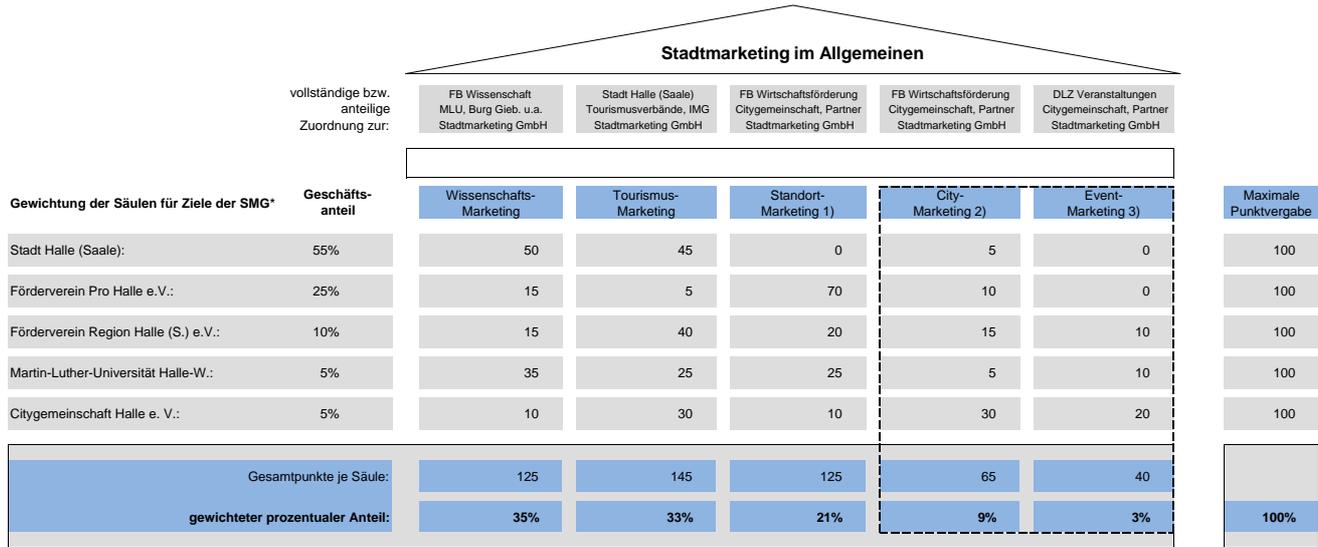


Strategische Ausrichtung und Prioritätensetzung der SMG



* 100 Punkte wurden je Gesellschafter auf die Themensäulen aufgeteilt (das Verwaltungsmarketing wurde aufgrund seiner Sonderstellung von vornherein herausgenommen)

1) Städtische Aufgaben im Standortmarketing sind Sicherung von Betriebsstätten, Ansiedlungen, Grundstücksverkäufe, Stadtentwicklung, Infrastruktur, Verkehr, Umwelt, Flächen-Recycling, Projektentwicklungen. Gemeinsame Aufgaben sind Preisverleihungen, Branchen-Stammtische, Arbeitsgemeinschaften. SMG-Aufgaben sind Werbung und Image-Aufbau bei Unternehmen, Touristen, Investoren, Familien, Studenten.

2) Städtische Aufgaben im City-Marketing sind die Einzelhandelsentwicklung und Steigerung der Attraktivität des Stadtzentrums, gemeinsame Aufgaben sind Arbeitsgemeinschaften und Preisverleihungen. Aufgaben der SMG sind die Beratung und Vermarktung von Alleinstellungsmerkmalen.

3) Städtische Aufgaben im Event-Marketing sind die Zuweisung und Bewilligung von Events, Plätzen und (Mit-)veranstalterschaft, gemeinsame Aufgaben Arbeitsgemeinschaften, Programmgestaltung und Preisverleihungen. Aufgaben der SMG sind Beratung, Unterstützung bei USPs und Vermarktung.