Standortmarketing – so geht's!

für INKOBA & Wirtschaftsparks

INHALT

Marketingkonzept.....3
Marktanalyse.....3
Fragestellungen.....3
Marketingziele.....3
Festlegen der Marketingstrategie.....4
Kommunikationskonzept.....7
Kommunikations-Ziele.....7
Jahresplanung.....7
Konkrete Vorschläge.....8
Welche Vermarktungsmaßnahmen gibt es?.....8
Infoblatt, Folder.....8
Elektronische Medien.....9
Werbetafel.....16
Pressearbeit.....10
Veranstaltungen.....10
Inserate/Advertorials.....11
Anhang.....12

Vorwort

Liebe INKOBA-Funktionär*innen,
liebe Bürgermeister*innen,
sehr geehrte Damen und Herren!

Bestehende Unternehmen vor Ort zu halten und neue Betriebe anzusiedeln, schafft einen Mehrwert für die gesamte Region und ihre Bewohnerinnen und Bewohner. So kann zum Beispiel durch ein größeres Angebot an Arbeitsplätzen in der Region die Absiedlung verringert und die örtliche Nahversorgung gefördert werden. Neben den genannten Vorteilen gibt es noch zahlreiche weitere, die für eine aktive Vermarktung Ihres INKOBA-Gebietes sprechen.

Die vorliegende INKOBA-Vermarktungsmappe dient als Nachschlagewerk und bietet Ihnen Hilfestellung bei Ihrer täglichen Arbeit. Sie gibt Ihnen einen kurzen Überblick über Marketinggrundlagen und beinhaltet konkrete Vorschläge für Vermarktungsmaßnahmen.

Business Upper Austria unterstützt Sie gerne bei Ihrer Arbeit und steht Ihnen für Fragen jederzeit zur Verfügung.

Viel Erfolg bei der Vermarktung Ihrer INKOBA-Region!

DI (FH) Werner Pamminger, MBA
Geschäftsführer

Dr. Tanja Spennlingwimmer, MA, LL.M., MBA
Leitung Investoren- & Standortmanagement

IMPRESSUM
Medieninhaber (Verleger) und Herausgeber: Business Upper Austria – OÖ Wirtschaftsagentur GmbH, Redaktionsadresse: Hafenstraße 47-51, 4040 Linz, Telefon: +43 732 79810 – 5055, E-Mail: is@biz-up.at, www.biz-up.at. Für den Inhalt verantwortlich: DI (FH) Werner Pamminger, MBA, Redaktion: Tsang May, Grafik/Layout: Christian Buhl, Umsetzung: Business Upper Austria, Bildmaterial: Alle Bilder, wenn nicht anders angegeben: Business Upper Austria.

Gastbeiträge müssen nicht notwendigerweise die Meinung des Herausgebers wiedergeben. Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr, eine Haftung ist ausgeschlossen. Vorbehaltlich Satz- und Druckfehler. Aus Gründen der besseren Leserlichkeit verzichten wir teilweise auf geschlechtsspezifische Formulierungen. Sämtliche personenbezogenen Bezeichnungen beziehen sich auf alle Geschlechter in gleicher Weise.

1. Marketingkonzept

Marketing ist ein jährlich wiederkehrender Prozess. Das Marketingkonzept bildet die Grundlage für Ihre Marketingaktivitäten. Nur mit einem weitreichenden Konzept können Sie mit geringen Kosten große Erfolge erzielen, da Ihre Maßnahmen so zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, bei der richtigen Zielgruppe greifen werden. Ihr Marketingkonzept basiert auf Ihrer Standortstrategie, Ihrem Standortleitbild sowie Ihrem USP. Es wird in vier Schritte gegliedert (Marktanalyse, Festlegen der Marketingziele, Festlegen der Marketingstrategie, Umsetzung der Marketingstrategie), die im Folgenden näher erläutert werden.

Marktanalyse

Marktkenntnis ist Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Vermarktung einer INKOBA. Dazu gehört eine detaillierte Zielgruppen- und Standortanalyse.

