NEWSLETTER
Oktober 2026


bcsd-Weihnachtsmarktstudie veröffentlicht


Austausch mit der Politik



bcsd-Exkursion nach Linz 2027


bcsd-Mentoringprogramm


Selbstverständnis des Stadtmarketings



Best-Practice des Monats

IN DIESER AUSGABE:

bcsd kompakt ..... Seite 2
Interview des Monats..... Seite 5
Best-Practice des Monats ..... Seite 8
Trends & Neuigkeiten ..... Seite 9
Unser neues Mitglied ..... Seite 11
Das Neueste aus den Städten..... Seite 12
Veranstaltungen ..... Seite 13
Publikationen..... Seite 15
Die wichtigsten Termine ..... Seite 16

bcsd STADT IST LEBEN

Auswertung der bcsd-Umfrage

Wie lief die Weihnachtsmarktsaison 2025?



Weihnachtsmärkte sind weit mehr als saisonale Veranstaltungen: Sie schaffen Begegnungen, stärken die Identifikation mit der eigenen Stadt und beleben die Innenstädte. Doch wie steht es um ihre Zukunft? Die neue bcsd-Publikation „Stadtmarketing im Profil: Weihnachtsmarktsaison 2025“ liefert dazu fundierte Einblicke. Grundlage ist eine Befragung der bcsd-Mitgliedsorganisationen, die zwischen Februar und März 2026 durchgeführt wurde. 177 Datensätze konnten ausgewertet werden.

Die Ergebnisse zeigen, unter welchem Druck viele Veranstalter stehen: 69,9 Prozent mussten ihren Weihnachtsmarkt aus finanziellen Gründen anpassen. 59,3 Prozent beschreiben die wirtschaftliche Situation als „tragfähig, aber zunehmend fragil“. Besonders ins Gewicht fallen die Sicherheitskosten, die bei den befragten Märkten im Median bereits 25 Prozent des Gesamtbudgets ausmachen. Gleichzeitig mussten 72,2 Prozent der Befragten ihr musikalisches Veranstaltungsprogramm aufgrund der GEMA-Gebühren reduzieren.



Die Umfrage macht deutlich, dass es verlässliche Rahmenbedingungen braucht, um die Qualität und Vielfalt kommunaler Weihnachtsmärkte langfristig zu sichern. Die bcsd fordert deshalb unter anderem eine verlässliche Finanzierung kommunaler Strukturen, klare Sicherheitsvorgaben mit einer angemessenen Kostenverteilung sowie faire Bedingungen für Musik und Kultur.

Ergänzend zeigt die Studie, wie wichtig Weihnachtsmärkte für die lokale Kultur und das gesellschaftliche Leben sind. Sie bieten Chören, Vereinen und regionalen Künstler:innen eine Bühne und schaffen Anlässe, die Menschen in die Innenstadt bringen. Die Ergebnisse liefern damit nicht nur eine Bestandsaufnahme, sondern auch eine wichtige Grundlage für den Dialog mit Politik, Verwaltung und weiteren Verantwortlichen. Ziel ist es, die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass Weihnachtsmärkte auch künftig Orte der Begegnung, der Kultur und der gelebten Stadtidentität bleiben. Wie wichtig die Atmosphäre und Aufenthaltsqualität für die Zukunft der Weihnachtsmärkte sind, unterstreicht auch Karl-Heinz König von MK Illumination, die die Veröffentlichung als Sponsor unterstützen. In seinem begleitenden Kommentar stellt er eine zentrale Frage: „Was kostet es uns, wenn wir uns diese Orte nicht mehr leisten können?“

Vorgestellt wird die Studie von bcsd-Referentin Lioba Jung auf der **Messe Kommunal vom 18.-19. November** in Erfurt. Weitere Informationen zur Studie finden Sie **hier.**

Wir feiern Jubiläum

Umfragen und Erhebungen: Stadtmarketing In Zahlen

Wie hat sich Stadtmarketing in den vergangenen 30 Jahren verändert? Ein Blick in die Umfragen der bcsd zeigt: Aus einem zunächst vor allem auf Standortwerbung und Handelsförderung ausgerichteten Tätigkeitsfeld ist ein vielseitiger und zunehmend strategischer Partner der Stadtentwicklung geworden.

Bereits 1995 untersuchte das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) die Entwicklung des Stadtmarketings. Damals setzten 43 % der befragten Kommunen Stadtmarketingaktivitäten um. Nur neun Jahre später waren es bereits 69 %. Stadtmarketing hatte sich vielerorts als feste Aufgabe etabliert. Auch die Ziele veränderten sich. Standen 1995 und 2005 noch die Attraktivitätssteigerung der Stadt und die Förderung des Einzelhandels im Vordergrund, zeigten die bcsd-Mitgliederumfrage 2013 und 2022 eine deutliche Verschiebung: Die Stärkung der Identifikation mit der Stadt, die Vernetzung lokaler Akteur:innen und die Entwicklung einer Stadtmarke rückten an die Spitze. Die Mehrheit der Befragten ging damals davon aus, dass die Bedeutung des Stadtmarketings weiter zunimmt.

Heute ist unser Verständnis von Stadtmarketing noch breiter geworden, doch stehen Stadtmarketingorganisationen vor vielen zusätzlichen Herausforderungen: Digitalisierung, Klimaanpassung, gesellschaftlicher Wandel und die Transformation der Innenstädte verlangen neue Kompetenzen und Kooperationen. 30 Jahre bcsd zeigen: Stadtmarketing hat sich vom Vermarkten einer Stadt immer stärker zum Mitgestalten ihrer Zukunft entwickelt. Und genau diesen Wandel begleitet und fördert die bcsd seit ihrer Gründung.

