

Inhaltsverzeichnis

Zur Einstimmung

- Die historische Stadt als Ort der Kommunikation 6
Ein Beitrag von Prof. Dr. Heinz-Dieter Heimann, Universität Potsdam

Themenblock I: Stadt interessiert

- Vermittlung von Tradition und Geschichte in der Stadtentwicklung 13
Ein Beitrag von Hathumar Drost, Bundestransferstelle Städtebaulicher Denkmalschutz und
Arbeitsgemeinschaft der Städte mit historischen Stadtkernen des Landes Brandenburg

- Bürgerbeteiligung als aktive Mitsprache. Überlegungen zu Akteuren, Formaten und Netzwerken 18
Ein Beitrag von Dr. Martin Bredenbeck, ehemals Bund Heimat und Umwelt in Deutschland

- BÜRGER.MACHT.IDEEN – eine Woche für den Marktplatz in Bischofswerda 24
Ein Interview mit Vertretern von Bürger.Macht.Ideen, eine Initiative des KulturOrt e. V.

- Tag der Städtebauförderung 27
Ein Beitrag von Marc Lucas Schulten, Agentur für den Tag der Städtebauförderung 2015
c/o Schulten Stadt- und Raumentwicklung

Zwischenruf I

.....

- Miteinander weiter denken 31
Ein Beitrag von Roland Gruber, nonconform

Themenblock II: Stadt mobilisiert

- Engagieren und investieren – Mobilisierung von Akteuren für die Zukunft der historischen Stadt 35
Ein Interview mit Thomas Dienberg, Stadtbaurat der Stadt Göttingen

- Modellprojekt „Nachbarschaft Samtweberei“ – Investieren für eine soziale Rendite 40
Ein Interview mit Robert Ambrée, Montag Stiftung Urbane Räume

- Die Wohnungswirtschaft als Akteur in historischen Stadtkernen 45
Ein Beitrag von Guido Schwarzendahl, Bauverein Halle & Leuna eG

- Immigranten als Käufer von Gründerzeithäusern in Leipzig-Ost 48
Ein Beitrag von Laura Torreiter, Bauhaus-Universität Weimar

Zwischenruf II

Die Bedeutung von Kommunikation und Beteiligung als Grundlage erfolgreichen denkmalpflegerischen Handelns	54
Ein Beitrag von Dr. Markus Harzenetter, Landesamt für Denkmalpflege Hessen	

Themenblock III: Stadt lädt ein

Stadt als Marke – Werbung und Marketing für die historische Stadt	58
Ein Interview mit Peter Pirck, Brandmeyer Markenberatung	
Eschwege – die Stadtmarketing-Initiative zur Profil- und Markenbildung	61
Ein Beitrag von Wolfgang Conrad, Initiative Stadtmarketing Eschwege e.V.	
Stadtmarketing in einer schrumpfenden Region	65
Ein Beitrag von Thomas Christiansen, Erster Stadtrat der Stadt Osterode am Harz	
Um Berge voraus – Stadtmarketing in Osterode am Harz	68
Ein Interview mit Thomas Christiansen, Erster Stadtrat der Stadt Osterode am Harz	
Fachwerk als Imagefaktor – das Marketing der Deutschen Fachwerkstraße	71
Ein Beitrag von Diana Joneitis, ehemals Arbeitsgemeinschaft Deutsche Fachwerkstädte e. V.	

Zwischenruf III: In eigener Sache

Kommunikation und Information – von Anfang an	76
Ein Beitrag von Ricarda Ruland, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung	

Zum Ausklang

Schillerplatz und Stapelfeld – ein Versuch über die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts	83
Ein Beitrag von Burkhard Spinnen, Schriftsteller	

Serviceteil

Ansprechpartner	90
-----------------	----