

Arbeitsbehelf

**Fachtagung
„STADTMARKETING UND
CITYMANAGEMENT“**

(Oktober 2001)

Kontakt:

Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH
3580 Horn, Florianigasse 7
Tel.: 02982/4521, Fax: 02982/4521-10
E-Mail: office@regionalberatung.at
www.regionalberatung.at

VORWORT

Dem sich globalisierenden Wettbewerb der Unternehmen ist eine dynamische Konkurrenz der Standorte gefolgt. Kreativität und Konsequenz von Kommunalpolitikern und Stadtentwicklern sind gefordert, wenn es um die Verbesserung der Attraktivität ihres Standortes geht. Was also könnte aktueller sein als eine Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex Stadtmarketing. Unter diesem Stichwort wird eine ganzheitliche und strategische Stadtentwicklung verstanden, die das Ziel hat, die Standortqualität für die Wirtschaft, die Lebensqualität der Bewohner und die Attraktivität für Besucher zu verbessern.

Die Herbsttagung des österreichischen Dachverbandes für Stadtmarketing und Citymanagement STAMA Austria war in diesem Jahr zu Gast in Eisenstadt, der Landeshauptstadt des Burgenlandes, und widmete sich vorrangig praxisorientierten Problemstellungen aus den Bereichen:

- Standortentwicklung
- Frequenzsteigerung
- Kooperationen
- Aus- und Weiterbildung

Ergänzend zur Frühjahrstagung im März 2001 in Spital an der Drau standen Praxisbezug und Umsetzungsorientierung im Vordergrund dieses „Praxistages“. Internationale Experten referierten über Projekterfahrungen und standen ganztägig in Themenkojen für Fragen und Diskussionen zur Verfügung. So wurde eine besonders intensive und individuelle Form des Wissensaustausches ermöglicht.

Besonderer Dank gilt Frau DI Michaela Krämer und Herrn Josef Weidinger für die inhaltliche und örtliche Organisation der Tagung.

Mag. Roland Muraier, Josef Wallenberger
Geschäftsführung Stadtmarketing Austria

Tagungsorganisation und Zusammenstellung der Unterlagen:

DI Michaela Krämer

Kontakt: 3580 Horn, Florianigasse 9
Tel: 02982/4521 Fax: 02982/4521/10
e-mail: stadtmarketing@wvnet.at

Für alle Stadtmarketing Austria Mitglieder besteht die Möglichkeit die Tagungsunterlagen im internen Bereich der Homepage unter www.stadtmarketing-austria.at herunter zu laden.

INHALT

	Seite
Stadtmarketing Eisenstadt - Ein Praxisbeispiel	3
Projekte und Entwicklungen in Tschechien.....	9
Projekte und Entwicklungen in der Slowakei.....	16
Grenzüberschreitende Impulsregionen.....	19
Die CityCard Das Kundenbindungsinstrument der Zukunft.....	23
Mystery Shopping.....	28
Energiekooperationen – Strompools für Städte und Gemeinden	30
Leerflächeninformationssysteme	35
Multifunktionalität von Stadtkernen.....	38
Gemeindeübergreifende Raumplanung.....	41
Quantitative und qualitative Standortbewertung	49
Voraussetzungen für eine erfolgreiche Standortentwicklung	58
Qualifizierungsverbünde.....	63
Themenspezifische Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten	65
Wirtschaftsmediation.....	69
Coaching.....	71
Purbach Erlebnispunkte im Ort	72
Klösterreich – Tourismus als Frequenzbringer	74
Gemeinschaftswerbung Star Bon.....	82
Wochenmärkte sind die stärksten Kaufkraft- und Frequenzbringer.	88
ReferentInnen	92

STADTMARKETING EISENSTADT - EIN PRAXISBEISPIEL

Ende der **70er Jahre** wurde in Eisenstadt der Gewerbeverein „Eisenstadt aktiv“ gegründet. Faschingsumzüge, Autoausstellungen, Martinikirtag und Blumengrüsse an die Kunden waren die Aktivitäten. Längerfristige Strategien und ganzheitliche Marketingansätze waren noch nicht das große Thema.