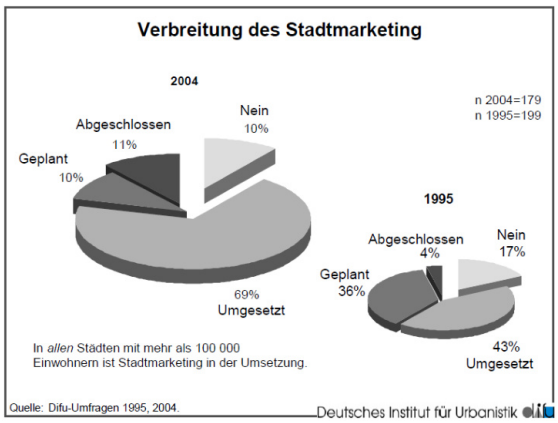
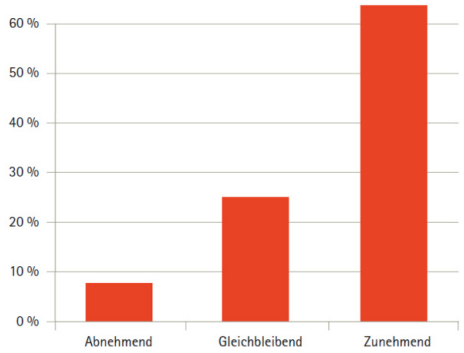


Abb. 13: Wie schätzen Sie die Entwicklung des Stellenwerts des Stadtmarketings seit 2013* in Ihrer Stadt ein?



bcsd-Umfrage „Stadtmarketing im Profil" 2022

„**Wir sind Mitglied, weil** das Netzwerk mit hoher Kompetenz überzeugt, der Austausch unter Kolleginnen wertvoll ist und wir praxisnahe, zukunftsorientierte Impulse erhalten."



Christina Junkerkalefeld
Geschäftsführerin Gütersloh Marketing GmbH
Mitglied der bcsd seit 2006

Hier finden Sie weitere Stimmen aus unserem Netzwerk.

ANZEIGE



„Ausschlaggebend für unsere Wahl der Stadtguthaben GmbH im Jahr 2021 waren die einfache Handhabung des Systems und der stets freundliche, kompetente und partnerschaftliche Austausch im Rahmen der Ausschreibung. Diese Entscheidung haben wir bis heute keinen Tag bereut. Mittlerweile sind über 250 Akzeptanzstellen angebunden und die Abwicklung vieler tausend Transaktionen pro Jahr läuft reibungslos. Uns freut besonders, dass sich inzwischen weitere Städte auf unsere Empfehlung hin für Stadtguthaben entschieden haben und auch sehr zufrieden damit arbeiten."

Mathias Kabisch
Leiter Tourismus- und Stadtmarketing, Erfurt Tourismus und Marketing GmbH

stadtguthaben

Die Nummer 1 für digitale Stadtgutscheine

www.stadtguthaben.de

bcsd-Zertifizierung

Jetzt für das Weiterbildungsprogramm 2027 anmelden!

Die Anmeldung für die ICR Kompakt-Weiterbildung 2027 ist gestartet! Wer sich berufsbegleitend im City-, Stadt- und Regionalmanagement weiterqualifizieren, aktuelles Fachwissen vertiefen und das eigene Netzwerk ausbauen möchte, kann sich **jetzt einen Platz sichern**!

Innerhalb von wenigen Wochen macht die Weiterbildung Sie zur **ICR-geprüften, bcsd-zertifizierten „City-, Stadt- und Regionalmanager:in“**. Die Modulphase vom **15. Februar bis 19. März 2027** verbindet Präsenz- und Onlineformate und vermittelt praxisnahes Wissen für die vielfältigen Aufgaben im Stadtmarketing. Neben wichtigen Grundlagen greifen die Seminare aktuelle Entwicklungen und neue Anforderungen der Branche auf. Der Austausch mit erfahrenen Referent:innen und anderen Teilnehmenden ist dabei ein zentraler Bestandteil.

2027 gibt es außerdem einen besonderen Anlass: Das **ICR feiert sein 30-jähriges Bestehen**! Zum Auftakt der Weiterbildung findet am **15. Februar in Hannover ein Jubiläums- und Netzwerkabend** mit Teilnehmer:innen, Alumni, Referent:innen und Wegbegleiter:innen statt. Der Abend ist für Teilnehmende im Preis enthalten und zählt als Netzwerkveranstaltungstag. Und frühes Anmelden lohnt sich doppelt: **Bis zum 15. November 2026 gibt es 200 Euro Frühbucherrabatt**. bcsd-Mitglieder profitieren darüber hinaus dauerhaft von einem Preisvorteil von 200 Euro. Jetzt anmelden, Wissen erweitern, Netzwerk stärken – und 30 Jahre ICR mit uns feiern! Alle Informationen auf einen Blick finden Sie **hier**.



Interessenvertretung

Austausch zwischen Politik und Praxis

Welche Rahmenbedingungen brauchen unsere Innenstädte, um auch künftig lebendig, vielfältig und wirtschaftlich stark zu bleiben? Darüber hat sich **bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block** im Oktober mit der **Parlamentarischen Staatssekretärin Sabine Poschmann** (Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen), sowie **Stefan Genth**, Hauptgeschäftsführer des Handelsverband Deutschland e.V. (**HDE**) und **Michael Reink**, Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik beim HDE, ausgetauscht. Im Mittelpunkt des Gesprächs standen zentrale Themen der aktuellen Innenstadtentwicklung und wie gute Lösungen aus den Städten stärker sichtbar gemacht und in die Breite getragen werden können: die Erfahrungen aus dem Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ (ZIZ) und die Aufbereitung vieler vorbildlicher Stadtentwicklungsprojekte sowie deren Darstellung im Best-Practice-Pool „stadtimpulse“. Gelingende Stadtentwicklung braucht tragfähige Strukturen ebenso wie starke lokale Netzwerke, Wissenstransfer und die Möglichkeit, neue Ansätze vor Ort zu erproben.



bcsd-Mentoringprogramm

Mentees und Mentor:innen gesucht!

Das bcsd-Mentoringprogramm für Stadtexpert:innen geht 2027 **bereits in die dritte Runde**. Es bringt erfahrene Fach- und Führungskräfte mit Nachwuchstalenten, Quereinsteiger:innen oder Menschen mit erster Führungsverantwortung aus dem Stadtmarketing zusammen – für persönlichen Austausch, neue Perspektiven und gemeinsames Lernen. Über rund neun Monate bilden Mentor:in und Mentee ein festes Tandem und treffen sich regelmäßig online zu individuellen Gesprächen. Mentees profitieren dabei von Erfahrung, persönlichem Feedback und neuen Zugängen zu Netzwerken. Gleichzeitig bietet das Programm auch Mentor:innen die Chance, neue Sichtweisen kennenzulernen und frische Impulse für die eigene Arbeit mitzunehmen. Denn gutes Mentoring ist keine Einbahnstraße.

