bcsd

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.





Rückblick: Das Neueste aus den bcsd-Landesverbänden

Die elf Landesverbände sind wichtiger Bestandteil der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.

Die Landesverbände der besd repräsentieren die Interessen der Mitglieder auf Landesebene und sind regionale Abteilungen des Bundesverbandes. Die Mitglieder wählen aus ihrer Mitte zwei ehrenamtliche Landesbeauftragte, die den Landesverband leiten und aktuelle Themen in die bundesweite Diskussion einbringen. Zu den Hauptprojekten gehören Treffen der Landesverbände, die den regionalen Erfahrungsaustausch fördern und den Zusammenhalt innerhalb des Landes stärken. Diese Veranstaltungen sind kostenlos und oft auch für Nicht-Mitglieder zugänglich, was eine breite Teilnahme ermöglicht. Mitglieder profitieren von persönlichen Kontakten und Netzwerken, während die Landesbeauftragten als zentrale Ansprechpartner:innen für Bereiche wie City-, Tourismus- und Stadtmarketing sowie Wirtschaftsförderung, Handel und Kultur dienen. Durch regelmäßigen Austausch im erweiterten Bundesvorstand werden die Interessen des Landesverbandes auch auf Bundesebene vertreten.

In diesem Monat fanden sowohl in Sachsen als auch in Baden-Württemberg Landestreffen statt, die wieder einmal gezeigt haben, dass sich die Herausforderungen und Potenziale des City- und Stadtmarketings nicht nur an der Stadtgröße oder der regionalen Zugehörigkeit festmachen lassen.

Am 10.06. traf sich der Landesverband Sachsen beim Centermanagement des Leipziger Hauptbahnhofs. Hier wurden unter anderem die Herausforderungen der Innenstädte in Bezug auf die EM 2024 diskutiert sowie die Potenziale von leerstehenden Kaufhäusern. Einigkeit herrschte zudem über das Ziel der strategischen Intensivierung der regionalen Zusammenarbeit. Heike Melzer, stellvertretende Landesbeauftragte,



führte die Teilnehmenden durch die vielseitige Leipziger Innenstadt, wo sie die neuesten Stadtentwicklungs- und Einzelhandelsprojekte sowie die einzigartigen Passagen der Stadt kennenlernen konnten.

In Sigmaringen, am Rande der schäbischen Alb, traf sich am 14.06. der Landesverband Baden-Württemberg. Die WFS-Sigmaringen lud in die modernen Räumlichkeiten des Innovationscampus ein, wo Prof. Dr. Lembke einen inspirierenden Beitrag über "KI im Stadtmarketing" hielt. Neben den Grußworten der Stadt und des Landessprechers Marcus Schmid lieferte die WFS-Sigmaringen spannende Impulse zur Social Media-Sichtbarkeit im Einzelhandel. Die Mitglieder tauschten sich intensiv über die Aktivierung der Innenstädte und der Stadtbewohner:innen aus, und das Treffen endete mit einer Führung durch die beeindruckende Hohenzollernburg.



| Inhalt | Seite |
|--|-------|
| Das Neueste aus den Lan- desverbänden | 1 |
| <u>Die Deutsche Stadtmarke-</u> tingbörse 2024 in Hanau | 2 |
| Prämie für Autofreie | 2 |
| Best-Practice-Projekt des Monats | 3 |
| <u>Lieferdrohnen im Einsatz</u> | 3 |
| Digitale Zukunft Innenstadt | 3 |
| <u>Virale Plakatkampagne</u> | 4 |
| <u>Demokratiecafés</u> | 4 |
| 10 Methoden gegen Abwan- derung aus Städten | 5 |
| Interview des Monats | 6 |
| Neues aus Kopenhagen | 6 |
| Trends der Zukunft | 7 |
| Post des Monats | 7 |
| <u>Jobbörse</u> | 8 |
| Termine 2024 | 8 |
| <u>Impressum</u> | 9 |
| | |



Save-the-date!