Fragestellungen

- Welche Unternehmen – regional wie überregional –passen zu unserem Standort?
- Welche Unternehmen/Branchen befinden sich in der Region?
- Welchen Erweiterungsbedarf haben diese Unternehmen mittel- bis langfristig?
- Wie können bestehende Unternehmen gehalten werden?
- Wie können potenzielle Investor*innen akquiriert werden?
- Welche Unternehmen/Branchen möchte ich ansiedeln? (Zielgruppenanalyse)
- Welches Standortangebot gibt es bereits in der Region? (Konkurrenzanalyse)
- Wie können wir uns hier abgrenzen?

Zielgruppe

- Die Träger der wirtschaftlichen Entwicklung sind die bestehenden Unternehmen einer Region.
- Neugründer*innen (Spin-offs aus bestehenden Betrieben) und Jungunternehmer*innen sollen in ihrer Entwicklung besonders gefördert werden, da eine eventuelle Erweiterung/Vergrößerung noch bevorsteht.
- Neuansiedlungen von außen stellen eine wertvolle Ergänzung in der Standortentwicklung dar.

Marketingziele

Mit der Definition der Marketingziele legt die INKOBA fest, was sie mit dem Standortmarketing-Konzept erreichen möchte, bspw.:

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades des INKOBA-Standortes
- Mehr Arbeitsplätze in der Region
- Verringerung der Bevölkerungsabwanderung
- Zuwanderung von Fachkräften
- Erhalt der Infrastruktur in der Region
- Erhalt anderer Betriebe in der Region
- Förderung der Nahversorgung im Ort
- uvm.

Diese Ziele sollten auch die Grundlage des Standortleitbilds darstellen und den INKOBA-Gremien bekannt sein und mitgetragen werden.

Festlegen der Marketingstrategie

= Verfolgung der Marketingziele durch Marketingaktivitäten (Einsatz des Marketingmix). Der Marketingmix soll kombiniert, aufeinander abgestimmt sowie qualitativ und quantitativ optimiert sein.

Standortentwicklung (= Product)

Für die Auswahl des INKOBA-Standortes ist es wichtig, sich mit den notwendigen Standorteigenschaften und der Entwicklung eines Standortprofils auseinanderzusetzen.

- Alleinstellungsmerkmale/Besonderheiten des Standortes unter Berücksichtigung von harten und weichen Standortfaktoren hervorheben
- Widmungssituation (bereits gewidmet, im ÖEK)
- Vorhandene Infrastruktur/Verkehrsanbindung aufzeigen
- Verfügbare Fachkräfte/Arbeitsmarktsituation
- Konfliktfreiheit zu Anrainer*innen
- Vorteile der INKOBA anführen

Vor der Vermarktung muss ein – aus Sicht des Unternehmens – geeigneter Standort gesichert und eventuell bereits entsprechend erschlossen werden. Nur ein gutes Produkt (= guter Standort) lässt sich auch gut vermarkten!

Preis

Der Grundstückspreis (inkl. Aufschließungskosten) muss einen marktfähigen Gesamtpreis ergeben. Dazu sind auch aktuelle rechtliche Veränderungen bei den Preisverhandlungen zu berücksichtigen (Steuern, Abgaben, etc.). Unternehmen benötigen Preistransparenz.

Vertrieb (= Place)

Der Vertrieb eines INKOBA-Standortes kann über folgende Wege erfolgen:

- Direkter Zugang zu Firmen der Region
- Indirekter Zugang zu Firmen über Multiplikatoren (Business Upper Austria, Mitgliedsgemeinden, Banken, Schulen, Wirtschaftskammer, Steuerberater, Notare, Führungskräfte aus der Region, Gewerberunden und dgl.)

„Als INKOBA-Obmann muss ich aktiv auf Unternehmen zugehen, die auf Wachstumskurs sind. Mein Rat, um Investoren für Ihren Standort zu gewinnen: Verfolgen Sie die Berichterstattung in den Medien und sprechen Sie erfolgreiche Unternehmen direkt an."

BGM a.D. Friedrich Stockinger, Obmann INKOBA Region Freistadt

Kommunikation
Ein ausgewogener Mix aus Werbung und Public Relations ist Voraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation.

Die folgende Auflistung gibt Ihnen einen Überblick über die Abgrenzung der Marketingmaßnahmen der INKOBA und Business Upper Austria.

