



Alte Leipziger Straße 8, 10117 Berlin
T +49 30-695795-660 F +49 30-695 795-661

www.embassyexperts.com

AUFTRAGGEBER	PROJEKT	ZEITRAHMEN
Stuttgart Marketing GmbH	Markenbildung Region Stuttgart	2009/2010

EINE TOURISTISCHE MARKE FÜR DIE REGION STUTTGART

Embassy entwickelt wegweisendes Markenkonzept

„Die Arbeit mit Embassy zeichnete sich insbesondere durch die hohe Fachkompetenz und das persönliche Engagement der Geschäftsführung aus. Insbesondere die Entscheidungsfindung in den verantwortlichen Gremien profitierte von der professionellen Methodik und Moderation durch Embassy. Die Ergebnisse der Markenentwicklung für die Region Stuttgart sind wegweisend für die Zukunft.“
(Armin Dellnitz, Geschäftsführer Stuttgart Marketing GmbH)

Mit der Entwicklung der touristischen Marke für die Region Stuttgart stellte die verantwortliche Stuttgart Marketing GmbH hohe Anforderungen an ihren Agenturpartner Embassy. Bereits in der Ausschreibung konnte sich Embassy klar durchsetzen. Die strategische und gestalterische Kompetenz, die Embassy u. a. in vorherigen Markenprojekten für Berlin und für die lettische Hauptstadt Riga unter Beweis gestellt hatte, ist in der deutschen Agenturlandschaft einmalig.

Embassy zeichnete sich durch die klare Strukturierung des Entwicklungsprozesses aus. In einer Workshop-Serie erarbeitete Embassy gemeinsam mit den verantwortlichen Gremien aus Stadt und Region Stuttgart wichtige strategische Grundlagen, die im Verlauf des Projektes zu einer überzeugenden touristischen Grundsatzstrategie zusammengeführt wurden. In der Moderation der Workshops führte Embassy die politischen Gremien sicher an Entscheidungspunkte heran und ermöglichte sachkundige Beschlüsse mit deutlichen Mehrheiten.

Im Vorfeld der Markenentwicklung briefte Embassy ein unabhängiges Marktforschungsinstitut und analysierte die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung als Grundlage der Strategieentwicklung. Psychografische und Verhaltensdaten ergänzte Embassy aus einer Analyse der Sinus-Milieus. Dadurch entstand eine pragmatische Grundlage für die Definition der künftigen touristischen Zielgruppen. Embassy entwickelte daraus ansprechende Typologien der wichtigsten Zielgruppenvertreter, die sprachlich und visuell in ihren Lebenswelten verankert sind.

Armin Dellnitz:
„Wir haben ein dreiviertel Jahr lang sehr intensiv Marktforschung betrieben, eine ganz klare Zielgruppen-Fokussierung erarbeitet und damit eine tolle Grundlage für die touristische Arbeit in der Region gelegt.“¹

