

## **Alles Echt! – Südwestfalen**

### **Mit einer starken Marke um Fachkräfte für die Wirtschaft werben**

Südwestfalen soll als neue regionale Marke entwickelt werden, um künftig benötigte Fach- und Führungskräfte für die Wirtschaft in Deutschlands Industrieregion Nr. 3 zu gewinnen. Unternehmen, Kammern und Arbeitgeberverbände haben sich 2011 im Verein Wirtschaft für Südwestfalen e.V. zusammengeschlossen, um gemeinsam mit den 5 Landkreisen Soest, Hochsauerland, Olpe, Siegen-Wittgenstein und Märkischer Kreis diese Aufgabe anzugehen. Als Gesellschafter der Südwestfalen Agentur GmbH (Olpe), die als operative Einheit diesen Prozess umsetzt, finanzieren und steuern die Vereinsmitglieder den Marketingprozess über den Regionalmarketing-Ausschuss, dessen Vorsitzender von Wirtschaft für Südwestfalen gestellt wird.

Im Folgenden möchten wir Ihnen die Ziele und die Kampagne incl. Webportal vorstellen und die Möglichkeit für Unternehmen erläutern, sich in die Kampagne einzubringen und sie für eigene Zwecke zu nutzen. Dabei soll für eine Mitgliedschaft im Verein Wirtschaft für Südwestfalen e.V. geworben werden. Schließlich soll die Kampagne der gesamte Region und allen ansässigen Unternehmen dienen. Und gleichzeitig kann die Kampagne mit all ihren Facetten nur dauerhaft und nachhaltig umgesetzt werden, wenn sie auf möglichst breiten Schultern getragen wird. Schon heute sind mehr als 100 Unternehmen Mitglied: Warum nicht Sie?

### **Warum Regionalmarketing?**

Die scheinbar auf der Hand liegenden Vorzüge der Region sind in Südwestfalen selbst und erst recht außerhalb kaum bekannt: Weltmarktführer mit technischen Spitzenleistungen, Familienunternehmen mit ehrlichen und aufrichtigen Menschen, Lebensqualität in gesunder Natur. Alles Echt, so heißt deshalb der Claim, der künftig für Südwestfalen steht. Er zieht sich als roter Faden durch die Kampagne und vermittelt die zahlreichen Vorzüge Südwestfalens, die bei Manchem zu einem überraschten „Echt?“-Ausruf führen dürften. Denn das Besondere an unserer Region ist, dass wir die oben genannten Versprechen (Wirtschaftskraft, Lebensqualität...) mit „harten Fakten“ belegen können und wollen - und somit ein bundesweites Image unserer Region prägen möchten, was der Realität entspricht: Überzeugende Qualitäten!

### **Das Logo der Kampagne als Wort-Bild-Marke:**



## Die Kampagne

Im ersten Schritt ist zunächst eine reine Fachkräftekampagne vorgesehen, die die wichtigsten Zielgruppen anspricht: Junge Menschen innerhalb und außerhalb der Region, die sich in der beruflichen Orientierungsphase befinden oder erfahrene Fachkräfte mit meist junger Familie. Grundsätzlich ist die Strategie der Kampagne, eine Zielgruppe so anzusprechen, dass ein persönliches Bedürfnis (z.B. Suche nach Ausbildungsplatz, Sehnsucht nach Wohnen im Grünen, Suche nach verlässlichem Arbeitgeber ) explizit mit einem „Hingucker“, einem flotten, zum Teil flapsigen Spruch, angesprochen wird.

Diese frechen Aussagen haben jedoch immer einen wahren Kern: Unterhalb des Spruches folgt ein klares Versprechen der Region, was wir belegen können (z.B. ausgezeichnete Ausbildungskonzepte, Waldreichtum der Region...) Dafür wird spätestens auf der Website [www.suedwestfalen.com](http://www.suedwestfalen.com) der Beweis erbracht. Und genau das ist das Ziel: Das Interesse an mehr Informationen und der Besuch des Standortportals im Internet.