Die Deutsche Stadtmarketingbörse vom 22. – 24.09. in Hanau

Ist die Magie der Innenstadt verblasst? Die großen Fördertöpfe sind bald leer, viele Utopien wurden entwickelt und dennoch bleibt einiges unkonkret. Nicht zuletzt, wie die bisher entwickelten Modelle tragfähig umgesetzt und finanziert werden sollen. Doch wir sind überzeugt: Mit den richtigen Partner:innen und kreativen Lösungen machen wir unsere Innenstädte zu lebendingen Zentren für die Stadtgesellschaft. Tauchen Sie mit uns ein in spannende Geschichten von mutigen Unternehmer:innen, innovativen Ansätzen und inspirierenden Stadtakteuren. Entdecken Sie, wie kleine Initiativen

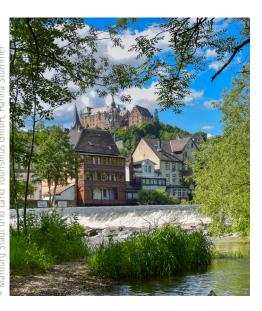
Großes bewirken können. Welche Gebäude, Formate und Konzepte machen unsere Stadtzentren attraktiv und lebendig? Aber lassen Sie uns auch diskutieren, was es braucht, um Investoren für die Innenstadt zu gewinnen. Welche Rahmenbedingungen sind für eine ökonomisch funktionierende Innenstadt notwendig?

Seien Sie dabei und entdecken Sie in Hanau, wie kreative Lösungen und Zusammenarbeit die Innenstadt stärken können. Lassen Sie uns gemeinsam auf Spurensuche gehen und versuchen, Antworten auf die noch offenen Fragen zu finden.

Merken Sie sich also schonmal den 22. bis 24. September in Hanau vor! Das detaillierte Tagungsprogramm und die Möglichkeit zur Anmeldung werden im Juli hier veröffentlicht.

Bitte beachten Sie, dass nur begrenzte Hotelkontingente in Hanau zur Verfügung stehen, die bis Ende Juli bzw. Anfang August abrufbar sind! Alle Informationen zu den Hotels finden Sie bereits hier.





Marburg belohnt autofreie Bürger:innen

1.250 € Prämie für den Verzicht auf das eigene Auto

Die Stadt Marburg plant ein einzigartiges Anreizprogramm, um Bürger:innen zum Verzicht auf ein Auto zu motivieren. Wer sein Auto (inklusive Zweit- oder Drittwagen) für ein Jahr abmeldet, soll eine Prämie im Wert von 1.250 Euro erhalten. Diese Prämie wird nicht ausgezahlt, sondern als Guthaben verfügbar sein, das für Carsharing, ÖPNV und in lokalen Geschäften und Restaurants genutzt werden kann. Die möglichen Nutzungsszenarien umfassen bis zu 800 Euro für Carsharing, 600 Euro

für ÖPNV und 400 Euro für lokale Gutscheine. Ein Beispiel: Ein Jahr lang das Deutschlandticket (600 Euro) und gelegentliches Carsharing, plus Einkäufe mit den Gutscheinen. Das Programm ist Teil des neuen Mobilitätskonzepts "MoVe35", das eine Halbierung des Autoverkehrs bis 2035 anstrebt. Oberbürgermeister Thomas Spies betont. dass viele Menschen ihr Auto selten nutzen, was wertvollen städtischen Raum blockiert. Marburgs Modell ist einzigartig in Deutschland und geht weiter als ähnliche Programme in anderen Städten, wie beispielsweise in Darmstadt, wo Bürger:innen bei Autoabmeldung drei Monate kostenlos den ÖPNV nutzen können. Hier finden Sie weitere Informationen.



www.hystreet.com



Best-Practice-Projekt des Monats Lernen Sie die neusten Projekte kennen

Die besd ist Mit-Initiator der Stadtimpulse, dem ersten bundesweiten, zertifizierten Projektpool für Innenstadt, Handel und städtisches Leben. Hier haben Sie Zugriff auf über 100 ausgezeichne-

te Best-Practice-Beispiele. Sie haben ebenfalls ein innovatives Projekt? Dann bewerben Sie sich gerne. Weitere Informationen finden Sie unter: www.unsere-stadtimpulse.de

