDER

www.hystreet.com

Wie hat Ihnen die Tagung gefallen?

Wir freuen uns auf Ihr Feedback!



Noch Redebedarf?

Nutzen Sie unser Mitgliederportal, um in direkten Kontakt zu anderen Stadtmarketing-Akteur:innen zu treten, Ihre fachlichen Fragen zu diskutieren und sich auf Landesebene oder in thematischen Gruppen auszutauschen.

bcsd-Mitgliederportal



Intrakommuna
Intrakommuna GmbH

Der neue Vorstand der bcsd Bernadette Spinnen als Bundesvorsitzende bestätigt

Die Vorstandsmitglieder der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e. V.) haben Bernadette Spinnen einstimmig in ihrem Amt als Bundesvorsitzende der bcsd bestätigt. Zuvor hatten die Verbandsmitglieder auf ihrer Mitgliederversammlung am 22. April in Wuppertal den Vorstand der bcsd gewählt. Auf seiner Sitzung am 23. April 2024 hat der Bundesvorstand die gesetzlichen Vertreter:innen der bcsd gewählt. In ihrem Amt als Bundesvorsitzende der bcsd wurde dabei einstimmig Bernadette Spinnen (Münster Marketing) bestätigt. Sie gehört dem Vorstand seit 2009 an, seit 2016 ist sie dessen Vorsitzende und Sprecherin.

Gerold Leppa (Braunschweig Stadtmarketing GmbH) wurde einstimmig zum 1. stellvertre-

tenden Bundesvorsitzenden wiedergewählt, als 2. stellvertretende Vorsitzende wählte der Vorstand Karmen Strahonja (Stadtmarketing Mannheim GmbH).

In den Vorstand wurden zudem drei neue Vertreter:innen im Rahmen der Mitgliederversammlung gewählt: Michael Metzler (Esslingen Stadtmarketing & Tourismus GmbH), Steffen Schoch (Heilbronn Marketing GmbH) sowie Katja Teixeira (Stadtmarketing Siegen GmbH).

Vervollständigt wird der Bundesvorstand durch Michael Gerber (Erlebnis Bremerhaven, Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen GmbH), der diesem bereits seit 2004 angehört.

Bernadette Spinnen: „Ich freue mich, diesen immer stärker werdenden Verband mit einem bestens besetzten

Vorstand weiter führen zu dürfen. Wir wollen in diesen herausfordernden Zeiten an der Seite der Städte sein und wirksam an einer guten Stadtzukunft mitarbeiten.“



© Foto: Peter Wieler - von links nach rechts: Steffen Schoch, Michael Metzler, Michael Gerber, Katja Teixeira, Bernadette Spinnen, Karmen Strahonja & Gerold Leppa

Rückblick: Das Landesverbandstreffen in Bayern am 11.04.2024

Über den Dächern von Bayreuth

Das Landesverbandstreffen am 11.04. in Bayreuth startete im Kino Franz & Gloria über den Dächern der Stadt. Neben der schönen Dachterrasse bot der Kinosaal die ideale Kulisse für den intensiven Austausch unter den zahlreichen Mitgliedern. Neben dem Bericht aus der Geschäftsstelle der bcsd, gab es eine spannende Panel-Diskussion zum Thema „Vom Stadtmarketing zum Destinationsmanagement“, sowie Input vom bayrischen Städtetag. Die AVS GmbH war Gastgeber des Treffens und lieferte in Person von Thomas

Leitmannstetter einen interessanten Beitrag zum Thema „City-Gutschein ganzheitlich denken“. Zum Ausklang gab es, gemeinsam mit Bayreuth Marketing & Tourismus GmbH, eine Führung durch die Innenstadt und das beeindruckende Markgräflische Opernhaus.



© AVS GmbH – Sascha Müller





Rückblick: Das Landesverbandstreffen in Rheinland-Pfalz am 17.04.2024
Grünstadt von ihrer grünsten Seite

Am 17.04. trafen sich die City- und Stadtmarketingexpert:innen aus Rheinland-Pfalz im Rathaus Grünstadts, wo sie vom Bürgermeister Klaus Wagner begrüßt wurden. Gemeinsam mit den Gastgeberinnen Susanne Kramer und Karin Beck berichtete der Bürgermeister über die Grünstädter Innenstadt und die Wirtschaftsförderung der Stadt. Nach einem intensiven Austausch über die Förderprogramme in Rheinland-Pfalz und dem Bericht aus der Geschäftsstelle wurde Jennifer Tschirner aus Kandel zur Landesbeauftragten gewählt und Susanne Schultz aus Neustadt an der Weinstraße zur stellv. Landesbeauftragten. Anschließend ging es zum gemeinsamen Mittagessen in den Integrationsbetrieb „Lebensreich“. Beim abschließenden Stadtpaziergang wurden besonders

die vielen Stationen der „Essbaren Stadt“ sowie die regional produzierten Sitzmöglichkeiten von den Teilnehmer:innen begeistert in Augenschein genommen.



