



Stadtmarketing Hall in Tirol **Strategie 2030**

Februar 2024



Inhaltsverzeichnis

1.	Hall in Tirol	4	4.2.3.8.	Der Haller Bauernmarkt	19
1.1.	Hall statistisch gesehen	4	4.2.3.9.	Hall als Tagungs- und Kongressstadt	19
1.2.	Starker Wirtschaftsraum mit Zukunft	5	4.2.3.10.	Eduard Wallnöfer Zentrum (EWZ) und Berufsschulen	19
2.	Die Organisation des Stadtmarketing Hall in Tirol	7	4.2.3.11.	Marktforschung	19
3.	Selbstverständnis des Stadtmarketing Hall	8	4.2.3.12.	Kundenorientierte Öffnungszeiten, Servicequalität der inhabergeführten Unternehmen	19
4.	„Vier-Säulen-Konzept“ des Stadtmarketing Hall in Tirol	9	4.3.	Tourismusmarketing	20
4.1.	Verwaltungsmarketing	9	4.3.1.	Ziele des Tourismusmarketings	20
4.1.1.	Ziele des Verwaltungsmarketings	10	4.3.2.	Zielgruppen des Tourismusmarketings	20
4.1.2.	Zielgruppen des Verwaltungsmarketings	10	4.3.3.	Aufgaben des Tourismusmarketings	20
4.1.3.	Aufgaben des Verwaltungsmarketings	10	4.4.	Standortmarketing	21
4.2.	Citymarketing	10	4.4.1.	Ziele des Standortmarketings	21
4.2.1.	Ziele des Citymarketings	10	4.4.2.	Zielgruppen des Standortmarketings	21
4.2.1.1.	Steigerung der Stadtidentität	10	4.4.3.	Aufgaben des Standortmarketings	21
4.2.1.2.	Altstadt lebenswert gestalten	10	4.5.	Image der Stadt: Kommunikation	21
4.2.1.3.	Frequenzsteigerung in der Altstadt	10	4.5.1.	Kommunikation nach innen	21
4.2.1.4.	Verweildauer erhöhen	10	4.5.1.1.	Verein der Haller Kaufleute, Tourismusverband	21
4.2.1.5.	Kaufkraftbindung und -zuflüsse	10	4.5.1.2.	Plattform „Stadtmarketing Tirol“	22
4.2.2.	Zielgruppen des Citymarketings	12	4.5.1.3.	Verein Stadtmarketing Austria	22
4.2.3.	Aufgaben des Citymarketings	12	4.5.1.4.	Vorträge, Referate, Einladungen, Schulprojekte	22
4.2.3.1.	Das Stadtmarketing Hall in Tirol als Veranstalter	12	4.5.2.	Kommunikation nach außen	22
4.2.3.2.	Veranstaltungshilfe und -beratung	15	4.5.2.1.	Corporate Design, Markenpflege	22
4.2.3.3.	Veranstaltungskoordination	16	4.5.2.2.	Inserate, Printwerbung, Werbekooperationen	22
4.2.3.4.	Geschäftsflächenmanagement und Betriebsansiedelungen in der Altstadt	16	4.5.2.3.	Eigene Printmedien	22
4.2.3.5.	Bestandspflege der ansässigen Unternehmen in der Altstadt	17	4.5.2.4.	Medienarbeit	22
4.2.3.6.	Einkaufsmünze DER GULDINER	17	4.5.2.5.	web, web2.0, neue Medien	22
4.2.3.7.	Digital-Lotsen	17	4.5.2.6.	Vermietung von Werbeflächen (Steh tafeln)	22

IMPRESSUM: Stadtmarketing Hall in Tirol, 2024

Produktion: Ablinger Garber Media GmbH, Fotos: watzek-photografie.com



1. Hall in Tirol

Hall ist Zentrum der Region, Bezirkshauptstadt, Universitäts-, Gerichts- und Wirtschaftsstandort, Sitz des Landeskrankenhauses Hall und der Landes-Pflegeklinik Tirol, traditionsreiche Schulstadt und kultureller Treffpunkt. (Stand: Februar 2024)

1.1. Hall statistisch gesehen

Von der Lage bis zum Hausberg

Hall in Tirol liegt auf 575,30 Meter Seehöhe im Zentrum des Inntales, mitten im Herzen Tirols. Die Stadt erstreckt sich über 5,54 Quadratkilometer, wobei der Altstadtkern als Westösterreichs größter gilt. Bekannteste Nachbargemeinde ist die Landeshauptstadt Innsbruck die nur wenige Kilometer westlich liegt. Im Norden grenzen Thaur, Absam und Mils an Hall, im Osten die Gemeinde Volders und im Süden Ampass und Tulfes. Auf dem Gemeindegebiet von Tulfes befindet sich auch der Hausberg der Haller, der Glungezer (2.677m), mit einem Ski- und Wandergebiet. Der Glungezer gehört zu den Tuxer Alpen, die vom Inntal bis ins Zillertal reichen. Geologisch und auch optisch beherrscht das Karwendel mit dem Bettelwurf (2.752m) die Aussicht in Richtung Norden. Der genaue Standort mit dem Turm der

Pfarrkirche St. Nikolaus in der Altstadt von Hall in Tirol ist in Längen- und Breitengrad ausgedrückt: 11° 30' 25,07" - Ost, 47° 16' 54,03" - Nord.

Einwohner – von der Anzahl bis zur Herkunft

In der Stadtgemeinde Hall in Tirol waren zum Stichtag, 31. Dezember 2023, 14.771 Personen (davon 7.146 männlich und 7.625 weiblich) mit Hauptwohnsitz, und 1.280 (davon 599 männlich und 681 weiblich) mit Nebenwohnsitz gemeldet. Die Immigranten (Hauptwohnsitz) nach Zahlen geordnet: Türkei mit 563, Deutschland mit 537, Kroatien mit 404, Ukraine mit 229, Rumänien mit 217, Italien mit 212, Serbien mit 206, Bulgarien mit 177, Bosnien-Herzegowina mit 171, Syrien mit 163, Afghanistan mit 119, Russland 77, Ungarn mit 69, sowie Polen mit 67. Der Rest verteilt sich auf Länder aus der gesamten Welt.

Bedeutung für die Region

Hall in Tirol ist die Bezirkshauptstadt des Bezirkes Innsbruck-Land. Die Bezirkshauptmannschaft befindet sich in Innsbruck. Bezirksweite Aufgaben erfüllt Hall in Tirol unter anderem als Standort für das Bezirksgericht. Mit 1.1.2011 wurde das Bezirkskrankenhaus und das Psychiatrische Krankenhaus unter dem Dach der TILAK zum Landeskrankenhaus Hall fusioniert. Die Vielzahl an Schulen in der Stadt, die 2004 durch die Privatuniversität UMIT erweitert wurde, ergibt ein breites Bil-

dungsangebot: drei Volksschulen, zwei Mittelschulen, eine Polytechnische Schule, ein Sonderpädagogisches Zentrum, das Gymnasium der Franziskaner, die Bundeshandelsakademie und Bundeshandelsschule, die Landesberufsschule für Floristen und Landschaftsgärtner, die Landesberufsschule für Fotografen und Optiker mit angeschlossener HTL für Optometrie, sowie die städtische Musikschule.

Das Vereinsleben erfreut sich in Hall großer Beliebtheit und einer langen Tradition. 150 Vereine, davon zwölf Kulturorganisationen und zwölf Musikvereine beleben die Haller Gemeinschaft.

Hall in Tirol ist mit den umliegenden Gemeinden durch ein gut ausgebautes öffentliches Nahverkehrsnetz in Form eines Bahnanschlusses, mehrerer Bushaltestellen sowie Taxisständen verbunden. Durch Hall führt die Bundesstraße B171, die über zwei Auf- und Abfahrten mit der Autobahn A12 verbunden ist. 1.066 Tiefgaragenplätze plus 266 Stellplätze in und um die Altstadt ermöglichen bei privater Anfahrt Parkmöglichkeiten.