Umweltschonende Mobilitätsangebote müssen vor allem bequem, zuverlässig und kostengünstig sein, damit sie genutzt werden. Von diebstahlsicheren, wettergeschützten Fahrradstellplätzen, On-Demand Bussen bis hin zum unkomplizierten digitalen Bezahlsystem zeigen unsere Best Practice Projekte, wie Verkehrsinfrastruktur nach den individuellen Bedürfnissen der Nutzer:innen

ausgerichtet wird. Ob sie angenommen werden und sowohl ökologisch als auch kosteneffizient sind, hängt von einer klugen Planung ab. Digitale Tools unterstützen beispielsweise bei der optimalen Routenführung oder im Stadt-Umland-Gefüge beim Aufbau multimodaler Verkehrssysteme. Das BMDV fördert nachhaltige urbane Mobilitätspläne. Mit der Förderrichtlinie "Digitalisierung kommunaler Verkehrssysteme" ist im Juni die zweite Runde gestartet.

Das neueste Best-Practice-Projekt "FAHR.RAD.HAUS" bietet die Möglichkeit, Fahrräder sicher und wettergeschützt in der Meppener Innenstadt abzustellen. Dazu hat die Stadt Meppen eine leerstehende Immobilie angemietet und diese mit Mitteln der ZIZ-Förderung zu einem Fahrradparkhaus umgebaut.



Lieferdrohnen in der ländlichen Nahversorgung

Vom Wochenmarkt direkt ins Dorf

In Wusterhausen/Dosse startet der Drohnen-Lieferservice "Marktschwalbe" als Teil des Projekts "Stadt-Land-Drohne". Dieser Service liefert Produkte vom Wochenmarkt in abgelegene Ortsteile, um die Nahversorgung in ländlichen Gebieten zu verbessern. Bestellungen erfolgen online oder telefonisch, die Lieferungen werden an zentralen Abholpunkten bereitgestellt.

Technisch wird der Drohnenflug durch stabile Mobilfunkverbindungen überwacht. Das Projekt läuft bis 2025 und könnte bei Erfolg auf weitere Ortsteile und kommunale Dienste wie Feuerwehr oder Agrarbetriebe ausgeweitet werden. Es wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft unterstützt. Weitere Infos





Digitale Zukunft Innenstadt

Strategien und Inspiration für eine lebendige Fußgängerzone

Das Papier "Digitale Zukunft Innenstadt" von Bitkom beschreibt umfassende Strategien und Inspirationen, um Innenstädte zukunftsfähig zu gestalten. Es werden zahlreiche digitale Technologien und deren Anwendungsmöglichkeiten vorgestellt, um den stationären Handel, die Gastronomie und die Mobilität in städtischen

Räumen zu optimieren und attraktiver zu machen. Für die Mitglieder der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. sind diese Erkenntnisse und Empfehlungen wertvoll, um die Zukunftsfähigkeit ihrer Städte zu sichern und die Identifikation der Bewohnerinnen und Bewohner mit ihren Städten zu stärken. Durch die Integration digitaler Lösungen können Innenstädte als soziale Treffpunkte und Zentren des städtischen Lebens revitalisiert werden.

Der stationäre Einzelhandel spielt eine wichtige Rolle im innerstädtischen Raum und muss, um langfristig bestehen zu können, bequem, flexibel und schnell sein. Innovative Ansätze und digitale Tools können neue Einkaufserlebnisse schaffen und unterstützen. Wichtige Maßnahmen umfassen:

- **Multimodale Verkehrsangebote** mit Mobilitätsstationen, um die Anreise in die Innenstadt zu vereinfachen.
- **Digitale Parkraumbewirtschaftung** und intelligente Verkehrssteuerung zur Stauvermeidung.
- Ausbau von Radwegen und Ladezonen für den Lieferverkehr.
- In-Store-Technologien wie Computervision

und Frictionless Shopping zur Reduzierung von Wartezeiten.

- **Vollautomatisierte Stores** ohne Personal, insbesondere in abgelegenen Regionen.
- **Aufhebung des Öffnungsverbots** an Sonntagen für personalfreie Stores.
- **Omnichannel-Strategien** für lokale Einzelhändler zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit.
- **Verlagerung** von Gastronomie- und Tourismusfunktionen **in den Online-Bereich**, z.B. für Reservierungen und Bezahlvorgänge.
- **Nutzung von Bestellplattformen** als zusätzlichen Absatzkanal für Gastronomiebetriebe.
- **Gezielte Datenanalyse** zur Erstellung bedürfnisorientierter Angebote und zur Tourismusförderung.
- Einsatz von VR-, AR-Technologien und dem Metaverse zur Gestaltung von Einkaufs- und Gastronomieerlebnissen.

