

## Maßnahmenkatalog

B	Ifd. Nr.	Priorität (+) Sofortmaßnahme(SM)	Markenbildung und PR  Maßnahmen	Workshops				Wirksamkeit für "strategischen Filter" ( 2 / 1 / 0 / -1 / -2 )			real. Zeitziel zur Umsetzg.  K = bis Ende 2005 M = bis Ende 2007 L = bis Ende 2013
				Wirtschaft / Verkehr	Innenstadt	Freizeit/Kultur/Sport/...	Mensch / Umwelt	Schlüssel- technologien	Erlebniswelt Innenstadt	Familienfreundliches fortschrittli. Wohnen, Leben, Arbeiten	
<b>Leitprojekt</b>											
3.1 3.9		+	Buxtehude zur Marke entwickeln (Konzept) / CI (Corporate Identity-Konzept)	X	X	X	X	2	2	1	K - M*
<b>Pflichtmaßnahmen</b>											
3.2		+ SM	Arbeitsgruppe PR gründen	X	X	X	X	2	2	1	K - M*
3.5			Regionalmarketing - qualifizierte All-Round-PR	X	X	X	X	2	2	1	K - M - L*
3.6			Buxtehude als Einkaufsstadt + Gewerbezentrum bewerben/ Maßnahmen entwickeln	X	X			1	2	1	K - M - L*
<b>Weitere Maßnahmen</b>											
3.12			Internet (eigener Auftritt als Link unter www.buxtehude.de)	X	X	X	X	1	1	1	K - M - L*
5.45			Aktionstage (z.B. Marketingaktion von Wirtschaft + Stadt) entwickeln	X				1	1	1	K
3.7			Metropolennähe besser im Sinne der Vermarktung Buxtehudes nutzen, Zusammenarbeit forcieren (Wirtschaft/Tourismus/Verkehr)	X		X		1	1	1	K - M - L*
3.10			Image-Kampagne ("Ich bin hier, weil...")	X	X	X	X	1	1	1	K - M - L*
3.13			fahrradfreundliche Stadt Buxtehude zum Markenzeichen entwickeln	X		X		0	2	1	K - M - L*
3.8			Print/Internet/Pressearbeit wirtschaftsbezogen weiterentwickeln	X				1	1	0	K - M - L*
3.3			Werbegemeinschaft gründen		X			0	2	0	K - M - L*
3.4			Kampagnenplanung zur überregionalen Werbung	X	X	X		0	2	0	K - M - L*
3.11*			mehr Werbung für ÖPNV- Angebote	X	X			0	1	0	K - M - L*
4.3			Printversion Stadtführer (Tourismus) entwickeln			X		0	1	0	M

### Anmerkungen:

zu 3.11: siehe auch "Attraktiver Wirtschaftsstandort Buxtehude"

betr. Spalte realistisches Zeitziel: mit \* versehene Zeitziele dokumentieren unterschiedliche Zeitprognosen der Workshops