Wirtschaft

1576 gemeldete Dienstleistungs- und Produktionsbetriebe unterstreichen die Bedeutung der Stadt Hall als Wirtschaftsstandort für die gesamte Region. Unter dem Dach der Hall AG wird seit 2007 ein Großteil der unternehmerischen Aktivitäten der Stadtgemeinde Hall in Tirol zusammengefasst. Die Hall AG bietet in der Region Hall Versorgungsleistungen in den Bereichen Wasser, Strom, Fernwärme sowie Informationstechnologien an. Die Stadt Hall in Tirol Immobilien GmbH ist verantwortlich für die Verwaltung aller Immobilien der Stadtgemeinde Hall sowie für den Betrieb von Tourismus-, Freizeit- und Veranstaltungseinrichtungen. In der gesamten Unternehmensgruppe sind 106 Mitarbeiter beschäftigt.

Tourismus

Die Stadt Hall verzeichnet im Schnitt jährlich ca. 120.000 Nächtigungen (Region Hall-Wattens: 350.000). Der Hauptanteil der Besucher liegt zum einen durch seine geographische Lage und zum anderen durch sein kulturelles Angebot und die hohe Anzahl von Geschäftsreisenden bei den Kurzaufenthalten.

Die Gemeindeführung

Die 21 Mandate im Haller Gemeinderat verteilen sich auf sechs Fraktionen:

Dr. Christian Margreiter.Für Hall, Volkspartei Hall Team Werner Hackl, SPÖ Hall & Parteifreie. Mag.a Julia Schmid & Team, Die Grünen Hall + Unabhängige, FPÖ - Die Haller Frei-



heitlichen, MFG Menschen Freiheit Grundrechte.

Der direkt gewählte Bürgermeister der Stadt Hall in Tirol heißt Dr. Christian Margreiter (Dr. Christian Margreiter.Für Hall).

1.2. Starker Wirtschaftsraum mit Zukunft

Die Stadt Hall in Tirol bietet durch ihre Lage im Zentrum Tirols und dem größten Altstadtkern Westösterreichs der Wirtschaft besondere Voraussetzungen und Möglichkeiten. Über 1500 Betriebsstätten von Kleinunternehmen bis zu internationalen Marktführern zeugen von einer gesunden Mischung. Hall in Tirol etabliert sich weiter als interessanter Unternehmensstandort, denn allein in den letzten sieben Jahren haben sich an die 300 (!) neue Betriebe angesiedelt.

Die Altstadt, das Herz von Hall, ist im Gegensatz zu vielen anderen Ortskernen in Österreich ein Beispiel eines gesunden Wirtschaftsraumes auf kleinem Raum. Rund 2.000 Einwohner stehen dort heute 300 Betriebsstätten gegenüber – so vielen wie nie zuvor. Während sich durch die vorgegebenen Größenordnungen der Räumlichkeiten hier zumeist klein- bis mittelständische Unternehmen angesiedelt haben, sind an der Peripherie Betriebe aller Größen vorzufinden.

Mit rund 1380 Mitarbeitern ist das Bauunternehmen Fröschl



der größte private Arbeitgeber in Hall, gefolgt von Felder Holzbearbeitungsmaschinen (775), Dinkhauser Kartongen (339), Gebrüder Weiss (260), UMIT – Private Universität für Gesundheitswissenschaften, medizinische Informatik und Technik (250), Tiroler Rohre (230), Pappas Tirol (187), SWACRIT systems (180) und Bernard Gruppe (170). Auf den

weiteren Plätzen folgen RAGG, Recheis Teigwaren, Hörtnagl, Interfood Lebensmittelgroßhandel und Mode von Feucht. Die öffentliche Hand gehört ebenfalls zu den größten Arbeitgebern Halls. Mit 1.1.2011 wurde das Bezirkskrankenhaus Hall in Tirol in die tirol kliniken integriert und gleichzeitig mit dem Psychiatrischen Krankenhaus Hall

zum Landeskrankenhaus Hall fusioniert (1700). Neben der Stadtverwaltung (47) im Rathaus kümmern sich die städtischen Einrichtungen Bauhof, Gärtnerei, Friedhof, Bücherei und Sportplätze (43), Kindergärten und Schulen (131), die Wohn- und Pflegeheime (150) und die Hall AG (106) um wichtige öffentliche Aufgaben.

Für jedes einzelne Unternehmen und für den gesamten Wirtschaftsstandort unentbehrlich ist eine funktionierende Infrastruktur, die in Hall ideale Voraussetzungen bietet. Verkehrstechnisch ist Hall mittels zweier Autobahnabfahrten, zwei Personenbahnhöfen und einen Güterbahnhof sowie mehreren Buslinien bestmöglich erreichbar. Touristisch gesehen wartet Hall mit einer Fülle an Sehenswürdigkeiten und kulturellen Veranstaltungen auf, sowie den nötigen Unterbringungsmöglichkeiten vom 4-Sterne-Hotel bis zum Campingplatz.

Als Bezirkshauptstadt stellt Hall zwar nicht den Sitz der Bezirkshauptmannschaft, dieser befindet sich in Innsbruck, wohl aber den des Bezirksgerichtes und des Bezirksforstamtes.

2. Die Organisation des Stadtmarketing Hall in Tirol

Im Jahr 1998 schlossen sich die Stadtgemeinde Hall in Tirol, der Tourismusverband Hall/Thaur und der Verein der Haller Kaufleute unter dem Titel Arge Hall-Büro zu einer Arbeitsgemeinschaft (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) zusammen um „durch geeignete Einrichtungen und Maßnahmen das wirtschaftliche und kulturelle Leben in Hall zu fördern“. Das Jahresbudget betrug anfangs Euro 130.000. Seit 1. Jänner 2006 wird das Stadtmarketing Hall in Tirol als Abteilung im Tourismusverband Region Hall-Wattens geführt.

Ein Vertrag zwischen der Stadtgemeinde Hall, dem Tourismusverband Region Hall-Wattens, der Hall AG und dem Verein der Haller Kaufleute bildet die Grundlage der Einrichtung „Stadtmarketing“ und enthält Regelungen über die Zusammenarbeit. Zur Absicherung einer mittelfristigen Planung wurde der Vertrag mit einem Kündigungsverzicht von fünf Jahren abgeschlossen.



Der Steuerungsausschuss

Der Steuerungsausschuss wurde eingerichtet zur Beurteilung der von der Abteilung Stadtmarketing erbrachten Leistungen, zur Erörterung der Maßnahmen und Initiativen, zur Unterbreitung des Subventionsvorschlages, zur Änderung des Vertrages und zur Schlichtung von Meinungsverschiedenheiten. Jeder der vier Partner entsendet 2 Mitgliedervertreter, wovon je ein Vertreter der Hall AG und des Vereines der Haller Kaufleute kein Stimmrecht haben.

– Stadtgemeinde Hall in Tirol:

DI Dr. Werner Hackl, 2. Bürgermeister-Stellvertreter
Ing. Dieter Schirak, Gemeinderat

– Tourismusverband Region Hall-Wattens:

Mag. Dr. Werner Schiffner, Obmann des Tourismusverbandes Region Hall-Wattens
Leopold Feucht, Aufsichtsrat im Tourismusverband Region Hall-Wattens, „Mode von Feucht“

– Hall AG:

Vorstandsvorsitzender Mag. Christian Holzknecht
Vorstand DI Mag. Artur Egger

– Verein der Haller Kaufleute

Richard Madersbacher, Obmann im Verein der Haller Kaufleute, Augenoptiker Madersbacher
Petra Kaminsky, Obmann-Stellvertreterin im Verein der Haller Kaufleute

Die Finanzierung

Die Finanzierung der Abteilung Stadtmarketing erfolgt durch die Stadtgemeinde Hall und den Tourismusverband in etwa zu gleichen Teilen (Euro 165.000), der Hall AG (Euro 10.000) und dem Verein der Haller Kaufleute (ca. Euro 6.000).