Insgesamt verschmelzen physische und digitale Angebote zunehmend zu einem Gesamterlebnis. Die Zusammenarbeit verschiedener Stakeholder:innen ist entscheidend, um eine lebendige Innenstadt zu fördern. Das gesamte Papier finden Sie hier.

Plakatkampagne in Reutlingen geht viral

Eine ungewöhnliche Aktion eines unserer Mitglieder sorgt für großes Aufsehen

In Reutlingen sind provokative Plakate aufgetaucht, die zunächst negativ wirken. Seit einigen Tagen hängen dort Schmähplakate mit Sprüchen wie: "Leben, wo keiner Urlaub macht" oder "Das Reu in Reutlingen steht für bereuen". Zusätzlich steht auf jedem dieser provokativen Plakate die Anmerkung: "Reutlingen kannst du nicht mögen". Am Montag hat die Stadt die Plakate mit einer großen gelben Aufschrift ergänzt: "Nur lieben." Über einen QR-Code kommt man zu Liebesgeschichten, erzählt von Reutlin-

ger:innen über ihre Stadt. Die Kampagne enthüllt, dass die Stadt eigentlich zeigen will, wie liebenswert sie ist. Außerdem hat die Stadt einen eigenen Instagram-Kanal dafür aufgebaut. Die Beiträge beweisen, wie "lebens- und liebenswert Reutlingen ist" und warum sich die Menschen mit Reutlingen verbunden fühlen.

Beim Stadtfest im Juni sollen weitere Einwohner:innen befragt werden. Die Kampagne kostete bisher rund 25.000 Euro und stammt von einer PR-Agentur aus Tübingen. Reutlingen sei oft eine "Liebe auf den zweiten Blick, die sich unter Vorurteilen zur eigenen Stadt verbirgt", erklärt Stadtmarketing-Chefin Anna Bierig. Deshalb habe man sich für die provokanten Plakate entschlossen. Hier finden Sie den Beitrag der Tagessschau und hier die Website der Aktion.







Reparatur an der Nachbarschaft

Demokratiecafés sorgen dafür, dass man in der Nachbarschaft mehr miteinander ins Gespräch kommt

Das Demokratiecafé ist ein offener Raum für Menschen im Quartier, die aktiv mitgestalten und sich vernetzen wollen. Hier kommen Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven zusammen, um einander kennenzulernen und sich über Ideen und Wünsche auszutauschen. Man trifft sich an einem bestimmten Ort regelmäßig, um gesellschaftliche Verhältnisse zu diskutieren oder um Beziehungen in der Nachbarschaft zu "reparieren" bzw. neu zusammenzusetzen. Es findet monatlich für drei bis vier Stunden statt

und bietet einen kooperativen Raum für konkrete Projekte. Das Café gibt keine Themen vor, sondern lässt die Teilnehmer:innen entscheiden, was sie bewegt und was sie für ein gutes Zusammenleben brauchen. Im Demokratiecafé können neue Netzwerke und Freundschaften entstehen, und Prinzipien der Selbstorganisation werden gefördert. Die dazugehörige Website bietet Unterstützung und Tipps zur Gründung eines Demokratiecafés und zur Einflussnahme auf die kommunale Entwicklung. Mittlerweile gibt es bereits 29 Demokratiecafés in München, Berlin, Siegen sowie Eberswalde und das Netzwerk wächst weiter und das Format verstetigt sich. Hier gelangen Sie zur Website.