Begleitet werden die Tandems durch digitale Auftakt-, Reflexions- und Abschlusstermine. Ein persönliches Get-Together beim Deutschen Stadtmarketingtag vom 25. bis 27. April 2027 in Fulda bietet zusätzlich Gelegenheit zum Austausch und Netzwerken. **Gesucht werden sowohl Mentees aus dem bcsd-Netzwerk**, die ihre berufliche und persönliche Entwicklung aktiv voranbringen möchten, **als auch erfahrene Mentor:innen**, die ihr Wissen weitergeben und den Nachwuchs im Stadtmarketing stärken wollen. Die Bewerbungsphase läuft bereits – Bewerbungsschluss ist der **20. November 2026**. Im Anschluss bringt die bcsd passende Tandems zusammen. **Jetzt anmelden!**



Interview des Monats

Nina Fritzler



Seit Juli leitest du das Braunschweiger Stadtmarketing. Inwiefern hat dich die Teilnahme am bcsd-Mentoring auf deinem beruflichen Weg begleitet?

Schon bevor ich die Geschäftsführung der Braunschweig Stadtmarketing GmbH übernommen habe, gehörte es zu meinen Aufgaben, ein Team zu führen. Diese Rolle war mir also nicht neu. Das Mentoring war aber eine gute Möglichkeit, meinen eigenen Stil vor dem Hintergrund neuer Perspektiven zu hinterfragen und zu schärfen. In meiner neuen Rolle ist es noch wichtiger geworden, auf die unterschiedlichen Erfahrungen und Kompetenzen im Team zu vertrauen. Meine Aufgabe ist es, diese zusammenzubringen, eine gemeinsame Richtung vorzugeben und gute Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass die Kolleg:innen ihre Stärken einbringen können.

Was war dein größtes Aha-Erlebnis im Mentoring? Gab es einen Rat oder ein Gespräch, das dir besonders in Erinnerung geblieben ist?

Ich dachte am Anfang, dass ich vor allem Ratschläge bekommen würde. Tatsächlich war es viel mehr ein gemeinsames Nachdenken, Miteinandersprechen und Voneinanderlernen. Mein größtes Aha-Erlebnis war, wie sehr mir die Fragen und die Perspektive meines Mentoren Martin Knabenreich dabei geholfen haben, eigene Antworten zu finden. Besonders wertvoll war also die Perspektive von außen für mich und das Schöne ist, dass daraus ein Kontakt geworden ist, der mich auch über das Programm hinaus begleitet. Wir tauschen uns immer noch regelmäßig aus.

Hier gelangen Sie zum vollständigen Interview.

ANZEIGE

ECHTES EIS.
MEHR LEBENDIGKEIT.

Bringt Menschen zusammen
und Innenstädte zum Leben.



bcsd Exkursion 2027

Linz erleben

Ist ein Imagewandel möglich, wenn die eigene Bekanntheit über Jahrzehnte aus Sätzen wie „In Linz da stinkt's“ bestand? Linz zeigt, dass es geht! Die einst von der Schwerindustrie geprägte Stadt steht heute für Kultur, Kreativität und Innovation. V**om 17. bis 20. Juni 2027 lädt die bcsd ihre Mitglieder zu einer viertägigen Fachexkursion nach Linz ein**, um herauszufinden, wie dieser Wandel gelungen ist.

Nachdem die ursprünglich für 2026 geplante Reise verschoben werden musste, greifen wir das Programm erneut auf und ergänzen es um neue Impulse. Gemeinsam werfen wir einen Blick hinter die Kulissen der Linzer Stadtentwicklung, sprechen mit zentralen Akteur:innen aus Stadtverwaltung, Tourismus und Stadtmarketing und besuchen spannende Innovationsorte wie die Tabakfabrik Linz und das Ars Electronica Center. Dabei gehen wir auch der Frage nach, welche Rolle mutige Entscheidungen, neue Nutzungskonzepte und eine starke Stadtidentität für



© LinzTourismus_MartinStoebich

einen erfolgreichen Wandel spielen. Ein besonderes Highlight ist das **Festival of Curiosity,** das neue Perspektiven auf kreative Stadtentwicklung und Innovation eröffnet.

Neben fachlichen Einblicken bleibt viel Raum für persönlichen Austausch mit deutschen und österreichischen Kolleg und neue Ideen für die eigene Stadtmarketingpraxis. Denn Linz bietet nicht nur spannende Einblicke in eine außergewöhnliche Stadtentwicklung, sondern auch wertvolle Anregungen für die Zukunft unserer eigenen Städte.



© LinzTourismus_MartinStoebich

Die Teilnahme kostet **895 Euro** zzgl. MwSt., inklusive drei Übernachtungen, Verpflegung und Fachprogramm. Die Plätze sind begrenzt. Die Exkursion findet mit freundlicher Unterstützung von **MK Illumination** statt. Weitere Informationen und die Anmeldung finden Sie **hier**.

ANZEIGE



Das Neueste aus den Landesverbänden der bcsd

Austausch in Karlsruhe und Rendsburg

Wie vielfältig die Aufgaben im Stadtmarketing sind und wie wertvoll der Austausch unter Kolleg:innen ist, zeigten die jüngsten Treffen der bcsd-Landesverbände in Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg.

Am 27. Oktober kamen Vertreter:innen des Stadtmarketings in Rendsburg zusammen, um aktuelle Herausforderungen zu diskutieren und die Zusammenarbeit im Norden zu stärken. Themen waren unter anderem Förderprogramme, Flächenmanagement, Stadtmarkenentwicklung und steigende Veranstaltungskosten. Jürgen Block, Geschäftsführer der bcsd, gab zudem Einblicke in aktuelle Entwicklungen und Projekte des Bundesverbands. Ein weiterer Schwerpunkt war die Vorbereitung eines gemeinsamen Treffens der norddeutschen Landesverbände im Jahr 2027. Vielen Dank an Anke Samson von der Rendsburg Tourismus und Marketing GmbH für die Gastfreundschaft!



