

Pressemitteilung

13 Thesen für die Zukunft der Innenstädte

Abschluss-Kommuniqué der Online-Sommerakademie unter dem Titel „Zeit für Stadtoptimisten“ erschienen

Berlin. In 13 Thesen hat das Netzwerk der Stadtoptimist*innen formuliert, wie sich der Strukturwandel, der durch die Folgen der Covid-19-Pandemie verstärkt wird, auf unsere Innenstädte auswirkt und wie diese zukunftsfähig, krisenfest und nachhaltig gestaltet werden können. Die Thesen sind Ergebnis einer achttägigen online-Zusammenkunft unter Federführung der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.).

In ihrem Abschluss-Kommuniqué formulieren die Stadtoptimist*innen Thesen für die Zukunft der Innenstadt und damit verbundene Aufgaben der städtischen und privaten Akteure sowie Forderungen an die Bundes- und Landespolitik. Auf der Grundlage, dass Innenstädte Identifikationsorte für Bürger*innen und Tourist*innen sind, regen die Stadtoptimist*innen an, die Auswirkungen des Strukturwandels im Einzelhandel für die Gestaltung der Attraktivität von Städten und Zentren zu nutzen. Die Städte müssen attraktive Aufenthaltsorte entwickeln und vorhalten. Dabei lassen sich digitale und analoge Angebote und Services nicht voneinander trennen, sondern bilden den gemeinsamen Rahmen für städtische Erlebnisse.

Insbesondere vor dem Hintergrund der Einschränkungen zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie verändern sich die Möglichkeiten der Gestaltung und Belebung der Innenstadt. Dennoch müssen auch jetzt (Innen-)Städte in Szene gesetzt werden. Hierzu bedarf es der Genehmigung von Sondermaßnahmen und der unbürokratischen Umsetzung frequenzbringender Aktionen und Veranstaltungen, unter Einhaltung der notwendigen Hygienebestimmungen. In dem Papier wird deutlich, dass die Gestaltung der Innenstädte eine Gemeinschaftsaufgabe von Stadtverwaltung, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung, aber auch privater Initiativen, Immobilieneigentümer und weiterer Innenstadtakteure ist. Zu vielen Thesen gibt es bereits gute Projekte und Ansätze in den Städten, die in der Bundesvereinigung gesammelt werden.

In der Zeit der Krise hat sich die Mitgliedschaft und das Netzwerk der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland durch Optimismus, Leidenschaft und Innovationskraft ausgezeichnet. Auf Initiative des Verbandes haben sich vom 19. bis 27. August 2020 rund 200 Vertreter*innen der Wissenschaft, der Verbände, der kreativen Szene und aus den City-



und Stadtmarketingorganisationen um das symbolische Lagerfeuer in einer interaktiven Online-Veranstaltung unter dem Titel „Zeit für Stadtoptimisten“ zusammengefunden. In verschiedenen Diskussionsformaten erarbeiteten sie Ideen, Projekte, Positionen, Forderungen und Thesen zur nachhaltigen und krisenfesten, lebendigen (Innen-)Stadt. Die wichtigsten inhaltlichen Ergebnisse dieses fachlichen Austausches haben die Stadtoptimist*innen in einem Papier zusammengefasst.

Unsere Innenstädte unterliegen einem Strukturwandel, der durch die Covid-19-Pandemie und die notwendigen Maßnahmen zu deren Eindämmung wie im Zeitraffer verläuft. Dieser Wandel bringt heftige Verwerfungen mit sich, die vielen Angst machen und Panik schüren: Vom Sterben des stationären Einzelhandels, vom Ausbluten der Innenstädte ist die Rede. Plakativ und aktionistisch werden Superkräfte und Retter der Stadt bemüht, wo stets besonnenes, kreatives, konzeptionelles und gemeinschaftliches Handeln gefragt ist.

Als Dachverband der City- und Stadtmarketingorganisationen in Deutschland mit Mitgliedern aus über 380 Städten und 70 Unternehmen, die als fördernde Mitglieder angeschlossen sind, beschäftigt sich der bcsd e.V. unter dem Claim „Stadt ist Leben“ seit 25 Jahren täglich damit, was eine lebenswerte Stadt ausmacht. Eine lebendige Innenstadt ist nach seinem Verständnis hierfür essentiell.

Zum Abschluss-Kommuniqué

*Das Abschluss-Kommuniqué der Stadtoptimist*innen liegt dieser Pressemitteilung bei. Hier ist es zum Download verfügbar: www.stadtoptimisten.de*

Über die bcsd

*1996 wurde die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) 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 411 City- und Stadtmarketingorganisationen sowie 70 Fördermitglieder in der bcsd organisiert.*

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.stadtoptimisten.de / 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)

Michael Gerber

Norbert Käthler

Georg Bandarau

Ulrich Cloos

Gerold Leppa

Mario Schiefelbein

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