

# Merkblatt zu City-, Stadt- und Standortmarketing

In einer weiten Definition umfasst der Begriff Stadtmarketing all jene Aktivitäten, die in Kooperation zwischen diversen öffentlichen und privaten Akteuren durchgeführt werden mit dem Ziel, die Attraktivität einer Stadt (Stadtmarketing) bzw. eines Standortes wie beispielsweise einer Verbandsgemeinde (z.B. Standortmarketing) oder räumlich enger gefasst eines Innenstadtbereiches (Citymarketing) für relevante Zielgruppen wie Kaufleute, Immobilienbesitzer, Einwohner, Besucher, etc. zu erhöhen. Ziel ist es, alle wichtigen Akteure in einen kooperativen Prozess der Stadtentwicklung einzubinden. Durch einfache, aber strukturierte Kommunikation soll eine langfristige Partnerschaft der Akteure begründet werden, welche auf der Interessensintensität hinsichtlich einer Verbesserung der Standortattraktivität basiert.

Nähere Informationen zum Thema können Sie dem unter Downloads eingestellten Merkblatt entnehmen.

## ANSPRECHPARTNER



Standortpolitik

**DR. MATTHIAS SCHMITT**

Tel.: 0651 9777-901  
Fax: 0651 9777-505  
schmitt@trier.ihk.de



Standortpolitik

**STEFAN ROMMELFANGER**

Tel.: 0651 9777-930  
Fax: 0651 9777-505  
stefan.rommelfanger@trier.ihk.de

## DOWNLOAD

**Merkblatt zu City-, Stadt- und Standortmarketing**

<https://www.ihk-trier.de/ihk-trier/Integrale?>

[MODULE=Frontend.Media&ACTION=ViewMediaObject&Media.PK=21301&Media.Object.ObjectType=full](https://www.ihk-trier.de/ihk-trier/Integrale?MODULE=Frontend.Media&ACTION=ViewMediaObject&Media.PK=21301&Media.Object.ObjectType=full)