Deutscher Stadtmarketingtag 2018
22. - 24. April in Aachen

HÄUSER ALLEIN MACHEN KEINE STÄDTE

Stadtgefühl als Gemeinschaftsaufgabe

Programm – Anmeldung

bcsd
Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

Häuser allein machen keine Städte

Stadtgefühl als Gemeinschaftsaufgabe

Jeder und jede weiß es: Städte unterscheiden sich nicht in erster Linie durch ihre Funktionen – durch Häuser, Straßen, Plätze – sondern ganz wesentlich durch das, was dazwischen ist, nennen wir es „Stadtgefühl“. Menschen leben gerne in Städten, die ein Gesicht haben, eine Identität, einen Charakter, den man spürt und den man mag.

Stadtgefühl kann man nicht synthetisch herstellen; es ist ein Produkt der Stadtgeschichte, der vielen Stadtgeschichten und vor allem der Kultur des Zusammenlebens. An einer guten Stadtkultur im Sinne einer hohen Qualität des Zusammenlebens der Menschen müssen viele mitwirken. Das Stadtmarketing spielt dabei als Impulsgeber und Ermöglicher eine wichtige Rolle.

Wir wollen uns diesem Schlüsselthema für die Identitätsentwicklung der Städte nähern und die Frage auf die zukünftige Ausrichtung des Stadtmarketings beziehen. Also auf die Frage: welche Stadtkultur braucht eine Stadt der Zukunft? Wie lassen sich Städte mit den Mitteln und Denkweisen der Kultur entwickeln? Wie aktiviert man das Potential der Kultur für die Entwicklung in unseren Städten, aber auch für die Bewältigung von Krisen und Kontroversen? Und nicht zuletzt blicken wir über den Tellerrand und befragen Unternehmen nach ihren Zukunftsstrategien und der Bedeutung einer veränderten Nachfragesituation für die Ausrichtung der Unternehmenskultur.

Wir werden mit Experten aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen die Frage erörtern, wie das Stadtmarketing zum Anwalt einer zukunftsweisenden Stadtkultur werden kann, einer Kultur, die die Menschen zur Vergemeinschaftung einlädt und die Stadt lebenswerter und attraktiver macht.

Tagen werden wir in Aachen, wo aus touristischer Sicht das Thema Kultur vor allem mit Karl dem Großen, dem UNESCO Welterbe Aachener Dom, Karneval, Printen oder der Kunstsammlung von Peter und Irene Ludwig belegt ist. Hinter dieser touristischen Kulisse gibt es aber noch viel mehr zu entdecken: unter anderem die Idee, mit Unterstützung des Stadtmarketings eine Stadtkultur zu schaffen, die auf Gemeinsinn setzt.

Mit kollegialen Grüßen

gez. Bernadette Spinnen
Bundesvorsitzende bcsd e.V.

gez. Marcel Philipp
Oberbürgermeister der Stadt Aachen

Der Tagungsort: Aachen

Aachen ist eine Stadt mit Geschichte

Bereits Kelten und Römer schätzten die hiesigen heißen Quellen. Zu historischer Bedeutung verhalf erst Karl der Große der Stadt. Er machte Aachen im frühen Mittelalter zu seiner Lieblingspfalz und zur ersten Hauptstadt seines europäischen Kaiserreiches. Spiritueller Ausdruck dieser einstigen Größe und Deutschlands erstes UNESCO-Welterbe ist der Aachener Dom.

Bild: Jörg Hempel

Aachen ist ein Zukunftslabor

Die ganze Stadt tickt im Rhythmus von Hochschulen und Forschung. Die RWTH Aachen, Exzellenzuniversität in Forschung und Lehre, die FH Aachen, Fraunhofer-, Leibniz- und Helmholtz-Institute stehen für wissenschaftliche Kreativität, technologische Innovation und gesellschaftlichen Fortschritt. Mit dem RWTH Aachen Campus entsteht eine der größten Forschungslandschaften Europas. Unter dem Namen „Future Lab Aachen – Kunst des Fortschritts“ machen Stadt und Hochschulen die Wissenschaft gemeinsam öffentlich sichtbar.

