

Erstellung eines Marketing- und Kommunikationskonzeptes für Göttingen als Logistik- und Mobilitätsstandort

Auftraggeber :

**GWG Gesellschaft für
Wirtschaftsförderung und
Stadtentwicklung Göttingen mbH**



Branche:

Öffentlicher Sektor

Laufzeit:

Februar - Juni 2015

Kontakt:

Dipl.-Geogr. Helge Spies

Tel.: 0511 / 35 77 92 - 17

Email: helge.spies@LNC-hannover.de

Dipl.-Geogr. Gunnar Lehmschlöter

Tel.: 0511 / 35 77 92 -18

Email: gunnar.lehmschloeter@LNC-hannover.de

www.LNC-Hannover.de



Ausgangssituation

Um künftig verstärkt am bzw. vom „Wachstumsmarkt Logistik“ zu profitieren und interessierten Akteuren/Investoren einen aktuellen Überblick über die vorhandenen logistischen Kompetenzen der Region Göttingen bieten zu können, bedarf es einer ausführlichen Profildarstellung der Logistikbranche in der Göttinger Region.

Die Arbeiten sollen als Grundlage für ein Vermarktungskonzept und Marketinginstrument fungieren, um die Attraktivität der Region als Logistikstandort nach innen und nach außen zu erhöhen.

Aufgabe / Zielsetzung

Kernziel der Arbeiten ist, den „Logistik- und Mobilitätsstandort Göttingen“ aus Marktsicht zu bewerten, Chancen des Standortes bei den relevanten Nutzergruppen (Zielgruppen) aufzuzeigen sowie Handlungsempfehlungen / konkrete Maßnahmen für zielgruppenspezifische Vermarktungsmaßnahmen zu geben.

Zu den Maßnahmen zählen Empfehlungen hinsichtlich der Gestaltung von Printmedien, WebSite sowie der Nutzung von logistikrelevanten Plattformen.

Die Ergebnisse der Arbeiten sollen als Grundlage für die Umsetzung von entsprechenden Maßnahmen dienen, die durch eine extern zu beauftragende Agentur umgesetzt werden. Die Maßnahmen können bspw. Broschüren, Faltpfächer, Website sein.

Vorgehensweise / Methodik

Um die Marktchancen des Standortes bewerten zu können und sich daraus ergebende Potenziale für den Standortraum aufzuzeigen, wurden die wesentlichen aktuellen Markttrends im Logistikmarkt dar-

gestellt und hinsichtlich ihrer Relevanz für den Standort überprüft. Ziel war die Ermittlung und Darstellung der makrologistischen Angebotsstruktur in der Region Göttingen, um daraus Alleinstellungsmerkmale ableiten zu können.

Es wurden relevante Zielgruppen identifiziert und deren Anforderungen herausgearbeitet. Dieses wurde auch vor dem Hintergrund einer Priorisierung der Marketingmaßnahmen sowie unter qualitativen und quantitativen Aspekten durchgeführt.

Im folgenden wurde eine ganzheitliche Marketingstrategie erarbeitet, bei der die Profilierung der Region Göttingen als Logistikstandort im Mittelpunkt steht.

Bildung einer regionalen Identität



Die Marketingstrategie beinhaltet Empfehlungen für Kommunikations- und Marketingmaßnahmen, um die Potenziale der Logistikregion nach innen und außen in geeigneter Weise kommunizieren zu können.

Die Umsetzung konkreter Maßnahmen (z.B. Broschüren, Faltpfächer) wurde durch eine Agentur durchgeführt. Diese Maßnahmen wurden von der LNC GmbH inhaltlich begleitet.