Stadtmarketing als Instrument gelebter Demokratie Interview mit bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block

Die Krisen und Herausforderungen der vergangenen Jahre haben auch in den Städten ihre Spuren hinterlassen. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie, die drohenden Leerstände in den Innenstädten und die zunehmende Teilung in konträre politische Lager führen zu Unmut in der Bevölkerung und hemmen den sozialen Zusammenhalt.

Dem Roland Rechtsreport 2023 zufolge bezeichneten 65 Prozent der Befragten ab 16 Jahren den sozialen Zusammenhalt in deutschen Städten als schwach bis sehr schwach. Damit ist der Wert innerhalb eines Jahres um sechs

Prozentpunkte angestiegen. Insgesamt haben 72 Prozent der Teilnehmenden das Gefühl, dass der gesellschaftliche Zusammenhalt in den vergangenen Jahren immer schwächer geworden ist. Grund für die zunehmende Trennung sind demnach unter anderem die unterschiedlichen sozialen Schichten, das Einkommen, die Herkunft und die politische Einstellung.

Doch wie können und sollen Kommunen mit dem veränderten Stadtklima umgehen? PUBLIC MARKETING hat Jürgen Block, Geschäftsführer der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd), dazu befragt. Er erläutert, welche Aspekte für ihn mitunter ausschlaggebend sind für den schwindenden Zusammenhalt und wie das Stadtmarketing aktiv werden kann, um die gesellschaftliche Bindung wieder zu stärken. [Hier](#) finden Sie das Interview in voller Länge.



© Foto Peter Wrieler

Anzeige



<https://vision-seven.com/3d-flip-book/references-de#references-de/106/>

Fremdbeitrag

Die Zahl des Monats

1,2 Millionen Menschen arbeiteten 2023 deutschlandweit in der Kultur- und Kreativwirtschaft.

Besonders positive Entwicklungen bei den Gesamtbeschäftigten verzeichneten die Teilmärkte Film, darstellenden Künste und Musik. Im Bereich Film stieg der Wert um 2,8 % auf rund 60,0 Tsd. Beschäftigte. Der Bereich Musik erlebte ein Wachstum von 7,7 % und zählte rund 51 Tsd. Beschäftigte im Jahr 2023. Ein sattes Plus von 10 % zeigte sich bei den darstellenden Künsten – die Beschäftigtenzahl ist in diesem Teilmarkt auf rund 41 Tsd. gestiegen.

Die Zunahme der Beschäftigung in diesen kreativen Bereichen unterstreicht ihre Rolle als Motor für lokale und regionale Entwicklung. Filme, Theateraufführungen und Musikveranstaltungen bringen kulturelle Vielfalt in die Städte und können dazu beitragen, das kulturelle Erbe einer Stadt oder Region zu bewahren. Dadurch entsteht eine lebendige und dynamische Atmosphäre, die

nicht nur Einheimische, sondern auch Touristen anzieht. Städte mit einem reichen kulturellen Angebot werden oft als lebenswerte Orte wahrgenommen, die ein breites Spektrum an Unterhaltung und kreativen Möglichkeiten bieten.

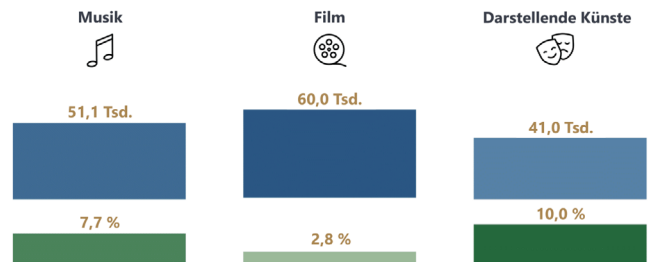
Die Daten entstammen der interaktiven Standortdatenbank Standortmonitor.net von Goldmedia. Weitere Informationen unter www.standortmonitor.net oder support@standortmonitor.net.

STARKES BESCHÄFTIGUNGSWACHSTUM IN DEN KREATIVMÄRKTEN IN DEUTSCHLAND 2023.

