

Die Bedeutung des Standortmarketings nimmt zu. Dabei gibt es nur wenige Standorte in Deutschland, die effektiv und effizient mit ihren knappen Ressourcen umgehen: Dem deutschen Standortmarketing fehlt es an Strategie und Kreativität.

Der vorliegende Text wurde für die Teilnehmer des Studiengangs Wirtschaftsförderung im Rahmen der Offenen Hochschule Harz entwickelt. Er beruht auf Erfahrungen aus zahlreichen Projekten zum Standortmarketing überall in Deutschland und soll vor allem eine Anleitung für Praktiker in der Wirtschaftsförderung sein.

Besonderen Wert legen die Autoren dabei auf die Bedeutung einer stringenten Strategieentwicklung sowie auf Präzision und Kreativität in der Umsetzung. Beides ist bei den häufig (viel zu) niedrigen Budgets in der Standortkommunikation unabdingbar.

Wir geben zunächst einen allgemeinen thematischen Überblick und betonen dann die grundlegende Bedeutung einer Gesamtstrategie für den Standort. Dann werden die einzelnen Schritte der Erstellung einer Standortmarketingstrategie durchdekliniert. Besonderen Wert legen wir auf die stringente Umsetzung. Ein Überblick über aktuelle Trends und beispielhafte Kampagnen stellt die letzte Lerneinheit dar.

Wir haben uns besonders bemüht, Checklisten, Lernfragen und Literaturhinweise anzubieten. Natürlich freuen wir uns über Nachfragen, Diskussionsbeiträge und Ergänzungsvorschläge zu diesem einführenden Praxisband.