Aus dem Bestreben wirtschaftlich zu agieren, lukriert das Stadtmarketing darüber hinaus Einnahmen über Teilnahmegebühren, Standvermietungen, Vermietung von Werbeflächen und Sponsoring, Einwerben von Drittmitteln, in der Höhe von ca. Euro 60.000.

Das Gesamtbudget des Stadtmarketing beträgt daher ca. Euro 400.000.

Darüber hinaus werden von allen vier Partnern stadtmärketnahe Leistungen erbracht, die jedoch nicht über das Stadtmarketing verrechnet werden (z. B. Gratisparkstunde in den Tiefgaragen, Montage der Weihnachtsbeleuchtung, Büroinfrastruktur).

Mitarbeiterstand

Das Stadtmarketing Hall beschäftigt drei MitarbeiterInnen.

Mitgliedschaft

Das Stadtmarketing Hall in Tirol ist Mitglied im Dachverband „Stadtmarketing Austria“.

3. Selbstverständnis des Stadtmarketing Hall

Im zunehmenden Wettbewerb der Städte und Regionen wird professionelles Marketing immer wichtiger. Aus Sicht der verschiedenen Zielgruppen (Bewohner, Beschäftigte, Unternehmer, Hauseigentümer, Besucher) konkurrieren Standorte als Lebensraum und Wohnort, Wirtschaftsraum, Einkaufs- und Kulturstadt sowie als Erholungsraum.

Das Stadtmarketing Hall ist Teil einer langfristig angelegten Stadtkonzeption um den Standort wettbewerbsfähiger zu ma-

chen und dabei gleichzeitig Nutzungskonflikte auszutarieren. Das Stadtmarketing richtet sich dabei sowohl nach außen (Investoren, Touristen, Arbeits- und Wohnungssuchende) als auch nach innen (Bürger, Anwohner, ansässige Unternehmen, Mitarbeiter). Neben den innerörtlichen Verbesserungs- und Entwicklungszielen strebt das Stadtmarketing danach, die Stadt nach außen als einzigartig und unverwechselbar darzustellen, sie mit Hilfe individueller Alleinstellungsmerkmale so zu positionieren, dass sie sich von anderen Städten/Regionen und Mitbewerbern positiv abhebt.



Ziel des Stadtmarketings Hall ist es somit, die Stadt bzw. die Region als Wirtschafts- und Lebensraum und für Besucher attraktiver zu machen.

Mit dem Stadtmarketing bedient man sich eines modernen Managementinstruments für eine ganzheitliche Stadtentwicklung, letztendlich geht es um einen niemals endenden Kommunikationsprozess.

Im Stadtmarketing werden die folgenden Ziele verfolgt:

- Steigerung der Altstadtbelebung und der Kaufkraftbindung
- Erhöhte Identifikation der Bürger mit „ihrer“ Stadt
- Steigerung der Zufriedenheit städtischer „Kunden“
- Steigerung der Attraktivität der Stadt unter besonderer Berücksichtigung der Altstadt
- Verbesserung und Verbreitung eines positiven Stadtimages
- Bessere Positionierung der Stadt gegenüber Wettbewerbern
- Steigerung der Effektivität von Einrichtungen und Maßnahmen zur Stadtentwicklung
- Erschließung der innerstädtischen Entwicklungspotentiale
- Bessere Nutzung und Lenkung städtischer Ressourcen
- Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen wichtigen Handlungsträgern in der Stadt

4. „Vier-Säulen-Konzept“ des Stadtmarketing Hall in Tirol

Von der Gründung des Stadtmarketing Hall (1998) bis etwa in das Jahr 2011 lag der Fokus insbesondere im klassischen Citymarketing (vor allem im Veranstaltungsbereich).

Eine Studie der „Cima Beratung + Management GmbH“ (2010) empfahl eine Weiterentwicklung des Stadtmarketings in Richtung „3. Generation“. Dabei sollte das Stadtmarketing schrittweise in eine eigenständige Standort- und Stadtmarketingeinheit mit breitem Aufgabenspektrum sowie einem stärkeren Fokus auf die Einnahmenentwicklung transformiert werden.

Ein mehrteiliger moderierter Strategieworkshop mit „Trasser Markenberatung“ (2011) entwickelte – aufbauend auf die Cima-Studie – für das Stadtmarketing ein Vier-Säulen-Konzept, das neben dem bisher betriebenen **Citymarketing** die neuen Aufgabenbereiche **Verwaltungsmarketing**, **Tourismusmarketing** und **Standortmarketing** erschließt.

Jede der vier Säulen Verwaltungsmarketing, Citymarketing, Tourismusmarketing, Standortmarketing definiert für sich Ziele, Zielgruppen und einen Aufgabenkatalog.

Dem darüber gelegten „Dach“ liegt die Erkenntnis zugrunde, dass das Image der Stadt Hall in Tirol durch alle Leistungsträger der Stadt gemeinsam gebildet wird.

Das Dach Image der Stadt Hall definiert vor allem säulenübergreifende Kommunikationsleistungen.

Das Vier-Säulen-Konzept ermöglicht eine strukturiere Betrachtung aller Aufgabenbereiche und eine neue Arbeitsteilung für die mit dem Stadtmarketing befassten Institutionen.

4.1. Verwaltungsmarketing

Im Verwaltungsmarketing wird versucht, die Leistungen der Gemeindeverwaltung an den Interessen der Bürger auszurichten.

STADTMARKETING HALL IN TIROL 1998 BIS 2011



Abbildung 1: Stadtmarketing der „ersten Generation“ 1998 bis 2011

Vier-Säulen-Konzept des Stadtmarketing Hall in Tirol



Abbildung 2: Vier-Säulen Konzept des Stadtmarketing Hall in Tirol (ab 2012)

Vier-Säulen-Konzept des Stadtmarketing Hall in Tirol



Abbildung 3: Verwaltungsmarketing im Vier-Säulen-Modell

Vier-Säulen-Konzept des Stadtmarketing Hall in Tirol



Abbildung 4: Citymarketing im Vier-Säulen-Modell

4.1.1. Ziele des Verwaltungsmarketings

Ziel des Verwaltungsmarketing ist, das gesamte Leistungsangebot der Gemeinde positiv darzustellen, es im Vergleich zu konkurrierenden Städten hervorzuheben, kommunale Dienstleistungen und Einrichtungen optimal zu vernetzen und die Bürger und andere Nutzer (Eigentümer, Unternehmer, Gäste) zufrieden zu stellen.

4.1.2. Zielgruppen des Verwaltungsmarketings

Das Verwaltungsmarketing ist sowohl nach innen (zu den Beschäftigten) als auch nach außen gerichtet. Anknüpfungspunkt für das Stadtmarketing ist das Außenmarketing, somit die Mitgestaltung der Austauschbeziehungen zu Nutzern und Partnern der städtischen Leistungen.

4.1.3. Aufgaben des Verwaltungsmarketings

Anknüpfungspunkte des Stadtmarketing an das Verwaltungsmarketing sind vor allem Kommunikationsleistungen wie die Pflege und Wartung der Homepage der Stadt Hall www.hall-in-tirol.at, die Pflege des Newsletters mit Verwaltungsnachrichten, die Pflege des CD (Logo) und die Mithilfe bei der Gestaltung und Abwicklung von Inseraten, Filmen und Medienarbeit.