GESAMTBESCHÄFTIGTE IN DER KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND, 2023



BESONDERS GROBES WACHSTUM DER ANZAHL AN BESCHÄFTIGTEN IN AUSGEWÄHLTEN TEILMÄRKTEN DER KKW IN DEUTSCHLAND, 2023



Quelle: Standortmonitor.net 2024; % Differenz zum Vorjahr. Gesamtbeschäftigung entspricht sv-pflichtige und geringfügig Beschäftigte.

GOLDMEDIA STANDORTMONITOR

Auswertung für **bcsd**

bcsd-Exkursion Niederlande 23.-26. Mai 2024

Exklusiv für ordentliche
Mitglieder des bcsd e.V.!

Noch bis zum 6. Mai anmelden!

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Teilnehmerplätze werden in der Reihenfolge des Eingangs der Anmeldungen vergeben

bcsd Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

mk
ILLUMINATION

Mit freundlicher Unterstützung von

ROTTERDAM 23. & 24.05.

- Stadtführung und Gespräch mit Kim Heinen, internationale Pressesprecherin, über die Entwicklung der Stadt hin zu einer hippen Metropole
- Teilnahme am "Rethink Rooftops" Programm der Rotterdamse Dakendagen (Rotterdammer Dachtage) mit Dachbegehungen, Vorträgen, Diskussionen und Abendempfang

AMERSFOORT 25.05.

- Stadtführungen und Gespräche in der Innenstadt und de Nieuwe Stad (neuentwickeltes Quartier auf einem ehemaligen Fabrikgelände)
- Fokus der Führungen ist Mobilitätsplanung: Seit 2020 setzt Amersfoort ein Konzept zur autoluwe (autoarmen) Innenstadt um
- Ausgezeichnet als "Europäische Stadt des Jahres" durch die Academy of Urbanism

HENGLO 25. & 26.05.

- Vortrag von Joop Nijenhuis, Programmmanager Innenstadt der Gemeinde Hengelo, über das Innenstadtkonzept Hengelos und Projekte zum Thema Leerstand
- Innenstadtführung mit Fokus auf dem neugestalteten Marktplatz, für den Hengelo als "Innenstadtprojekt des Jahres 2023" ausgezeichnet wurde



900 Euro
zzgl. MwSt



Anmeldung unter:

<https://www.stadtoptimisten.de/bcsd-exkursion-niederlande/>

Tag der Nachbarn

Gemeinschaft feiern!

Am Freitag, den 31. Mai, feiern Nachbar:innen in ganz Deutschland zum siebten Mal Tag der Nachbarn. Wer Ideen für Nachbarschaftsaktionen hat kann diese bei der Nebenan.de Stiftung anmelden und sich für eine starke Gemeinschaft einsetzen. Die Nachbarschaftliche Aktionen der letzten Jahre reichen von gemeinsamen Müll-

sammel-Spaziergängen oder Entdeckungstouren durch die Nachbarschaft zu neuen Lieblingsorten, über gemeinsame Pflanzaktionen und Upcycling-Events, bis hin zu einfach Nachbarschaftstreffen mit gemütlichen Beisammensein und Musik. Der Tag der Nachbarn will überall in Deutschland ein Zeichen für vielfältige und lebendige Nachbarschaften setzen und damit möglichst viele Menschen erreichen. Weiter Infos finden Sie [hier](#).



© Foto Jendrik Schroder

Regisseurin der Stadtentwicklung 20 Jahre Hanau Marketing GmbH

Hanau als attraktiven Lebens- und Wirtschaftsstandort zu positionieren und vor allem auch zu entwickeln, sind seit ihrer Gründung vor 20 Jahren die Ziele der Hanau Marketing GmbH (HMG).

„Die Hanau Marketing GmbH hat in den vergangenen 20 Jahren beeindruckende Erfolge erzielt und die Stadt Hanau nachhaltig geprägt“, betont Oberbürgermeister Claus Kaminsky. „Stolz kann das Team auf bereits Erreichtes sein, beeindruckend finde ich, wie sich die HMG immer wieder neue Ziele steckt und angeht. Mit innovativen Ideen und Projekten werden wir auch in den kommenden Jahren Hanau als lebendige und attraktive Stadt weiterentwickeln.“ Jüngst schaffe es die HMG, so Kaminsky, mit dem Stadtentwicklungsprogramm Hanau auFLADEN und dem Projekt Kaufhof „Hanau bundesweit positiv in den Fokus anderer Kom-

munen, Politik und Medien zu positionieren und zu repräsentieren.“

Innovativ war vor 20 Jahren schon die Gründung der städtischen Marketinggesellschaft, denn sie gehörte deutschlandweit zu den Ersten ihrer Art. Mehrheitsgesellschafter war zu Beginn bis zum vergangenen Jahr der Handelsverband Hessen. Früh wurde in der Brüder-Grimm-Stadt erkannt, dass es eine Schnittstelle zwischen den verschiedenen Akteuren innerhalb einer Stadt benötigt, welche Interessen bündelt, Kontakte vermittelt, die übergeordnete Stadtentwicklung im Auge behält und somit die Stadtidentität maßgeblich prägt. Immer mit dem Ziel, Hanau für Bürger:innen und Besucher:innen sowie Gewerbetreibende nachhaltig attraktiver zu gestalten und die Stadt über die Stadtgrenzen hinaus in den Blick des Interesses zu rücken.

