

Stadt- und Gemeindemarketing

Wozu Stadt- und Gemeindemarketing?

Marketing ist nur sinnvoll, wo Wettbewerb herrscht. Eine Gemeinde oder Stadt konkurriert mit anderen öffentlichen und privaten Interessenträgern um Ressourcen und um die Durchsetzung politischer Ansprüche.

Sie steht im Wettbewerb mit anderen Gemeinden oder Städten, wenn es darum geht

- steuerkräftige EinwohnerInnen zu halten oder anzusiedeln
- innerhalb des jeweiligen Kantons gerecht behandelt zu werden, insbesondere ihr Leitbild zu vertreten und in die Realität umzusetzen
- regionale und überregionale Erschliessungs- und andere Infrastrukturentscheide zu ihren Gunsten zu beeinflussen
- kulturell und gesellschaftlich lebendig zu bleiben und damit auf lange Sicht für alle EinwohnerInnen ein attraktives Zuhause zu sein.

Der Aufbau eines Stadt- und Gemeindemarketings hilft dabei, in diesem Wettbewerb zu bestehen und auf die Fragen, die sich dabei stellen, sachgerechte Antworten, effiziente Strategien und wirksame Massnahmen zu entwickeln.

Was ist Stadt- und Gemeindemarketing?

Marketing ist ein integratives Instrument. Es hat zum Ziel,

- kundengerechte Angebote und Produkte – also Wettbewerbsvorteile – zu erhalten und zu schaffen (Potenzialbildungsmassnahmen) und
- das Zielpublikum durch Kommunikation für die Wettbewerbsvorteile zu sensibilisieren.

Marketing trägt damit zur Entwicklung einer auf den Stärken der Kommune aufbauenden Identität bei. Marketing ist neben der Stadt- oder Gemeindeplanung der zweite Pfeiler einer erfolgreichen Stadt- oder Gemeindeentwicklung.

Ziele des Stadt- und Gemeindemarketings nach innen

Marketing nach innen heisst Einbezug der Bevölkerung. Die EinwohnerInnen sind sowohl Absender als auch Zielgruppen des Marketings. Durch ihre Beteiligung

Briefanschrift

ecos ag, Postfach, CH-4001 Basel

Besuchs- und Paketadresse

Bäumleingasse 22, CH-4051 Basel

Telefon

+41 (0)61 205 10 10

Telefax

+41 (0)61 271 10 10

E-Mail

mailbox@ecos.ch

Persönliche E-Mail-Anschrift

vorname.name@ecos.ch

Internet

www.ecos.ch

wird das Wir-Gefühl gestärkt und die Grundlage für das Verständnis von Zukunftsfragen geweckt, welche nur gemeinsam gelöst werden können. Alle Kommunikationsmassnahmen müssen auch die Bevölkerung ansprechen, sie soll sich darin wieder erkennen.

Ziele des Stadt- und Gemeindemarketings nach aussen

Marketing nach aussen beinhaltet die erfolgreiche Positionierung in den Märkten Wohnort, Wirtschaft und Tourismus. Das Marketing nach aussen ist dann erfolgreich, wenn es den Stärken der Gemeinde oder Stadt entspricht und auch auf den Rückhalt der Bevölkerung zählen kann. So lassen sich Wettbewerbsvorteile generieren und eine nachhaltige Entwicklung gewährleisten.

Integrative Strategie: Bestehendes mit Neuem verknüpfen

Ihre Wirkung im Hinblick auf die Ziele entfalten die Massnahmen mit Hilfe einer integrativen Strategie, also durch ihre gegenseitige Vernetzung und die Verknüpfung mit Bestehendem oder Geplantem, zum Beispiel einem Leitbild, einem Richtplan oder einer Lokalen Agenda 21.