

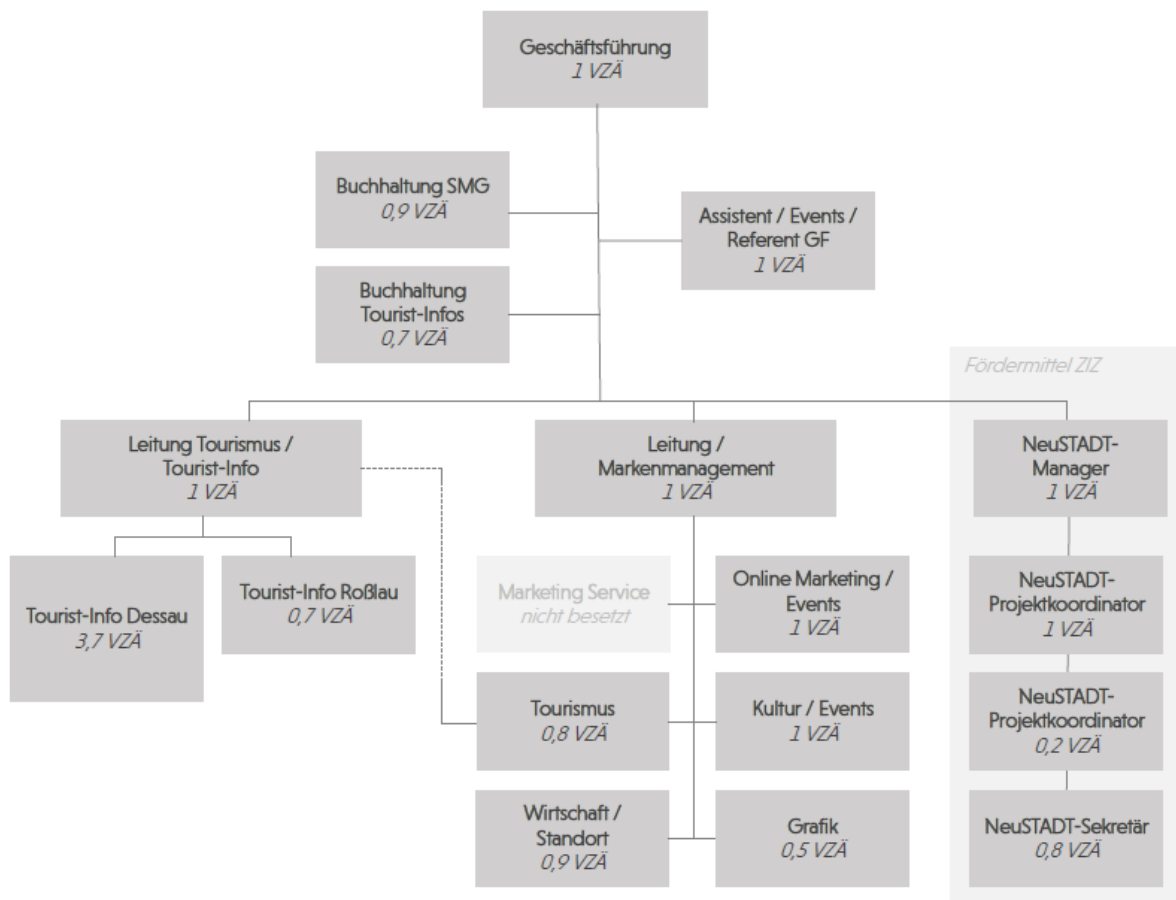
Entwicklung und Aktivitäten der Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH (Auszug aus der Berichterstattung der SMG, 05.2025)

Zur Entwicklung der SMG und deren Erfolgsbilanz in der bisherigen Umsetzung der Betrauung wurde in den jährlichen Lageberichten informiert. Die erfolgreiche Arbeit der Gesellschaft kann zusammenfassend folgendermaßen beschrieben werden:

Der Beginn der Arbeit der SMG war 2016 und 2017 im Wesentlichen geprägt durch die Herstellung der Arbeitsfähigkeit sowie der Sicherstellung eines reibungslosen Überganges der Tourist-Informationen aus der Stadtverwaltung in die SMG. Im Fokus stand hier die Optimierung der Prozesse und Serviceleistungen. In den folgenden Jahren kam es zu einem personellen und strukturellen Auf- und Ausbau der Gesellschaft sowie der inhaltlichen und gestalterischen Umsetzung der ganzheitlichen Marketingstrategie auf die Kernbereiche Tourismus, Kultur und Wirtschaft.