Ende der **80er Jahre** wurde das „Forum Gloriette“ gegründet, eine Art Denkschmiede des bestehenden Vereins. Viele der damals formulierten Grundsätze, Denkansätze und Thesen finden sich im heutigen Stadtmarketingkonzept wieder und haben heute noch teilweise Priorität. So erkannten diese Vordenker bereits 1989 das Marketing für Eisenstadt einen ganzheitlichen Ansatz mit Schwerpunkten zB. Innenstadt benötigt, und das ein professionelles Stadtmarketing auch ein Büro und einen hauptberuflich tätigen Mitarbeiter benötigt.

Man war aber realistisch genug um zu erkennen, dass zumindest in den Anfangsjahren ein zukünftiges Stadtmarketingbüro sich alleine nicht finanzieren lassen wird können. Auch nicht mit der Unterstützung der Stadtgemeinde, die bereits damals das Forum finanziell unterstützte. (Das erste Marketingkonzept für Eisenstadt entstand).

Als im Jahr **1992** das Burgenländische Tourismusgesetz geändert wurde und in Eisenstadt ein Tourismusverband gegründet wurde war der dritte Partner schnellgefunden. Die projektbezogene Zusammenarbeit zwischen Stadtgemeinde, Stadtmarketing und dem Tourismusverband Eisenstadt wurde begründet und ist noch heute Rückgrat, für Marketing in Eisenstadt.

Es sollte aber bis **1994** dauern bis ein geeigneter Geschäftsführer, der die notwendigen Voraussetzungen erfüllt hat und mit dem alle drei Organisationen einverstanden waren, gefunden wurde. Bevor wir nun einen Schritt in die Gegenwart machen ein paar Zahlen zur damaligen finanziellen Situation.

Dem Tourismusverband standen damals knapp 900.000 Schilling zur Verfügung. Das Stadtmarketing hatte insgesamt 800.000 Schilling inklusive Sponsoreinnahmen und inklusive Subventionen seitens der Stadtgemeinde. Mitarbeiter gab es damals nur Einen, Arbeit aber verständlicher Weise für Mehrere!

Heute beinahe sieben Jahre später beschäftigt der Tourismusverband- und das Stadtmarketing Eisenstadt vier Fixangestellte und projektbezogene Mitarbeiter. Die Tätigkeiten des Stadtmarketing umfassen eine Vielzahl von Tätigkeiten, die ich hier zwar nur kurz anreißen möchte. Auf das eine oder andere Projekt gehe ich trotzdem näher ein.

Die Tätigkeiten im Überblick

1.) Strategische Projekte

- Homepage und Internetservice
- Laufende Grundlagenarbeiten wie zB. Frequenzzählungen, Mitarbeiter- und Kunden-befragungen, Parkplatzanalysen u.a.m., aber auch das Thema Heiraten in Eisenstadt

2.) Imageprojekte

- Jährlich bewertet eine Jury alle Mitgliedsbetriebe und vergibt die Auszeichnung Top-Betrieb.
- Alle zwei Jahre sind unsere Kunden aufgefordert den Spitzenbetrieb in vier Kategorien und Eisenstadts freundlichsten Mitarbeiter zu wählen ebenfalls in vier Kategorien.
- Gemeinschaftswerbung wie zum Beispiel Gutscheinkataloge oder Gutscheinkaktionen
- Kulturtafeln und Kooperationen gemeinsam mit den touristischen oder kulturellen Einrichtungen vervollständigen den Imagebereich.

3.) Veranstaltungen im Jahreskreis

- Dazu gehören Aktivitäten und Feste in der Faschingszeit, zu Martini, zu Ostern, oder im Herbst in Eisenstadt.

4.) Großveranstaltungen

- Eisenstadtfest, unser Stadtfest (Dauer zwei Tage)
- Eisenstadt im Advent inklusive 4 wöchigen Christkindmarkt
- Silvester Open Air
- Eisenstädter Ferienspiel
- Eisenstädter Autofrühling

Diese 5 Veranstaltungen haben einen Finanzbedarf (ohne Arbeitszeit der Mitarbeiter des Stadtmarketings und auch ohne Bauhofleistungen) in der Höhe von 2,7 Mio Schilling.(Netto)

Diese 2,7 Mio Schilling werden in der Regel ausschließlich durch Sponsoren bzw. durch Mieteinnahmen abgedeckt.