Das Stadtmarketing führt einen Terminkalender mit Veranstaltungen auf öffentlichen Plätzen, in Abstimmung mit der Veranstaltungsbehörde werden dadurch Terminkollisionen verhindert.

4.2. Citymarketing

Citymarketing hat in erster Linie die Aufgabe die Attraktivität der Haller Altstadt zu steigern, um damit Kunden- und Besucherströme ins Stadtzentrum zu ziehen und eine Belebung der Altstadt in wirtschaftlicher und kultureller Hinsicht zu erwirken. Das Citymarketing zielt vor allem auf eine positive Einzelhandels- und Tourismusentwicklung ab.

4.2.1. Ziele des Citymarketings

Das Citymarketing definiert fünf Ziele, die es zu erreichen gilt. Jede einzelne Tätigkeit des Citymarketings muss

grundsätzlich der Überprüfung dieser fünf Ziele standhalten. Dient ein Projekt nicht der Erreichung aller fünf Ziele, fällt es nicht in das Aufgabengebiet des Citymarketings.

4.2.1.1. Steigerung der Stadtidentität

Die Steigerung der Stadtidentität bedeutet die emotionale Bindung der Bürger an „ihre“ Stadt, die Stärkung des „WIR-Gefühls“, die Vernetzung der einzelnen städtischen Leistungsträger und damit die Stärkung des Zusammenhörigkeitsgefühls sowie die Betonung der Wichtigkeit der Nahversorgung.

Die Branchenvielfalt, die zahlreichen inhabergeführten Unternehmen, das besondere Flair und die ausgeprägte Servicequalität ermöglichen eine zielgruppenorientierte Vermarktung. Alle Maßnahmen des Stadtmarketings zielen auf die Förderung dieses besonderen Einkaufserlebnisses ab.

4.2.1.2. Altstadt lebenswert gestalten

In der Haller Altstadt sind etwa 330 Betriebe, Freiberufler und öffentliche Einrichtungen angesiedelt, bei denen etwa 2.000 Menschen Arbeit finden. Eine vitale Wirtschaft ist die Grundlage für ein lebendiges, kulturell ansprechendes und sozial sicheres Zusammenleben. Die Altstadt ist jedoch mehr als ein Wirtschaftsstandort, im zugleich bevölkerungsstärksten Stadtteil wohnen ca. 2.000 Menschen. Daher ist die vernünftige Abstimmung der divergierenden Interessen der verschiedenen Gruppen und das Aushandeln der Nutzungskonflikte Ziel des Citymarketings.

4.2.1.3. Frequenzsteigerung in der Altstadt

Es ist Ziel des Citymarketings die Passantenfrequenz in der Altstadt quantitativ und qualitativ zu steigern.

4.2.1.4. Verweildauer erhöhen

Zahlreiche Studien belegen, dass bei einer Erhöhung der Verweildauer in der Altstadt (von Einheimischen und Gästen) die Ausgaben pro Kopf überproportional steigen. Ein wesentlicher Beitrag zur Erhöhung der Verweildauer ist durch die innerstädtische Vernetzung von Leistungen und das Ausnutzen von Synergien zu erreichen. Beispiele dafür sind die Kombination von Besuch der Burg Hasegg und Stadtführung, Besuch des Adventmarktes und Museumsbesuch, Kongressbesuch im Salzlager mit Mittagsmenüs in der Altstadt.

4.2.1.5. Kaufkraftbindung und -zuflüsse

Die wenigsten Haushalte tätigen ihre gesamten Einkäufe am Wohnort. Zumindest ein Teil wird in anderen Orten oder Einkaufszentren in der Region erledigt wodurch Kaufkraftströme entstehen.





Ziel des Citymarketings ist, die vorhandene Kaufkraft in der Region an die Stadt zu binden bzw. für einen positiven Kaufkraftsaldo zu sorgen.

4.2.2. Zielgruppen des Citymarketings

Gebietsmäßig befasst sich das Citymarketing mit der Altstadt, der Burg Hasegg und dem Salinengelände. Zielgruppen des Citymarketings sind in erster Linie die Bewohner und Unternehmer der Altstadt bzw. die Bürger der Stadt Hall. Des Weiteren zielt das Citymarketing auf die Bevölkerung im Einzugsgebiet der Haller Altstadt, welches in etwa deckungsgleich mit den Mitgliedsgemeinden der Tourismusregion Hall-Wattens ist. In diesem Gebiet können Veranstaltungen und Serviceangebote des Stadtmarketings mit klassischen Werbemitteln bedient werden.

4.2.3. Aufgaben des Citymarketings

Im Rahmen des Citymarketings werden die folgenden Aufgaben erfüllt.

4.2.3.1. Das Stadtmarketing Hall in Tirol als Veranstalter

Das Stadtmarketing ist als Veranstalter tätig, weil Veranstaltungen

- beleben die Stadt, bringen neue Zielgruppen in die Altstadt, steigern die Frequenz, erhöhen die Verweildauer, bringen Kaufkraftzuflüsse, schaffen Stadtidentität (WIR-Gefühl), vermitteln ein positives Stadtimago und sorgen für ein städtisches Flair.
- mediale Aufmerksamkeit mit sich bringen.
- ermöglichen, verschiedene Interessensgruppen für ein gemeinsames Projekt zu gewinnen und wichtige Botschaften transportieren können (Servicequalität der Betriebe, kulturelles Angebot der Stadt etc.).

Um möglichst viele Interessensgruppen für das Stadtmarketing zu gewinnen, werden für die Durchführung von Veranstaltungen Kooperationspartner und Sponsoren eingebunden.

Die Veranstaltungen werden jährlich evaluiert.

Veranstaltungen des Stadtmarketing Hall in Tirol

(Auswahl/Änderungen vorbehalten)

Flohmarkt von und für Kinder

Mehrmals im Jahr gibt es für Kinder einen eigenen Flohmarkt von und für Kinder am Oberen Stadtplatz in Hall in Tirol: Kinder können selbstständig mit ihren Altersgenossen auf dem Openair-Flohmarkt handeln und feilschen. Für die Kinder bietet sich nicht nur Gelegenheit nach gebrauchten Büchern und Kleidern zu stöbern, sie können auch den Umgang mit Kaufen und Verkaufen, Handeln und Tauschen üben. Die Teilnahme am Kinderflohmarkt ist kostenlos, allerdings ist eine Voranmeldung verpflichtend!

Tag der offenen Rathaustür

Das historische Rathaus der Stadt Hall blickt auf eine wechselvolle Geschichte zurück. Das betrifft sowohl die baulichen Einflüsse der verschiedenen Epochen, als auch die Funktionen des Gebäudes sowie auch die Menschen, die dieses Rathaus geprägt haben. Die historischen Räumlichkeiten sind an diesen Tagen im Rahmen von Schulführungen oder mit Gruppenführung zugänglich.

Haller Ostermarkt und Ausstellung „Kunst am Ei“

Osternester, Kerzen und Eier aller Art sowie verschiedene Osterdekorationen werden von den Standbetreibern am Haller Ostermarkt angeboten. Darüber hinaus gibt es Bioprodukte, regionale Schmankerl und Osterspezialitäten aus Konditorenhand. Für die kleinen Besucher haben die Kinderfreunde viele lustige und kreative Spiele vorbereitet und Samstag könnte sogar der Osterhase persönlich vorbei kommen... Parallel zum Markt findet die einzigartige Ausstellung „Kunst am Ei“ im Barocken Stadtsaal statt.

Haller Nightseeing

Wenn unzählige Besucher durch die Gassen flanieren, Kunst- und Kulturliebhaber in die Geschichte der Stadt eintauchen und Musikgruppen die Stadt zum swingen bringen, wird die Nacht zum Tag und die Salinenstadt feiert ihr „Haller Nightseeing“.