Auf Grund der beratungsintensiven Tätigkeit in den beiden Tourist-Informationen in Dessau und Roßlau sowie und den image-fördernden Aufgaben der SMG entfällt ein wesentlicher Teil der Ausgaben auf den Personalbereich.

Während des dritten Quartals des Geschäftsjahres 2020 wurde die Stadtmarketinggesellschaft personell um den Bereich Onlinemarketing erweitert. Seitdem können alle Marketingaktivitäten durch gezielte Onlinemaßnahmen unterstützt und ergänzt werden.



Organigramm der SMG (Stand 2025)

Als erster wichtiger Schritt erfolgte die Überarbeitung der touristischen Website, die im ersten Halbjahr 2021 erfolgreich abgeschlossen werden konnte. Die Umsetzung eines Onlineshops der SMG (insbesondere Souvenirs) wurde Anfang 2024 erfolgreich abgeschlossen und der Shop über das Jahr hinweg weiter aufgebaut.

Mit der erstmaligen Organisation des Stadtfestes kam 2023 ein sehr großes, finanziell und personell aufwändiges Projekt zur SMG. Dieses musste, wie bereits 2022 die Übernahme der Finanzierung und Organisation der Open Stage, ohne personelle oder finanzielle Aufstockung umgesetzt werden, was sehr erfolgreich gelang.

	Zuschuss von Stadt (IST)	Fördermittel ZIZ-Programm	Zuschuss von Dritten/ Fördermittel	Umsatzerlöse	Summe Fördermittel, Dritte und Erträge
2024	1.476.717 €	354.000 €	43.810 €	261.651 €	659.461 €
2023	1.555.000 €	303.000 €	87.204 €	184.770 €	574.974 €
2022	1.535.289 €	27.744 €	79.485 €	130.417 €	237.646 €
2021*	1.308.979 €			82.694 €	82.694 €
2020*	1.183.047 €			76.473 €	76.473 €
2019*	1.449.383 €			133.115 €	133.115 €

** alle drei Jahre waren Ausnahmejahre: 2019: Bauhausjubiläum, 2020 und 2021: Corona-Pandemie*

Seit 2022 erfüllten alle Jahre die Erwartungen überplanmäßig. Sowohl bei den Beherbergungszahlen, als auch bei den Umsatzzahlen der Tourist-Information konnten Jahr für Jahr Steigerungen erzielt werden.

Mit 139.005 Gästeankünften im Jahr 2024 wurde sogar das zweitbeste Ergebnis seit Führung der Statistik im Jahr 2013 erzielt. Übertroffen wird der aktuelle Wert nur noch von der Zahl der Ankünfte 2019, als deutschlandweit das Jubiläum „100 Jahre Bauhaus“ gefeiert wurde. Den 139.005 Ankünften stehen 2024 230.959 Übernachtungen gegenüber, was eine Steigerung zum Vorjahr um 2,0 % entspricht. Damit konnte sich Dessau-Roßlau in einem schwierigen Marktumfeld behaupten und liegt über dem Landeschnitt.

Innerhalb der Region, des Landes Sachsen-Anhalt sowie überregionalen Organisationen und Verbänden stärkt die SMG die Wahrnehmung der Stadt durch Präsenz und aktive Teilnahme in Gremien und Arbeitsgruppen.

Die Stadtmarketinggesellschaft versteht sich als Bindeglied zwischen den Akteuren der Stadt und betreibt intensive Netzwerkarbeit durch regelmäßige Teilnahme und Präsentation auf innerstädtischen Veranstaltungen. Ebenso berät und begleitet die SMG diverse städtische Projekte aus touristischer Sicht und Marketing-Gesichtspunkten.

1 Übergeordnetes Marketing/Binnenmarketing

Kernprojekt war im ersten vollen Jahr der SMG 2017 der Markenbildungsprozess. Hierzu wurden Akteure der Stadt aus den Bereichen Tourismus, Kultur, Wirtschaft, Sport, Feste, Hochschule und Verwaltung involviert, um ein möglichst breites Fundament für die zukünftige Vermarktung der Stadt zu erlangen. Gemeinsam wurden der Markenkern sowie die strategische Ausrichtung der Markenbotschaft erarbeitet. Hieraus resultierend startete im Oktober 2017 die erste überregionale Kampagne **„Gropius, Luise, Tante Ju – Dessau eben.“** mit Werbung in Berlin, Leipzig, Magdeburg, Weimar, Wittenberg und Dessau.