Das Landestreffen in Rendsburg

Auch das Treffen in Baden-Württemberg bot zahlreiche Impulse: Im Alten Schlachthof in Karlsruhe standen die Aktivierung des Einzelhandels und das Baustellenmarketing im Fokus. Oberbürgermeister Dr. Frank Mentrup stellte die Karlsruher Korridor-Projekte vor, die Silostrukturen aufbrechen und die Zusammenarbeit in der Stadt stärken sollen. bcsd-Referent Finn-Ole Ellerbrock berichtete über aktuelle Verbandsentwicklungen. Die Vorstellung der Karlsruhe Marketing und Event GmbH (KME) verdeutlichte zudem, wie breit und vernetzt modernes Stadtmarketing aufgestellt sein kann.

Post des Monats

Digitale Stadtentwicklung



Wie verändern Digitalisierung und Künstliche Intelligenz die Arbeit in unseren Städten und welche Entwicklungen zeichnen sich für die kommenden Jahre ab? In Zusammenarbeit mit der imakomm AKADEMIE GmbH stellen wir am 05.11.2026 die Ergebnisse der Umfrage „Digitale Stadtentwicklung – Smart City und KI im Stadtmarketing“ vor.

Hier geht es zum Post. Vernetzen Sie sich gerne mit uns auf LinkedIn und erhalten Sie spannende Einblicke und aktuelle News aus dem Stadtmarketing.

Beide Treffen zeigen: Gemeinsame Herausforderungen bieten gute Anknüpfungspunkte, um Wissen zu teilen, voneinander zu lernen und Stadtmarketing als wichtige Kraft der Stadtentwicklung weiter zu stärken. Ein herzliches Dankeschön an alle Gastgeber:innen und Teilnehmenden für den offenen Austausch!

Die Landesverbände der bcsd vertreten die Mitglieder auf Landesebene. Zu den Hauptprojekten zählen die zweimal jährlich stattfindenden Landestreffen. Diese kostenlosen Veranstaltungen sind in der Regel auch für Nicht-Mitglieder zugänglich und dienen der Vernetzung und dem Austausch auf regionaler Ebene. Alle Infos zu den Landesverbänden und den Landestreffen finden Sie **hier.**



Alter Schlachthof Karlsruhe



Zertifizierter Projektpool

Best-Practice-Beispiel des Monats

Die bcsd ist Mit-Initiator der Stadtimpulse, dem ersten bundesweiten, zertifizierten Projektpool für Innenstadt, Handel und städtisches Leben. Hier haben Sie Zugriff auf über 150 ausgezeichnete Best-Practice-Beispiele. Sie haben ebenfalls ein innovatives Projekt? Dann bewerben Sie sich gerne. Weitere Informationen finden Sie unter: **www.unsere-stadtimpulse.de**

Wie lässt sich ein leerstehendes Gebäude wiederbeleben und gleichzeitig die Bevölkerung aktiv in die Ortsentwicklung einbinden? Die bayerische Marktgemeinde Mainleus mit rund 6.400 Einwohner:innen zeigt mit ihrem **Marktcafé**, wie das gelingen kann. 2022 erwarb ein lokales Immobilienunternehmen eine seit Jahren leerstehende Schlüsselimmobilie im Ortskern und startete ein ungewöhnliches Beteiligungsprojekt: Statt die zukünftige Nutzung selbst festzulegen, durften die Bürger:innen zwischen wirtschaftlich realisierbaren Optionen entscheiden. Der Investor versprach, das Ergebnis tatsächlich umzusetzen. Rund 1.800 abgegebene Stimmen zeigten das große Interesse an der Zukunft des Ortskerns.

Entstanden ist ein Marktcafé mit Bäckerei, Eisdiele und darüberliegenden Wohnungen. Seit der Eröffnung Anfang 2024 hat sich das Café zu einem beliebten Treffpunkt und Veranstaltungsort entwickelt. 16 Arbeitsplätze wurden geschaffen, regionale Kooperationen gestärkt und weitere Ansiedlungen angestoßen. Mittlerweile ergänzen unter anderem ein Metzger, ein Selbstbedienungsladen und ein Bioladen das Angebot am Platz. Die Leerstandsquote sank auf null. Das Projekt zeigt eindrucksvoll, wie konsequente Bürgerbeteiligung und wirtschaftliche Tragfähigkeit zusammenwirken können. Entscheidend für den Erfolg waren die enge Zusammenarbeit zwischen Investor, Kommune und Betreiber sowie das verbindliche Versprechen, die Wünsche der Bevölkerung umzusetzen. Gerade für kleinere Kommunen bietet Mainleus damit ein übertragbares Beispiel für eine identitätsstiftende und nachhaltige Ortskernentwicklung. Weitere Infos finden Sie **hier**.



ANZEIGE

FÜR BETREIBER VON WEIHNACHTSMÄRKTEN

corego

Der bargeldlose Weihnachtsmarkt

Mach deinen Weihnachtsmarkt noch 2026 mit Corego cashless und sicher: Kartenzahlung an jedem Stand, Besucherzählung an jedem Eingang.



Stadtmarketing Austria formuliert neues Selbstverständnis

Stadtmarketing als Gestalter lebendiger Städte

Was macht eine Stadt lebendig und welche Rolle übernimmt Stadtmarketing dabei? Mit einem neuen Selbstverständnis gibt der Dachverband Stadtmarketing Austria Antworten auf diese Fragen und setzt ein wichtiges Zeichen für die Weiterentwicklung unserer Profession. Auf seiner Vollversammlung am 14. September 2026 in Salzburg stellte Stadtmarketing Austria das gemeinsam entwickelte Selbstverständnis vor. Im Mittelpunkt steht die Stadt als sozialer Raum, in dem Menschen einander begegnen, Beziehungen entstehen und gesellschaftliches Leben stattfindet.

Damit rückt der Verband die Rolle des Stadtmarketings als verbindende und gestaltende Kraft in den Fokus. Handel, Veranstaltungen und Frequenz bleiben wichtige Aufgaben. Darüber hinaus geht es zunehmend darum, Akteur :innen aus Wirtschaft, Verwaltung, Politik, Kultur und Zivilgesellschaft zusammenzubringen und gemeinsam lebenswerte Stadträume zu entwickeln. Das neue Selbstverständnis beschreibt Stadtmarketing als intermediären Akteur und benennt zentrale Kompetenzfelder – vom Netzwerk- und Projektmanagement bis zur Gestaltung öffentlicher Räume.