Vom **22. – 24. September** ist Hanau zudem Gastgeberstadt für die **Deutsche Stadtmarketingbörse 2024** und bietet den Teilnehmenden spannende Einblicke in die aktuellen Projekte der Hanau Marketing GmbH.



© Foto Stadt Hanau / Moritz Göbel - die beiden Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH Martin Bieberle und Daniel Freimuth

Nachnutzung von Leerständen Eine Umfrage der CIMA und der bcsd

Kein Innenstadtthema beschäftigt aktuell die lokalen Innenstadtakteure in Städten jeder Größe so intensiv wie die Suche nach Lösungen für freie Leerstände. Nicht zuletzt das NRW-Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren mit dem Verfügungsfonds zur Anmietung von Leerständen hat neue Impulse gesetzt. Das Wissen um neue Lösungen

und der Erfahrungsaustausch kann dabei Wirtschaftsförderern, Stadtmarketingverantwortlichen, Stadtplaner:innen und allen anderen Verantwortlichen helfen, in ihrer Stadt aktiv zu werden. Mit der NRW-Studie „Nachnutzung von Ladenleerständen 2024“ will die CIMA Beratung + Management GmbH, Köln, in Kooperation mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) eine Bestandsaufnahme der NRW-Innenstädte im Hinblick auf die Nachnutzung von Ladenleer-

ständen vorlegen. Wo stehen die NRW-Innenstädte heute? Welche Erfahrungen in der Neuvermietung liegen vor? Wie hat sich das NRW-Sofortprogramm bewährt? Hierzu bitten wir Wirtschaftsförderer, Stadtmarketingverantwortliche, Stadtplaner:innen und allen anderen Expert:innen in den NRW-Innenstädten um ihre Mithilfe durch die Teilnahme an der Online-Befragung. [Hier](#) können Sie an der Befragung bis zum 31. Mai 2024 teilnehmen.

Leerstandsreport Nordrhein-Westfalen 2024

Eine aktuelle CIMA-Umfrage in Kooperation mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd)

Pop-Up-Stores, Existenzgründungen oder die Suche nach den Filialisten.

Wo stehen die **NRW-Innenstädte** heute?

Welche **Erfahrungen** in der Neuvermietung liegen vor?

Wie haben sich die **Förderprogramme** bewährt?



Jetzt mitmachen und die **Erfahrungen** aus der **eigenen Stadt** einbringen!



Interview des Monats

In diesem Interview sprechen wir mit **Prof. Dr. Sebastian Zenker**, einem Experten für Stadtbranding und Stadtmarketing von der Copenhagen Business School. Erfahren Sie, was eine starke Stadtmarke ausmacht, warum sie so wichtig ist, und erhalten Sie Einblicke in die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen der Innenstädte. [Hier](#) geht es zum Video.



© Foto: Copenhagen Business School

Containerliving - Alternativer Wohnraum in Kopenhagen

Unsere studentische Mitarbeiterin Larissa Szczudlo befindet sich derzeit als Erasmus-Studentin in Kopenhagen und versorgt uns regelmäßig mit spannenden Themen aus der dänischen Hauptstadt:

Nachhaltiges Bauen und neue Wohnungslösungen stellen Stadtplaner:innen kontinuierlich vor Herausforderung. Dieser Drang nach neuen Lösungen war der Ursprung des CPH Village. Bezahlbarer und vor allem flexibler Wohnraum in Verbindung mit nachhaltiger und ressourcensparender Bauweise sollte geschaffen werden. So entstand im Jahr 2018 in Kopenhagen das erste Dorf aus ehemaligen Schiffscontainern und bot 164 Student:innen Wohnraum. Die Container bieten eine Wohnfläche von ca. 20 m² mit Gemeinschaftsküchen, Aufenthaltsräumen und Innenhöfen. Es teilen sich meist zwei Bewohner:innen eine Wohnung. Aufgeteilt in 2-Zimmer mit Miniküchen und einem kleinen gemeinsamen Badezimmer.