Schwerpunkt der Aktivitäten bildete danach der weitere Roll-Out der Marke. Das neue Corporate Design (CD) wurde konsequent in allen neuen Print- und Onlinemedien sowie Produkten der SMG umgesetzt und schrittweise für die Geschäftsausstattung der Stadtverwaltung implementiert. 2018 wurde die neu entwickelte Marke durch eine aufmerksamkeitsstarke Image-Kampagnen gestärkt. Im Sommer wurden mittels der Binnen-Kampagne **„Dessau-Roßlau am Drücker“** die Bürgerinnen und Bürger der Stadt angesprochen, ihren Lieblingsplatz zu fotografieren. Seit Jahresbeginn 2019 lag der Fokus der Vermarktung (lokal, regional, national und international) auf dem Jubiläumsjahr **„100 Jahre Bauhaus“**. Pandemiebedingt lag der inhaltliche Fokus 2020 auf Umsetzungsmaßnahmen für eine starke Innenkommunikation durch verschiedenen Binnenmarketingkampagnen und -aktionen sowie die Entwicklung von Konzepten von Re-Start-Kampagnen für die Bereiche Tourismus und Kultur.

Aufgrund der Corona-Pandemie war es bis einschließlich 2021 nicht möglich, eine konsequente touristische Marketingstrategie zu entwickeln. Das Marketing musste flexibel auf die Entwicklungen im Pandemiegeschehen und die jeweiligen Eindämmungsverordnungen reagieren. Schwerpunkt der Marketing-Aktivitäten bildeten 2020 zwei durch die Corona-Pandemie geprägte Binnen-Kampagnen: Die **„#supportyourlocals-Kampagne“** für lokalen Zusammenhalt, Unterstützung lokaler und regionaler Dienstleister in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Kultur sowie die **„#gemeinsamstark-Kampagne“** mit Dank für Solidarität, Mitmenschlichkeit und Fürsorge.

In einer unsicheren Zeit und nach dem erneuten Lockdown im Winter und Frühjahr sollte durch die Kampagne **„Gemeinsam freuen wir uns auf...“** 2021 wieder Zuversicht bei den Dessau-Roßlauer Bürgern geweckt und vor allem positive Ausblicke auf die kulturelle Vielfalt in der Stadt gegeben werden. Auf die Neugestaltung der Banner der **Ortseingangsstelen** in der Ludwigshafener Straße mit einer ersten zuversichtlichen Vorschau auf ein „normales“ und aktives Leben hinsichtlich Gartenreich, Gemäldegalerie, Tierpark und Theater folgten zu diesen Themen eine farbenfrohe Beflaggung im gesamten Stadtgebiet sowie multimediale Schaltungen.

Durch den Wegfall von Veranstaltungen in der Corona-Krise kam 2020 der konzeptionelle Ansatz, eine **„Gartenträume-Lounge“** in der Innenstadt zu gestalten, in kürzester Zeit zur Umsetzung. So wurde in enger Kooperation mit der Stadtverwaltung auf dem Marktplatz in Dessau ein begehbarer Garten installiert und eine blühende Oase mitten in der Innenstadt geschaffen. An der Umsetzung waren ausschließlich lokale Unternehmen beteiligt. Mit diesem Projekt erhielten die innerstädtische Attraktivität und die Aufenthaltsqualität eine enorme Bereicherung für Touristen, die einheimische Bevölkerung und die anliegenden gastronomischen Einrichtungen.

Gemeinsam mit der **Open Stage** wurde die Gartenträume-Lounge als eines der ersten Best Practice-Projekte in den bundesweit zertifizierten Projektpool „Stadtimpulse“ aufgenommen.