Die Besucherzahl dieser fünf Events belaufen sich auf zirka 180.000.

5.) Struktur und Organisation

- Die Sitzungen des Tourismusverbandes und die des Stadtmarketing werden zum Großteil gemeinsam abgehalten. Ebenso zahlreiche Strategiesitzungen.
- Darüber hinaus wurde im Stadtmarketing ein Präsidium eingerichtet, dass sich in 5 bis 6-wöchigen Abstand trifft und hauptsächlich über Zukünftiges diskutiert.
- Im Zuge der Erarbeitung des neuen Marketingkonzeptes für Eisenstadt und der Konzepterarbeitung für förderbare EU-Projekte wurden im vergangenen Jahr mehrere Fachgremien installiert.

▪ **6.) Mitgliederservice**

- Veranstaltungskalender „Szene Eisenstadt“ erscheint monatlich und geht an jeden Haushalt. Alle Veranstalter Eisenstadts, ob dies ein Konzert oder eine Ausstellung ist, alle haben die Möglichkeit gratis aufgenommen zu werden.
- Insider Eisenstadt: Die Zeitung enthält Berichte von oder über Mitgliedsbetriebe, Berichte vom Besuch einer Tagung, aber auch zahlreiche touristische Informationen. Der Insider erscheint mind. einmal im Quartal, und wird an alle Betriebe und an zahlreiche Meinungsbildner geschickt.
- Weiters gibt es ein e-mail oder Faxservice, wo je nach Bedarf die Mitgliedsbetriebe schnell und direkt informiert werden können.
- Mitgliederservice-Mappe
Einmal jährlich erscheint eine Mitglieder-Vorteils-Mappe und enthält Vorteile die wir mit verschiedensten Firmen oder Zeitungen aushandeln und an unsere Mitglieder weitergeben. Dazu ist anzumerken, dass Stadtmarketing-Mitglieder bei allen Festen oder Drucksorten einen Sonderpreis erhalten, der bis zu 40% gegenüber dem Normalpreis ausmachen kann.
- Stadtmarketingstammtisch jeden ersten Donnerstag im Monat
- Problemlösungspool und Ideenbörse, zahlreiche Betriebe, Einzelpersonen oder Vereine die auch Mitglieder sind wenden sich wöchentlich an uns und wir versuchen entweder am Telefon zu helfen oder wir vereinbaren Termine. Oftmals wollen die einzelnen Damen und Herren nur ihre Ideen loswerden, suchen nach Informationen, wollen unsere Datenbanken nützen, brauchen Unterstützung beim Erstellen von Presstexten oder benötigen unsere Pressekontakte.
- Vortragsabende, Diskussionsabende und die jährlichen Sommergespräche in gemütlicher Runde bei Speis und Trank runden diese Kategorie ab.

Einige Zahlen über Eisenstadt

Eisenstadt hat 12.480 Einwohner.

Tagsüber befinden sich in Eisenstadt ca. 30.000 Personen, dh. eine Vielzahl von Personen pendelt täglich nach Eisenstadt ein.

Im Bezirk Eisenstadt Umgebung leben ca. 37.000 Personen. Unser Einzugsgebiet umfasst ca. 700.000 Einwohner.

Wir haben in unserer Fußgängerzone, die vor 10 Jahren eröffnet wurde, eine durchschnittliche Tagesfrequenz von 25.536 Besuchern.

Die Tagesfrequenz wurde jeweils in der Zeit von 06.00 bis 18.30 Uhr an durchschnittlichen Tagen erhoben. Gezählt wurden alle Personen welche die Zählpunkte passiert haben. Dabei wurde jede Person mind. zweimal gezählt. (Beim hinein und beim hinausgehen)

Wir verfügen in Eisenstadt über 1.530 Parkplätze (ohne die sogenannte Peripherie und ohne private und öffentliche Dauerparkflächen)