Aus Sicht der bcsd ist dies ein wichtiger und begrüßenswerter Impuls. Denn auch in Deutschland setzen wir uns dafür ein, Stadtmarketing noch stärker als strategischen Partner der integrierten Stadtentwicklung zu positionieren. Die österreichischen Kolleg:innen machen mit ihrem Selbstverständnis sichtbar, was vielerorts bereits gelebte Praxis ist: Stadtmarketing gestaltet nicht nur das Image einer Stadt, sondern auch ihr Miteinander und ihre Zukunft.

Wir gratulieren Stadtmarketing Austria zu diesem gelungenen Schritt und freuen uns auf den weiteren grenzüberschreitenden Austausch zur gemeinsamen Professionalisierung unseres Berufsfeldes. **Hier** finden weitere Informationen und **hier** gelangen Sie zur Broschüre.



Stadtmarketing Austria Vorstand

ANZEIGE



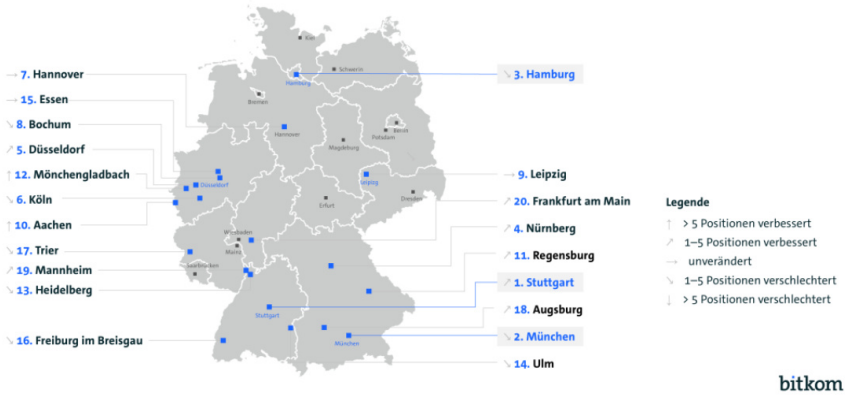
Smart City Index 2026

Stuttgart ist Deutschlands digitalste Großstadt

Stuttgart übernimmt die Spitzenposition im Smart City Index 2026 des Digitalverbands Bitkom und löst damit München ab. Das Ranking zeigt: Deutschlands Großstädte machen bei der Digitalisierung weiter Fortschritte. Mit 92,8 von 100 möglichen Punkten führt Stuttgart das Ranking an, gefolgt von München (92,0) und Hamburg (91,5). Besonders bemerkenswert: Stuttgart gehört als einzige der 83 untersuchten Großstädte in allen fünf Bewertungskategorien zu den besten zehn.

Zu den größten Aufsteigern zählen Erlangen und Hildesheim mit jeweils 19 gewonnenen Plätzen sowie Mönchengladbach mit einem Sprung um 18 Plätze. Der Smart City Index untersucht anhand von mehr als 14.400 Datenpunkten die Bereiche Verwaltung, IT und Kommunikation, Energie und Umwelt, Mobilität sowie Gesellschaft und Bildung. Der durchschnittliche Indexwert stieg gegenüber dem Vorjahr von 70,8 auf 73,8 Punkte. Für die Stadtentwicklung liefert das Ranking wertvolle Impulse: Digitale Lösungen können Verwaltung, Mobilität und Lebensqualität verbessern. Entscheidend bleibt, erfolgreiche Ansätze langfristig zu sichern und für andere Kommunen nutzbar zu machen. **Hier** geht‘s zum Index.

Top 20 des Smart City Index 2026



Initiative der bcsd und urban digital

Neuer Leitfaden für digitale Kommunen

Wie gelingt kommunale Digitalisierung in der Praxis? Ein neuer Leitfaden der Initiative „Digitale Verwaltung für lebenswerte Kommunen“, an der auch die **bcsd** beteiligt ist, bietet Orientierung und konkrete Hilfestellungen für Digitalisierungsverantwortliche.

Grundlage ist eine Befragung von 62 kommunalen Digitalisierungspraktiker:innen im Februar und März 2026. Die Ergebnisse zeigen: Nicht allein fehlende finanzielle Mittel bremsen die Digitalisierung, sondern vor allem komplexe Zuständigkeiten, unklare Prozesse und Widerstände innerhalb der Verwaltung. Gleichzeitig fehlt häufig der Überblick über bestehende Unterstützungsangebote.

Hier setzt der Leitfaden an. Anhand der fiktiven Persona Thomas Neupreuß, einem Digitalisierungsbeauftragten einer mittelgroßen Kommune, veranschaulicht er typische Herausforderungen und stellt passende Netzwerke, Praxisbeispiele und Weiterbildungsangebote vor. Dazu gehören unter anderem die Plattform Stadtimpulse, das Netzwerk NExT und der UX-Standard KERN für nutzerfreundliche Verwaltungsleistungen.

Besonders wertvoll ist der praxisorientierte und kooperative Ansatz: Statt neue Strukturen aufzubauen, macht die Initiative vorhandenes Wissen zugänglich und fördert den Erfahrungsaustausch. Der Leitfaden soll regelmäßig gemeinsam mit kommunalen Praktiker:innen weiterentwickelt werden. Auch aus Sicht der bcsd ist die fachübergreifende Vernetzung entscheidend, damit Digitalisierung nicht zum Selbstzweck wird, sondern einen spürbaren Beitrag zu lebenswerten Städten leistet. **Hier** gelangen Sie zum Leitfaden.



Digital City Award 2026

Vier innovative Projekte ausgezeichnet

Wie digitale Lösungen Städte und lokale Wirtschaftsstandorte stärken können, zeigen die vier Gewinnerprojekte des Digital City Award 2026, der von der Location Based Marketing Association (The LBMA) verliehen wurde. Aus 15 Einreichungen wählte eine Fachjury mit Vertreter:innen des Handelsverbands Bayern, des Berufsverbands City- und Stadtmarketing Bayern (AKCS), der **bcsd**, urbanicom, CIMA und The LBMA vier Projekte aus.

