

Professionelles Standortmarketing für Kitzbühel

konzeptionelle Grundlagen



März 2023

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 **Bundesministerium**
Nachhaltigkeit und
Tourismus

 **LE 14-20**
Initiative für den Ländlichen Raum

 **tiroi**
Unser Land

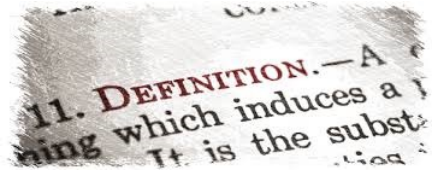
 **LEADER**

 **regio3**
Regionalmangement
Pillnerstr.
Lankowitz
Tirol

 **Europäischer
Landwirtschaftsfonds:**
in der Zusammenarbeit
des Europäischen Rates
mit dem Österreichischen
Landwirtschaftsfonds

 **Europäische Union**

 **EFRE**
Investitionen in Wachstum & Beschäftigung, Österreich.



- Das professionelle Standortmarketing in Kitzbühel versteht sich als **gemeinsame Plattform** der Stadt, des Tourismusverbands, des Vereins „Wirtschaft Kitzbühel“ sowie weiterer Institutionen und Leitbetriebe zur **Konzeption, Initiierung** und **Umsetzung** von Maßnahmen im **City-** und **Wohnortmarketing**, der **Event-Koordination** und **Betriebsansiedelung**.
- Das professionelle Standortmarketing in Kitzbühel sucht **aktiv** die **Kooperation** und enge inhaltliche **Zusammenarbeit** mit den **themennahen Abteilungen** der **Stadtverwaltung** sowie des **Tourismusmanagement** und orientiert sich an vorhandenen Positionierungen und Vermarktungslinien.
- Das professionelle Standortmarketing in Kitzbühel versteht sich als ein von den **bestehenden partei-** und **interessenspolitischen Strukturen** und Abläufen der Stadt losgelöste, **wirtschaftlich eigenständig** agierende Unternehmung.
- Das professionelle Standortmarketing in Kitzbühel erhält seine Weisungen bzw. generellen Leitlinien **ausschließlich** von den **zuständigen Gremien** dieser Organisationseinheit.

	sehr hoch/ hoch	mittel	weniger wichtig	noch keine Meinung	Anmerkungen (auf Basis der Gespräche)
Stadtpolitik und - verwaltung					durchgehende Meinung aller politischen Vertreter*innen über grundsätzliche Notwendigkeit eines professionellen Standortmarketings; muss jedoch leistbar sein
Kitzbüheler Leitbetriebe					Standortmarketing wird als wichtige Struktur zur Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes Kitzbühel betrachtet; hohes Beteiligungsengagement vorhanden
Kitzbühel Tourismus					grundsätzliche Befürwortung einer professionellen Standortmarketingstruktur unter vorab genau festgelegten Rahmenbedingungen und „Spielregeln“
touristische Leitbetriebe					Standortmarketing wird als wichtige Struktur zur Weiterentwicklung des Wirtschafts- & Tourismusstandortes Kitzbühel betrachtet; hohes Beteiligungsengagement vorhanden

Stadtpolitik und – verwaltung

- gemeinsame Plattform mit Wirtschaft und TVB
- Fokus auf „internes“ Marketing der Vorzüge von Kitzbühel bei Bürger*innen bzw. Einheimische
- kosteneffiziente Struktur ohne Doppelgleisigkeiten

Kitzbüheler Leitbetriebe

- offene, vertrauensvolle Kommunikation zwischen Stadt – Wirtschaft – Tourismusverband
- Zielgruppenfokus des Standortmarketings in erster Linie auf einheimische Betriebe und Bürger*innen in Stadt und Umland
- vorrangige Arbeitsschwerpunkte sollten im aktiven Standortmarketing, „employer branding“ und „Wohnort“-Marketing liegen