INKOBA-Standortregion	Business Upper Austria
INKOBA-Standorte als regionale Marke	Place Branding zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Oberösterreich
Die Region ist für die regionale Vermarktung des INKOBA-Standortes zuständig	Die regionale aber auch überregionale Vermarktung wird von Business Upper Austria unterstützt
Erstellung einer fachlichen Standortbewertung der INKOBA-Region gemeinsam mit den lokalen Akteur*innen	
Aktualisierung des Flächenangebots auf standortooe.at, automatisierte Spiegelung auf die Websites der Mitgliedsgemeinden	Veröffentlichung von verfügbaren Betriebsstandorten auf standortooe.at
Individueller Webauftritt	Webauftritt: www.inkoba.at
Kompetenzerweiterung im Bereich Marketing	Schulungsangebot: Standortmanager-Lehrgang

Das Investoren- & Standortmanagement der oö. Standortagentur Business Upper Austria unterstützt Sie gerne bei der Erstellung einer Standortstrategie, eines Standortprofils, der Festlegung Ihrer Marketingstrategie und bei allen anderen Fragen rund um Ihre INKOBA-Region.

Ihre regionalen Ansprechpartner*innen

Klara Wagner

Projektmanagerin
+43 664 88495293
klara.wagner@biz-up.at

Braunau, Ried, Schärding, Rohrbach

Klaus Madlmair

Projektmanager
+43 664 8481246
klaus.madlmair@biz-up.at

Braunau, Ried, Schärding, Rohrbach

Thomas Kern

Projektmanager
+43 664 8481235
thomas.kern@biz-up.at

Braunau, Ried, Schärding, Rohrbach

Dan Dutescu

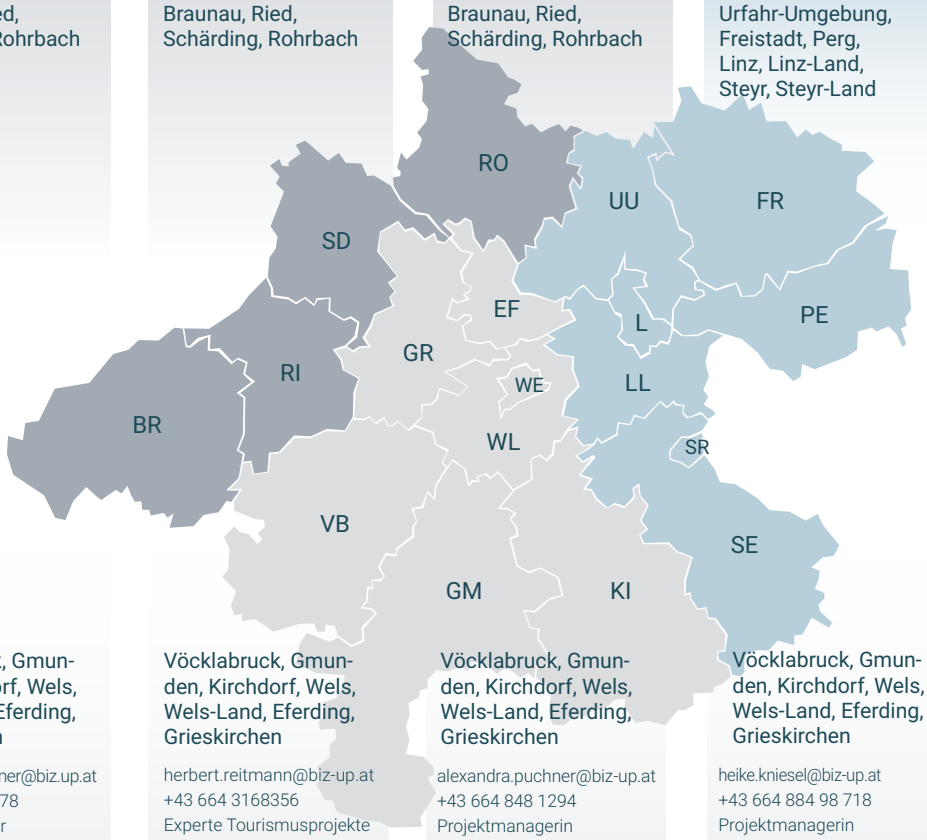
Projektmanager
+43 664 88498709
dan.dutescu@biz-up.at

