

Jahresplanung 2012

des Dachverbands Stadtmarketing Austria

Inhaltsverzeichnis

1. Vereinsziele 2012.....	3
2. Generalthema 2012	4
3. Projektübersicht	5
4. Veranstaltungen	6
a. DenkwerkStadt.....	6
b. Orts- und Stadtmarketingtage	7
c. Best-Practice Tage.....	8

1. Vereinsziele 2012

Die Stärkung der Orts- und Stadtkerne ist für die Agenden 2012 oberste Prämisse. Des Weiteren sind für die Aktivitäten 2012 folgende Zielsetzungen maßgeblich:

- Das Generalthema 2012 - „Wirtschaftskraft Innenstadt“ - soll im Rahmen von Veranstaltungen und in Presseaussendungen kommuniziert und thematisiert werden.
- Die im Jahr 2011 realisierte Medienpräsenz auf nationaler Ebene soll 2012 fortgesetzt und auf mehrere Medien ausgeweitet werden. Auch die Frequenz der Presseaussendungen soll erhöht werden.
- Stadtmarketing Austria setzt sich außerdem die intensiviertere Zusammenarbeit mit strategischen Kooperations- und Netzwerkpartnern (Beratungsagenturen, Dachverbände, Interessensvertretungen, Tourismusorganisationen, Universitäten) zum Ziel.
- Das Vereinsmanagement soll den inhaltlich-qualitativen Ausbau der Stadtmarketing Austria Homepage umsetzen.
- Es sollen konkrete Forderungen und Erwartungen an die PolitikerInnen formuliert und kommuniziert werden.



Die Vereinsziele 2012 orientieren sich am Mission Statement und an den Zielgruppen des Dachverbandes:

Das **Mission Statement** des Vereins „Stadtmarketing Austria“:

„Wir sind das Kompetenz - Zentrum für vernetztes Denken im Bereich der Orts- und Stadtentwicklung (in Österreich).“

Unsere **Zielgruppen** sind:

- Potenzielle Vereinsmitglieder (Tourismusverbände, Wirtschaftskammern, etc.)
- Politik, Verwaltung, Opinionleader
- Unternehmen im Thema (+Sponsoren, Berater)
- KMUs in der Stadt + Investoren, Immobilienbesitzer
- Medien, Unis, FHs
- Kammern, Dachorganisationen

2. Generalthema 2012

Das Generalthema bildet den inhaltlichen Rahmen für die Presseausendungen und Veranstaltungen des Jahres 2012.

Folgendes Thema wurde im Zuge der Vorstandssitzung am 10. Jänner für 2012 ausgewählt:

„Wirtschaftskraft Innenstadt“

Orts- und Stadtkerne als größte Arbeitgeber und als Knotenpunkte von Handel und Investition



© Foto Neumayr

Subthemen:

- Servicequalität als Wettbewerbsvorteil
Die Innenstädte sollten sich auf ihre Stärken besinnen und sich als „Servicezonen“ mit hohem Qualitäts- bzw. Servicelevel positionieren.
- Individuelles Unternehmertum
Eine weitere Stärke besteht im individuellen Unternehmertum, welches sich von den immer gleichen Filialen internationaler Ketten abhebt. Dabei ist zu beachten, dass Individualität Kooperation nicht ausschließt.
(Schlagwort „Stark durch Kooperation“)
- Kooperation von Tourismus und Handel
Die Branchen Tourismus und Handel weisen zahlreiche Schnittpunkte auf, welche Möglichkeiten der Zusammenarbeit bieten.
- Öffnungszeiten rund um die Uhr (24/7) – Chancen und Risiken
- Wirtschaftliche Impulse durch Events
Die Bespielung der „Bühne Innenstadt“ mit hochqualitativen Events kann die Kundenbindung und die Identifizierung der Bewohner mit ihrer Stadt / ihrem Ort verstärken.
- Barrierefreiheit – Chancen und Herausforderungen
Ein wesentliches Ziel von Städten sollte es sein, bauliche Barrieren zu reduzieren. In Zeiten einer „Alternden Gesellschaft“ bezieht sich das Leitbild Barrierefreiheit nicht mehr ausschließlich auf Rollstuhlfahrer, sondern umfasst immer größere Gruppen von Menschen. Für viele Städte, v.a. für historische, bringt dieser Anspruch jedoch zahlreiche Herausforderungen mit sich.
- Stadtteilentwicklung
Um die Wirtschaftskraft der Innenstadt zu gewährleisten und zu festigen, muss eine gewissenhafte Stadtteilentwicklung betrieben werden. Erfolgreiche Quartiersentwicklungen beinhalten zahlreiche Maßnahmen, wie z.B. die Erstellung von Immobilien-Masterplänen, Bereitstellung von wesentlichen Versorgungseinrichtungen und Freizeitangeboten und effizientes Baustellenmanagement.

