

FAQ Stadtmarketing Bamberg – Stand Mai 2025

FAQ Stadtmarketing Bamberg – Stand Mai 2025

Warum Stadtmarketing? – 8 fundierte Antworten zur Arbeit in Bamberg (Stand: Mai 2025)

1. Lokale Wirtschaft fördern – mit System und Wirkung

CITY SCHEXS, das Bamberger Einkaufsgutscheinsystem, ist seit 2005 ein zentrales Instrument zur Bindung lokaler Kaufkraft. Über 13 Millionen Euro Umsatz wurden bislang generiert, über 450 Betriebe machen mit – vom inhabergeführten Einzelhandel bis zum Dienstleister (Stadtmarketing Bamberg, Jahresbericht 2023, S. 7; IHK Oberfranken, 2022). Diese Zahlen belegen: Stadtmarketing wirkt – nicht mit PR-Slogans, sondern mit messbarem Nutzen für die Region.

2. Begegnung schaffen – für Familien, Nachbarn und Gäste

Großveranstaltungen wie „Bamberg zaubert“, das Blues- & Jazzfestival oder neue Formate wie die AOK-Familientage schaffen gemeinsame Erlebnisse für alle Generationen. Mit jährlich über 200.000 Besucher:innen (Tourismusstatistik Stadt Bamberg, 2023) sorgen sie nicht nur für Frequenz, sondern stärken auch das Gemeinschaftsgefühl. Gleichzeitig entstehen vielfältige, niedrigrschwellige Kulturangebote – etwa Kinderprogramme, Schulkooperationen und Senior:innen-Tage (Stadtmarketing Bamberg, Jahresprogramm 2024).

3. Wandel gestalten – mit neuen Konzepten statt alten Rezepten

Formate wie Canalissimo sind Teil der Stadtgeschichte, aber verschärfte Auflagen (z. B. Sicherheitsvorgaben, GEMA-Kosten, Brandschutz) machten eine Fortführung organisatorisch und finanziell nicht mehr tragbar (Veranstaltungsprotokoll Stadt Bamberg, Ordnungsamt, 2019; Fränkischer Tag, 29.07.2019). Das Stadtmarketing hat seither Alternativen aufgebaut: das Weinfest, die Business Lounge, das Jazzfestival. Der Anspruch bleibt: regionale Identität mit professionellen Rahmenbedingungen verbinden.

4. Politisch unabhängig – gemeinsam für Bamberg

Der Verein Stadtmarketing Bamberg ist parteipolitisch neutral. Die Satzung (2022, §3) verpflichtet zur Überparteilichkeit. Auch nach dem Rückzug der Stadtverwaltung arbeiten über 250 Mitglieder aus Wirtschaft, Kultur und Zivilgesellschaft weiter zusammen

(Mitgliederstatistik 2024). Das Ziel bleibt: Vernetzung, Interessenvertretung und Zusammenarbeit – nicht Parteienstreit. Entscheidungswege sind klar geregelt, Transparenz und Kooperation im Leitbild verankert (Leitbild 2023).

5. Kritik aufnehmen – und daraus lernen

Ja, es gibt Geschäfte, die an Eventtagen weniger Umsatz machen. Andere profitieren deutlich. Daher sucht das Stadtmarketing aktiv den Austausch. Das Institut für Handelsforschung Köln (2021, S. 22–24) empfiehlt: offene Kommunikation, flexible Formate, differenzierte Planung. Genau das wird in Bamberg praktiziert: durch Infoveranstaltungen, Mitgliederrunden, schriftliche Umfragen – dokumentiert in den Protokollen der Mitgliederversammlung 2023. Ziel ist eine Innenstadt, die für alle funktioniert – nicht für wenige.