Urfahr-Umgebung, Freistadt, Perg, Linz, Linz-Land, Steyr, Steyr-Land

Harald Jarzombek

Projektmanager
+43 664 8481313
harald.jarzombek@biz-up-at

Urfahr-Umgebung, Freistadt, Perg, Linz, Linz-Land, Steyr, Steyr-Land



Gerhard Buchberger

Projektmanager
+43 664 8186577
gerhard.buchberger@biz-up-at

Urfahr-Umgebung, Freistadt, Perg, Linz, Linz-Land, Steyr, Steyr-Land

Oberösterreich

Vöcklabruck, Gmunden, Kirchdorf, Wels, Wels-Land, Eferding, Grieskirchen

rainer.edelsbrunner@biz.up.at
+43 664 8186578
Projektmanager

Rainer Edelsbrunner

Vöcklabruck, Gmunden, Kirchdorf, Wels, Wels-Land, Eferding, Grieskirchen

herbert.reitmann@biz-up.at
+43 664 3168356
Experte Tourismusprojekte
Projektmanager

Herbert Reitmann

Vöcklabruck, Gmunden, Kirchdorf, Wels, Wels-Land, Eferding, Grieskirchen

alexandra.puchner@biz-up.at
+43 664 848 1294
Projektmanagerin

Alexandra Puchner

Vöcklabruck, Gmunden, Kirchdorf, Wels, Wels-Land, Eferding, Grieskirchen

heike.kniesel@biz-up.at
+43 664 884 98 718
Projektmanagerin

Heike Kniesel

tanja.spennlingwimmer@biz-up.at
+43 664 8481289
Leitung Investoren- und Standortmanagement

Tanja Spennlingwimmer

2. Kommunikationskonzept

Kommunikations-Ziele

Was soll durch die Vermarktungsmaßnahmen erreicht werden?

- Die INKOBA als Marke stärken
- Die INKOBA zu einem festen Bestandteil der Betriebsansiedlungspolitik der Region machen
- Die Bekanntheit der INKOBA erhöhen und ein positives Image schaffen
- Bestehende Betriebe in der Region halten
- Neue Unternehmen ansiedeln

Jeder kann Multiplikator*in sein!
Je mehr Personen über die INKOBA positiv sprechen und informiert sind, desto mehr potenzielle Investor*innen können erreicht werden.

Jahresplanung

Marketing ist ein jährlich wiederkehrender Prozess. Der Vorstand der INKOBA muss entscheiden, wer (z.B. Geschäftsführer*in) für das Marketing und die Jahresplanung der Marketingmaßnahmen zuständig ist.

Das Marketingbudget sowie konkrete Vermarktungsmaßnahmen und -ziele sollen bei einer jährlich stattfindenden Verbandssitzung fixiert werden. Die Erreichung der festgelegten Ziele muss am Ende des Jahres kontrolliert werden. Ziele für ein Jahr können z.B. sein: eine Pressemeldung im Quartal, eine Veranstaltung pro Jahr, Erweiterungen, Neuansiedlungen, eine gewisse Anzahl geknüpfter Kontakte oder persönlicher Gespräche mit Unternehmen zur Präsentation der INKOBA.

Checkliste Jahresplanung

Beispiel:

Marketingplanung für das Jahr 2021	
Budget:	€ _____
Ziele:	**(Konkrete Ziele mit Anzahl formulieren)**
Anzahl	Pressemeldung(en)
Anzahl	Veranstaltung(en)
Anzahl	Erweiterung(en)
Anzahl	Neuansiedlung(en)
Anzahl	neue Kontakte knüpfen
Anzahl	persönliche Gespräche mit Unternehmen zur Präsentation der INKOBA
	usw.

Geplante Marketingmaßnahmen: (Beispielhaft)				
Maßnahme	**Wer**	**Wann**	**Details**	**Kosten**
Website aktualisieren				
Presseaussendung				
Veranstaltungen				
usw.				

