

## **Neue Kampagne für den Wirtschaftsstandort St. Veit an der Glan gestartet**

*Zukunft mit Herz: Stadtgemeinde rollt Standortmarketing-Initiative für Innenstadt, Gewerbe- und Industrieflächen aus. Deutschsprachiger Raum sowie Italien und Slowenien als Zielgebiete.*

**St. Veit/Glan** | Die Stadtgemeinde St. Veit/Glan geht ab sofort in der Vermarktung seiner Leerflächen in der Innenstadt, im Wirtschaftspark St. Donat und im Industriepark St. Veit in Blintendorf neue innovative Wege. Unter dem Motto „Zukunft mit Herz“ initiiert die Stadtgemeinde ein Standortmarketing, das über das Holding-Tochterunternehmen STAMA abgewickelt wird. „Wir möchten mit dem Projekt die Ansiedelung von Betrieben fördern, Interesse für leerstehende Geschäftslokale wecken sowie potenzielle Interessenten für Gewerbe- und Industrieegründe erreichen“, erläutert Bürgermeister Martin Kulmer das Vorhaben. Für eine Bezirksstadt dieser Größenordnung sei dies ein ungewöhnlicher Schritt, so Kulmer weiter: „St. Veit hat aufgrund seiner geografischen Lage und seinem interessanten Wirtschaftsmix sicherlich eine besondere Rolle in Kärnten, die es zu nutzen gilt. Wir brauchen uns als Bezirksstadt keinesfalls zu verstecken. Die mehr als 1.500 Betriebe beschäftigen 8.600 Menschen und erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 800 Millionen Euro. Dass weltweit tätige Unternehmen wie GREENoneTEC, Kioto Solar, FunderMax oder Jacques Lemans hier ihre Zentrale haben, spricht für sich.“

Die Hälfte des insgesamt 44.200 Euro teuren Marketingauftritts wird über LEADER-Mittel gefördert. Herzstück der Standortmarketing-Werbelinie ist die Website [www.zukunftmitherz.at](http://www.zukunftmitherz.at). Begleitet durch eine einjährige Social-Media-Kampagne samt einem eigens produzierten Imagefilm werden damit Interessenten im deutschsprachigen Raum und über die englischsprachige Variante auch in Slowenien und Italien angesprochen. Die Werbetrommel wird mit den vier Schlüsselfaktoren „Stadt“, „Arbeit“, „Chancen“ und „Leben“ kräftig gerührt.

„Ziel ist es, mit dieser Kampagne eine Datenbank an Interessenten im deutschsprachigen Raum und in den angrenzenden Nachbarländern aufzubauen. Diese erhalten von uns ein eigens kreierte 40-seitiges Standortmagazin, in dem die unternehmerischen Perspektiven von St. Veit klar herausgestrichen werden“, erklärt Stefan Regenfelder vom Stadtmarketing. Mit den Interessenten will man ständig in Kontakt bleiben, damit diesen St. Veit als Wirtschaftsstandort im Hinterkopf bleibe. Entscheidungsträger in Großkonzernen sollen damit ebenso angesprochen werden, wie Gründer und Inhaber von Gewerbe- und Handelsbetrieben. Das St. Veiter Stadtmarketing-Team agiert in weiterer Folge als One-Stop-Shop für die ersten Anfragen, stellt den Kontakt zu den relevanten Institutionen und Behörden her und gibt erste Hilfestellung bei der individuellen Standortsuche. Im Innenstadtbereich von St. Veit sind derzeit an die Stadtgemeinde von Hauseigentümern elf Leerstände gemeldet. Diese sind im Gegensatz zu anderen Leerständen auch tatsächlich vermietbar und sind auch offiziell zur Vermietung am Markt. Am Industriepark St. Veit stehen aktuell 11 Hektar gewidmeter und aufgeschlossener Industriegrund zur Verfügung, der Wirtschaftspark St. Donat umfasst insgesamt 14 Hektar Grundfläche.

Links: [www.zukunftmitherz.at](http://www.zukunftmitherz.at)

Facebook: [St. Veit - Zukunft mit Herz](#)

Instagram: [https://www.instagram.com/stveit\\_zukunftmitherz](https://www.instagram.com/stveit_zukunftmitherz)

*Foto 1: Bgm. Martin Kulmer und Stefan Regenfelder (Stadtmarketing) stellen das neue Standortmarketing vor. (© Stadt St. Veit)*

*Foto 2: Der Industriepark St. Veit in Blintendorf (© CompanyLifting)*