Zielbild Hamburg Marketing GmbH (HMG)

Oberziel I:

Steigerung des Bekanntheitsgrads und der Attraktivität der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) als Stadt und der Metropolregion Hamburg auf nationaler und internationaler Ebene.

Teilziele

- Strategisches Konzept für die allen Einzelmaßnahmen übergeordnete umfassende und profilierte Vermarktung Hamburgs gegenüber allen interessierten Personen und Unternehmen im In- und Ausland als Lebensraum, Wirtschaftsstandort und touristisches Reiseziel (Hamburg-Marketing).
- Effektive professionelle Umsetzung des Hamburg-Marketings.
- Pflege und Entwicklung der Marke „Hamburg“ basierend auf einer umfassenden Markenstrategie und den Ergebnissen der Markenanalyse.

Oberziel II:

Stärkung, Sicherung und Weiterentwicklung eines wirkungsvollen Standortmarketings auf übergeordneter Ebene.

Teilziele

- Stetige Evaluierung und Weiterentwicklung des strategischen Konzepts für ein umfassendes profiliertes Hamburg-Marketing auf Basis der Marke Hamburg.
- Entwicklung und fortlaufende Aktualisierung von operativen und ggf. taktischen Konzepten, für die effektive und professionelle Umsetzung des Hamburg-Marketings.
- Entwicklung von Kommunikationskonzepten
- Pflege, Weiter- und ggf. Neuentwicklung des Kommunikationsmusters für die FHH und öffentliche Unternehmen sowie dessen Umsetzung.
- Steuerung und Kontrolle der konkreten Umsetzung des Standortmarketings durch alle beteiligten Akteure.
- Ausarbeitung und Durchführung eigener Projekte und Maßnahmen zur Vermarktung des Standorts Hamburg.
- Erbringung von Werbe- und Marketingdienstleistungen im Einklang mit der strategischen Ausrichtung des Hamburg-Marketings.
- Steuerung der Tochtergesellschaften Hamburg Invest Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (HIW) und Hamburg Tourismus GmbH (HHT) aus der Rolle als Konzernmutter, insbesondere unter strategischen Zielsetzungen zur Förderung der erfolgreichen Umsetzung des Hamburg-Marketings.
- Steuerung der Hamburg Invest Entwicklungsgesellschaft mbH & Co. KG durch Hamburg Invest Management GmbH (HIM; 100%ige HIW-Tochter) als persönlich haftende Gesellschafterin
- Unterstützung und Koordinierung anderer öffentlicher Hamburger Unternehmen, insbesondere der städtischen Marketinggesellschaften und der Kooperationspartner (aus Kultur, Kreativwirtschaft, Wirtschaft) bei Marketingaktivitäten, die zum Standortmarketing beitragen bzw. deren Maßnahmen Einfluss auf das Bild der FHH in der Öffentlichkeit und damit auch auf das Hamburg-Marketing haben.

Oberziel III:

Erhöhung der Werthaltigkeit und Anziehungskraft der Marke „Hamburg“.

Teilziele

- Fortlaufende Weiterentwicklung der Marke, Markenstrategie und wiederkehrende Analyse der Marke „Hamburg“.
- Entwicklung und fortlaufende Aktualisierung von operativen und ggf. taktischen Konzepten, für die effektive und professionelle Umsetzung der Markenstrategie.
- Steuerung und Kontrolle der konkreten Umsetzung der Markenstrategie durch alle beteiligten Akteure.
- Unterstützung, Koordinierung und Überwachung der Nutzung der Marke „Hamburg“ durch andere öffentliche Hamburger Unternehmen und Kooperationspartner.
- Gemeinsame Entwicklung von Inhalten und Kommunikationsprojekten mit den Partnern, um die Marke „Hamburg“ in den definierten Zielgruppen und Zielmärkten erfolgreich und wirkungsvoll zu kommunizieren.
- Ausarbeitung und Durchführung eigener Maßnahmen zur Vermarktung und Stärkung der Marke „Hamburg“.

Oberziel IV:

Berücksichtigung der Hamburger Stadtwirtschaftsstrategie und der sonstigen öffentlichen Interessen nach Maßgabe des Senats.

Teilziele:

- Transparentes Handeln in der Zusammenarbeit mit den städtischen Stakeholdern

- Die HMG verzahnt ihre Aktivitäten mit den Stadtentwicklungsmaßnahmen der FHH. Gemeinsam werden hierfür Methoden, Prozesse und Schnittstellen weiterentwickelt.

- Beachtung der gleichstellungs-, standort- und arbeitsmarktpolitischen Ziele des Senats, insbesondere als verantwortungsbewusster Arbeitgeber, der hochwertige Arbeitsplätze anbietet.