3. Konkrete Vorschläge für Vermarktungsmaßnahmen

Welche Vermarktungsmaßnahmen gibt es?

- Infoblatt, Folder
- Elektronische Medien: Website, Social Media, Newsletter, E-Mail-Signatur
- Werbetafel
- Pressearbeit: Gemeindezeitung, Presseaussendung, Pressegespräch
- Standortpräsentation
- Persönliche, direkte Kontakte
- Referenzmarketing, Multiplikatoren, Stakeholder (indirekte Kontakte)
- Veranstaltungen
- Streuwerbemittel
- Inserate, Advertorials

Unser Tipp

Nützen Sie Ihre bestehenden Netzwerke!

Schließen Sie sich bestehenden Veranstaltungen an und nutzen Sie Kommunikationskanäle (Newsletter, Social-Media-Kanäle, Webauftritt, etc.) Ihrer Partner*innen (Wirtschaftskammer, Technologiezentren, Regionalmanagement, Gemeinden, Schulen, Universitäten, Fachhochschulen, INKOBA-Betriebe usw.). So erreichen Sie einen größeren Personenkreis und damit weitere potenzielle Investor*innen.

Infoblatt, Folder

Erstellen Sie ein Infoblatt zur Vermarktung Ihrer INKOBA-Region.

Da sich die Standortinformationen (Preis, Flächenangebot usw.) rasch ändern können und Folder daher schnell überholt sind, hat es sich bewährt, austauschbare Einlageblätter produzieren zu lassen. So können Sie Ihren Folder kostengünstig aktuell halten. Beispiele:

- Mappe mit ansprechend gestalteten Einlageblättern
- Folder mit allgemein gehaltenen, länger gültigen Informationen und der Möglichkeit, auf der letzten Seite durch Anbringung einer Einlagetasche ein Datenblatt mit dem aktuellen Standortangebot einzulegen

Inhalt des Infoblatts

Die Basis für das Infoblatt bzw. den Folder bildet das entwickelte Standortprofil (Leitbild). Das Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Proposition) der INKOBA soll hervorgehoben werden.

- Was bietet Ihre INKOBA-Region potenziellen Interessenten?
- Was unterscheidet Ihre INKOBA-Region von anderen Gewerbegebieten?
  Was ist hier besonders, einzigartig?
- Warum soll ein Betrieb gerade hier investieren?

Ein Infoblatt könnte wie folgt gegliedert werden:

Standortbeschreibung – die wichtigsten Fakten auf einen Blick
- Fläche, Widmung, Verfügbarkeit, Eigentümer*in, Preis
- Lageplan (Fläche, Übersichtskarte, Foto Betriebsbaugebiet)

Infrastruktur
- Strom-, Kanal-, Wasseranschluss
- Verkehrsanbindung
- IT-Anbindung (Glasfaser usw.)

Fachwissen/Bildung in der Region
- Bildungseinrichtungen im Umkreis (HTL/Universitäten/Fachhochschulen usw.)
- Technologiezentren im Umkreis
- Betriebe in der Region

Lebensqualität
- Sehenswürdigkeiten
- Erholungsräume
- Kultur- und Freizeitangebot

Statements von bereits angesiedelten Unternehmern („Storytelling“)

Kontakt
- Ansprechpartner*innen in der Region
- Kontaktdaten Business Upper Austria

Legen Sie den Folder an möglichst vielen Stellen auf, um eine große Streuung zu erreichen und den Bekanntheitsgrad Ihrer INKOBA-Region zu steigern. Sie können ihn zudem auf standortooe.at bei den Standorten Ihrer Region hochladen.

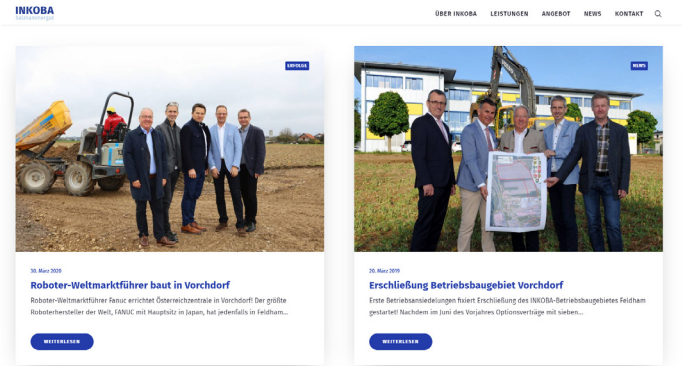
Elektronische Medien

Webpräsenz

Ein eigener Webauftritt ist kein Muss. Allerdings sollten Sie die INKOBA-Region unbedingt auf den Websites der Mitgliedsgemeinden und anderen bestehenden Websites von Partner*innen (z.B. unter www.inkoba.at) präsentieren.