2019 wurde das CPH Village als bestes Gebäude des Jahres in der Region Kopenhagen ausgezeichnet. Seitdem wurden drei weitere Standorte in Kopenhagen erschlossen, wodurch Wohnraum für mehr als 750 Bewohner:innen ermöglicht wurde. Ein fünfter Standort wird noch in diesem Jahr eröffnet, und bis 2026 soll auch der sechste Standort fertiggestellt sein.

Container als Wohnraum mögen auf den ersten Blick unkonventionell erscheinen und Skepsis hervorrufen, jedoch bieten sie auch entscheidende Vorteile. Die Container sind äußerst flexibel, da sie leicht versetzt, aufgestockt oder ausgetauscht werden können. Inspiriert durch eines der größten dänischen Unternehmen (LEGO) dienen die Container somit als temporäres Flächennutzungskonzept. Somit wird der temporäre Leerstand von Flächen vermieden. Das erste CPH Village befindet sich auf dem Gelände der Dänischen Bahn (DSB) und ist auf 10 Jahre befristet, weshalb sich große angelegte und aufwendige Bauprojekte nicht rentiert hätten. Zudem ermöglicht das Konzept geringere Mieten mit bis zu 11 % im Vergleich zu anderen 1-Zimmer-Wohnungen in der Umgebung.

Seit dem Start des ersten Container-Dorfes hat sich einiges weiterentwickelt. Die neueren Bauten bestehen nun auch aus Holz und nicht mehr nur aus Containern. Weiterhin bleibt jedoch das Ziel der Anpassungsfähigkeit oberste Priorität. Der Wohnraum soll sich an politische Regularien ebenso wie Klima- und einen demographischen Wandel anpassen können und somit den urbanen Veränderungen standhalten.