3. Projektübersicht

PROJEKTÜBERSICHT 2012

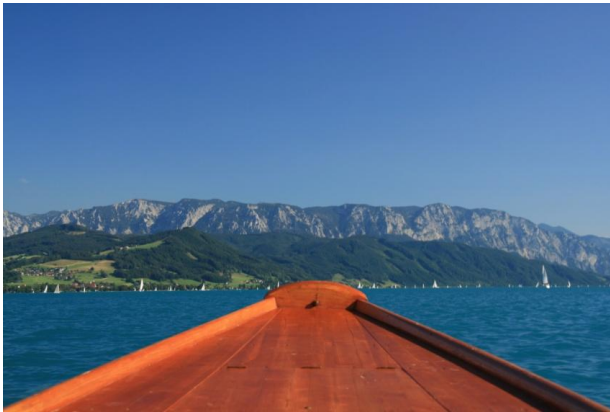
Aufgabenfeld 1 Weiterbildung & Erfahrungsaustausch	Aufgabenfeld 2 Informations- Transfer	Aufgabenfeld 3 Öffentlichkeits-/ Medienarbeit	Aufgabenfeld 4 Internationale Netzwerke
DenkwerkStadt 2012	Stadtmarketing Austria Homepage - Ausbau des Servicecenters - Ausbau des Info- centers	Presse- mitteilungen an regionale / überregionale Zeitungen	EU-Programm Lifelong Learning: - Abschluss des Town Center Management skills and knowlegde transfer- Projektes bis Juni 2012 - ev. Planung eines „follow-up“ Projektes
5 Best-Practice Seminare 2012	Stadtmarketing Austria Newsletter	Yearbook 2012 Versand	
WK Ländertage als Branchentreff	Yearbook 2013	Lobbyarbeit bei politischen Entscheidungs- trägerInnen	
Besuch internationaler Konferenzen		Ausbau unseres Netzwerks - Beratungs- agenturen - Interessens- vertretungen - Tourismus- organisationen - Universitäten	

4. Veranstaltungen

a. DenkwerkStadt

Vom 29. bis 31. Oktober 2012 wird sich der verträumte Ort Nussdorf am Attersee in eine kreative **DenkwerkStadt** verwandeln: aktuelle Themen und Herausforderungen der Stadtentwicklung werden aufgegriffen und im Rahmen von Workshops und Think Tanks behandelt. Dabei wird einerseits der soziokulturellen und anthropologischen Perspektive als auch der faktenbezogenen Sicht Rechnung getragen.

Alle Stadtmarketing Austria Mitglieder sind herzlich zu dieser Veranstaltung eingeladen. Weitere Informationen zum Thema und zu den Kosten folgen im März 2012.