Halten Sie Ihre Webauftritte immer aktuell!

Liegt das Datum des letzten Eintrags zu weit zurück oder sind die Inhalte nicht auf dem aktuellsten Stand, entsteht der Eindruck, dass Ihre Region inaktiv ist. Bedenken Sie, wie Websites mit veralteten Einträgen auf Sie wirken.



Social Media

Sollten Sie nicht ausreichend Ressourcen und/oder Themen für die Bespielung eines eigenen Social-Media-Kanals haben, empfiehlt es sich, bestehende Accounts von Partner*innen und Multiplikator*innen zu nutzen. So können Sie einen großen Personenkreis ansprechen.

Beispiele für Postings:

- Tag der offenen Tür: Werfen Sie am [Datum] ab [Uhrzeit] einen Blick in die Betriebe der INKOBA-Region [Name]
- Neuansiedlung: Wir begrüßen Firma [Name] in der INKOBA-Region [Name]
- Sie suchen einen Standort für Ihr Unternehmen? Die INKOBA-Region [Name] bietet Ihnen attraktive Flächen
- INKOBA [Name] bietet [Fläche] m² aufgeschlossene Betriebsbauflächen. Informationen unter [Kontaktdaten]
- Wieder eine Aufwertung für unsere INKOBA-Region [Name]. Seit [Datum] werden im neuen Zweig der HTL [Name] zukünftige Fachkräfte im Bereich [Fachrichtung] ausgebildet

Newsletter

Im eigenen oder auch im Newsletter von Partner*innen kann die INKOBA-Region vorgestellt werden. Des Weiteren können Sie konkrete Informationen über sämtliche Aktivitäten und Neuerungen in der INKOBA-Region mit Link auf den INKOBA-Webauftritt veröffentlichen.

E-Mail-Signatur

Mitgliedsgemeinden (Gemeinderäte, Bürgermeister, Gemeindebedienstete, usw.) und INKOBA-Betriebe können in der E-Mail-Signatur (evtl. auch auf Briefen, Faxen) auf die INKOBA-Region hinweisen, Beispiel:

- INKOBA [Name]
  Mehr Infos: [Website oder www.inkoba.at]

Werbetafel

Stellen Sie Ihre Werbetafel am INKOBA-Standort und/oder in der Nähe von bedeutenden Verkehrsknotenpunkten auf. Auch eine Bandenwerbung am Fußballplatz erhöht die Bekanntheit Ihres Betriebsbaugebietes. Überlegen Sie, welche Standorte sinnvoll sind, wo potenzielle Investor*innen und Unternehmen Ihre Werbetafel sehen.

Pressearbeit

Berichte in regionalen Zeitungen und im Regionalfernsehen sollen vor allem den Bekanntheitsgrad in der Region erhöhen.

Themenvorschläge:

- Spatenstich/Enthüllung Werbetafel am Beginn der Infrastrukturherstellung der INKOBA
- Neuansiedlung/Erweiterung Unternehmen (Spatenstich, Eröffnung usw.)
- Tag der Offenen Tür INKOBA-Betriebe
- INKOBA-Fest
- Veranstaltungsbeteiligung/Messeauftritt
- INKOBA-Stammtisch
- Vorträge bei Vereinen, Wirtschaftsbund, Wirtschaftskammer, Schulen, Universitäten usw.
- Aktuelles aus den INKOBA-Betrieben
- Neue Umfahrungsstraße – verbesserter Verkehrsanschluss etc.
- Hoteleröffnung – Unterbringung Geschäftspartner
- Gasthauseröffnung – Geschäftsessen, Mittagsmenü
- Eröffnung Bildungseinrichtungen (z.B. HTL) – Fachkräfte, potenzielle zukünftige Unternehmer*innen
- Eröffnung von Kultur- und Freizeiteinrichtungen – Freizeitgestaltung Arbeitnehmer*innen und Rahmenprogramm für Geschäftspartner*innen

Wir unterstützen Sie sehr gerne bei Ihren Presseaktivitäten. Sprechen Sie uns an.