Kostenlose Führungen zu ausgewählten Sehenswürdigkeiten zeigen Kulturschätze, die in dieser Form nur an diesem Abend zugänglich sind. Am Stiftsplatz findet ein großer Nachtmarkt mit Kunsthandwerk und Selbstgemachtem statt. Zusätzlich haben Geschäfte und Gastronomiebetriebe in der Haller Altstadt bis 23 Uhr geöffnet

und warten mit vielen Attraktionen, Live-Musik und Überraschungen auf.

Haller Radieschenfest

Als „größter Gemüsegarten Österreichs“ wird die Gegend rund um die Orte Thaur und Absam oft bezeichnet. 60% aller in Österreich angebauten Radieschen und viele weitere Gemüsesorten werden hier in der „Genussregion Nordtiroler Gemüse“ angebaut. Die Ernte wird beim alljährlichen Radieschenfest in der Haller Altstadt bei Musik, heimischen Schmankerln und natürlich Radieschen gefeiert.

Gastgarten Wandermusik

Jeden Donnerstag im Sommer von 18 bis 21 Uhr
Mehrere Musikgruppen „wandern“ durch die Haller Altstadt und spielen in den verschiedenen Gästgärten

Haller Setzlings- und Pflanzenmarkt

Setzlinge, Saatgut, Pflanzen und Kräuter aller Art werden von HobbygärtnerInnen, Vereinen und einer Bio-Gärtnerei zum Verkauf angeboten.

Direkt vor Ort können sich die Pflanzenfreunde Tipps, Tricks und Informationen bei den Profis holen und ihre Setzlinge zu Hause großziehen und erblühen lassen.

Naturpark Karwendel zu Gast in Hall

Der größte Naturpark Österreichs präsentiert sich in der Haller Altstadt. Mit dabei sind der Tourismusverband Region Hall-Wattens, die Österreichischen Bundesforste, der Landesforstdienst und das Stadtmarketing Hall. Mit der Karwendelolympiade und anderen Stationen zum Schauen und Probieren können Groß und Klein das „Schutzgebiet vor der Haustür“ näher kennenlernen.

Tiroler Braukost – Tiroler Brauereien präsentieren sich in Hall

Die Kunst des Bierbrauens wurde wiederentdeckt und inzwischen finden sich immer mehr kleine lokale Brauereien, wo das Handwerk mit Leidenschaft ausgeübt wird. Tiroler Biererzeuger zeigen ihre besonderen Produkte in der Haller Altstadt.

Offenes Werkstor Hall in Tirol

12 Betriebe, 6 Touren, 2 x 99 Minuten: Offenes Werkstor Hall in Tirol ist ein innovatives, österreichweit einzigartiges Veranstaltungsformat; ermöglicht Besuchern, Betriebe in der Region kennen zu lernen; bietet Industrie- und Gewerbebetrieben eine Bühne.



Treffpunkt Bühne

Durchs Essen, Trinken und Tanzen kommen die Leute z´amm! Die Organisatoren von KOMM ENT Hall - Integration und vom Stadtmarketing Hall in Tirol freuen sich auf zahlreiche Besucher sowie Essen und Musik aus aller Welt.

Made in Tyrol – Der Markt

Der Markt für Kunsthandwerk und Selbstgemachtes aus Tirol. Über vierzig Ausstellerinnen und Aussteller präsentieren ihre selbstgemachten Produkte am Stiftsplatz.

Klangstadt Hall in Tirol

Alljährlich treffen sich Musikerinnen und Musiker, die fest verwurzelt in der alpenländischen Tradition sind, mit Grenzgängern der Volksmusik und Ensembles, deren Musik Blüten in die verschiedensten musikalischen Richtungen treibt. Musiziert und gesungen wird in den verschiedenen Gastgärten der Haller Altstadt.

Haller Weinkost

Gastrobetriebe stellen Qualitätsweine in den Mittelpunkt der sommerlichen Haller Weinkost. Die WinzerInnen, Sommeliers und Weinbotschafter sind selbst vor Ort, erklären gerne ihre erlesenen Produkte und bieten diese zur Verkostung und zum Kauf an.

Haller Töpfermarkt

Im Sommer wird Hall in Tirol für drei Tage wieder zur „Dreh-scheibe“ der nationalen und internationalen Töpferkunst. Passend zum mittelalterlichen Flair der Stadtkulisse zeigen etwa 30 Meister-Töpfer aus Österreich und den angrenzenden Ländern eines der ältesten Kunsthandwerke in der Bachlechnerstraße in Hall in Tirol.

Bio-Bergbauernfest

Der Markt der Tiroler Biobäuerinnen und Biobauern ist eine fixe Größe im Tiroler Veranstaltungskalender, bietet KundInnen ein vielfältiges Angebot an regionalen Bio-Lebensmitteln von Brot, Tiroler Kuh-, Schaf- und Ziegenmilchkäse, Obst, Gemüse, Eier, Speck und Würste über Kräuter, Marmeladen, Honig, bis hin zu Likören, Edelbränden und Wein und Informationen über die Bio-Landwirtschaft aus erster Hand. Die Veranstaltung von Verein BIO AUSTRIA Tirol, der Tiroler Bio-Marke BIO vom BERG und dem Stadtmarketing Hall wird als Green Event ausgetragen.

Haller Vintage- und Upcycling-Markt

Hochwertige Vintage-Mode, Designerware und Retro-Schick aus den 50er-, 60er-, 70er-, 80er- und 90er-Jahren. Aus alten, unbrauchbar gewordenen Dingen zaubern UpcyclerInnen neue Produkte, die darauf warten als Schätze wieder entdeckt zu werden.

Blasmusiktag

Mit dem Blasmusiktag feiern die Salinenmusik Hall und die Speckbacher Stadtmusik die verbindende Liebe zur Musik. Gemeinsam mit Jugendkapellen aus der Region zeigen die beiden traditionsreichen Haller Musikkapellen, wie facettenreich die Blasmusik sein kann.

Freudenfeuer Hall

Als Vorbild dient ein historischer Vorläufer des Stadtfestes, das zeitgenössisch so genannte „Freudenfeuer“. Es handelte sich dabei um von der Stadt mehr oder weniger verordnete Festlichkeiten zu besonderen Anlässen. Damit verbunden waren tatsächlich Feuer in einem Holzfass, meist am Oberen Stadtplatz. Aus diesem Anlass spielte die Musik auf und wurde getanzt. Wein wurde ausgeschenkt und Konfekt gereicht. In der Zeit um 1500 war Letzteres noch eine Besonderheit. Im Oktober, „zur dunkler Stunde“, können die BesucherInnen bei diesem Spektakel ganz nah dabei sein und den Flair der damaligen Zeit miterleben.

Kiachlfest

An Kiachlständen verführen verschiedene Sorten von pikanten (mit Kraut, Letscho, Pilzsoße) und süßen Kiachln (mit Staubzucker, Honig und Mohn oder Preiselbeeren). Die Haller Bindertanzgesellschaft zeigt dazu traditionelle Volkstänze.

Haller Koffermarkt

Selbstgemachte Kostbarkeiten und Kunsthandwerk werden liebevoll im Koffer präsentiert und laden zum Stöbern ein. Die Koffer sind gefüllt mit schönen Überraschungen und der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt!

Erntemarkt des Haller Bauernmarktes

Nach der Erntezeit präsentieren die Bauern des Haller Bauernmarktes ihre saisonalen landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Schmankerl aus der Region und bieten günstige Aktionen für Kartoffel, Äpfel und weitere typische Einlageprodukte.