In der Kategorie „Best Digital City Solution“ überzeugte die Ahaus SuperApp von Tobit.Software, die zahlreiche lokale Angebote und digitale Services bündelt. „Best Digital City Marketing“ ging an das Stadtmarketing Marburg für die erfolgreiche Social-Media-Kampagne #marburgliebe. Die Erlebnisregion Europa-Park CARD & App wurde für ihre interkommunale Vernetzung von Tourismus und Handel als „Best Regional Collaboration“ ausgezeichnet. Den Preis für „Best AI & Innovation“ erhielt Schuh-Beck für die KI-gestützte Entwicklung und Vermarktung einer Eigenmarke. Die Auszeichnungen zeigen, wie vielfältig digitale Innovationen zur Zukunftsfähigkeit von Innenstädten beitragen können. **Hier** finden Sie weitere Informationen.



Neues Mitglied der bcsd

Lebendige Innenstädte brauchen Kultur: Die ZAV-Künstlervermittlung stellt sich vor

Stadtfeste, Weihnachtsmärkte oder Straßenkunst: Kultur schafft Begegnungen, zieht Menschen in die Innenstadt und macht Städte lebendig. Als neues Fördermitglied der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) bringt die ZAV-Künstlervermittlung seit dem 1. Oktober 2026 ihre Expertise ins Netzwerk ein.



Wer wir sind

Die ZAV-Künstlervermittlung bringt Künstler*innen und Arbeitgeber*innen aus unterschiedlichen Bereichen der darstellenden Künste zusammen. Wir beraten, vermitteln und begleiten mit fundierter Marktkenntnis. Unsere Expert*innen kennen die Kulturszene, die verschiedenen künstlerischen Sparten und die regionalen Besonderheiten.

Unser Mehrwert für das Stadtmarketing

- Ob Großveranstaltung, saisonales Highlight oder Pop-up-Format: Die ZAV-Künstlervermittlung unterstützt bei der Auswahl passender Künstler*innen. Ihre Branchenkenntnis hilft, kulturelle Angebote auf Zielgruppen, Budgets und örtliche Gegebenheiten abzustimmen.
- Die Beratung und Vermittlung aus dem bundesweiten Künstlerpool sind für Kommunen provisionsfrei.
- Der Austausch mit Stadtmarketing und Kommunen schafft zudem neue Impulse. Erkenntnisse zu Trends, Zielgruppen und Innenstadtentwicklung helfen, zukünftige Kulturangebote bedarfsgerecht weiterzuentwickeln.

Sie planen eine Veranstaltung oder suchen neue kulturelle Impulse für Ihre Innenstadt? Die ZAV-Künstlervermittlung freut sich auf den fachlichen Austausch, neue Ideen und Kooperationen im bcsd-Netzwerk. Ein unverbindliches Kennenlernen ist an den Standorten **Berlin**, **Hamburg**, **Köln**, **Leipzig**, **München** und **Stuttgart** möglich. Lassen Sie uns gemeinsam Kultur in die Stadt bringen!

Lübeck macht 2027 zum DENKMAL-Jahr

Ein Jahr voller Jubiläen, Geschichte und neuer Perspektiven: Unter dem Motto „DENKMAL Lübeck 2027“ macht die Hansestadt ihr kulturelles Erbe auf besondere Weise erlebbar und verbindet Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. 2027 gibt es in Lübeck gleich mehrfach Grund zum Feiern: Die historische Altstadt gehört seit 40 Jahren zum UNESCO-Welterbe, das Heiligen-Geist-Hospital und die drei Altstadtkirchen St. Jakobi, St. Aegidien und St. Petri feiern ihr 800-jähriges Bestehen. Hinzu kommt der 100. Geburtstag des Literaturnobelpreisträgers Günter Grass.



© Lübeck und Travemünde Marketing GmbH

Unter der Dachkampagne „DENKMAL“ bündelt Lübeck die Jubiläen zu einem Erlebnisjahr mit Ausstellungen, Stadtführungen und Mitmachangeboten. Ein Höhepunkt ist die Eröffnung eines temporären Welterbezentrums im Heiligen-Geist-Hospital im Frühjahr 2027.

Das Gemeinschaftsprojekt der Hansestadt Lübeck, der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH und weiterer Partner zeigt, wie sich historisches Erbe und modernes Stadtmarketing verbinden lassen, um die Stadtgesellschaft einzubinden und neue Besuchsanlässe zu schaffen. Weitere Informationen finden Sie **hier.**

Bielefeld startet neue Innenstadtkampagne

Mit der neuen Kampagne „Zusammen.“ setzt das City Team Bielefeld auf einen Perspektivwechsel: Weg von der reinen Bewerbung von Angeboten, hin zu einer stärkeren emotionalen Verbindung zwischen den Menschen und ihrer Innenstadt. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Rolle die Innenstadt im Leben der Menschen spielt – und wie sie selbst zu deren Gestaltung beitragen können. Denn Innenstädte sind weit mehr als Einkaufsorte: Sie sind Räume für Begegnungen, Erlebnisse und persönliche Erinnerungen.

Die Kampagne rückt deshalb alltägliche Situationen und das Miteinander in den Vordergrund. Besucher:innen werden zu aktiven Mitgestalter:innen und die Innenstadt zu einem gemeinsamen Lebensraum. Gleichzeitig steht „Zusammen.“ für die Zusammenarbeit der verschiedenen Innenstadtakteure. Für Wiedererkennungswert sorgt ein eigens produzierter City Song des Bielefelder Musikers Fitz Blau, der der Kampagne auch akustisch eine eigene Identität verleiht. Mit „Zusammen.“ zeigt Bielefeld, wie Stadtmarketing über klassische Standortwerbung hinausgehen, die Identifikation mit der Innenstadt stärken und die Stadtgesellschaft zum Mitgestalten einladen kann. **Hier** finden Sie weitere Infos.



v. l. Birgit Schroers und Julia Lehmann „Zusammen.“
© Bielefeld Marketing / Benjamin Janzen

Noch kein Mitglied der bcsd?

Dann wird es höchste Zeit, Teil unseres Netzwerks zu werden. Die bcsd verbindet Stadtmarketingorganisationen aus ganz Deutschland, schafft Austausch über Landesverbandstreffen und Jahrestagungen, bietet fachlichen Input, Sichtbarkeit und Interessenvertretung – und stärkt damit die Arbeit vor Ort. Noch nicht überzeugt? Dann hören Sie auf die **Stimmen aus unserem Netzwerk**: Mitgliedschaft bedeutet nicht nur Information, sondern echte Verbindung, kollegialen Austausch und gemeinsame Weiterentwicklung. Wer Stadtmarketing aktiv mitgestalten möchte, ist bei uns herzlich willkommen! **Alle Mitgliedervorteile auf einen Blick.**


© Peter Wieler

18.-19. November 2026

Messe Kommunal

Am 18. und 19. November 2026 findet die Messe KOMMUNAL in der Messe Erfurt statt. Die Fachmesse bringt Entscheidungsträger:innen aus Städten, Gemeinden und Landkreisen mit Unternehmen und Innovator:innen zusammen und bietet auch für das Stadtmarketing wertvolle Möglichkeiten zum Austausch und zur Vernetzung.