Bild: Peter Hinschläger

Weltoffenheit ist in Aachen eine Selbstverständlichkeit

Für Aachenerinnen und Aachener ist Europa mehr als Symbolik und hohe Politik. Seit 1949 wird in Aachen der Internationale Karlspreis für Verdienste um die Einheit Europas verliehen – 2018 geht er an Emmanuel Macron. Doch auch ganz praktisch gesehen ist Europa in Aachen stets präsent. Täglich die Grenzen zu Belgien und den Niederlanden zu überschreiten, hier oder dort zu wohnen, zu arbeiten, einzukaufen, kurz: in drei Ländern zu leben, gehört hier zum Alltag.

Bild: Monika Mattner

Exkursionsprogramm am Sonntag, 22. April 2018

Bis 15 Uhr	*Einchecken im Hotel*
15:30 Uhr	Treffpunkt Elisenbrunnen **Mit Karl dem Großen in Siebenmeilenstiefeln Richtung Zukunft** Aachen badet allerorten in Geschichte. Dafür steht der Elisenbrunnen, in dessen heißen Quellen es sich Aachen-Besucher vieler Jahrhunderte gut gehen ließen. Die futuristisch gestaltete archäologische Vitrine präsentiert diese lange Badetradition und ist gleichzeitig eine Station der Route Charlemagne, einem Spazierweg auf Karls Spuren zu acht bedeutenden Bauwerken in der Stadt und zu den Geschichten, die sie erzählen: vom 2015 eröffneten Centre Charlemagne, dem Neuen Stadtmuseum Aachen, über Dom und Rathaus, vorbei am Grashaus als Station Europa bis zum Couven Museum und dem Internationalen Zeitungsmuseum. Die Route Charlemagne endet am SuperC, der Station Wissenschaft. Bereits vorher geht sie in den zweiten Stadtspaziergang über, mit dem sich Aachen ganz zukunftsorientiert erkunden lässt: „Wissenschaft App-to-date“ ist das Prinzip der Future Lab App, kurz FLAPP. Die Wissenschaftstour zeigt bekannte und unbekannte Orte, blickt hinter die Kulissen von Instituten und gibt Einblick in aktuelle Forschungswelten. (Laden Sie die App vorher herunter: futurelab-aachen.de/flapp) Den neuen RWTH Aachen Campus werden Sie ab 17 Uhr per Bus erfahren. Am SuperC startet die Tour zur Forschungslandschaft mit dem speziellen Verbund aus Wissenschaft und Wirtschaft. Auf mehr als 2,5 km² entstehen hier 16 Forschungscluster in räumlicher Nähe zu Großforschungsinstituten und -einrichtungen. Hier wurde auch ein Aachener Produkt entwickelt, das regelmäßig durch alle Medien geht, das Elektro-Stadtfahrzeug e.GO Life.
18:30 Uhr	Gemeinsames Abendessen im SuperC der RWTH Aachen (6. Stock mit Blick über Aachen bis in die Eifel)

Hinweis:

Für die Teilnahme am Exkursionsprogramm bitte die entsprechende Tagungsticketkategorie auswählen.

Kosten für das Exkursionsprogramm: 59 EUR zzgl. MwSt.

Tagungsprogramm am Montag, 23. April 2018

Veranstaltungsort: Eurogress Aachen, Monheimsallee 48, 52062 Aachen
Moderation: Anne Legat

09:30 – 10:00 Uhr	*Get together, Ausgabe der Tagungsunterlagen*
10:00 – 12:00 Uhr	*Mitgliederversammlung der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.*
12:00 – 13:30 Uhr	*Eröffnung der Fachausstellung und Mittagsimbiss, Ausgabe der Tagungsunterlagen*
13:30 – 14:00 Uhr	**Begrüßung durch** **die bcsd**, *Bernadette Spinnen, Bundesvorsitzende* **die Stadt Aachen**, *Marcel Philipp, Oberbürgermeister der Stadt Aachen*
14:00 – 14:45 Uhr	**Herausforderungen für unsere Stadtgesellschaft** Die Fragen, mit denen sich die Stadtgesellschaft befassen muss, lassen sich in den Schnittstellen finden, in den Umbrüchen, in den nicht mehr geltenden Selbstverständlichkeiten. Digitalisierung, Migration und eine Pluralisierung von Lebensstilen verändern die Stadtgesellschaft und stellen die Städte vor neue Herausforderungen. Gleichzeitig gewinnt die Stadtgesellschaft weiter an Bedeutung hinsichtlich ihrer Funktion als Laboratorium der Demokratie, als Keimzelle des Kreativen und in Form neuer sozialer, kultureller und politischer Identitäten. Die Keynote beleuchtet, welchen Herausforderungen sich die Stadtgesellschaft(en) von heute und morgen stellen muss und wie sie mit dieser Aufgabe umgehen kann. *Prof. Dr. Harald Welzer, Vorstand FUTURZWEI. Stiftung Zukunftsfähigkeit*