Gemeindezeitung

Es ist besonders wichtig, dass die INKOBA-Region bei den eigenen Gemeindebürger*innen bekannt ist. Durch regelmäßige Veröffentlichungen in den Gemeindezeitungen aller Mitgliedsgemeinden werden sie über das aktuelle Geschehen informiert. Es bieten sich u.a. folgende Möglichkeiten der Berichterstattung an:

- Machen Sie alle Aktivitäten und Neuigkeiten in den eigenen Gemeindezeitungen publik
- Interviews mit Bürgermeister*innen der Mitgliedsgemeinden, Geschäftsführer*innen der bereits angesiedelten Unternehmen, INKOBA-Vorstandsmitgliedern usw., um den INKOBA-Standort bekannt zu machen und positiv darzustellen
- Inserat in den Zeitungen der INKOBA-Mitgliedsgemeinden mit Informationen über das Gewerbegebiet und evtl. Zusatzinformationen vom Bürgermeister bzw. der Bürgermeisterin bezogen auf die jeweilige Gemeinde

Veranstaltungen

Um das Risiko möglichst gering zu halten, sollte man sich zu Beginn vorzugsweise bei bestehenden Festen (Fest des Technologiezentrums, Festlichkeiten im Ort usw.) anschließen und erst im zweiten Schritt eigene Veranstaltungen organisieren.

Beispiele für Veranstaltungen, um die INKOBA-Region zu präsentieren:

- Exkursion der Gemeindebediensteten aller Mitgliedsgemeinden zum INKOBA-Standort, um die Örtlichkeiten kennen zu lernen
- Potenzielle Investor*innen (z.B. lokale Unternehmen) einladen und Gewerbegebiet sowie Standortumfeld präsentieren
- Organisation eines INKOBA-Stammtisches
- Organisation einer Veranstaltung zu folgenden Anlässen: Spatenstich, Werbetafelenthüllung, Neuansiedlung, Tag der offenen Tür der INKOBA-Betriebe usw.
- Informationstag der INKOBA-Betriebe an den Schulen
- Online-Veranstaltungen
- INKOBA bei Messen präsentieren (Ortsbildmesse, Gewerbeschau usw.)
- Präsentationen bei Vereinen (Wirtschaftsbund, Rotary, Lions Club usw.) halten

Inserate/Advertorials

Versuchen Sie, Kooperationen (z.B. anlässlich von Veranstaltungen) mit lokalen Medien zu initiieren. Je nach Budget können Sie auch Inserate schalten.

Beispiele:

- Generelle Präsentation des INKOBA-Standortes
- Interview mit Bürgermeister*in und/oder Unternehmer*in über INKOBA-Region, ggf. mit einem Hinweis auf eine in Kürze stattfindende Veranstaltung kombinieren
- Nachberichterstattung einer Veranstaltung
- Neuansiedlungen

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Vermarktung Ihrer INKOBA-Region und freuen uns, Sie dabei unterstützen zu können!

INVESTOREN- UND STANDORTMANAGEMENT

Unsere Services für Sie

business upper austria

Sie planen eine Investition

START

Entwicklungsphase
Feedback zu Ihrem Vorhaben / Business Plan

Standort
richtig wählen

Förderberatung
Wir kennen die passenden Instrumente

Begleitung
durch den gesamten Investitions-Prozess

Genehmigungen
bei den Behörden - einfach managen

Kooperationspartner
in unserem Netzwerk finden

Fachkräfte
Wir unterstützen, die richtigen zu finden

Kommunikation
Wir machen Ihre Investition am Standort sichtbar

Geschafft!

ZIEL

NEUGIERIG?

Kontaktieren Sie uns!
Telefon +43 732 79810-5055
is@biz-up.at