Ein Motiv-Beispiel aus der Reihe „Südwestfalen hat etwas anzubieten“: In Rot die zentrale Aussage, die eine Stärke der Region betont, bzw. ein klares Angebot macht – die Abreiß-Zettelchen klären über den Absender auf. Die umrahmenden Polaroid-Bilder stehen für Unverfälschtheit und dienen als Sympathieträger.



 Südwestfalen  
ALLES ECHT!

Die Mediaplanung erfolgt in den nächsten Wochen: Neben Radio, Zeitung und Zeitschriften ist aus Kostengründen sowie Gründen der Zielgenauigkeit vor allem ein Fokus auf Online-Werbung vorgesehen. Z.B. die Verwendung von Anzeigen als Online-Banner auf

einschlägigen Websites von Online-Stellenportalen oder in sozialen Netzwerken (Facebook, Xing, andere). Aber auch Websites und Print-Angebote von Fachzeitschriften für z.B. Ingenieure oder für Familien (Familie und Co., andere) sind für eine erhöhte Aufmerksamkeit der Zielgruppen einsetzbar.

### Weitere Kampagnen-Motive

Der Weiterentwicklung der Kampagnen-Motive sind keine Grenzen gesetzt. Hier einige Beispiele mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten.





Mit unternehmenseigenen Motiven können Sie selbst Teil der Kampagne werden:



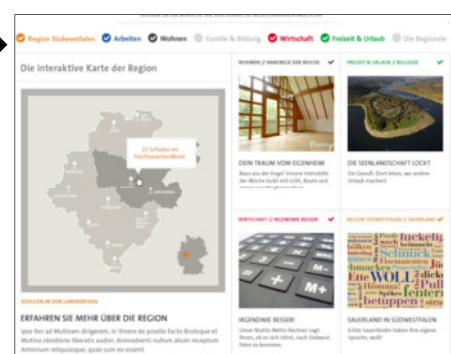
Beispiel der Firma EJOT aus Bad Berleburg

Somit können Sie entweder mit fertigen Anzeigen oder (nach Absprache) mit eigenen Anzeigen im Kampagnenstil z.B. in Ihren eigenen Publikationen/auf Ihrer Webseite für die Region oder für sich als attraktiven Arbeitgeber in der Region Südwestfalen werben.

### Das Standortportal

Vorrangiges Ziel der Kampagne ist es, die Aufmerksamkeit auf das zentrale Standortportal [www.suedwestfalen.com](http://www.suedwestfalen.com) bzw. [www.alles-echt.de](http://www.alles-echt.de) zu lenken. Wichtig ist, dass das Portal als Schaufenster fungieren soll und als attraktiver „Ausgangspunkt“ auf alle relevanten Angebote der Region verlinkt. Es soll gleichzeitig die Stärken der Region in den Vordergrund rücken und mit „echten Geschichten“ und „echten Angeboten“ zum Leben und Arbeiten aufwarten. Eine erste Dummy-Version finden Sie zunächst unter [www.zur-vorschau.de/swf/](http://www.zur-vorschau.de/swf/)

Anklickbar sind dabei vor allem die Filtermöglichkeiten in der Mitte der Startseite sowie der Hauptnavigationspunkt "Arbeiten". Alles, was auf der Webseite ist, ist als provisorisch und exemplarisch zu betrachten, keinesfalls als feste Bilder, Titel, Texte.



Dort sind gut strukturiert alle Informationen rund um Arbeiten, Wohnen, Freizeit, Bildung, Kultur, etc. enthalten, z.B.

- Persönliche Geschichten: „Umzugsgeschichten aus der großen Stadt“, „Karrieregeschichten aus Südwestfalen“ etc.
- Eine Suchfunktion, die sämtliche einschlägigen Stellenbörsen nach Angeboten aus Südwestfalen durchstöbert
- Geschichten über Bestleistungen aus den Unternehmen
- Immobilien- und Mietangebote
- Ausbildungsplätze und Studienmöglichkeiten
- Kita-Plätze und Schulen
- Fakten zu den Branchen und zum Wirtschaftsstandort
- Möglichkeiten der Freizeitgestaltung und Veranstaltungs-Highlights
- ...

