1-2/2024

SCHWERPUNKT

12 PRODUKTFRISCHE UND DIREKTVERMARKTUNG ALS USP:
Wochenmärkte haben sich als regelmäßig stattfindendes Format bewährt. Doch auch auf sie kommen Herausforderungen zu

16 EINE DIGITALE TÜR ZUM LOKALEN HANDEL:
Ein Überblick über verschiedene Modelle von städtischen Online-Marktplätzen inklusive Erfahrungsberichten

20 CHANCEN UND RISIKEN IM LOCAL COMMERCE:
Stephan Tromp vom Handelsverband Deutschland erläutert, warum Online-Marktplätze die Innenstadtbelebung fördern

24 STADTGUTSCHEINE – KLEINES TOOL, GROSSER EFFEKT:
Fünf städtische Marketingverantwortliche geben einen Einblick in ihr Stadtgutscheinsystem

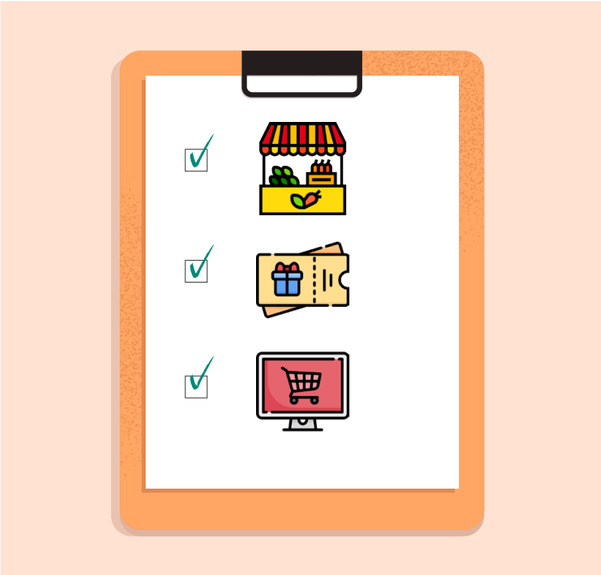

Foto: everything bagel-AdobeStock, Flaticon.com

Das Erfolgsrezept für eine starke Innenstadt: Wochenmärkte, Stadtgutscheine und Online-Marktplätze

EINBLICKE

06 In Leipzig stehen städtische Services ab sofort per App zur Verfügung

07 „Wir müssen unsere Innenstädte anders denken"

08 Augsburg Open findet auch 2024 wieder statt

09 München als Reallabor für eine grüne Stadt

10 Leipzig gehört zu den lebenswertesten europäischen Städten

Foto: Olaf Lenz

Wochenmärkte locken zahlreiche Besucher:innen aus allen Altersgruppen an

STADT - LAND - DESTINATION

12 PRODUKTFRISCHE UND DIREKTVERMARKTUNG ALS USP

16 EINE DIGITALE TÜR ZUM LOKALEN HANDEL

20 CHANCEN UND RISIKEN IM LOCAL COMMERCE

24 STADTGUTSCHEINE – KLEINES TOOL, GROSSER EFFEKT

KULTUR - GESELLSCHAFT - BILDUNG

30 ÖFFENTLICHER RAUM:
Ein alternatives Programm macht das Historische Museum in Hannover während der Schließzeit weiterhin sichtbar

34 BÜRGERBETEILIGUNG:
Michael G. Meyer von Strategic Consultant zeigt, wie Bürgerbeteiligungsprozesse erfolgreich ablaufen

Foto: Historisches Museum Hannover

Das Historische Museum Hannover ist schon seit Längerem mit einem Museumsmobil in der Stadt unterwegs

STRATEGIEN - PLATTFORMEN - TOOLS

38 LEERSTANDSMANAGEMENT:
Vier Kommunen berichten, wie sie mit leerstehenden Gebäuden in der Stadt umgehen

44 EMPLOYER BRANDING:
Melanie Diermann von der IST-Hochschule für Management erklärt, wie eine eigene Marke zur Mitarbeiterbindung beiträgt

Foto: Hildesheim Marketing GmbH

Fritz S. Ahrberg ist seit 2019 bei der Hildesheimer Stadtmarketinggesellschaft und wird voerst bis 2029 bleiben

PORTRÄT

48 DER STRATEGE FÜR EINE LEBENDIGE STADT:
Vor Kurzem hat Geschäftsführer Fritz S. Ahrberg seinen Vertrag bei der Hildesheim Marketing GmbH verlängert. Er möchte künftig verstärkt das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus sowie das City- und Eventmanagement angehen.

52 PERSONALIEN:
Sabine Wendt treibt Nachhaltigkeit und Digitalisierung in Berlin voran, Daniel Letocha führt den Touristikverband Siegen-Wittgenstein, Birgit Kita leitet den SchUM-Städten Speyer, Worms, Mainz e.V., Rainer Hesse ist neuer Wirtschaftsförderer der Stadt Friedrichshafen u.v.m.

56 Buch + Tipps

57 Marketplace

58 Termine

59 Vorschau

59 Impressum