Im Laufe des Jahres 2021 gab es zahlreiche Verschönerungsaktionen für die Innenstadt (Wellen- und Treppensitzen in der Zerbster Straße, Bepflanzung der Wasser-Rinne in der Ratsgasse, Thermoplastiken). Um unter Pandemiebedingungen Kunst im öffentlichen Raum zu präsentieren, wurde im Juli 2021 durch die Stadtmarketinggesellschaft eine **Freiraumgalerie** unter dem Motto die „Schönsten Orte unserer Stadt“ der Öffentlichkeit als temporäre Stadtgalerie präsentiert. Die Bildbank-Ausstellung wurde unter dem Thema „Eine Zeitreise durch unsere Stadt“ im Oktober 2023 überarbeitet.

Auf Initiative der SMG zeigt sich seit Juni 2022 die **Personenunterführung am Dessauer Hauptbahnhof** in farbenfrohem Gewand. 18 großformatige Motive laden seitdem Passanten, Reisende und Pendler dazu ein, sich über interessante und spannende Ansichten der Stadt und über touristische Hotspots zu informieren bzw. den einen oder anderen Geheimtipp zu entdecken. Somit wurde der Fußgängertunnel als Entree zur Stadt informativ und vor allem attraktiv gestaltet.

Zusätzlich wurde 2022 eine eigene **Website** für die Stadtmarketinggesellschaft gelauncht, welche nun die Möglichkeit gibt, sich über die Arbeit der SMG und die verschiedenen Projekte zu informieren. Presseanfragen, ein Download- und Bilderportal sollen zusätzlichen Mehrwert schaffen: smg-dessau-rosslau.de.

2021 wurde eine **Kooperation mit dem DRHV 06** geschlossen. Seitdem ist auf dem Rücken der Spielertrikots visitdessau.com zu lesen. Die Zusammenarbeit wurde 2023 erweitert: es erfolgte eine auffällige Gestaltung des Mannschaftsbusses, der mit einer lebhaften Einladung nach Dessau-Roßlau versehen wurde.

Ein weiteres kreatives Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem Eigenbetrieb Stadtpflege umgesetzt: Mülleimer in der Innenstadt erhielten humorvolle Sprüche, die an bekannte Zitate angelehnt sind. Diese sollen sowohl Bürgerinnen und Bürger als auch Besucher zum Schmunzeln bringen und gleichzeitig das Bewusstsein für eine saubere Stadt stärken. Beispiele hierfür sind „Müll oder kein Müll, das ist hier die Frage.“, „Mein Name ist Eimer. Abfall Eimer!“ oder „Hasta la vista, Müll!“. Ziel dieser Maßnahme ist es, das Stadtbild langfristig aufzuwerten und die Lebensqualität in Dessau-Roßlau zu erhöhen.

2 Tourismusmarketing

Die Fortführung der Außenkampagne „Dessau eben.“ unter dem Dreiklang „**Schauplatz, Spielraum, Meilenstein**“ stimmte ab dem zweiten Halbjahr 2019 überregional mit Jubiläumsbroschüre, Anzeigen, Bus- und Plakatwerbung auf das Bauhausjubiläum ein. Regional, überregional und international wurde mit einer Crossover Kampagne das Bauhausjubiläum und die Neueröffnung des Bauhaus Museum Dessau beworben.

2019 wurden insgesamt 50 Pressereisen und Fam-Trips organisiert und begleitet. Die Resonanz und der Erfolg des Jubiläumsjahres spiegelten sich vor allem in den Gäste- und Übernachtungszahlen der Stadt Dessau-Roßlau für 2019 wider. Die SMG präsentierte die Stadt vor der Corona-Pandemie auf allen relevanten touristischen Messen im Inland. Hierbei wird eng mit der Landesmarketinggesellschaft und der WelterbeRegion zusammengearbeitet. Anlässlich der Bundesgartenschau in Erfurt startete im März 2021 ein kreativ und einladend beklebter Gelenkbus auf seine einjährige Fahrt durch die Erfurter Innenstadt. Aufmerksamkeitsstark präsentierte der Bus die Einladung ins Dessau-Wörlitzer Gartenreich und fuhr die prominente Botschaft „**Von Gartenschau zu Gartenreich – VisitDessau**“ auffällig, einprägsam und an 365 Tagen im Jahr durch Erfurt.

2021 konnte die SMG erstmalig eine Kooperation mit dem Sachsen Fernsehen und dem Format "Lieblingsorte - Entdecke deine Heimat!" schließen. 2024 wurde zum mittlerweile dritten Mal eine Reportage in Dessau-Roßlau gedreht.