### **Instrumenten-Baukasten für Unternehmen**

Unternehmen können einen umfangreichen Baukasten für ihre Fachkräfteansprache nutzen, der für Vereinsmitglieder kostenlos oder preisbegünstigt ist.

- Nutzung des Alles-Echt-Logos und der Kampagnen-Motive
- Nutzung von Roll-Ups und Werbeträgern
- Preisvorteile beim Erwerb von Give-Aways
- Beteiligung an der Kampagne mit eigenen Motiven
- Premium-Partnerschaft bei Recruiting-Tagen
- Erwerb des Arbeitgeber-Gütesiegels: Echter Arbeitgeber Südwestfalen
- Weitere noch zu entwickelnde Instrumente

### **Start im Herbst und kontinuierliche Weiterentwicklung**

Im Herbst 2012 wird der operative Start der Kampagne erfolgen. Sukzessive ist danach ein weiterer Ausbau der Aktivitäten angedacht. Überregionale Messeauftritte sowie bundesweite PR-Arbeit und Maßnahmen vor Ort in Südwestfalen (z.B. in Schulen) sind dabei fest geplant. So könnte etwa ein „Diercke“- (Welt)-Atlas Schülern interessante Informationen zur Wirtschaftsstruktur und zu Bildungsmöglichkeiten in Südwestfalen eröffnen. Auch eine Erweiterung auf die gezielte Anwerbung von ausländischen Fachkräften und deren systematische Vorbereitung und Integration ist denkbar. Ebenso ist an eine Erweiterung auf allgemeine Imagewerbung für die Industrieregion gedacht.

Gleichzeitig hat das Regionalmarketing nicht nur „Werbung“ zum Ziel, es geht weit darüber hinaus: Über die Entwicklung einer „Willkommenskultur“ der Kommunen soll Regionsfremden die Integration und die Bewältigung der ersten Alltagsprobleme in Südwestfalen erleichtert werden. Strategische Ansätze in Südwestfalen, die sich bereits dem Thema Fachkräftesicherung widmen (z.B. Projekte im Bereich Schule + Wirtschaft) sollen transparent und somit besser zugänglich gemacht werden. Die Brancheninitiativen der Region sowie alle Akteure, die am Thema arbeiten, sollen über das südwestfälische Regionalmarketing besser vernetzt werden. Best-Practice-Beispiele sollen somit in die Fläche getragen und z.B. für Unternehmen Möglichkeiten des Engagements auf einen Blick dargestellt werden.

### **Vereins-Mitgliedschaft**

Unterstützen Sie den Aufbau der Kampagne sowie weiterer Instrumente durch eine Mitgliedschaft im Verein Wirtschaft für Südwestfalen e.V. mit folgenden Jahresbeiträgen

Privatpersonen/Kleingewerbetreibende:	200 €
Unternehmen bis 5 Mio. € Jahresumsatz:	500 €
Unternehmen bis 25 Mio. € Jahresumsatz:	1.000 €
Unternehmen bis 50 Mio. € Jahresumsatz:	2.000 €
Unternehmen über 50 Mio. € Jahresumsatz:	3.000 €

Bitte bedenken Sie, dass erfolglose Stellenanzeigen, die auf mangelndes Image der Region zurückzuführen sind, oft deutlich teurer werden. Eine Mitgliedschaft kann daher eine gute Investition in die Zukunft sein.

#### **Weitere Informationen zum Verein finden Sie auf den Webseiten:**

[www.wirtschaft-suedwestfalen.de](http://www.wirtschaft-suedwestfalen.de)

#### **Wirtschaft für Südwestfalen e.V.**

Vorstand: Ralf Kersting (Vors.), Stephan Stracke (Stellv.), Meinolf Niemand, Walter Mennekes, Tim H. Maack  
Geschäftsführer: Thomas Frye

Königstraße 10, 59821 Arnsberg, Tel. 02931/878-185, Fax: 02931/878-285  
frye@arnsberg.ihk.de