© Foto: Ferienregion Attersee-Salzkammergut



© Foto: Grafengut Nussdorf / Attersee



© Foto: Grafengut Nussdorf / Attersee

b. Orts- und Stadtmarketingtage

Im Jahr 2012 werden bundesländer- übergreifend in Kooperation mit den Wirtschaftskammern Orts- und Stadtmarketingtage organisiert. Bisher steht der Termin für die Bundesländer Vorarlberg, Tirol und Salzburg fest:

- Vorarlberg, Tirol und Salzburg

Die Sparte Handel der Wirtschaftskammer Tirol veranstaltet heuer gemeinsam mit dem Stadtmarketing St. Johann in Tirol am 24. April 2012 den „5. Tiroler Orts- und Stadtmarketingtag“ in St. Johann i. T.

Heuer sind erstmalig auch die Stadtmarketing-Organisationen und Werbegemeinschaften von Vorarlberg und Salzburg eingeladen. Ein bunter Mix von Referenten gibt wertvolle Tipps und Anregungen für ein erfolgreiches Stadt- und Ortsmarketing.

Anmeldungen bitte bei Frau Bettina Peer, T 05 90 90 5-1298 oder E-Mail bettina.peer@wktirol.at.

- Kärnten und Steiermark

→Infos folgen



c. Best-Practice Tage

Wesentliches Ziel unseres Verbands ist es, den Kompetenzaustausch und Wissenstransfer zwischen Orts- und Stadtmarketingverantwortlichen voranzutreiben. Mit unseren fünf Best-Practice-Seminaren des Jahres 2012 soll ein intensiver Diskurs um aktuelle Themen aus dem Bereich „Wirtschaftskraft Innenstadt“ entfacht werden. Für die Seminare stellen sich PraktikerInnen mit langjährigen Erfahrungen zur Verfügung. Wir laden Sie herzlich dazu ein, auch einmal einen Best-Practice Tag eines anderen Bundeslandes zu besuchen. Die jeweiligen Einladungen mit dem genauen Programm-Ablauf werden gesondert verschickt.

Alternative Finanzierungsmethoden



Donnerstag, 8. März, 11 bis 16:30 Uhr
WK Judenburg: Herrengasse 23, 8750 Judenburg
Organisation: Citymanagement Graz
Stadtmarketing Villach

In Zeiten der schrumpfenden öffentlichen Budgets müssen Orts- und Stadtmarketingorganisationen nach möglichen alternativen Finanzierungsmodellen Ausschau halten.

Im Rahmen dieses Best-Practice Seminars erzählen CitymanagerInnen in Impulsvorträgen von ihren Erfahrungen mit alternativen Finanzierungsmethoden.

Farben in die Innenstadt



© Foto: Wels Marketing & Touristik GmbH

Mittwoch, 25. April, 10 bis 16 Uhr, Welios
(Energie-Erlebnis-Haus) Wels
Organisation: Wels Marketing & Touristik GmbH
Stadtmarketing & Tourismus GmbH
St. Valentin

Wie kann das Erscheinungsbild von Stadt- und Ortskernen attraktiver werden? Mit dieser Frage beschäftigt sich das Seminar „Farben in die Innenstadt“.

Im Zuge von Best-Practice Vorträgen werden gelungene Fallbeispiele präsentiert, welche ihr Ziel einer Belebung und Aufwertung des Standortes erreichen konnten. So gehen die Vortragenden darauf ein, wie Sie Stadtteile z.B. mit Beleuchtung, Bepflanzung und Mobiliar in Szene setzen und graue Asphaltflächen und Plätze in neuen Farben erleuchten lassen können.

Immobilien-Masterplan für Städte



Dienstag, 22. Mai, 10 bis 16 Uhr, Hall in Tirol
Organisation: Stadtmarketing Hall und
Stadtmarketing Feldkirch

Der Best Practice Day geht der Frage nach, wie Städte Einfluss auf die Immobilien-Entwicklung ihrer Stadt bzw. ihres Umlandes nehmen können.

© Foto: Watzek Fotografie / TVB Hall

Besprochen und diskutiert werden die für das Stadt- und Standortmarketing aktuellen Themen wie Leerstandsvermeidung, Auslagendekorationen, Branchenmix, Betriebsansiedelungen, Geschäftsflächenmanagement, Frühwarnsystem, Immobiliendatenbank, immobilienwirtschaftliche Gestaltungselemente und Einbeziehung der betroffenen Eigentümer und immobiliennahen Branchen (Makler, Banken, etc.).