14:45 – 15:15 Uhr

Lotto: Der Traum vom großen Glück oder: Wie ein Unternehmen seine Zukunftsstrategie an den Träumen seiner Kunden ausrichtet

Lotto kennt jeder. Lotto heißt Tippschein und Lottoannahmestelle in der Innenstadt. Aber Lotto löst trotz seines hohen Bekanntheitsgrades bei vielen maximal ein Gefühl von Nostalgie und guter alter Zeit aus, bei jungen Leuten oftmals nicht einmal mehr das. Gleichzeitig stellen sich durch die Digitalisierung der Vertriebskanäle und illegale Anbieter gänzlich neue Fragen. WestLotto hat zur Lösung dieser Herausforderung den Blick ins Herz der Menschen, seiner Adressaten also, gewagt und sich gefragt, wie der Traum vom Glück als Herzstück des Unternehmens dieses zukunftssicher machen sowie digitale Transformation und ein WestLotto-Change Management gelingen können.

Andreas Kötter,
Sprecher der Geschäftsführung Westdeutsche Lotterie GmbH & Co. OHG

15:15 – 15:45 Uhr *Fachausstellung und Kaffeepause*

15:45 – 16:15 Uhr

Stadtkultur im Zeitalter digitaler (Stadt)Kommunikation

Im öffentlichen Raum kommunizieren die Stadt und die Bürger auf unterschiedlichsten Kanälen und Medien. Verändern sich die Medien, muss sich daher auch das Kommunikationsverhalten der Stadtgesellschaft weiterentwickeln und den tatsächlichen Bedürfnissen anpassen. Der Vortrag erläutert, inwiefern die Digitalisierung Auswirkungen auf die Stadtkommunikation, Stadtkultur und das Stadtmarketing hat und wie das organisierte Stadtmarketing sich dieses zukunftsweisende Aufgabenfeld kompetent erschließen und innerhalb der städtischen Hierarchie aneignen kann.

Andreas Reiter, ZTB Zukunftsbüro Wien

16:15 – 16:45 Uhr

Nachbarschaften als Gestaltungsebene von Alltagskultur Nebenan.de zur Förderung des Austauschs auf Quartiersebene

Städte stehen im Wettbewerb um Unternehmen, Touristen, Fördergelder, Studenten …. Das stimmt, aber die Wahrheit ist, dass sie im Wettbewerb um Menschen stehen, die in der Stadt ihren Lebensmittelpunkt und ihre Zukunft suchen. Diese Binsenweisheit lenkt den Blick von den großen Themen des Stadtmarketings von Innenstadt, Handel, Veranstaltungen, Attraktionen zu dem Ort, wo das Zugehörigkeitsgefühl zur Stadt seine Wiege hat: zum Mikrokosmos, zu den kleinen Lebenskreisen und den Quartieren und Nachbarschaften, die es sowohl in der Innenstadt als auch im Stadtteil gibt. Die Plattform nebenan.de, mit Hilfe derer sich Nachbarschaften in ganz Deutschland organisieren, richtet ihre Aktivitäten auf diese auch für das Stadtmarketing überaus wichtigen Orte der Vergemeinschaftung in der Stadt. Sie sind der Nährboden für eine gute Kultur des Zusammenlebens, sie sind Orte der Identifikation und die Wiege des Stadtgefühls.

Michael Vollmann, nebenan.de Stiftung gGmbH

16:45 – 17:15 Uhr

**Neue Anforderungen im Stadttourismus –
Wie Amsterdam auf gesellschaftliche Entwicklungen reagiert**

Umbrüche im touristischen Markt haben sich in den letzten Jahren insbesondere aufgrund der Digitalisierung und eines veränderten Besucherverhaltens ergeben. Wenn sich Gäste vermehrt als Teil der Stadt, die sie besuchen, und als Bewohner auf Zeit begreifen und weniger als Touristen, wie verändert das dann unsere Sicht auf den Städtetourismus? Welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf die Bürger und deren Einbindung in die Stadt und wie kann die städtische Marketingorganisation für diese neuen Zielgruppen Angebote und Zugänge entwickeln? Amsterdam hat diese Entwicklung reflektiert und für sich Leitsätze und Ansatzpunkte erarbeitet, die traditionelle Erfolgskriterien der Tourismuswirtschaft grundlegend hinterfragen und ohne Scheu vor Konflikten einen neuen Ansatz implementiert.