Anzeige





http://vision-seven.com/docs/V7-StreetFurniture-Collection-K2024.pdf

Zehn Methoden gegen Abwanderung aus Klein- und Mittelstädten

Karolin Frei hat für Stadtmarketing Austria die wichtigsten Punkte zusammengefasst

Aktuelle Forschung zeigt, dass Klein- und Mittelstädte durch gezielte Strategien erfolgreich gegen Abwanderung vorgehen können. Hier sind zehn bewährte Ansätze, die Bürgermeister:innen, Stadtplaner:innen und Stadtmarketingmitarbeiter:innen inspirieren können:

- **1. Förderung der lokalen Wirtschaft:** Unterstützung kleiner Unternehmen und innovative Geschäftsideen
- 2. Verbesserung der Infrastruktur: Investitionen in Breitbandversorgung und öffentlichen Nahverkehr
- **3. Interkommunale Kooperation:** Zusammenarbeit zwischen Städten für kulturelle Veranstaltungen und Tourismusmarketing, wie die

Kooperation von Erfurt und Weimar.

- **4. Revitalisierung historischer Bausubstanz:** Sanierung historischer Gebäude zur Aufwertung des Stadtbilds, z. B. Tabakfabrik in Linz.
- **5. Bürgerbeteiligung:** Einbeziehung der Bürger in Entscheidungsprozesse zur Stärkung des Gemeinschaftsgefühls.
- **6. Förderung von Bildung & Kultur:** Attraktive Bildungs- und Kulturangebote, wie in Heidelberg.
- **7. Wohnraum schaffen:** Schaffung von bezahlbarem Wohnraum und generationenübergreifenden Wohnprojekten.
- **8. Grüne Stadtentwicklung:** Nachhaltige Stadtplanung mit Grünflächen und umweltfreundlichem Verkehr, wie in Freiburg.
- **9. Attraktive Freizeitangebote:** Vielfältige Sport-, Kultur- und Naturerlebnisse, wie in Innsbruck.
- **10. Kooperation mit Hochschulen & Forschungseinrichtungen:** Förderung von Innovation und Wissenstransfer durch Zusammenarbeit mit Bildungsinstitutionen.

Fazit: Die Kombination dieser Maßnahmen kann die Attraktivität von Klein- und Mittelstädten steigern und Abwanderung entgegenwirken. Den gesamten Artikel finden Sie hier.



Projektaufruf in Bayern

Starkes Stadtmarketing für lebendige Innenstädte

Zur Wiederbelebung der Innenstädte sollen neue Geschäfte und Geschäftsideen gefördert werden, basierend auf der bayerischen Haushaltsordnung und einer EU-Verordnung. Die Hauptverantwortung liegt bei Kommunen und Unternehmen, unterstützt durch Förderprogramme. Eine Umfrage zeigte, dass aktives Stadtmarketing hilft, die Innenstädte zu stärken. 2024 wird daher der Fokus auf die personelle Stärkung des Stadtmarketings gelegt. Geplant sind Förderungen für zusätzliches Personal und Projekte zur Reduzierung von Leerständen. Teil-

nahmeberechtigt sind gewerbliche Zusammenschlüsse und Stadtmarketingorganisationen in Bayern. Die Projekte müssen nachweisbare Beiträge zur Belebung der Innenstädte leisten, in Bayern stattfinden und dürfen noch nicht begonnen haben. Zusammenarbeit mit weiteren Partnern ist erwünscht. Weitere Informationen finden Sie hier.

Die Renaissance des Stadtmobi- städtis macht.

liars: Nachhaltigkeit trifft Modularität

In Zeiten wachsender urbaner Belastungen gewinnen innovative Lösungen wie modulares Stadtmobiliar und Parklets an Bedeutung. Diese Systeme sind ästhetisch ansprechend, funktional und nachhaltig, gefertigt aus Materialien wie Holz, Beton und Metall.

Modulares Stadtmobiliar passt sich flexibel an verschiedene urbane Umgebungen an. Die Module können individuell konfiguriert und einfach mit einem Stapler transportiert werden, was die Umgestaltung urbaner Räume erleichtert. Auch auf unebenen Oberflächen sorgen sie für stabile und ästhetische Installationen.

Die Module bieten vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten. Sie können in RAL-Farben angepasst werden und Logos integrieren, was sie ideal für

Fremdbeitrag

städtische Initiativen und lokale Unternehmen macht.

Beschattungssysteme aus stabilen Metallkonstruktionen bieten nicht nur Schutz vor Sonne, sondern können auch mit Sedum bepflanzt werden. Diese grünen Dächer tragen zur Kühlung und CO₂-Reduktion bei.