Lange Einkaufsnacht: Die Stadt Hall feiert ihren Geburtstag

„Die Stadt Hall feiert ihren Geburtstag“ weist auf die jahrhundertlange Geschichte des Wirtschaftsstandortes Haller Altstadt hin und spannt einen Bogen in die Gegenwart: Der Reiz der Haller Altstadt ist maßgeblich einer florierenden Wirtschaft zu verdanken, Wirtschaft bringt Leben in die Stadt.

Die Haller Altstadt versteht sich nicht als Freiluft-Museum, sondern als ein multifunktionaler Ort zum Wohnen und

Einkaufen, mit zahlreichen Infrastruktureinrichtungen und mit einem reichhaltigen Kulturleben. Die Altstadt ist zeitgemäßer Nahversorger für seine Wohnbevölkerung und Anziehungspunkt für zahlreiche Gäste aus Nah und Fern.

Haller Adventmarkt

Der traditionelle Adventmarkt in Hall hebt sich durch sein familiäres Ambiente, das in vielen Großstädten längst verloren gegangen ist, hervor. Besonders bemerkenswert ist das einzigartige Beleuchtungskonzept am Oberen Stadtplatz und in der gesamten Haller Altstadt.



4.2.3.2. Veranstaltungshilfe und -beratung

Das Stadtmarketing Hall in Tirol fördert, unterstützt, bewirbt und motiviert und berät Veranstaltungen von privaten Personen, Personengruppen, Vereinen, Schulen etc. wenn sie die oben genannten Kriterien des Stadtmarketings erfüllen.



Das Stadtmarketing Hall in Tirol kann dabei helfen, Fehlerquellen schon im Vorfeld zu vermeiden, Behördengänge zu erklären und Veranstaltungen effizienter zu gestalten.

Im Zuge dieser Beratung können die weiteren Leistungen des Stadtmarketings Hall in Tirol angeboten werden, wie

- die kostenlose Eintragungsmöglichkeiten in den Veranstaltungskalender auf der Homepage der Stadt Hall,
- die Möglichkeit kostenlos einen Newsletter-Text zu verschicken,
- die Beratung über Werbemöglichkeiten (Steh tafeln, Lit-
faßsäulen, Inseratenbeteiligung etc.).

4.2.3.3. Veranstaltungskoordination

Das Stadtmarketing Hall in Tirol erfasst in Zusammenarbeit mit dem Stadtamt sämtliche Veranstaltungen in Hall, die auf öffentlichen Plätzen genehmigt sind. Diese Tätigkeit ermöglicht die weitere Koordination mit anderen Veranstaltern und die Veröffentlichung und aktive Verbreitung von Veranstaltungsterminen.

Die zentrale Erfassung aller Veranstaltungen auf öffentlichen Plätzen erfolgt, um

- Terminkollisionen zu vermeiden,
- der Veranstaltungsbehörde Daten über die bereits genehmigten Veranstaltungen zu liefern,
- den Veranstaltern „freie“ Termine zur besseren Planung bekannt zu geben,
- den Umlandgemeinden Entscheidungshilfe zu bieten (insbesondere für Großveranstaltungen wie Mullerumzüge, große Sportveranstaltungen, Jubiläen),
- den Medien, Entscheidungsträgern, dem Tourismusverband etc. die genehmigten Veranstaltungen zur weiteren Bearbeitung bzw. Verbreitung mitteilen zu können.

4.2.3.4. Geschäftsflächenmanagement und Betriebsansiedelungen in der Altstadt

Das Stadtmarketing Hall in Tirol bietet Mithilfe beim Management von (potentiellen) Leerflächen in der Altstadt unter besonderer Berücksichtigung des Branchenmix.

Dabei werden in Zusammenarbeit mit kooperativen Eigentümern leerstehende Büro- und Geschäftsflächen erfasst, in-

tern aufgezeichnet und auf Anfrage auch weiterempfohlen. Das Stadtmarketing ist Ansprechpartner und oft erste Ansprechstelle für ansiedlungswillige Unternehmer. Essentiell ist dabei der ständige – vor allem auch informelle – Austausch mit dem Verein der Haller Kaufleute, den ansässigen Maklern und Banken und vor allem den Hauseigentümern.

4.2.3.5. Bestandspflege der ansässigen Unternehmen in der Altstadt

Ziel ist eine prosperierende Wirtschaft in der Altstadt. Die Gestaltungs- und Handlungsfelder liegen vor allem entlang der „weichen“ Standortfaktoren, wie die Schaffung eines positiven (Wirtschafts-)Klimas, Servicierung der Unternehmen, Erhöhung der Lebensqualität, Gestaltung von Informationsflüssen etc.

Die Aktivitäten des Stadtmarketings zur Bestandspflege sind beispielhaft: Willkommens-Pressepackage für Neuansiedlungen, Übersiedlungen, Eröffnungen oder Umbauten, kostenlose Stadtführungen für Unternehmergruppen, Preview für Kaufleute etwa beim „Haller Nightseeing“, Exkursionen mit Kaufleuten zu interessanten Partnerstädten, das Stadtmarketing-Frühstück, die (kostenfreie) Darstellung aller Unternehmen auf der Homepage www.einkaufen-hall-tirol.at.



einkaufen-hall-tirol.at, laufende Pressearbeit über den Wirtschaftsstandort Altstadt, buchbare Pressepackages für Unternehmen, ganzjähriges positives Storytelling rund um die Einkaufsmünze GULDINER, Publikation „Hall im Advent“.

4.2.3.6. Einkaufsmünze DER GULDINER

Die Einkaufsmünze GULDINER ist das ideale Geschenk für Zielgruppen wie Unternehmen, Betriebsräte, Gemeinden, Vereine und Private, um eine direkte Kundenbindung an die innerstädtischen Betriebe und in der Folge eine Kaufkraftbindung zu erreichen. Dieses Kundenbindungssystem hat eine breite Anwendbarkeit (Geburtstage, Namenstag, Firmenjubiläum, Weihnachtsaktionen, diverse Events, Preis für Gewinnspiel, Mitarbeitergeschenk, etc.).

Erhältlich ist der GULDINER in den Stückelungen EURO 10/25/50 in fünf Verkaufsstellen in Hall und Wattens. Darüber hinaus kann der GULDINER über die Homepage des Stadtmarketing unter www.guldiner.at online gekauft werden, die Zustellung erfolgt kostenlos und kontaktlos.

Der GULDINER kann in über 130 Betrieben in der Region Hall-Wattens eingelöst werden.

Da der GULDINER mit der Geschichte Halls eng verknüpft ist und auch in Hall geprägt wird, eignet sich diese Geschenkmünze ganzjährig als Werbemittel und perfektes Storytelling. Unterstützt wird der Verkauf durch die Beigabe eines Geschenkbeutels und eines Folders mit allen Werbepartnern. Das Stadtmarketing Hall ist Gründungsmitglied der Plattform www.wir-schenken-regional.tirol, auf der Tiroler Regions-Gutscheine übersichtlich dargestellt sind. Ziel ist, die regionalen Wirtschaftskreisläufe in den Tiroler Ortskernen zu stärken und die Ortszentren attraktiver zu machen.

4.2.3.7. Digital-Lotsen

Das Digital-Lotsen-Programm wird auf Basis des erfolgreichen Pilotprojekts in der Haller Altstadt nun von der Standortagentur Tirol auf das gesamte Bundesland ausgerollt, um vor allem kleinstrukturierte Unternehmen bei der Digitalisierung zu unterstützen. Zeitgemäße Strategien sollen individuell geprüft und nach Möglichkeit niederschwellig realisiert werden. Dazu kommen IT-Expert:innen bei Bedarf in die Betriebe, um als Fachleute erste Maßnahmen zu besprechen, wie z.B.: Wie kann mein Unternehmen Online gefunden werden? Welche Social-Media-Plattform passt zu meinem Unternehmen? Wie kann ich eine neue E-Mail-Adresse anlegen? Welche Vorteile bietet eine eigene Website? Was benötige ich für einen Online-Shop?