Identitätsstiftung durch Qualitätssicherung im Eventmanagement



Mittwoch, 12. Sept., 10 bis 17 Uhr, Salzburg
Organisation: Ortsmarketing St. Johann in Tirol
und Altstadt Verband Salzburg

Sie planen eine Veranstaltung und beabsichtigen, diese hochqualitativ zu gestalten und damit Identität nach innen und außen zu vermitteln?

© Foto Wildbild

Wir beschäftigen uns in diesem Seminar im Rahmen von Workshops und Vorträgen mit der Organisation von qualitativen und identitätsstiftenden Veranstaltungen:

So bieten wir einen Workshop zur Erarbeitung von Qualitätskriterien für die Gastronomie bei Events. Des Weiteren werden sowohl die Erfolgsfaktoren einer qualitativen Pressearbeit (Pressefolder, Presstexte, PR, usw.) unter die Lupe genommen, als auch rechtliche Aspekte, Veranstaltungsbehördliches, Versicherungen und Verträge. Anschließend werden Best-Practice Berichte von konkreten und gelungenen Beispielen qualitativer Veranstaltungen geliefert.

Effizientes Baustellenmarketing



© Foto Scheibl Gerüstbau

Mittwoch, 20. November, Wien
Organisation: Wiener Einkaufsstraßen-
Management

Wer kennt das nicht? Kaum wird eine Baustelle in Betrieb genommen, kommen schon die ersten Beschwerden über Baulärm, Umsatzeinbußen, etc. Größere öffentliche Baustellen in Geschäftslagen stellen alle Beteiligten – insbes. Gewerbetreibende und KundInnen – vor große Herausforderungen.

Im Rahmen dieses Best-Practice-Seminars steht das „effiziente Baustellenmarketing“ im Fokus. Wie können die oftmals unausweichlichen Baumaßnahmen selbst als „Highlight“ in den Mittelpunkt der Öffentlichkeit gestellt werden? Die Inhalte des Seminars umfassen die Projektplanung, die Koordination mit Projektpartnern (Baumeister, Poliere, Magistrate) und konkrete Maßnahmen, wie das Abdecken von Baustellen mit Planen. Außerdem werden anhand von Best-Practice Beispielen wesentliche Erfolgsfaktoren des effizienten Baustellenmarketings – wie z.B. dichte Kommunikation mit Projektpartnern, Presse und Öffentlichkeit – behandelt.

Anmeldung zu den Best-Practice Tagen:
im Vereinsbüro von Stadtmarketing Austria
Eva Demelmair, MA
Kontakt: office@stadtmarketingaustria.at oder 0662 845453-16

Kosten:
Für Dachverbandsmitglieder gratis
Für Nichtmitglieder: Seminargebühr € 95,- p. P. exkl. 20 % MWSt.

Terminübersicht 2012 – SAVE THE DATE

- 08.03. Best-Practice Tag Steiermark
Alternative Finanzierungsmethoden
-
- 24.04. 5. Tiroler Orts- und Stadtmarketingtag in St. Johann in Tirol
-
- 25.04. Best-Practice Tag Wels
Farben in die Innenstadt
10⁰⁰ bis 16⁰⁰ Uhr
-
- 22.05. Best-Practice Tag Hall in Tirol
Immobilien-Masterplan für Städte
10⁰⁰ bis 16⁰⁰ Uhr
-
- 12.09. Best-Practice Tag Salzburg
Identitätsstiftung durch Qualitätssicherung im Eventmanagement
10⁰⁰ bis 17⁰⁰ Uhr
-
- 29.- 31.10. DenkwerkStadt Nussdorf am Attersee
-
- 20.11. Best-Practice Tag Wien
Effizientes Baustellenmarketing
-