

Merkblatt zu City-, Stadt- und Standortmarketing

In einer weiten Definition umfasst der Begriff Stadtmarketing all jene Aktivitäten, die in Kooperation zwischen diversen öffentlichen und privaten Akteuren durchgeführt werden mit dem Ziel, die Attraktivität einer Stadt (Stadtmarketing) bzw. eines Standortes wie beispielsweise einer Verbandsgemeinde (z.B. Standortmarketing) oder räumlich enger gefasst eines Innenstadtbereiches (Citymarketing) für relevante Zielgruppen wie Kaufleute, Immobilienbesitzer, Einwohner, Besucher, etc. zu erhöhen. Ziel ist es, alle wichtigen Akteure in einen kooperativen Prozess der Stadtentwicklung einzubinden. Durch einfache, aber strukturierte Kommunikation soll eine langfristige Partnerschaft der Akteure begründet werden, welche auf der Interessensintensität hinsichtlich einer Verbesserung der Standortattraktivität basiert.

Nähere Informationen zum Thema können Sie dem unter Downloads eingestellten Merkblatt entnehmen.

ANSPRECHPARTNER

Standortpolitik

DR. MATTHIAS SCHMITT

Tel.: 0651 9777-901

Fax: 0651 9777-505

schmitt@trier.ihk.de

Standortpolitik

STEFAN ROMMELFANGER

Tel.: 0651 9777-930

Fax: 0651 9777-505

stefan.rommelfanger@trier.ihk.de

DOWNLOAD

Merkblatt zu City-, Stadt- und Standortmarketing

<https://www.ihk-trier.de/ihk-trier/Integrale?>

[MODULE=Frontend.Media&ACTION=ViewMediaObject&Media.PK=21301&Media.Object.ObjectType=full](https://www.ihk-trier.de/ihk-trier/Integrale?MODULE=Frontend.Media&ACTION=ViewMediaObject&Media.PK=21301&Media.Object.ObjectType=full)