

Pressemitteilung

200 Stadtmarketingverantwortliche aus dem ganzen Bundesgebiet diskutieren über die Stadt von morgen

Der Deutsche Stadtmarketingtag 2021 widmet sich dem Transformationsprozess der Innenstädte und Stadtteilzentren.

Berlin. Unter dem Titel „Stresstest Pandemie und die gemeinsame Zukunft unserer Städte“ kommt am 20. April und 04. Mai das Netzwerk der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) digital zusammen, um Lösungen für die drängendsten Fragen unserer Cities und Stadtgesellschaften zu finden.

Dass die alten, handelsdominierten Konzepte für die Innenstadt nicht mehr ausreichend Attraktivität für Bürger*innen und Besucher*innen ausstrahlen, zeichnet sich nicht erst seit Covid-19, aber spätestens jetzt, ganz deutlich ab. „Es geht uns bei unserer Tagung daher auch nicht darum, Wege zu finden, die Innenstadt von 2020 zu retten, sondern die Innenstadt von 2025/2030 zu denken und zu gestalten“, sagt bcsd-Geschäftsführer Jürgen Block.

Wie die Pandemie-Erfahrung sich auf die Stadtgesellschaften und Stadtstrukturen auswirkt und Kreativität, Gemeinwohl und Wir-Gefühl in unseren Städten geschaffen und gefördert werden können, sind daher zentrale Themen der Beiträge der Referent*innen: Unter anderem diskutieren mit den Teilnehmer*innen dazu die Stadtsoziologin Prof. Dr. Martina Löw von der Technischen Universität Berlin, Nicole Srock-Stanley, Gründerin der dan pearlman Group, Ares Kalandides, Professor für Stadtmanagement an der Manchester Metropolitan University sowie Detlef Raphael, Leiter des Dezernats Umwelt und Wirtschaft des Deutschen Städtetags. Anhand von Projektbeispielen aus unterschiedlichen Städten, z.B. aus Osnabrück, Esslingen, Münster und Dortmund, wird aufgezeigt, wie die gehörten Impulse konkret in die Praxis umgesetzt werden können.

Die richtige Struktur für eine eigenständige Attraktivität, die den jeweiligen Stadtcharakter betont, zu entwickeln und dadurch resilientere Innenstädte hervorzubringen, in denen die Menschen gerne wohnen, arbeiten, sich versorgen, ihre Freizeit - inklusive des „Shoppens“- verbringen, aber vor allem sich begegnen und ihr Lebensumfeld gemeinsam gestalten können, ist die große Herausforderung des aktuellen Transformationsprozesses. „Dieser

Prozess kann und sollte dabei nicht von der Kommune alleine gestemmt werden. Damit er gelingt, bedarf es des solidarischen Denkens und gemeinwohlorientierten Handelns sämtlicher Akteur*innen in der Stadt“, meint Block.

Das gesamte Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung ist auf der Tagungswebsite www.stadtoptimisten.de zu finden.

Über die bcsd

*1996 wurde die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) von Stadtmarketingverantwortlichen gegründet, um den Erfahrungsaustausch mit Kolleg*innen zu fördern und zu koordinieren und um die Belange des Stadtmarketings auf Bundesebene zu vertreten. Aktuell sind 417 City- und Stadtmarketingorganisationen sowie 70 Fördermitglieder in der bcsd organisiert. Die bcsd fördert und unterstützt seit 25 Jahren unter dem Claim „Stadt ist Leben“ alle, die sich in den Städten in jeder Form des City- und Stadtmarketings gemeinsam mit den Menschen für eine vitale und funktionierende Innenstadt einsetzen.*

Ansprechpartner für diese Pressemitteilung:

Jürgen Block, Geschäftsführer

Geschäftsstelle bcsd e.V.

Telefon: (0 30) 28 04 26 71

E-Mail: office@bcsd.de

Web: www.bcsd.de

Twitter: @bcsd_ev

Geschäftsstelle:
Jürgen Block
(Geschäftsführer)
Tieckstraße 38
10115 Berlin
T: 030 / 28 04 26 71
F: 030 / 28 04 26 73
office@bcsd.de

Vorstand:
Bernadette Spinnen
(Bundesvorsitzende)
Gerold Leppa
Norbert Käthler
Michael Gerber
Mario Schiefelbein
Karmen Strahonja
Uwe Wanger

USt.-ID Nr.
DE 238 769 633
VR 35492 Berlin

Bankverbindung:
Volksbank an der Niers eG
BLZ 320 613 84
Konto Nr. 430 2222 024

BIC GENODED1GDL

IBAN DE94 3206 1384
4302 2220 24