



Blick über die Spree auf den Reichstag in Berlin | © gettyImages/Westend61

Standortmarketing

GTAI wirbt für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Ziel ist es, das positive Image der deutschen Wirtschaft im Ausland zu fördern und ausländische Unternehmen von einer Ansiedlung in Deutschland zu überzeugen.

Der Wirtschaftsstandort Deutschland wird trotz des zunehmenden internationalen Wettbewerbs außerordentlich positiv gesehen. Internationale Institutionen wie das World Economic Forum, Ernst & Young oder die UNCTAD bescheinigen dem Standort seit Jahren ein hervorragendes Investitionsklima bedingt durch exzellente Rahmenbedingungen.

Die Attraktivität eines Standortes hängt jedoch nicht allein von den vorherrschenden Rahmenbedingungen ab. Mindestens genauso relevant ist dessen Wahrnehmung im Ausland. Erfolgreiches Standortmarketing wirkt sich unmittelbar auf die Reputation und den Bekanntheitsgrad eines Landes aus.

[Bekommen Sie hier einen Einblick in unsere aktuelle Standortkampagne: Germany. Smart-up your business.](#)
[Sprache: Englisch] ▶

Content Marketing

Wir setzen auf eine inhaltsgetriebene Kommunikation, die der Zielgruppe ausländischer Wirtschaftsentscheider einen praktischen Mehrwert bietet. Ob vor Ort auf Messen oder durch eigene Veranstaltungen, ob digital, im TV oder im Printformat, wie mit unserem Magazin "Markets Germany": Mit einer Vielzahl von Instrumenten werben wir erfolgreich für den Standort Deutschland. Gleichzeitig positionieren wir uns bei potenziellen Investoren als erster Ansprechpartner.

Unsere Aktivitäten 2018

Germany Works.

GTAI startet 2018 ihre Deutschlandplattform für die Vermarktung des Standortes – gemeinsam mit den Partnern der Außenwirtschaft.



Germany Works. | © Germany Trade & Invest

[Germany Works.](#) ▶

GTAI-Standortkonferenz 2018

Im Juni 2017 fand in Berlin die erste Standortkonferenz der GTAI mit allen wichtigen Akteuren des Standortmarketings in Deutschland statt – ein Novum, was den gegenseitigen Austausch betrifft. Es wurde diskutiert, wie erfolgreiches Standortmarketing aussehen kann und wie relevante Akteure ihre Kräfte bündeln können.

Die Veranstaltung stieß bei vielen Partnern, darunter Vertreter aus den Bundesländern, dem Auswärtigen Amt und dem Netzwerk der Auslandshandelskammern, auf eine sehr positive Resonanz. Eine Fortsetzung des Veran-

staltungsformats ist für 2018 geplant. Der Themenfokus soll auf Branchen- und Industrietrends sowie wichtigen Herkunftsländern ausländischer Investitionen liegen.

[Bekommen Sie hier einen Überblick über unsere diesjährige Standortkonferenz.](#) ▶

Aufbau einer Standortmarketingplattform

Wir haben uns mit allen Partnern der Außenwirtschaft auf Bundes- und Landesebene und den Spitzenverbänden der Wirtschaft auf ein gemeinsames Konzept verständigt, das den Wirtschaftsstandort Deutschland nachhaltig international vermarktet. Die GTAI schafft hierfür 2018 eine "Deutschlandplattform", die einen gemeinsamen Auftritt mit einem Partnering-Modell unter anderem für Bundesländer, Kammern, Verbände und die Wirtschaft bietet.

Veranstaltungsformate 2018

Um für die Standortvorteile Deutschlands zu werben, werden wir 2018 auf über 50 Events wie Messen oder eigenen Veranstaltungsformaten weltweit auftreten: als Aussteller an einem Gemeinschaftsstand oder mit einer größeren Präsenz auf internationalen Leitmesen wie der Medica oder der Hannover Messe. Vor allem die Hannover Messe hat sich zu einer geeigneten Plattform für das Standortmarketing entwickelt.

Social Media: Reichweite erhöhen

Wir betreiben derzeit Social-Media-Kanäle auf Twitter, YouTube sowie den Businessnetzwerken XING und LinkedIn. Viele Likes, neue Follower: Es gelingt uns regelmäßig, Inhalte über den Standort in Verbindung mit Dienstleistungen von GTAI erfolgreich zu platzieren. Mit der Fortführung von Werbeaktivitäten bei Twitter und LinkedIn (Paid Social Media) wollen wir 2018 die Reichweite des Standortmarketings zudem zusätzlich erhöhen.

Videoformate: Weltweiter Imagegewinn

Zu Trendthemen produzieren wir eigene Videoformate. In unserer monatlich erscheinenden Sendung "Markets on Air" berichten wir über die Vorteile einzelner Städte oder Regionen in Deutschland. Die positive Resonanz auf Kurzfilme über die Energiewende oder Industrie 4.0 mit jeweils circa 100.000 Aufrufen bestätigt den Erfolg derartiger Maßnahmen. In diesem Jahr planen wir, einen neuen Kurzfilm zum Thema "Zukunft der Mobilität" zu produzieren. Der Fokus des Films liegt auf den Zukunftsthemen autonomes Fahren und Elektromobilität.

Alle Videos von GTAI finden Sie auf unserem [YouTube-Kanal](#) ▶

Journalistenreisen: Positives Deutschlandbild

Wir werden 2018 mehrere Reisen für chinesische, US-amerikanische und britische Pressevertreter in Kooperation mit einer Reihe von Bundesländern organisieren. Journalistenreisen haben sich in der Vergangenheit als sehr wirksame Maßnahme erwiesen, da diese generell zu einer erhöhten und in der Regel positiven Berichterstattung über den Standort Deutschland führen. Die Schwerpunkte der Journalistenreisen 2018 werden erneut auf aktuellen Trendthemen und Entwicklungen liegen.



Melanie Wiegand | ©
privat/Melanie Wiegand

KONTAKT

Melanie Wiegand

☎ +49 30 200 099 612

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2019 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.