Frans van der Avert, CEO Amsterdam Marketing

17:15 – 19:00 Uhr *Pause*

19:00 Uhr

Gastgeberempfang in der Digital Church

Jülicher Straße 72a, 52070 Aachen

Aus der ehemaligen Elisabeth-Kirche entstand temporär als Social Pop Up Hotel das Hotel Total. Inzwischen ist die Digital Church Sitz des digitalHUB Aachen.

Begrüßung durch Bernd Büttgens, Fachbereich Presse und Marketing, und Norbert Hermanns, Vorstandsvorsitzender Landmarken AG

Der Abend wird gesponsert von:

LANDMARKEN AG
Impulse setzen. Zukunft gestalten.

Programm am Dienstag, 24. April 2018

Veranstaltungsort: Eurogress Aachen, Monheimsallee 48, 52062 Aachen
Moderation: Anne Legat

09:00 – 09:30 Uhr *Get together und Fachausstellung*

09:30 – 10:00 Uhr **#lieblingsstadtac – Gemeinsinn prägt Stadtkultur**

Man sollte meinen, dass eine Stadt im Dreiländereck, die ständig mit ihren benachbarten Kulturen lebt, auf Veränderungen entspannt reagiert. Unter anderem haben zwei Bürgerentscheide in den letzten zehn Jahren gezeigt, dass dem nicht so ist. Wie das Aachener Stadtmarketing daran arbeitet, eine Kultur des Miteinanders in der Stadt zu etablieren, zeigen Kampagnen aus unterschiedlichsten Bereichen des städtischen Lebens, von der Sauberkeit bis zu Karl dem Großen, vom wissenschaftlichen Sandkasten bis zum Facebook-Wettbewerb.

Dr. Jutta Bacher und Bernd Büttgens, Stadt Aachen

10:00 – 10:30 Uhr **Kultur, Heimat, Stadtgefühl – wie Lübeck sich positioniert**

Bürger sind wie Gäste, sie bleiben nur länger. Welche Spezifikation wir auch vor das Thema „Marketing“ stellen – im Mittelpunkt steht der Mensch mit seinen Wünschen und Bedürfnissen.

Christian Martin Lukas, Geschäftsführer Lübeck und Travemünde Marketing GmbH

10:30 – 11:00 Uhr *Fachausstellung und Kaffeepause*

11:00 – 12:30 Uhr **Stadtkultur und Stadtidentität –
Diskurs zur Entwicklung von Innovationen im Stadtmarketing**

Stadtkultur kennt viele Facetten und Perspektiven. Je nach Rolle und Aufgabe ist die Herangehensweise an das Thema unterschiedlich. Die Stadtspitze ist daran interessiert, Kulturen in der Stadt zu schaffen, die für eine positive Stadtentwicklung zielführend ist. Eine Kultur des konstruktiven Austausches unter Einbindung möglichst vieler relevanter Interessen. Die Kulturinstitutionen sehen Stadt und Stadtkultur zunehmend als Reflexionsebene für Kulturproduktion oder als Themenreservoir für die Auseinandersetzung mit Stadtidentität und damit Stadtkultur. Die Vertreter des Stadtmarketings fragen sich ja schon immer, was die Stadt ausmacht und wie das sichtbar und erlebbar werden kann. Deshalb werden wir die verschiedenen Perspektiven miteinander ins Gespräch bringen. Moderiert wird der Austausch von Prof. Oliver Scheytt, der alle drei Perspektiven kennt und seit Jahren Städte im Prozess zur Kulturhauptstadt berät.

Als ein Impuls für die Diskussion, die vor Ort in den Städten geführt werden sollte, eröffnen wir mit Vertreterinnen und Vertretern der unterschiedlichen Disziplinen das Gespräch.