Studien zeigen, dass Grünflächen in urbanen Umgebungen Stress reduzieren und die Auf-

enthaltsdauer verlängern können.

Begrüntes Stadtmobiliar fördert die Biodiversität und mildert "Hitzeinseln" in Städten durch kühlende Pflanzen. Es schafft Lebensräume für verschiedene Arten und bietet eine nachhaltige Alternative zur herkömmlichen Stadtbegrünung.

Für Cafés und Restaurants bieten die Parklets ein einheitliches und attraktives Stadtbild, was die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit dieser Einrichtungen steigern. Gäste fühlen sich wohler, was sich positiv auf Umsatz und Verweildauer auswirkt.

Mehr über unsere nachhaltigen Projekte finden Sie auf <u>www.vision-seven.com</u>.



Interview des Monats



In diesem Interview haben wir Falk Schnabel, den Polizeipräsidenten von Hamburg, zu Gast. Gemeinsam sprechen wir über wichtige Themen für die Zukunft unserer Städte. Wir erfahren, welche präventiven Maßnahmen und Sicherheitskonzepte die Polizei entwickelt, um den neuen urbanen Herausforderungen gerecht zu werden und das Sicherheitsgefühl in der Innenstadt zu stärken. Zudem beleuchten wir spezielle Programme und Partnerschaften mit städtischen

Akteuren, die darauf abzielen, die Polarisierung in der Innenstadt zu reduzieren und ein gemeinsames Stadtgefühl zu fördern. Schließlich diskutieren wir, wie Stadtmarketing und Polizei zusammenarbeiten können, um die positiven Aspekte des städtischen Lebens hervorzuheben und gleichzeitig an Lösungen für bestehende Konflikte zu arbeiten. Seien Sie gespannt auf interessante Einblicke und neue Perspektiven zu diesen wichtigen Themen. Hier gehts zum Interview.



© Foto: Peter Wieler

Capture your city – mit Fotos die Schönheit von Städten einfangen

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

Schönheit liegt im Auge des Betrachters und genau das wird aktuell vor dem Danish Architecture Center in Kopenhagen ausgestellt. Dafür lief Anfang des Jahres ein Foto-Wettbewerb, für den mehr als 1.500 Teilnehmer:innen ihre individuelle Interpretation von Schönheit in Städten einreichen konnten. Durch die Kooperation mit dem New European Bauhaus Project Desire – an Irresistible Circular Society wurde der Wettbewerb dieses Jahr durch Kooperationen mit Italien, Slowenien, Litauen und den Niederlanden erweitert.

Der diesjährige Wettbewerb stand unter dem Motto "New Beauty". Hierbei soll ein Perspektiv- und Betrachtungswechsel ermöglicht und die Darstellung der individuellen Schönheit aus Sicht der Teilnehmer:innen soll repräsentiert werden. Es wird darauf aufmerksam gemacht, dass nicht immer nur die perfekt getrimmten Grasflächen oder die Neubauten die Schönheit eines Ortes ausmachen. Der Fokus liegt viel mehr auf den kleinen Dingen, die Schönheit im Auge der Betrachter:innen hervorrufen können. Ein blühender Balkon oder ein wild wachsender Baum. Bewohner:innen konnten somit Fotos, welche die Schönheit der ungeplanten Natur widerspiegeln, einreichen und somit eine neue Perspektive auf Städte und Orte in ganz Europa aufzuzeigen. Ergänzend zu dem öffentlichen Wettbewerb wurde zudem ein Schüler:innen-Wettbewerb durchgeführt, an dem Schulklassen teilnehmen konnten, um somit auch die Perspektiven der jüngeren Generationen miteinfließen zu lassen. Die 50 Gewinnerbilder lassen sich sowohl online als auch vom 06. Juni bis 01. Oktober 2024 direkt in Kopenhagen vor dem Danish Architecture Center betrachten.



© Fotos Larissa Szczudlo







Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der besd

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam. Die besd 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 etrendone.com.



