

Definition Stadtmarketing

nach bcsd (Bundesvereinigung für City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.)

Umfassendes Stadtmarketing beinhaltet:

- Stadtentwicklung in enger Zusammenarbeit mit Stadtplanung
- mit dem Ziel der Aufwertung einer Stadt und ihrer Leistungen für Bürger, Wirtschaft und Gäste
- verbesserte Kommunikation und langfristige Partnerschaft zwischen allen, die an der Gestaltung des Lebensraumes Stadt mitwirken
- gemeinsame Planung, Gestaltung, Umsetzung und Kontrolle konkreter Strukturen und Projekte
- mit der Grundlage von erarbeiteten Leitlinien und Zielen

Voraussetzungen für ein erfolgreiches Stadtmarketing

- Professionelle Gestaltung aller Kommunikationsprozesse
- Einbezug von Beratern bei speziellen Fragestellungen
- Aufbau und Ausbau von nötigen Kernkompetenzen
- Angemessene Kapazitäten
- Klare organisatorische Zuständigkeiten
- Angemessene Finanzierung
- Starke Zusammenarbeit mit externen Organisationen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Straffe Steuerung, zeitlich und ergebnisorientiert
- Wirkungscontrolling

Initialisierung des Stadtmarketing-Prozesses

mit dem Ziel:

- ⇒ Institutionalisierung des Stadtmarketings in Rheinfelden
- ⇒ Einbindung involvierter Akteure
- ⇒ Definition der Ziele und der daraus resultierenden Massnahmen
- ⇒ Umsetzung der strategischen Ziele
- ⇒ Klärung der Zuständigkeiten und Aufbau eines aktiven Stadtmarketings
- ⇒ Absicherung der Finanzierung des Stadtmarketings

Themenfelder Stadtmarketing Rheinfelden

Stadtmarketing

Marken-
management

Wohnortmarketing

Destinationsmarketing
Tourismus

Standortmarketing

Innenstadtmarketing