Im Mittelpunkt stehen aktuelle Herausforderungen der kommunalen Praxis. Fachvorträge und Diskussionen widmen sich unter anderem smarter Infrastruktur, digitaler Bürgerbeteiligung und zukunftsfähiger Stadtentwicklung. Ein besonderer Schwerpunkt liegt 2026 auf der kommunalen Sicherheit – von Katastrophenschutz bis zur Resilienz kritischer Infrastruktur. Mehr als 140 Aussteller:innen aus 39 Branchen präsentieren innovative Lösungen für lebenswerte und zukunftsfähige Kommunen.

Auch die bcsd ist als Ausstellerin vor Ort: Unsere Referentinnen Annemarie Renker und Lioba Jung freuen sich darauf, mit Vertreter:innen aus Kommunen, Verwaltung und Stadtmarketing ins Gespräch zu kommen und neue Kontakte zu knüpfen. Der Eintritt zur Messe ist kostenfrei. Weitere Informationen und die Anmeldung finden Sie **hier**.





05. November 2026

Vorstellung Umfrageergebnisse

Am **5. November 2026 von 15:00 bis 16:30 Uhr** laden die bcsd und imakomm zu einer digitalen Info- und Austauschveranstaltung ein. Im Mittelpunkt stehen die Ergebnisse der gemeinsamen Umfrage zu KI, Digitalisierung und Smart City im Stadtmarketing.

Gemeinsam wollen wir zentrale Erkenntnisse vorstellen, aktuelle Entwicklungen einordnen und darüber diskutieren, wie sich Stadtmarketing im Zuge der digitalen Transformation künftig positionieren kann. Wir freuen uns auf den Austausch! Weitere Informationen finden Sie **hier.**

Ab 03. November 2026

Neue Reihe: Gastro-Werkstatt

Mit der neuen Gastro-Werkstatt schaffen bcsd, **CIMA und Progacon** ein digitales Austauschformat rund um aktuelle Herausforderungen der Gastronomieentwicklung. Im Mittelpunkt stehen Praxis, Diskussion und Erfahrungen aus den Kommunen. Die vier Termine widmen sich den Themen **„Banalisierung / Steuerung von Gastronomie in Innenstädten“ (03.11.2026), „Kooperation / Kommunikation: Gemeinsam mehr erreichen“ (08.12.2026), „Personal / Nachfolge- vom Dorf bis zur Großstadt“ (19.01.2027) sowie „Gestaltungssatzung / öffentlicher Raum“ (04.03.2027)**. Jeweils von 15:30 bis 17:00 Uhr ist Raum für Fragen, Best Practices und auch ungelöste Herausforderungen. Für bcsd-Mitglieder ist die Teilnahme kostenlos. **Hier** gelangen Sie zur Anmeldung.



18.–19. November 2026

Deutscher Tourismustag in Leipzig

Gemeinsam mit dem Landestourismusverband Sachsen e.V., der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, der Touristik & Caravaning Leipzig sowie der Leipziger Messe lädt der Deutsche Tourismusverband Sie zum Deutschen Tourismustag am 18. und 19. November nach Leipzig ein.

Freuen Sie sich auf die Fachtagung zum Thema „Mehr als Automatisierung: Warum Arbeit im Tourismus trotz KI anders bleibt“ im Congress Center Leipzig mit hochkarätigen Referent:innen aus Politik, Wissenschaft und Praxis. Das Rahmenprogramm startet bereits am 18. November mit Fachexkursionen, einem Warm-up & Networking mit der Deutschen Bahn und einem Get-together im Felix im Staycity Leipzig. Den Abschluss bildet am 19. November die feierliche Abendveranstaltung mit der Verleihung des Deutschen Tourismuspreises. Gruppen und Nachwuchskräfte profitieren von Sonderkonditionen. Alle Details zum Programm, den Speaker:innen und zur Anmeldung gibt es **hier**.



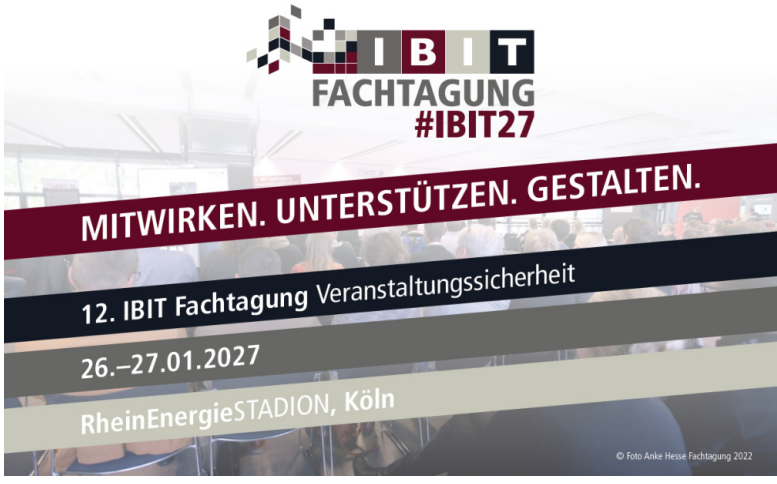
26.-27. Januar 2027

12. IBIT-Fachtagung Veranstaltungssicherheit

Am 26. und 27. Januar 2027 findet die 12. IBIT-Fachtagung Veranstaltungssicherheit im RheinEnergieSTADION in Köln statt. Unter dem Motto „WISSEN. NETZWERK. VERANTWORTUNG.“ bringt die Tagung Fachleute aus Wissenschaft und Praxis zusammen, um aktuelle Herausforderungen bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen zu diskutieren.

