

PRESSEMITTEILUNG

Hamburg Marketing GmbH: Bietergemeinschaft Ipsos & Resonance gewinnt Ausschreibung zur Analyse der Wahrnehmung Hamburgs

Hamburg, im Mai 2022. In einem europaweiten Ausschreibungsverfahren der Hamburg Marketing GmbH zur Analyse der Wahrnehmung Hamburgs hat sich die Bietergemeinschaft Ipsos & Resonance durchgesetzt. Die Markenanalyse soll objektiv erheben, mit welchen positiven und wirksamen Attributen die Freie und Hansestadt Hamburg verbunden wird. Das Ziel ist ein unverwechselbares, attraktives und zukunftsfähiges Profil als Grundlage für das Hamburg-Marketing.

„Objektive Kenntnisse sind in der heutigen Welt des schnellen Wandels eine immer wichtigere Grundlage für Entscheidungen“, sagt Dr. Rolf Strittmatter, Vorsitzender der Geschäftsführung Hamburg Marketing GmbH. „Die Agenturen Ipsos & Resonance sind in ihren Disziplinen etablierte internationale Spezialisten, die sich aus unserer Sicht perfekt ergänzen und ein hervorragendes Verständnis für die anstehende Aufgabe haben.“ Ipsos ist ein global agierendes Marktforschungsunternehmen, das seinen deutschen Hauptsitz in Hamburg hat und eine große Bandbreite an Forschung und strategischer Beratung bietet. Die New Yorker Agentur Resonance verfügt über umfangreiche Expertise aus dem Place Branding-Bereich und ist unter anderem Herausgeber des World’s Best Cities Report.

„Mit diesem Projekt dürfen wir unsere Expertise für eine Marke einsetzen, die uns persönlich wie professionell jeden Tag bewegt. Was macht Hamburg stark als Heimat, Reiseziel, und Investitionsstandort? Das gemeinsam herauszuarbeiten, ist für

unsere globalen Forschungs- und Beratungsteams eine Herausforderung, auf die wir uns ganz besonders freuen“, sagt Gesina Gudehus-Wittern, Director Ipsos Strategy3 Deutschland.

Der europaweiten Ausschreibung war ein Teilnahmewettbewerb im vergangenen Dezember 2021 vorgeschaltet. 14 Bietergemeinschaften haben daran teilgenommen. Die Markenanalyse soll dem Hamburg Marketing neue Erkenntnisse über die Wahrnehmung der Region Hamburg in definierten Zielgruppen wie Unternehmen, Besucher oder Talente liefern können.

Bereits 2004, 2009 und 2015 wurden Markenanalysen Hamburgs durchgeführt. Hamburg ist damals einen neuen Weg im Place Branding gegangen, indem Markenmethoden und -techniken aus dem kommerziellen Marketing auf eine Stadt und später auf eine Region angewendet wurden. Inzwischen sind viele weitere Städte in Deutschland diesem Ansatz gefolgt.

Pressekontakt:

Hamburg Marketing GmbH

Ingrid Meyer-Bosse

Leitung Unternehmenskommunikation

Tel: +49 40 41 11 10 - 638 Fax: +49 40 41 11 10 - 895

Mail: ingrid.meyer-bosse@marketing.hamburg.de

Web: www.marketing.hamburg.de