Zum Ende des Jahres 2021 wurde die touristische **Hygge-Kampagne** mit einem Winterspezialangebot, erstmalig und seitdem in jedem Winter umgesetzt. Mit der Kampagne soll gezeigt werden, dass Dessau-Roßlau auch in der kalten Jahreszeit attraktiv und gemütlich ist und somit eine Reise, vor allem auch einen längeren Aufenthalt wert ist. Mittels Fördergeldern in Höhe von 150 TEUR aus dem Corona-Sondervermögen des Landes Sachsen-Anhalt konnte 2022 und 2023 eine bundesweite crossmediale Kampagne mit Fokus auf dem Rad- und Caravantourismus gestartet werden. Für die Kampagne wurden zwei aufmerksamkeitsstarke Motive und der Claim „**Keine Liebe für eine Nacht**“ entwickelt.

2023 wurden erstmalig verschiedene **Zusammenarbeiten mit Influencern** genutzt, um eine andere Art der Präsentation und Zielgruppe zu generieren. So gab es eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit „Welttournee“, die eine Reiseempfehlung in Form eines Podcastes veröffentlicht haben und ihre Follower über Social Media mit nach Dessau-Roßlau genommen haben. Des Weiteren besuchte „Travelmina“ unsere Stadt und erkundete Bauhaus, Gartenreich und Gastronomie. Auch sie berichtete ihrer großen Community über ihren Aufenthalt und erreichte hohe Reichweiten damit.

2025 und 2026 liegt der Fokus im Tourismusmarketing auf dem Bauhausjubiläum 100 Jahre Bauhaus in Dessau. Hierfür konnten 160 TEUR Fördermittel vom Land Sachsen-Anhalt generiert werden.

Tourismusorganisation

Die Tourist-Information wurde und wird fortlaufend mit dem SQD-Zertifikat der Stufe 1 (Service Qualität Deutschland) und mit der „i“-Marke als geprüfte Tourist-Information vom Deutschen Tourismus Verband ausgezeichnet.

Im Fokus stand nach der Etablierung der SMG 2018 der Umzug der Tourist-Information Dessau aus dem Rathaus in die Ratsgasse 11 (in den Kontext des Bauhaus Museums und des verlegten Elberadwegs) sowie die weitere Optimierung der Prozesse und des Leistungsangebotes der Tourist-Information.

Wichtige Maßnahmen waren die Erweiterung des Souvenir- und Ticketangebotes, die Entwicklung neuer touristischer Produkte, wie z.B. die konzeptionelle Erarbeitung und Umsetzung neuer Gästeführungen und die Entwicklung neuer Individualpauschalen sowie die kontinuierliche Akquise und Betreuung von Beherbergungsbetrieben für das Zimmervermittlungsportal. Mit der Umsetzung einer Gästeführerausbildung (2018 und 2022) konnten neue Gästeführer gewonnen werden. Das 2018 eingeführte Serviceangebot des Radverleihs in Kooperation mit einem regionalen Anbieter hat sich erfolgreich bewährt.

Erlöse in den Tourist-Informationen konnten nach der Corona-Pandemie Jahr für Jahr erhöht werden. U.a. durch von der SMG neu entwickelte Souvenirartikel (Roßlau Tasse, Orangenbonbons „Dessauer Sonnenköpfe“, Schlüsselanhänger Biber, Stockschirm) und durch neue Kooperationen im Verkauf (u.a. Produkte lokaler Künstler).

Die Stadt Dessau-Roßlau hat als Oberzentrum Sachsen-Anhalts mit den UNESCO-Welterbestätten Bauhaus und Meisterhäuser, dem Gartenreich Dessau-Wörlitz und dem Biosphärenreservat sowie durch den Verbund mit den Luthergedenkstätten in Wittenberg unter der Dachmarke Luther | Bauhaus | Gartenreich | Elbe des Vereins WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e.V. ein großes touristisches Potenzial. Dieses wurde in den letzten Jahren bereits durch die kontinuierliche Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen aus dem **Tourismuskonzept 2016** hervorragend genutzt.

