

Pressemitteilung

Radikale Hoffnung für die Stadt für alle – rund 270 Stadtmarketingexpert:innen diskutieren beim Deutschen Stadtmarketingtag 2024 über neue Wege hin zu lebenswerten Städten

www.bcsd.de

Berlin, 25. April 2024 | Rund 270 Stadtextpert:innen kamen vom 21.-23. April 2024 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.

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.“

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.

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.“



Der Deutsche Stadtmarketingtag

Der Deutsche Stadtmarketingtag ist eine jährlich stattfindende, mehrtägige Konferenz und wichtigstes Branchentreffen Deutschlands. Hier werden aktuelle Entwicklungen, Fragestellungen und Herausforderungen für unsere Städte von hochrangigen Expertinnen und Experten diskutiert. Die Veranstaltung dient darüber hinaus dem Netzwerk und Austausch von Vertreter:innen des Stadtmarketings und der Stadtplanung sowie aller Akteure, die sich mit der Zukunft lebenswerter Städte auseinandersetzen.

www.stadtoptimisten.de

Die bcsd

Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. wurde 1996 in Berlin gegründet. Die bcsd vertritt als Bundesverband City- und Stadtmarketingorganisationen aus mehr als 450 Städten des gesamten Bundesgebietes.

Die bcsd fördert und unterstützt alle, die sich in den Städten in jeder Form des City- und Stadtmarketings gemeinsam mit den Menschen für eine vitale und funktionierende Innenstadt einsetzen. Die bcsd arbeitet für die Zukunftsfähigkeit der Städte. Wir sind davon überzeugt, dass die Stärke der Städte in der Zukunft maßgeblich davon abhängen wird, ob und wie stark sich deren Bewohner:innen mit der Stadt identifizieren. Und das heißt: ob und in welchem Maße sie bereit sind, Verantwortung für ihre Stadt zu übernehmen.

www.bcsd.de/verband/ueber-uns

Bildmaterial finden Sie auf:

[Deutscher Stadtmarketingtag - Presse / Stadtoptimisten](#)

Fotocredits: Peter Wieler

Kontakt

Daniela Hoffmann
Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e. V.

Telefon: 030 / 28 04 26 71

Email: office@bcsd.de

Web: www.bcsd.de

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
Karmen Strahonja
Michael Gerber
Michael Metzler
Steffen Schoch
Katja Teixeira

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