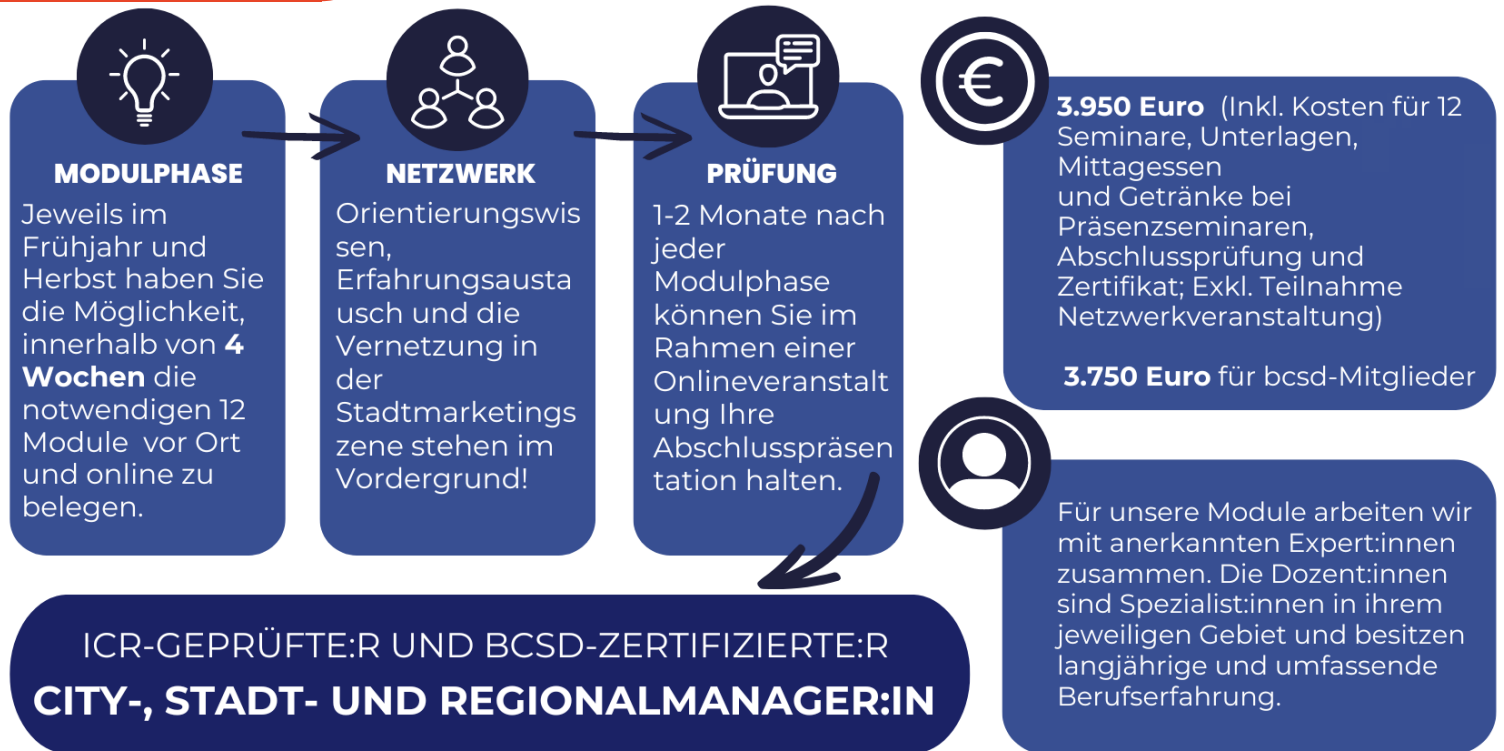


© Fotos Larissa Szczudlo



ICR KOMPAKT

Nächste Modulphase
Feb. / März 2025



ALLE INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER
WWW.ICR-STUDIUM.DE

 Institut für City- und
Regionalmanagement
Ingolstadt e.V.

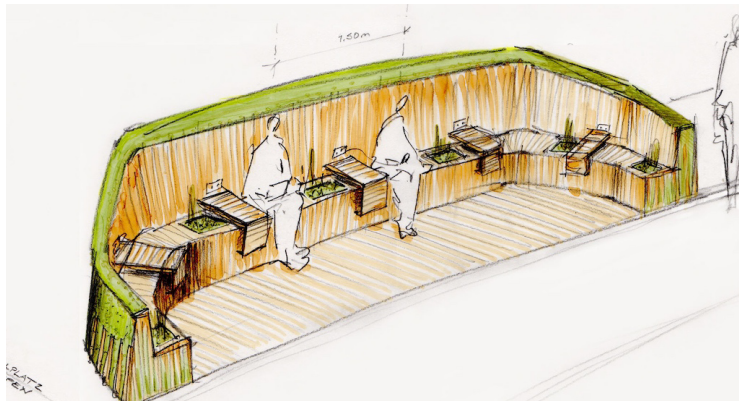
Unterstützt von


Grüne klimaangepasste Begegnungsorte in der Stadt

„Urban Alcove“ startet Testphase in Hamburg Ottensen

Im Rahmen eines Forschungsvorhabens testet der Bezirk Altona ein neues Konzept für grüne und multifunktionale Sitzgelegenheiten im Straßenraum. Passend zum Frühlingsanfang hat der „Urban Alcove“ seinen ersten Standort bezogen. Die innovativen Erholungs-Nischen sollen nicht nur zum gemeinsa-

men Verweilen einladen, sondern auch aktiv zum Klimaschutz beitragen. Der „Urban Alcove“ soll helfen, beruhigte, geschützte Räume als Erweiterung des Gehwegs auf dem Parkstreifen zu schaffen. Gleichzeitig kann durch die begrünte Fläche auf der Straßenseite eine Filterfunktion übernommen werden, die der Luftverschmutzung durch Abgase effektiv entgegenwirkt und zudem eine Lärmschutzfunktion übernimmt. Durch Kooperationen für die integrierten Pflanzflächen sowie die Pflege und Reparatur der Sitzflächen wird dem Bedürfnis an Teilhabe am urbanen Leben Rechnung getragen. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



© Foto FLETCHER OSTERMANN Architekten



© Foto Bezirksamt Altona

Fremdbeitrag

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.



Bahnhof als Kunstgalerie

Die italienische Modefirma Moncler wird mit der Ausstellung „An Invitation to Dream“ im Bahnhof Milano Centrale die Mailänder Designwoche bereichern. Die von Jefferson Hack ku-

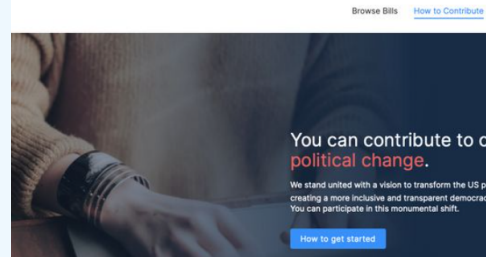
rierte und mit Fotografien von Jack Davison bestückte Ausstellung verwandelt den Bahnhof in eine riesige Kunstgalerie. Moncler hat mit prominenten Künstler:innen zusammengearbeitet, um handgefertigte Kunstwerke aus flachem Stein zu schaffen. Die Ausstellung soll die Besuchenden in eine fantastische Welt der Vorstellungskraft entführen, mit großformatigen Porträts und personalisierten Zitaten, die für Veränderungen und das Streben nach Träumen plädieren.