Auf dem Programm stehen Themen wie Wetterextreme und Klimaanpassung, Verkehr und Mobilität, moderne Sicherheitsplanung sowie neue Bedrohungslagen. Auch Digitalisierung und Künstliche Intelligenz werden beleuchtet. Neu sind Anwendungsworkshops, in denen Software erprobt und gemeinsam Szenarien bearbeitet werden. Neben Fachvorträgen und Diskussionen bietet die Tagung viel Raum für Austausch und Vernetzung.

Bereits am 25. Januar findet mit dem BehördenConnect ein eigener Netzwerktag für Behörden und kommunale Einrichtungen statt, der sich unter anderem mit Genehmigungsverfahren, Zuständigkeiten und Zusammenarbeit beschäftigt. Weitere Informationen finden Sie **hier**.





Keine Jobs diesen Monat?
In der Stellenbörse der bcsd finden Sie regelmäßig Angebote aus dem City- und Stadtmarketing, dem Tourismus und der Wirtschaftsförderung.
Sie haben einen Job anzubieten?
Schreiben Sie und an **office@bcsd.de**

01. Februar 2027

Christmasworld Take Off

Die Christmasworld in Frankfurt ist der internationale Treffpunkt für Trends und kreative Gestaltung rund um saisonale Dekoration. Ein besonderes Highlight für Stadtmarketingorganisationen ist das Christmasworld Take Off am Montag, 1. Februar 2027. Das Event widmet sich Festbeleuchtung sowie Großflächen- und Objektdekoration und bietet Inspiration für die Gestaltung attraktiver Innenstädte. Freuen Sie sich auf eine Keynote von Theresa Schleicher (13:00–13:45 Uhr), eine Guided Tour zum Thema „Faszination Licht & Dekoration“ in Halle 4.0 (13:45–14:45 Uhr) und ein anschließendes Get-together zum Netzwerken (14:45–15:45 Uhr). **Für bcsd-Mitglieder ist die Teilnahme kostenlos**. Zusätzlich ist eine kostenfreie Mitgliedschaft im Frankfurt Businessclub enthalten. Nutzen Sie die Gelegenheit, neue Branchenkontakte zu knüpfen und innovative Ideen für eure Stadt zu entdecken! Bei Interesse schreiben Sie uns an **office@bcsd.de**. **Hier** finden Sie weitere Informationen.





06.-09. April 2027

Urban Future 2027

Vom 6. bis 9. April 2027 bringt die Urban Future in Istanbul internationale Stadtgestalter:innen, Kommunalvertreter:innen, Urbanist:innen und Innovator:innen zusammen. Unter dem Motto „The Better-Cities Event“ dreht sich alles um die Frage, wie Städte nachhaltiger, lebenswerter und zukunftsfähiger werden können.

Im Mittelpunkt stehen drei Themen: resiliente Städte, die Kraft gesellschaftlichen Engagements und die Bedeutung einer unverwechselbaren Stadtidentität. Neben dem Konferenzprogramm bieten Exkursionen Einblicke in lokale Projekte und innovative Ansätze der Stadtentwicklung. Die Urban Future schafft damit Raum für internationale Vernetzung, neue Perspektiven und praxisnahe Impulse für die Gestaltung lebenswerter Städte. Weitere Informationen finden Sie **hier**.

Publikation

Wie lassen sich Veranstaltungen sicher planen, ohne ihre besondere Atmosphäre zu verlieren? Mit seinem neuen Handbuch **„Sicherheitsplanung für Weihnachtsmärkte und Adventsveranstaltungen“** widmet sich Max Lindinger gezielt den Herausforderungen winterlicher Märkte. Der Ergänzungsband zum Grundlagenwerk „Sicherheitsplanung für Volksfest, Dult, Kirmes“ behandelt unter anderem Winterdienst, Schneelast, Zufahrtsschutz in engen Altstadtgassen, Brandschutz und Crowd Management. Auch Räumungskonzepte, Krisenkommunikation und konkrete Checklisten für die Praxis sind enthalten.

Das Handbuch richtet sich an Kommunen, Veranstalter und Fachplaner und berücksichtigt sowohl große Weihnachtsmärkte als auch kleinere Adventsveranstaltungen. Beide Bände folgen einer gemeinsamen Systematik und unterstützen dabei, Sicherheitsanforderungen nachvollziehbar und praxisgerecht umzusetzen. Der Autor bringt langjährige Erfahrung aus der Organisation von Großveranstaltungen in Passau mit. Das Handbuch umfasst 116 Seiten und ist **hier** als Paperback für 19,99 Euro erhältlich.



Die wichtigsten Termine im Überblick

Klicken Sie auf die Termine um mehr zu erfahren

bcsd-Veranstaltungen:

Ab 02. Oktober 2026
bcsd KI-Lab

Ab 03. November 2026
Neues Online-Format: Gastro-Werkstatt

05. November 2026
Vorstellung der Ergebnisse der Umfrage Digitale Stadtentwicklung

12. November 2026
Landestreffen Nordrhein-Westfalen in Duisburg

25. November 2026
Landestreffen Bayern in München

07. Dezember 2026
Landestreffen Hessen in Wetzlar

17. Dezember 2026
Landestreffen Niedersachsen-Bremen in Lingen

25.-27. April 2027
Deutscher Stadtmarketingtag 2027 in Fulda

Weitere Veranstaltungen:

16. November 2026
imakomm Innovationsreihe „Multifunktionalität messbar“

18.–19. November 2026
Deutscher Tourismustag in Leipzig

18.–19. November 2026
Handelskongress Deutschland in Berlin

18.–19. November 2026
Messe Kommunal in Erfurt

24.–25. November 2026
DVWE Forum Deutscher Wirtschaftsförderungen in Frankfurt am Main

25.–27. Januar 2027
Internationale Kulturbörse Freiburg

26.–27. Januar 2027
IBIT Fachtagung in Köln

27. Januar 2027
Digitale Innenstadttagung der imakomm Akademie

29. Januar–02. Februar 2027
Messe Christmasworld in Frankfurt am Main

06.–09. April 2027
Urban future in Istanbul



© Peter Wieler

Besuchen Sie die bcsd auch auf und | Exklusiv für Mitglieder der bcsd: das **Mitgliederportal**

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 Karmen Strahonja.
Bei der Erstellung und redaktionellen Bearbeitung dieses Newsletters wurde unterstützend Künstliche Intelligenz eingesetzt. 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**.

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.