Pop-up-Treffpunkt gegen soziale Isolation

Das Londoner Unternehmen Flash Pack hat in New York City den Treffpunkt "Friendship Corner" eröffnet. Der Treffpunkt fördert spontane

Fremdbeitrag

Begegnungen und erleichtert den sozialen Austausch in einer entspannten Atmosphäre. Besucher:innen können hier ohne formale Strukturen neue Kontakte knüpfen und Gemeinschaft finden. Besonders für Alleinreisende oder Menschen, die neu in der Stadt sind, bietet "Friendship Corner" eine wertvolle Plattform, um sich mit anderen auszutauschen, ein Gefühl der Zugehörigkeit zu entwickeln und sozialer Isolation entgegenzuwirken. Unterstützend dazu bietet Flash Pack auch Gruppenreisen für Alleinreisende an



Windturbine für urbane Umgebungen

Das US-amerikanische Start-up Flower Turbines hat eine Windturbine entwickelt, die klein, leise und vogelfreundlich ist und in urbanen Umgebungen auf wenig Raum Strom erzeugen kann. So funktionieren beispielsweise vier korrekt angeordnete Turbinen genauso gut wie acht separat installierte Turbinen. Das an eine Tulpe erinnernde Design besteht aus zwei kelchartigen Windfängern, die sich um eine vertikale Achse drehen. Diese spezielle Konstruktion ermöglicht

den sogenannten "Bouquet-Effekt". Im Gegensatz zu großen Windkraftanlagen, die Abstände benötigen, verbessern die Turbinen ihre Leistung gegenseitig, wenn sie dicht beieinanderstehen.



Flexible Architekturkonzepte

Der "Study Pavilion" an der Technischen Universität Braunschweig hat ein praktisches modulares Design. Er lässt sich schnell umgestalten, um den wechselnden Anforderungen einer Universität gerecht zu werden. Das Gebäude ist aus Stahl und Holz gefertigt und kann komplett abgebaut werden. Im Pavillon gibt es unterschiedliche Arbeitsbereiche, von offenen Plätzen für Gespräche bis zu stillen Ecken zum Lernen. Das Gebäude ist so gestaltet, dass es nicht nur für Bildungseinrichtungen nützlich ist, sondern auch anderen Bereichen dienen könnte, besonders in Zeiten, in denen digitale Lehrmethoden und künstliche Intelligenz immer wichtiger werden.

www.trendone.com

Post des Monats

Der besd-LinkedIn-Kanal

Ein herzliches Dankeschön und gefällt mir an unsere nun schon über 3.300 Follower:innen auf unserem Linked-In-Kanal. Als Stadtmarketing-Profis wissen wir. wie unverzichtbar Vernetzung für unseren Erfolg ist. Es ist daher entscheidend, dass wir als Bundesvereinigung für City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. auf Plattformen wie LinkedIn präsent sind, um Stadtmarketing-Expert:innen, Citymanager:innen und Stadtkommunikator:innen zu vernetzen und die wichtigen Themen unserer Branche sichtbar zu machen. Wir sind begeistert zu sehen, wie unsere Community wächst und wie wir gemeinsam an der Gestaltung lebenswerter Innenstädte arbeiten.

In unserem Post des Monats geht es

diesmal um ein Fundstück aus dem Internet: In der aktuellen Folge des Podcasts "Gemischtes Hack" plaudern Felix Lobrecht und Tommi Schmitt wieder aus dem Nähkästchen. Und siehe da, Tommi Schmitt hat ein unerwartetes Interesse enthüllt: Stadtmarketing!

Auf die Frage, welchen Beruf er ausüben würde, wäre er nicht mehr berühmt, antwortet er: "Ich würde in eine random Kleinstadt gehen und dort das Stadtmarketing machen. Da ist so richtig was zu holen!"

Als Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. freuen wir uns über diese charmante Enthüllung. Wir heißen Tommi Schmitt jederzeit herzlich willkommen in unserer Branche und sind gespannt, welche inspirierenden Ideen er für unsere Mitgliedsstädte mitbringen würde. Hier geht es zum Profil der besd.



