

# Stadtmarketingkonzept

Erste Schritte 2016/2017



# Inhalt

1. Die vier Säulen des Stadtmarketings
2. Arbeitsgruppe Stadtmarketing
  - 2.1 Zusammensetzung der Arbeitsgruppe
  - 2.2 Vorarbeit in der Arbeitsgruppe
  - 2.3 Aufgaben der Arbeitsgruppe

# 1. Die vier Säulen

## 1. Standortmarketing

- Zielgruppe: Unternehmen, Investoren und Gründer
- Standortvermarktung, Flächenentwicklung, Unternehmensnetzwerk

## 2. Tourismusmarketing (Kurverwaltung)

- Zielgruppe: Touristen, Geschäftsreisende, Tagesgäste
- Touristische Vermarktung, Gästeservice, Urlaubskatalog, Touristinformation

# 1. Die vier Säulen

## 3. City-Marketing

- Zielgruppe: Einwohner der Stadt und des Umlands
- Attraktivitätssteigerung, Frequenzsteigerung in der Innenstadt, Kundenbindung, Kundenneugewinnung, Inszenierung

## 4. Verwaltungsmarketing (Fachbereich 1)

- Zielgruppe: Bürger, Politik
- Bürgernahes Verhalten, Analyse der Nachfrage

# 2. Arbeitsgruppe

- Es wird eine **klare Positionierungs- und Umsetzungsstrategie** benötigt
- Norden muss im **Wettbewerb** mit anderen Kommunen **bestehen**
- Vorhandenen **Ressourcen effektiver nutzen**
- Eine Kernarbeitsgruppe erarbeitet die **strategische Ausrichtung**

## 2.1 Zusammensetzung des Arbeitsgruppe

- DEHOGA
- Kurverwaltung Norddeich
- Wirtschaftsforum Norden e.V
- IG Westerstraße
- Centermanagement Norder Tor
- IHK
- Kreishandwerkerschaft
- Verwaltungsvorstand
- Fachbereich 1
- Fachbereich 3

## 2.2. Vorarbeit in der Arbeitsgruppe

- Folgende Fragen gilt es in der Arbeitsgruppe zu klären:
  - Stärken und Schwächen der Stadt Norden (SWOT-Analyse)?
  - Auf welche **imageprägenden Faktoren** kann aufgebaut werden?
  - Welche **Handlungsfelder** bestehen aktuell im **Stadtmarketing**?
  - Welche **neuen Handlungsfelder** ergeben sich aus einer eindeutigen Positionierung?

- Welche **organisatorischen Voraussetzungen** sind für den Erfolg erforderlich?
- Wie können bestehenden **Akteure eingebunden** werden?
- Welche **Erhebungen** haben bereits stattgefunden und können als Basis für das Konzept dienen?

## ➤ **Stadtmarketingkonzept**

- Ist Grundlage und Zielausrichtung und **kein starrer Rahmen**

- Auf Basis der Grundstruktur **stetige Weiterentwicklung**

## 2.3 Aufgaben der Arbeitsgruppe

- Die Kernarbeitsgruppe berät über die Gründung einzelner **Interessenarbeitsgruppen**
- Diese widmen sich speziellen **Schwerpunktthemen**, bspw. Innenstadt, Tourismus oder Veranstaltungen
- Interessengruppen können auch nur für die Durchführung **bestimmter Projekte** gegründet werden, bspw. Imagefilm

- **Erstes Treffen** der Arbeitsgruppe soll im letzten Quartal 2016 stattfinden
- **2017: Handlungsvorschläge** und Strategien erarbeiten
- **2018: Gründung** der ersten **Interessenarbeitsgruppen**