Mit der Eröffnung des Bauhaus Museums Dessau im September 2019 wurde ein weiterer, für die Stadt Dessau-Roßlau attraktiver Reiseanlass geschaffen. Das daraus resultierende touristische Potenzial konnte aufgrund der Pandemie bisher noch nicht optimal für die Stadt und die Region ausgeschöpft werden. Wie dieses Potenzial und die sich daraus ergebenden Synergien, vor allem in Hinblick auf das Dessauer Bauhausjubiläum 2025/26 und die BUGA 2035 bestmöglich genutzt werden können, zeigt die 2024 abgeschlossene Fortschreibung des Tourismuskonzeptes durch die SMG.

Um die Sichtbarkeit aller touristischen und kulturellen Angebote in der Stadt zu erhöhen und um die veränderten Verhaltensweisen und Erwartungshaltungen der Gäste nach der Pandemie, vor allem in Hinblick auf digitale Lösungen, Rechnung zu tragen, sollen mit Hilfe von Fördermitteln 2025 mehrere **Gäste-Terminals** (Bildschirme mit Touch-Oberfläche) an Orten mit hoher Besucherfrequenz im öffentlichen Raum der Stadt Dessau-Roßlau installiert werden.

3 Kulturmarketing

Von der SMG angebotene Kooperationen mit kulturellen Einrichtungen wie dem Anhaltischen Theater, der Kurt Weill Stiftung, der Gastronomie, den Sportvereinen und verschiedensten Veranstaltern, werden gern in gegenseitigem Interesse genutzt. Die Strategie der Bewerbung und Begleitung über die Kanäle der SMG, um die große kulturelle Vielfalt in unserer Stadt abzubilden, geht in hohen Reichweiten und Sichtkontakten sowie in positivem Feedback von Bürgern und Touristen auf.

Jahr für Jahr können Marketingaktivitäten unter dem Dachthema „Adventszeit“ geplant und umgesetzt werden. Die SMG unterstützte mit Motiven zur Vermarktung, Anzeigen sowie der Organisation eines Wettbewerbs zur Gestaltung nächstjährigen Adventsmarkttasse. Ein Highlight 2023 war die Wiedereröffnung der Anhaltischen Gemädegalerie Dessau am 25. Dezember, nach einer umfangreichen Renovierungsphase. Die SMG unterstützte die Bewerbung der Neueröffnung aktiv.

2022 unterstützte die SMG erstmalig das Format Weihnachtssingen im Paul-Greifzu-Stadion Dessau. 2023 kam es zu einer Neuauflage der Kooperation. Das Weihnachtssingen 2024 wurde vom Anhaltischen Theater organisiert.

Veranstaltungen

Veranstaltungen in Eigenverantwortung der SMG wie das **StadtLesen** oder der **Welt-erbetag** erfreuten sich Jahr für Jahr einer Wiederauflage. Von Juni bis September fasst die SMG unter dem Dach „**Stadtsommer**“ zahlreiche Open-Air-Veranstaltungen aus den Bereichen Konzerte, Sommerkino, Theater und Sonderevents zusammen. Die Übersicht erfolgte im digitalen Veranstaltungskalender unter visitdessau.com und in einem Veranstaltungsflyer in gedruckter Form, zudem unterstützten Anzeigen die Veröffentlichung. 2022 organisierte die SMG mit der „**Sommerlounge**“ ein kleines Stadtfest mit Konzerten auf dem Dessauer Marktplatz. Im Februar 2022 wurde die SMG in ein Organisationsteam für die Planung eines neuen großen **Stadtfestes 2023** in Dessau berufen. Im Oktober 2022 wurde entschieden, dass die SMG als Veranstalter des neuen Stadtfestes auftritt. Unterstützt wird die SMG von den Stadtwerken Dessau und der Stadt Dessau-Roßlau (Kulturamt, Stadtpflege).

Im September 2023 begleitete die SMG das Jubiläum „100 Jahre Handball in Dessau-Roßlau“ mit der Ausgestaltung des Auftaktspiels für die Saison 2023/2024.

Die SMG verantwortete 2024 bereits zum fünften Mal das Format „Open Stage“, die Open-Air-Bühne in der Gartenträume-Lounge auf dem Dessauer Marktplatz mit 25 Veranstaltungen sowie einer großen Abschlussveranstaltung.

4 Wirtschafts-/Standortmarketing

Zum ersten Mal wurde am 27. Dezember 2017 die „**Jobmesse für Rückkehrer und Heimatliebende**“ durchgeführt. Über 20 ausstellende Unternehmen trafen auf fast 300 Jobsuchende aus allen Teilen der Bundesrepublik und dem Ausland, welche wieder in die Heimat ziehen möchten. Der Rückkehrertag fand 2024 zum achten Mal und mit knapp 40 Unternehmen statt.

