

# Modernes Standortmarketing

► **Nur, wer seine Vorteile klar und dauerhaft kommuniziert, kann sich gegenüber Mitbewerbern durchsetzen**

Viele Städte und Gemeinden haben ein Problem: Leer stehende Gewerbeflächen und verwaisende Industriegebiete. Der Wettbewerb um Investoren und ansiedlungswillige Unternehmen ist dementsprechend hart. Wer sich hier erfolgreich durchsetzen will, muss gute Argumente haben und sich Gehör verschaffen. Aber nicht nur das: Auch auf kontinuierliche und aktuelle Informationen kommt es an.

Gute und moderne Infrastrukturen, kurze Wege, räumliche Nähe zu wichtigen Ballungsräumen – dies sind in der Regel die Hauptargumente, mit denen Wirtschaftsförderer bei Investoren und Unternehmern zu punkten versuchen. Diese Argumente werden, optisch ansprechend aufbereitet, meist in Form einer Broschüre und eines Flyers kommuniziert. Doch reicht das tatsächlich, um aus der Masse der Mitbewerber hervorzustechen?

„Eine Broschüre und ein Flyer, beide professionell getextet, gestaltet und produziert, sind natürlich für ein gutes Standortmarketing unerlässlich“, sagt Fritz Brakhage, Geschäftsführer der Frankfurter Agentur DENKHAUS. „Aber: Das allein reicht nicht. Broschüre und Flyer eignen sich hervorragend dazu, generelle Vorteile zu kommunizieren. Aber was ist mit aktuellen Veränderungen? Mit Neuigkeiten? Mit den so genannten ‚weichen‘ Standortfaktoren? Hier ist ein flexibleres, schnelleres Medium gefragt. Unserer Erfahrung nach eignen sich für aktuelle Entwicklungen und kontinuierliche Informationen am besten regelmäßig erscheinende Standortzeitungen, unterstützt durch eine Website. Eine Standortzeitung, die per Post oder auf elektronischem Weg an Multiplikatoren aus Wirtschaft, Medien und Politik verschickt bzw. die bei Messen und in sonstigen Veranstaltungen ausgelegt wird, eignet sich optimal für ein dauerhaftes, aktuelles und starkes Werben für einen Standort.“

In Standortzeitungen kann eine Vielzahl von interessanten Informationen untergebracht werden: Neu erschlossene Gewerbegebiete, Unternehmen, die sich vor kurzem in der Stadt oder der Gemeinde niedergelassen haben, Portraits von Unternehmen, die sich bereits am Standort befinden, Berichte über das kulturelle Angebot und die Infrastrukturen der Stadt oder der Gemeinde und vieles mehr. Diese Berichte können dazu beitragen, ein positives Image für den Standort zu kreieren, ihn interessant zu machen und ihn nachhaltig im Gedächtnis potentieller Investoren zu verankern. In diesem Zusammenhang kommt es auch häufig zu einer Art „Sogwirkung“: Kann z.B. über die Ansiedlung mehrerer Biotech-Firmen berichtet werden, kann das weitere Firmen aus diesem Bereich „anlocken“. Ein weiterer Vorteil einer regelmäßig erscheinenden Standortzeitung: Während Broschüre und Flyer gerne im Laufe der Zeit in der Vergessenheit geraten, informiert die Standortzeitung kontinuierlich – und sorgt so dafür, dass der Standort und seine Vorteile dauerhaft im Gedächtnis bleiben. Das erhöht die Chancen, dass er bei Neuinvestitionen, Umzügen oder Expansionen berücksichtigt wird, deutlich.

## Kontakt und weitere Informationen:

DENKHAUS Werbeagentur GmbH  
Ludwig-Landmann-Straße 349  
60487 Frankfurt am Main  
Telefon: 069/68 60 68 30  
Web: [www.denkhaus-werbeagentur.de](http://www.denkhaus-werbeagentur.de)  
Ihr Ansprechpartner: Fritz Brakhage