Moderation: Prof. Dr. Oliver Scheytt, Kulturexperten Dr. Scheytt GmbH

Dr. Torben Giese, Direktor Stadtmuseum Stuttgart
Norbert Hermanns, Vorstandsvorsitzender Landmarken AG
Martin Knabenreich, Geschäftsführer Bielefeld Marketing GmbH
Frank Meyer, Oberbürgermeister der Stadt Krefeld
Prof. Dr. Gesa Ziemer, HafenCity Universität Hamburg

12:30 – 13:30 Uhr *Mittagspause und Fachausstellung*

13:30 – 14:00 Uhr **Zukunftsgestaltung mit Kultur und Beteiligung**

Die bcsd verleiht jährlich im Rahmen des Europäischen Kulturmarken-Awards den Preis für Stadtkultur. Im letzten Jahr war die Gewinnerstadt Stuttgart. Dort hat das Kulturamt Zukunftsforschung als Verwaltungsaufgabe etabliert und die ganze Stadtgesellschaft in die Zukunft Stuttgarts mitgenommen. Im Zukunftslabor Kultur wirken Akteure aus Kultur, Politik, Wissenschaft und Wirtschaft kollaborativ zusammen, um Trends zu identifizieren, Innovationen voranzutreiben und nachhaltige Lösungen für die Kulturstadt von morgen zu entwickeln. Das Projekt zeigt auch, welche Chancen und Potenziale in Kunst und Kultur stecken, wenn es darum geht, Räume für den Diskurs zu öffnen, Grenzüberschreitungen zu wagen und eine Kultur des Experimentierens in der Kommune zu beflügeln.

Dr. Birgit Schneider-Bönninger, Kulturamt der Stadt Stuttgart

---

14:00 – 14:30 Uhr **Die Welt ist ein Dorf: Stadtkultur und digitale Gemeinschaften**

Im digitalen Raum errichtet jeder auf Grundlage von Sympathien, Interessen und Bedürfnissen sein eigenes Dorf, in dem eine individuelle und höchst dynamische Nachbarschaft entsteht. Das Leben in dieser digitalen Nachbarschaft stiftet Identität und ist - wie in Dorfgemeinschaften - geprägt von Beziehungen, Strukturen und Normen. Enorme gestalterische und solidarische Kraft wird frei, wenn man die Bildung solcher digitaler Dörfer anstößt. Anhand einiger Beispiele aus der Kultur leitet Wibke Ladwig Erkenntnisse ab, wie sich mithilfe digitaler Dorfgemeinschaften und kreativen Formaten in Social Media Stadtkultur gestalten lässt.

Wibke Ladwig, Inhaberin Sinn und Verstand Kommunikationswerkstatt

---

14:30 – 15:00 Uhr	**Explore, create, share – Bibliotheken im urbanen Kontext neu denken** Bibliotheken sind Vermittler von Bildung und Kultur in Städten und Gemeinden und bieten Schlüsselqualifikationen für die digitale Gesellschaft. Soziale Interaktion, die generationenübergreifend, inklusiv und partizipativ ist, macht die Bibliothek immer mehr zu einem sozialen und zutiefst demokratischen Ort. Sie ist damit ein wichtiger Teil einer lebendigen Stadtkultur. Der Vortrag stellt zukunftsweisende Raum- und Serviceangebote vor, die zum eigenen Tun anregen und auch auf die Beteiligung der Bürgerschaft setzen. *Bettina Scheurer, Stadtbibliothek Köln*
15:00 – 15:15 Uhr	*Kaffeepause und Fachausstellung*
15:15 – 15:45 Uhr	**Tagungszusammenfassung** Eine Einordnung der Ergebnisse und Thesen des Deutschen Stadtmarketingtags 2018 mit einem Ausblick auf die Stadt und das Stadtmarketing der Zukunft. Der Abschlussvortrag rundet die Tagung ab und lenkt den Blick vor allem darauf, was die gewonnenen Erkenntnisse für das Stadtmarketing heute und in Zukunft bedeuten. *Andreas Reiter, ZTB Zukunftsbüro Wien*
15:45 – 16:00 Uhr	**Verabschiedung** *Bernadette Spinnen, Bundesvorsitzende der bcsd*
16:00 Uhr	**Ende der Tagung**

– Änderungen vorbehalten –

Die Tagung findet statt mit freundlicher Unterstützung von:

Visual Creation GmbH & Co. KG

Locamo GmbH & Co. KG

Medienpartner:

PUBLIC MARKETING