Diese und weitere Fragen werden unbürokratisch besprochen und wenn möglich gleich in die Tat umgesetzt, damit



soll der Einstieg in das Thema erleichtert werden. Darauf aufbauend können in Eigeninitiative vom Betrieb weitere Schritte gesetzt werden, welche beispielsweise durch Digitalisierungsförderungen oder der Beratungsförderung unterstützt werden (z.B. Digitalisierung von Geschäftsprozessen, Verbesserung der IT-Sicherheit, etc.).

Das Stadtmarketing Hall koordiniert dabei die örtlichen Digital-Lotsen und wickelt die Förderungen mit der Standortagentur Tirol ab.

4.2.3.8. Der Haller Bauernmarkt

Seit über 30 Jahren ist der Haller Bauernmarkt am Oberen Stadtplatz in Hall wöchentlicher Treffpunkt für Ernährungs-bewusste und Genießer regionaler Produkte aus bäuerlichen Familienbetrieben. Gegründet wurde der Haller Bauernmarkt im Jahre 1990 zur Belebung der Haller Altstadt und dieser Grundgedanken hat auch heute noch seine Gültigkeit.

Aufgrund der überregionalen Bedeutung wurde der Bauernmarkt vom Stadtmarketing im Rahmen einer Qualitätsoffensive mit komplett neuen Marktständen und einem Anhänger ausgestattet. Das Stadtmarketing kümmert sich um das Design des Marktes, der Beschilderung und generell der Werbemittel, wie Broschüren, regelmäßige Pressearbeit und den Internetauftritt unter www.haller-bauernmarkt.at.

4.2.3.9. Hall als Tagungs- und Kongressstadt

Einzigartige Locations (Salzlager, Burg Hasegg), die fußläufig erreichbare Altstadt, ein umfangreiches Rahmenprogramm (von der Stadtführung bis zur Trinkwasserstollenbesichtigung), gute Hotellerie in der Region, die Erreichbarkeit (Autobahn, Bahn, Flughafen), die innerstädtische Vernetzung und das Service aus einer Hand begünstigen Hall als Tagungs- und Kongressstadt.

In Zusammenarbeit mit der Vermarktungsschiene „Salzraum Hall“ werden die Locations der Region vermarktet und versucht, die Wertschöpfung in der Region zu steigern.

4.2.3.10. Eduard Wallnöfer Zentrum (EWZ) und Berufsschulen

Für die Universitätsstadt Hall sind Studenten, Professoren und Beschäftigte des EWZ Botschafter in alle Welt.

In Zusammenarbeit mit dem EWZ erstellt das Stadtmarketing Gutscheine für Studenten, Packages für Schnuppertage, Rahmenprogramme bei Veranstaltungen, unterstützt die Einbindung in bestehende Events und die UMIT-Students-Welcome-Party zu Semesterbeginn.

Hall ist auch Standort von Berufsschulen, die ebenso verstärkt eingebunden werden sollen:

- Tiroler Fachberufsschule für Fotografie, Optik und Hörakustik,
- HTL-Optometrie,
- Tiroler Fachberufsschule für Garten, Raum und Mode
- Schule für allgemeine Gesundheits- und Krankenpflege und die
- Tiroler Fachberufsschule für Tourismus Absam.

4.2.3.11. Marktforschung

Das Stadtmarketing betreibt projektbezogene Marktforschung zu Stadt- und Standortmarketing relevanten Fragestellungen, wie

- Befragung der Tiefgaragennutzer (Befragung über Grund für Besuch der Stadt, tatsächliche Erledigungen beim Ausfahren, Herkunft, Verweildauer etc.)
- Passantenbefragungen (Grund des Besuchs, Herkunft, Aufenthaltsdauer, Zufriedenheit mit dem städtischen Angebot, Imageanalysen, Zufriedenheitsanalysen etc.)
- Kaufleutebefragungen
- Kaufkraftstromanalysen
- Mystery Check der Tiroler Adventmärkte und Studie zur Umwegrentabilität
- Cima Studie „Altstadtcheck und SWOT-Analyse“
- Cima Projekt „Immobilien-Masterplan mit Frühwarnsystem für die Haller Altstadt“
- Forschungen und Kooperationen in Zusammenhang mit dem Projekt Interreg IV Italien – Österreich / revita alte städte : neues leben
- Strategieberatung und Markenberatung mit Dr. Robert Trasser
- Standortprofilierungskonzept für die Stadt Hall in Tirol (Standortagentur Tirol)

4.2.3.12. Kundenorientierte Öffnungszeiten, Servicequalität der inhabergeführten Unternehmen

In Zusammenarbeit mit dem Verein der Haller Kaufleute wird versucht, kundenorientierte Öffnungszeiten einzurichten. Auf der Homepage www.haller-kaufleute.at werden die Öffnungszeiten aller Mitgliedsbetriebe transparent angezeigt.

Eine Stärke der Haller Altstadtgeschäfte ist die hohe Servicequalität. Sie wird in allen geeigneten Werbemitteln und bei Veranstaltungen vom Stadtmarketing kommuniziert.

Vier-Säulen-Konzept des Stadtmarketing Hall in Tirol



Abbildung 5: Tourismusmarketing im Vier-Säulen-Modell

Vier-Säulen-Konzept des Stadtmarketing Hall in Tirol



Abbildung 6: Standortmarketing im Vier-Säulen-Modell

Vier-Säulen-Konzept des Stadtmarketing Hall in Tirol



Abbildung 7: Das Image der Stadt Hall im Vier-Säulen-Modell

4.3. Tourismusmarketing

Das Tourismusmarketing beschäftigt sich mit dem Marketing für touristische Betriebe und touristische Leistungsträger. Anknüpfungspunkt für das Stadtmarketing sind touristische Leistungen Dritter, die direkten und indirekten Einfluss auf das City- und Standortmarketing haben (z. B. Hotelleistungen in Zusammenhang mit dem Haller Adventmarkt).

4.3.1. Ziele des Tourismusmarketings

Ziele im Tourismusmarketing sind die Steigerung der Ankünfte und Übernachtung auswärtiger Gäste sowie die Steigerung der Tagesbesucher.

4.3.2. Zielgruppen des Tourismusmarketings

Zielgruppen sind private Urlaubs- und Geschäftsreisende, insbesondere auch Besucher von Messen, Tagungen und Kongressen. Die wichtigsten Kooperationspartner sind touristische Leistungsträger in der Region wie Hotellerie, Gastronomie sowie Reise- und Kongressveranstalter.

4.3.3. Aufgaben des Tourismusmarketings

Im Rahmen des Tourismusmarketings stellt das Stadtmarketing touristische Anschlussprodukte bereit, wie zum Beispiel:

- Packages (z. B. Veranstaltungsleistung in Kombination mit Stadtführung),
- ÖBB-Kooperation „Einfach-raus-Ticket“ beim Haller Adventmarkt,
- Gutscheinsystem beim Haller Adventmarkt,
- Kooperation „Advent in Tirol“,
- Aktive Einbindung der Hotellerie und Gastronomie der Region in die Angebote des Stadtmarketing (z. B. Austausch von Werbemitteln, Bereitstellen von Medienunterlagen),
- Kooperation mit der UMIT wie Gutscheinheft und Studententüte (Leistungen von Hotellerie und Gastronomie und touristischen Einrichtungen als Willkommensgeschenk),
- Hot Spots (WLAN) in der Region,
- Bereitstellen von speziellen Stadtplänen („Einkaufszentrum Haller Altstadt“)

4.4. Standortmarketing

Der Wirtschaftsstandort Hall beheimatet über 1500 gemeldete Dienstleistungs- und Produktionsbetriebe, sie sind Arbeitsplatz für über 9000 unselbständige Arbeitnehmer.

