

Künftiges Budget Stadtmarketing:  
Budgeterhöhung um rund 50 %  
im Vergleich zu 2022 scheint nötig

Künftiges digitales  
Stadtmarketing:  
„Dreiklang“ aus Social Media,  
Open-Data und attraktiven  
Info-Plattformen

Die Städte mit dem aktuell  
scheinbar größten Veränderungsdruck:  
Mittelstädte zwischen 50.000 und 99.999 Einwohner\*innen.  
Beispiel: 87-88 % geben als Ziel die Handelsstärkung aus  
(alle weiteren Stadtgrößen: 71-72 %).

Stadtmarketing = Partner für die kooperative Stadtentwicklung:  
Stadtmarketing ist und bleibt Querschnittsthema und bietet sich aus  
diesem ganzheitlichen Selbstverständnis heraus als Impulsgeber und  
Ermöglicher für die Entwicklung der Stadt der Zukunft an.