

1. Fazit

Wir kommen nach unserer Analyse der Wirtschaftslage sowie dessen Auswertung zu dem Ergebnis, dass es Halle vor allem an Fachkräften mangelt, die den Unternehmen im Wirtschaftsraum entlang der Saale zu neuem Wissensinput verhelfen und darüber hinaus die Betriebe konkurrenzfähig machen.

Unter der Voraussetzung, dass Halle einen Fachkräftemangel verzeichnet, haben wir ein Stadtmarketingkonzept entworfen, um sowohl die Studenten langfristig in der Stadt zu halten, als auch jungen Menschen interessante Ausbildungsplätze an zu bieten.

Dieses Ziel soll erreicht werden durch den „Saale-Campus“, der Wissens- und Wirtschaftsstandorte miteinander verbindet. Im Vordergrund stehen Vernetzung und vorhandene Potentiale zu nutzen und aus zu bauen. Ein Instrument dafür ist der Shuttlebus. Über ein durchdachtes Liniennetz bietet er innerhalb des „Saale-Campus“ die Möglichkeit unkompliziert vom einen Standort zum anderen zu kommen. Mittels der „Saale-Campus- App“ kann sich der Nutzer alle Termine und Veranstaltungen gebündelt in einem individuellen Terminplaner anzeigen und verwalten lassen.

Wir haben mit dem Konzept die Ziele verfolgt, den überregionalen Bekanntheitsgrad der Stadt zu erhöhen, eine Steigerung der Identifikation der Bürger mit der Stadt zu fördern, die Zusammenarbeit wichtiger Handlungsträger der Stadt auszubauen sowie den Erhalt beziehungsweise die Steigerung der Einwohnerzahlen, vor allem durch die Studenten und Auszubildenden, langfristig zu ermöglichen

Mit dem Stadtmarketingkonzept „Saale-Campus“ sollen diese Ziele zukünftig umgesetzt werden und langfristig mit einem attraktiven und vielfältigen Angebot die Konkurrenzfähigkeit im Städtewettbewerb unterstützen.