Individueller Personennahverkehr auf dem Land

Das Forschungsprojekt „MONOCAB“ der Technischen Hochschule OWL, der Hochschule Bielefeld und des Fraunhofer IOSB-INA möchte die Lebensqualität und Mobilitätsgerechtigkeit im ländlichen Raum verbessern. Es verbindet die dort vorhandene Schieneninfrastruktur und den verbliebenen ÖPNV mit einer zusätzlichen Mobilitätsoption, um einen individuellen Personennahverkehr, kurz IPNV, zu ermöglichen. Die

kreiselstabilisierte Einschienenbahn besteht aus selbstfahrenden Kabinen für vier bis sechs Passagiere, die auf einem Gleis in beide Richtungen verkehren und per App für eine individuelle Fahrt bestellt werden können.



Crowdfunding-Plattform für Gesetzesvorhaben

Das US-Start-up UnPac.us hat eine Crowdfunding-Plattform gestartet, die es Bürger:innen, Aktivist:innen und politischen Enthusiast:innen ermöglicht, durch Crowdfunding spezifischer Gesetzesvorhaben direkten Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen und so eine transparentere und partizipativere Demokratie zu fördern. Nutzer:innen registrieren sich dazu auf der Plattform und können dann am Crowdfunding einzelner politischer Initiativen teilnehmen. Falls ein Gesetzesentwurf vom Kongress nicht verabschiedet wird, können Nutzer:innen ihren gespendeten Betrag anderen Gesetzesentwürfen widmen.

www.trendone.com

12. Stadtmarketingpreis Bayern Schon angemeldet?

Einfach den Namen des Projektes an stadtmarketingpreis.bayern@cima.de senden.

Für die Bewerbungsunterlagen haben Sie bis

zum 20. Juni Zeit. Und nach der Anmeldung profitieren Sie auch vom „Erinnerungs-Service“, damit nichts in den Herausforderungen des Alltags untergeht. Alle Infos zu Teilnahme, Fristen und Preisen unter:

[12. Stadtmarketingpreis Bayern](#)



**12. STADT
MARKETINGPREIS
BAYERN**

Jobbörse

Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist / Start
Stadt Flensburg	Leitung Innenstadtmanagement (m/w/d)	28.04.2024
WIR Villingen-Schwenningen	Online Marketing Manager:in (m/w/d)	05.05.2024
WIR Villingen-Schwenningen	Leitung Abteilung Tourismus & Freizeit (m/w/d)	15.04.2024
Marburg Stadt und Land Tourismus GmbH	Projektmanager:in digitale Systeme (m/w/d)	ab sofort
Kiel-Marketing e. V.	Veranstaltungsmanager:in im Stadtmarketing (m/w/d)	ab sofort
Dülmen Marketing e. V.	Citymanager:in (m/w/d)	ab 01. September

Unsere neuen Mitglieder stellen sich vor

Twenty One Media

Willkommen bei Twenty One Media GmbH, Ihrer Agentur für kreatives B2B-Branding! Wir haben uns darin spezialisiert, für Ihren Standort eine strategisch vermarktbar Positionierung zu erarbeiten. Wir entwickeln flexible B2B-Kampagnen, die auf allen relevanten Vermarktungskanälen einsetzbar sind.

Unsere Leistungen umfassen:

- B2B Placemaking Campaigns: Wir kreieren Kampagnen, die Ihren Standort als attraktiven Handelsplatz positionieren.
- B2B Selling Campaigns: Durch gezielte Verkaufskampagnen steigern wir Ihre Umsätze und maximieren Ihre Marktpräsenz.
- Place Positioning: Wir definieren eine einzigartige Positionierung für Ihren Standort, die ihn von anderen abhebt.
- Place Branding: Durch gezieltes Branding machen wir Ihren Ort sichtbar, nachhaltig erfolgreich und erinnerungswürdig.

Unser Ansatz basiert auf der Entwicklung einer einprägsamen Story, die perfekt zu Ihrem Standort passt. Diese Story visualisieren wir auf verschiedene kreative Art und Weisen, sei es durch klassische Präsentationen, emotionale Filme, KI-Augmentations, ...

Warum Sie sich für Twenty One Media entscheiden sollten? Wir machen Ihren Ort sichtbar, effizient, erinnerungswürdig, auffallend, catchy und nachhaltig erfolgreich. Unsere entwickelte Story Ihres Ortes, Ihr Place

Branding, wird auf allen relevanten Vermarktungskanälen optimal dargestellt, sei es auf LinkedIn, Social Media, Ihrer Website und mehr.

Kontaktieren Sie uns noch heute, um Ihren Standort zum Strahlen zu bringen und Ihre B2B-Branding-Ziele zu erreichen!