Jobbörse

| Arbeitgeber:in | Stellenangebot | Bewerbungsfrist / Start |
|----------------------------------|--|-------------------------|
| Erlebnis Bremerhaven GmbH | Abteilungsleiter:in (m/w/d) | bis 23. Juni |
| Pro Herford GmbH Stadtmarketing | Mitarbeiter:innen Veranstaltungsmanagement (m/w/d) | bis 23. Juni |
| Henstedt Ulzburg Marketing e. V. | Geschäftsführer:in (m/w/d) | bis 05. Juli |

Veranstaltungskalender

| Event | Veranstalter:in | Ort / Datum | Informationen |
|---|---|------------------------------|-------------------------|
| Landesverbandstreffen Schleswig- Holstein in Pinneberg | bcsd-Landesverband Schleswig-Holstein | Pinneberg / 18.07. | Weitere Infos |
| Bücher, Bürger, Belebung: Wie mit innovativen Ansätzen die Innenstadt gestärkt wird | Stadtimpulse / CIMA Beratung + Manage- ment GmbH | Online / 19.07. | Weitere Infos |
| Landesverbandstreffen Schleswig- Holstein in Norderstedt | bcsd-Landesverband Schleswig-Holstein | Norderstedt / 14.08. | Weitere Infos |
| Der Landesverband Sachsen lädt ein nach Rochlitz | bcsd-Landesverband Sachsen und weitere Unterstützer:innen | Rochlitz / 19.08. | Weitere Infos |
| Landesverbandstreffen Hessen in Limburg (Lahn) | bcsd-Landesverband Hessen | Limburg / 22.08. | Weitere Infos |
| Deutsches Städteforum | Deutscher Tourismus Verband | Weimar / 27.08. | Weitere Infos |
| Landesverbandstreffen Schleswig- Holstein in Westerland (Sylt) | bcsd-Landesverbandstreffen | Westerland / 03.09. | 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 |
| 17. Bundeskongress Nationale Stadt- entwicklungspolitik | Bundesminesterium für Wohnen, Stadtent- wicklung und Bauwesen | Heidelberg / 17. – 18.09. | Weitere Infos |
| Deutsche Stadtmarketingbörse | Bundesvereinigung City- und Stadtmar- keting Deutschland e. V. | Hanau / 22 24.09. | Weitere Infos |
| Landesverbandstreffen Baden- Württemberg in Herrenberg | bcsd–Landesverband Baden–Württem– berg | Herrenberg / 10.10. | Weitere Infos |
| Smart Country Convention | bitkom / Messe Berlin | Berlin / 15. – 17.10. | Weitere Infos |
| Landesverbandstreffen Bayern in Erlangen | bcsd-Landesverband Bayern | Erlangen / 08.11. | Weitere Infos |
| Deutscher Tourismustag 2024 | Deutscher Tourismus Verband | Hamburg / 25. – 26.11. | Weitere Infos |



HIER KÖNNTE IHRE WERBUNG STEHEN!

Bei Interesse schreiben Sie uns gerne an office@bcsd.de

ICR KOMPAKT

Nächste Modulphase

Feb. / März 2025



MODULPHASE

Jeweils im
Frühjahr und
Herbst haben Sie
die Möglichkeit,
innerhalb von 4
Wochen die
notwendigen 12
Module vor Ort
und online zu
belegen.



NETZWERK

Orientierungswis sen,
Erfahrungsausta usch und die Vernetzung in der Stadtmarketings zene stehen im Vordergrund!



PRÜFUNG

1-2 Monate nach jeder Modulphase können Sie im Rahmen einer Onlineveranstalt ung Ihre Abschlusspräsen tation halten.



3.950 Euro (Inkl. Kosten für 12 Seminare, Unterlagen, Mittagessen und Getränke bei Präsenzseminaren, Abschlussprüfung und Zertifikat; Exkl. Teilnahme Netzwerkveranstaltung)

3.750 Euro für bcsd-Mitglieder



Für unsere Module arbeiten wir mit anerkannten Expert:innen zusammen. Die Dozent:innen sind Spezialist:innen in ihrem jeweiligen Gebiet und besitzen langjährige und umfassende Berufserfahrung.

ICR-GEPRÜFTE:R UND BCSD-ZERTIFIZIERTE:R
CITY-, STADT- UND REGIONALMANAGER:IN

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





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.-ldNr. 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 office@bcsd.de.

Informationen zur Datenverarbeitung durch den besd e. V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie <u>hier.</u>

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