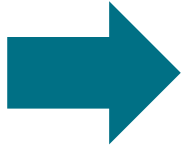
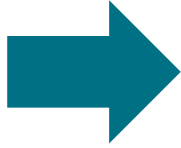
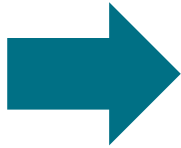

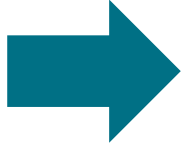
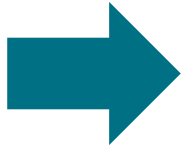
Kitzbühel Tourismus

- aktuelle bzw. neue Markenpositionierung als wichtiger Orientierungsrahmen für das Standortmarketing
- bestmögliche Ausnützung von inhaltlichen und arbeitstechnischen Synergieeffekten zwischen TVB und Standortmarketing
- ggf. Übernahme einzelner „standortmarketingaffiner“ Aufgaben des TVB in neue Standortmarketingstruktur (z.B.: Eventkoordination, etc.)

touristische Leitbetriebe

- Standortmarketing soll mithelfen, Nebensaisonen zu beleben
- „Wohnortmarketing“, Handelsstandortbelebung und „employer branding“ sollten ebenfalls wichtige Aufgabenfelder darstellen

Die (möglichen) Kernaufgabenfelder eines professionellen Standortmarketings in Kitzbühel

<p>Aufgabenfeld 1 aktives Standortmarketing</p>		<p>z.B. aktive Ansprache von Unternehmen, Hilfestellung bei Neuansiedelungen, Beratung von Haus- und Objektbesitzer*innen; Entwicklung von employer branding Aktivitäten; etc.</p>	<p>40 % der Arbeits- leistung</p>
<p>Aufgabenfeld 2 Kaufkraftbindung</p>		<p>z.B. Bewerbung und Verkauf des „Kitz Zehner“; Entwicklung gemeinsamer neuer Kunden*innenbindungsinstrumente; Bewerbung des Einkaufsstandortes Kitzbühel</p>	<p>20 % der Arbeits- leistung</p>
<p>Aufgabenfeld 3 Qualifizierungsmaßnahmen und Vereinsbetreuung</p>		<p>z.B. Entwicklung von Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für Betriebe sowie administrative Betreuung des Vereins „Wirtschaft Kitzbühel“</p>	<p>10 % der Arbeits- leistung</p>
<p>Aufgabenfeld 4 Event-Koordination</p>		<p>z.B. Koordination der lokalen Events und ggf. Übernahme bestehender bzw. Entwicklung neuer kaufkraftstärkender Veranstaltungen; Betreuung des Marktwesens</p>	<p>15 % der Arbeits- leistung</p>
<p>Aufgabenfeld 5 kommunale Sonderprojekte</p>		<p>z.B. Unterstützung bei „Baustellenmarketing“; Entwicklung von Neubürger*innen-Willkommenspakete; Know how Unterstützung bei standortspezifischen Wirtschaftsleitprojekten, etc.</p>	<p>05 % der Arbeits- leistung</p>
<p>Aufgabenfeld 6 interne administrative Aufgaben</p>		<p>z.B. Controlling, Buchhaltung(svorbereitung), interne Administration der Standortmarketing-Einheit</p>	<p>10 % der Arbeits- leistung</p>



bis Ende Mai 2023

- interne Evaluierung des Konzepts bei Stadt, Kitzbühel Tourismus und Verein „Wirtschaft Kitzbühel“
- Konkretisierung und Finalisierung des Rechtsmodells samt Vertragsentwürfe
- konkrete Standortbeirat-Akquise
- nächster Workshop mit Projektsteuergruppe

bis Ende Juni 2023

- Entscheidungen in den jeweiligen Gremien zur Beteiligung und Mitfinanzierung
- Einholung von aufsichtsbehördlichen Genehmigungen

August 2023 – Oktober 2023

- Personalsuche – Geschäftsführung
- Personalauswahl (Hearing)
- Gründung der Standortmarketingstruktur

Jänner 2024

- operativer Start der Standortmarketingstruktur