Wir verwandeln Namen in Orte, Orte in Destinationen, und Destinationen in Brands!

we brand
**PLACES
TO LOVE**

Orte zum Entdecken, zum Inspirieren, zum Begegnen, Orte, die überraschen, anregen und Freude bereiten. Orte, an denen man sich wohlfühlt.

21M
Branding, Marketing und Kommunikation

Glice

Möchten Sie Ihrer Stadt zusätzliche Energie und Freude verleihen? Bringen Sie Ihre Gemeinde mit unseren umweltfreundlichen synthetischen Eisbahnen zu einem einzigartigen Eislauf-Erlebnis zusammen!

Stellen Sie sich vor: Menschen jeden Alters gleiten über hochmoderne synthetische Eisbahnen, während fröhliches Lachen und strahlende Gesichter die Szene beleben. Mit Glice bieten Sie nicht nur eine unterhaltensreiche Aktivität an - Sie schaffen Erinnerungen, die ein Leben lang halten, und tragen gleichzeitig zum Umweltschutz bei.

Unsere umweltfreundlichen synthetischen Eisbahnen können in jedem Klima und an jedem Ort aufgebaut werden. Glice Bahnen erfreuen sich als kostengünstige Wahl großer Beliebtheit in über 100 Ländern. Mit minimalen Wartungsanforderungen und einem deutlich reduzierten Bedarf an Wasser und Energie sparen Sie Geld und tragen zusätzlich zum Schutz unserer wertvollen Ressourcen bei.

Doch das ist noch nicht alles. Durch die Investition in unsere synthetischen Eisbahnen fördern Sie die Einheit in Ihrer Gemeinde und schaffen einen Treffpunkt für Nachbarn, Kinder und Freunde. Egal, ob es sich um ein Winterfest, einen Weihnachtsmarkt oder eine Wochenendaktivität handelt - unsere Eisbahnen sind der ideale Ort für gemeinsame

Erlebnisse und Freude. Schließen Sie sich der Bewegung „Skate for the Planet“ an und erleben Sie, wie Ihre Stadt durch gemeinsame Momente zum Leben erwacht. Kontaktieren Sie uns noch heute, um Ihre Vision von gemeinschaftlichem Vergnügen in die Realität umzusetzen!

Verwandeln Sie Ihre Gemeinde in ein
Eis-Wunderland!

Glice ⁺
Swiss Eco Rink Technology

Glice macht Eislaufen so zugänglich wie nie zuvor,
dank synthetischem Eis.

HIER KÖNNTE IHRE WERBUNG STEHEN!

BEI INTERESSE MELDEN SIE SICH GERNE UNTER OFFICE@BCSD.DE



Die wichtigsten Veranstaltungen 2024

Event	Veranstalter:in	Ort / Datum	Weitere Informationen
44. Urbanicom Studientagung	Urbanicom	Hamburg / 06. – 07.05.	Weitere Infos
Umnutzung Großimmobilien - Das Stadtbad Brandenburg	Stadtkantine by Stadtmanufaktur	Online / 07.05.	Weitere Infos
imakomm nutzbar „Einfach(er) machen!“	Imakomm Akademie GmbH	Online / 08.05.	Weitere Infos
polisMOBILITY Konferenz 2024	polisMOBILITY	Köln / 22. – 24.05.	Weitere Infos
Bundeskongress „Tag der Regionen“	BMWSB	Pforzheim / 27. – 29.05.	Weitere Infos
Urban Future 2024	UFGC GmbH	Rotterdam (NL) / 05. – 07.06.	Weitere Infos
Hessischer Stadtmarketingtag	STADTMARKETING MARBURG e. V.	Marburg / 11.06.	Weitere Infos
Klimaresiliente Städte	Deutsches Institut für Urbanistik (Difu)	Berlin / 17. – 18.06.	Weitere Infos
Deutsches Städteforum	Deutscher Tourismus Verband	Weimar / 27.08.	Weitere Infos
Organisationsstrukturelle Aspekte im Stadtmarketing	bcsd-Seminar von Rechtsanwalt Andreas Schriefers	Online / 03.09.	Weitere Infos folgen
German Council Congress 2024	German Council of Shopping Places	Berlin / 11. – 12.09.	Weitere Infos
Deutsche Stadtmarketingbörse	Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.	Hanau / 22. – 24.09.	Weitere Infos folgen
Smart Country Convention	bitkom / Messe Berlin	Berlin / 15. – 17.10.	Weitere Infos
Deutscher Tourismustag 2024	Deutscher Tourismus Verband	Hamburg / 25. – 26.11.	Weitere Infos

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: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 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.