Im Rahmen des Standortmarketings wird der Versuch unternommen, die Standortentscheidungen von Unternehmen zu gunsten der Stadt Hall positiv zu beeinflussen. Dabei geht es in erster Linie um die Bestandspflege, d. h. ansässige Standorte sollen abgesichert werden. Des Weiteren ist beabsichtigt, neue Unternehmen für den Standort Hall zu gewinnen.

4.4.1. Ziele des Standortmarketings

Ziel des Standortmarketing ist es, die bestehenden Betriebe in Hall zu sichern und an den Standort zu binden und sie zu Multiplikatoren für den Wirtschaftsraum zu machen. Durch gemeinsame Veranstaltungen und Projekte werden Unternehmen zu aktiven Partnern des Standortmarketings.

Darüber hinaus sollen neue Betriebe angesiedelt werden.

Das Standortmarketing versucht des Weiteren, die Stadtentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der Altstadtentwicklung positiv zu beeinflussen.

4.4.2. Zielgruppen des Standortmarketings

Zielgruppen sind bereits ansässige Unternehmen sowie potentielle Neuansiedelungen.

4.4.3. Aufgaben des Standortmarketings

Das Standortmarketing Hall

- betreibt Standortpflege für Bestandsunternehmen,
- ist Ansprechpartner für ansiedlungswillige Unternehmen,
- führt eine interne Leerflächenliste in Zusammenarbeit mit gewillten Eigentümern,
- stellt auf Anfrage Unterlagen für die Standortpräsentation zusammen (Fotos, Pressetexte, etc.),
- vernetzt sich mit befassen Einrichtungen (Standortagentur Tirol, Tirol Werbung, Convention Büro, Wirtschaftskammer, Berater, Best-Practice-Städten),
- forciert standortsichernde Maßnahmen (z. B. Veranstaltung „Offenes Werkstor Hall in Tirol“ und „Offenes Werkstor Junior“, Gutscheine für



Erstsemestrige an der UMIT, Guldinerbewerbung, kostenlose Stadtführungen für Unternehmensgruppen).

4.5. Image der Stadt: Kommunikation

Das Image der Stadt Hall bezeichnet das Stimmungsbild bzw. den Eindruck den Einheimische bzw. Gäste von der Stadt haben.

Alle Aktivitäten im Stadtmarketing zielen darauf ab, bei Bürgern und Gästen für die Stadt Hall ein positives Image zu entwickeln.

Durch Kommunikation nach innen und nach außen wird versucht, das Image der Stadt Hall zu beeinflussen.

4.5.1. Kommunikation nach innen

Die Kommunikation nach innen richtet sich an regionale Strukturen und mit Stadtmarketinginteressen befasste Einrichtungen. Basis dafür ist ein ständiger Informationsaustausch.

4.5.1.1. Verein der Haller Kaufleute, Tourismusverband

Zwischen dem Stadtmarketing und dem Verein der Haller Kaufleute besteht eine ständige Zusammenarbeit durch Mitgliedschaft und durch gemeinsame Veranstaltungen. Im Rahmen des Tourismusverbandes wird der Kontakt zu den touristischen Leistungsträgern gesucht.

4.5.1.2. Plattform „Stadtmarketing Tirol“

Das Stadtmarketing Hall in Tirol ist mit der Wirtschaftskammer Tirol Gründungsmitglied der „Plattform Stadtmarketing Tirol“. Ziele sind:

- jährliche Organisation des „Tiroler Orts- und Stadtmarketingtages“,
- Interessenvertretung in Hinblick auf das Land Tirol, die Tirol Werbung, die Wirtschaftskammer, die Tourismusverbände und die Gemeinden,
- Sensibilisierung der Bevölkerung bezüglich der Bedeutung der Innenstädte,
- Imagesteigerung der Stadtmarketingeinrichtungen,
- grenzüberschreitende Kooperationen (ev. mit Förderungen),
- Erfahrungsaustausch innerhalb der Stadtmarketingeinrichtungen.

4.5.1.3. Verein Stadtmarketing Austria

Das Stadtmarketing Hall ist im Vorstand des Vereines „Stadtmarketing Austria“ (über 80 Mitglieder) und Ländersprecher für die Tiroler Stadtmarketing-Einrichtungen. Ziel ist die österreichweite Interessenvertretung der Stadtmarketingeinrichtungen.

Im Rahmen der Mitgliedschaft werden Blogbeiträge, Best-Practice-Days, Schulungen/Weiterbildung, Praxistage und die „Denkwerkstatt“ mitorganisiert.

4.5.1.4. Vorträge, Referate, Einladungen, Schulprojekte

Das Stadtmarketing unterstützt diverse Einrichtungen (wie Schulen) mit stadtmarketingrelevanten Vorträgen, Referaten, Projekten (z. B. Maturaarbeit), Exkursionen etc.

4.5.2. Kommunikation nach außen

Die Kommunikation nach außen wird durch die folgenden Werbeeinheiten ständig betrieben:

- die Attraktivität der Einkaufsmöglichkeiten,
- Kommunikation der Öffnungszeiten,
- der Erlebnischarakter Altstadt,
- die günstige Erreichbarkeit,
- die diversen Veranstaltungen,
- Einkaufen & Unterhaltung in der Altstadt,
- Kundenbindungsprogramme (Guldiner etc.),
- Etc.

4.5.2.1. Corporate Design, Markenpflege

Das Stadtmarketing Hall in Tirol pflegt die beiden Schriftzüge „Stadt Hall in Tirol“ (mit dem Stadtwappen) und den Schriftzug „Hall in Tirol“ (Design steht im Eigentum des Stadtmarketings Hall in Tirol).

4.5.2.2. Inserate, Printwerbung, Werbekooperationen

Das Stadtmarketing Hall in Tirol gestaltet Inserate und Plakate vor allem für die eigenen Veranstaltungen und bei Bedarf als Auftragsarbeit für andere Einrichtungen.

4.5.2.3. Eigene Printmedien

Das Stadtmarketing Hall in Tirol gibt jährlich das Magazin „Hall im Advent“ heraus. Zusätzlich werden für einige Veranstaltungen, wie z. B. dem Haller Nightseeing, Zeitungsbeilagen gestaltet.

4.5.2.4. Medienarbeit

Das Stadtmarketing Hall in Tirol betreibt aktive Medienarbeit (Presseaussendungen, Newsletter) und stellt Fotos, Presstexte, Filme etc. kostenlos zur Verfügung.

4.5.2.5. web, web2.0, neue Medien

Das Stadtmarketing Hall in Tirol betreibt und pflegt die Homepages www.hall-in-tirol.at (und stellt das Portal für die Homepage der Musikschule und der städtischen Heime zur Verfügung), www.einkaufen-hall-tirol.at, www.advent-hall-tirol.at, www.offeneswerkstor.at, www.haller-bauernmarkt.at, www.guldiner.at und www.nightseeing.at.

Auf Social Media betreibt das Stadtmarketing die Seiten www.facebook.com/hallintiro1 und www.instagram.com/hall_in_tirol und den Podcast auf <https://soundcloud.com/user-134139348>.

4.5.2.6. Vermietung von Werbeflächen (Steh tafeln)

Das Stadtmarketing Hall in Tirol vermietet ca. 28 Werbesteh tafeln für Kultur- bzw. Sportveranstaltungen in der Region Hall. Dies ermöglicht sowohl dem Stadtmarketing als auch den Vereinen eine kostengünstige Werbemöglichkeit.



Stadtmarketing Hall in Tirol

Mag. Michael Gsaller • Unterer Stadtplatz 19 • 6060 Hall in Tirol
+43 5223 45544-36 • info@hall-in-tirol.at • www.hall-in-tirol.at