2019 wurde erstmals eine umfangreiche **Standortbroschüre** herausgegeben, die Jahr für Jahr neu aufgelegt wird. Um die weichen Standortfaktoren zu stärken, wurde 2023 eine kleine Standortbroschüre produziert. Inhaltlich fokussiert sich die Broschüre auf die Vorzüge vom Wohnen, Arbeiten und Leben in Dessau-Roßlau und soll auf Messen, Veranstaltungen und durch lokale Unternehmen z.B. an neue Mitarbeiter verteilt werden. Sie zielt darauf ab, potenziellen Neubürgern die Vorteile Dessau-Roßlaus näherzubringen.

Im Bereich des Wirtschafts- und Standortmarketings wird in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Stadtverwaltung auf die Vermarktung der städtischen Gewerbe- und Industrieflächen auf der Messe **Expo Real** gesetzt.

Ende 2022 wurde die Image- und Standortkampagne **„Arbeiten, Leben, Wohnen in Dessau-Roßlau“** veröffentlicht, die sowohl außerhalb als auch innerhalb der Stadt die Vorzüge des Lebens, Wohnens, und Arbeitens in der Doppelstadt verdeutlichen soll. In diesem Zusammenhang wurde eine eigene Website erstellt: alles-hier-machbar.de. Die Kampagne wird dauerhaft weiterentwickelt, ergänzt und fortgesetzt.

Ein Highlight 2024 war die Produktion des **„Dessau-Roßlau-Songs“**, der die Identität und Lebensqualität der Stadt auf musikalische Weise transportiert. Passend zur Standortkampagne, wurde der Song von Alexander Sascha Nikolic, einem Sänger am Anhaltischen Theater und Wahl-Dessauer, komponiert und zunächst als persönliche Hommage an die Stadt geschrieben. Das Musikvideo zeigt prägnante Orte der Stadt und wurde mit Unterstützung der Extrempianisten **„Be-flügelt“** produziert, die ihr mobiles Klavier **„Tastdem“** für den Videodreh zur Verfügung stellten.

5 Citymanagement

Im Rahmen des Bundesprogramms **„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“** wurde Mitte Oktober 2022 die mit Bundesmitteln geförderte Arbeit der **„NeuSTADT-Agentur“** (NSA) aufgenommen.

Schon im Dezember wurde als erstes Projekt eine **Adventsbeleuchtung** an der Johanniskirche eingeweiht. Ebenfalls im Dezember fand eine erste Händleraktion statt (**„Nikolausstiefeln“**) statt. Das **Osterkörbchen** ist das Pendant der Veranstaltung im Frühjahr.

Gemeinsam mit der IHK Halle-Dessau hat die NSA eine **Gewerberunde** initiiert, bei der sich verschiedene Innenstadtakteure (Handel und Gastronomie) mehrmals im Jahr treffen um innenstadtrelevante Themen, wie z.B. verkaufsoffene Sonntage zu diskutieren. Daneben gibt Dialogreihen sowie weitere Informationsveranstaltungen. Die verkaufsoffenen Sonntage in Dessau werden seit 2022 maßgeblich von der NeuSTADT-Agentur gesteuert.

Die NSA hat 2023 erstmals das Format **Heimatshoppen** in Dessau durchgeführt. 2023 fand außerdem die erste **„KulTour von 12 bis 12“** in der Innenstadt statt. Insgesamt fanden in diesem Format über 40 Veranstaltungen an 17 Veranstaltungsorten in der Innenstadt statt. Beide Veranstaltungen wurden 2024 weitergeführt.

In der Zerbster Straße wurde im Jahr 2024 ein öffentlicher **Bücherschrank** aufgestellt.

Im Winter 2024/2025 wurde in Dessau-Roßlau das **Kunstprojekt Funkel-Fenster** mithilfe der NSA umgesetzt. An neun Standorten wurden 28 Schaufenster in märchenhafte Kulissen verwandelt, ergänzt durch zehn Märchentafeln zum Miträtseln. Die Inszenierungen entlang einer etwa zwei Kilometer langen Route sorgten für eine besondere Atmosphäre in der Innenstadt.