6. Was ist eigentlich passiert? – Die aktuelle Debatte um das Stadtmarketing

In Folge eines doppelseitigen WOBLA-Beitrags zu „Bamberg zaubert“ wurde dem Stadtmarketing vorgeworfen, gegen die politische Neutralität verstoßen zu haben. Diese Kritik wurde insbesondere vom Fränkischen Tag öffentlich gemacht. Der Beitrag wurde allerdings vom Stadtmarketing-Team erstellt, nicht von politischen Akteuren, und enthielt keine direkten Wahlempfehlungen. Dennoch führte die Diskussion dazu, dass die Stadt Bamberg ihren Austritt aus dem Verein ankündigte (FT, April 2025; TVO-Interview mit OB Andreas Starke, 05.05.2025).

7. Wer trägt Verantwortung – und wie geht es weiter?

Die Vorstandschaft – unter Leitung von Andreas Jakob – hat die Debatte aufgenommen, klärende Gespräche geführt und die redaktionellen Abläufe im Stadtmarketing überprüft. In mehreren Stellungnahmen wurde klargestellt, dass es keine gezielte Einflussnahme gab. Gleichzeitig wurde angekündigt, künftig noch stärker auf interne Abstimmung und klare Kommunikationsprozesse zu achten (Stellungnahme Jakob/Stieringer, 06.05.2025). Ziel ist, das Vertrauen aller Mitglieder zurückzugewinnen – nicht durch Schuldzuweisungen, sondern durch verantwortungsvolles Handeln.

8. Wie kommt das Stadtmarketing aus der Defensive? – Mit Transparenz und Taten

Statt Streit: sichtbare Arbeit. Das Stadtmarketing reagiert auf die Debatte nicht mit Rückzug, sondern mit Charme-Offensive. Dazu gehören:

- eine transparente Darstellung von Leistungen und Projekten,
- klar definierte Rollenverantwortung im Verein,

- gezielte Mitgliedereinbindung in Entscheidungen,
- ein neuer Erklärfilm (2025) zur Rolle des Vereins,
- faktenbasierte Kommunikation (z. B. durch diese FAQ) auf Social Media, im WOBLA und bei Mitgliederversammlungen.

Ziel ist eine offene, ehrliche Informationspolitik. Denn Vertrauen wächst nicht durch Parolen – sondern durch Klarheit, Beteiligung und das Bewusstsein: Dieses Stadtmarketing ist kein Machtinstrument. Es ist eine Plattform für alle, die Bamberg lebendig halten wollen.

Quellenverzeichnis

- *Stadtmarketing Bamberg e.V. (2023): Jahresbericht.*
- *Stadtmarketing Bamberg e.V. (2023): Pressemitteilung "Baum der Hoffnung".*
- *Stadtmarketing Bamberg e.V. (2024): Mitgliederstatistik, Jahresprogramm, Leitbild, Satzung.*
- *Stadtmarketing Bamberg e.V. (2023): Veranstaltungsbericht, Programmheft "Bamberg zaubert".*
- *Stadt Bamberg (2023): Tourismusstatistik.*
- *Stadt Bamberg, Ordnungsamt (2019): Veranstaltungsprotokoll.*
- *Fränkischer Tag (29.07.2019): "Canalissimo: Warum das Fest nicht mehr stattfindet".*
- *IHK Oberfranken (2022): "Stadtgutscheine als Instrument der Wirtschaftsförderung".*
- *Institut für Handelsforschung Köln (2021): "Stadtmarketing und Innenstadtentwicklung".*
- *Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2022): "Stadtfeste und ihre Bedeutung für die Stadtgesellschaft".*
- *Handelsverband Bayern (2023): "Innenstadt-Impulse durch Events".*
- *TVO Bamberg (05.05.2025): Interview mit Klaus Stieringer und OB Andreas Starke.*
- *Vorstand Stadtmarketing Bamberg (06.05.2025): interne Stellungnahme zur WOBLA-Kritik.*

Hinweis: Alle Quellen sind öffentlich zugänglich oder über das Stadtmarketing Bamberg e.V. erhältlich. Für Nachweise oder Rückfragen bitte Kontakt zur Geschäftsstelle aufnehmen.