

METROPOLE RUHR

DIE STADT DER STÄDTE

2. Juli 2018

Imageprofil Metropole Ruhr: Selbstbild – Fremdbild

UNTERNEHMEN IN DER METROPOLE RUHR

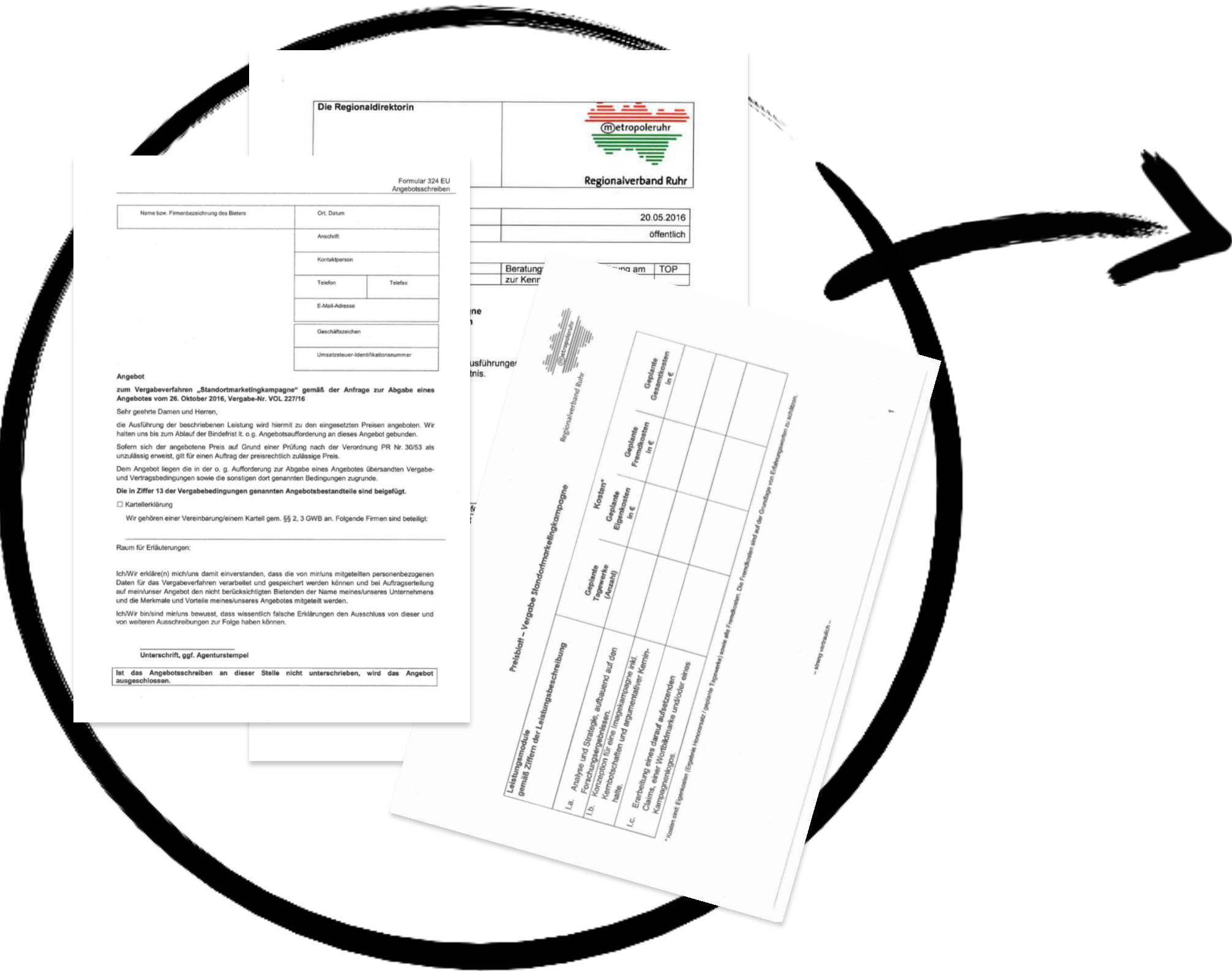
UNTERNEHMEN INLAND (AUSSERHALB)



in Prozent, Werte 1 und 2 einer 5er Skala

Metropole Ruhr

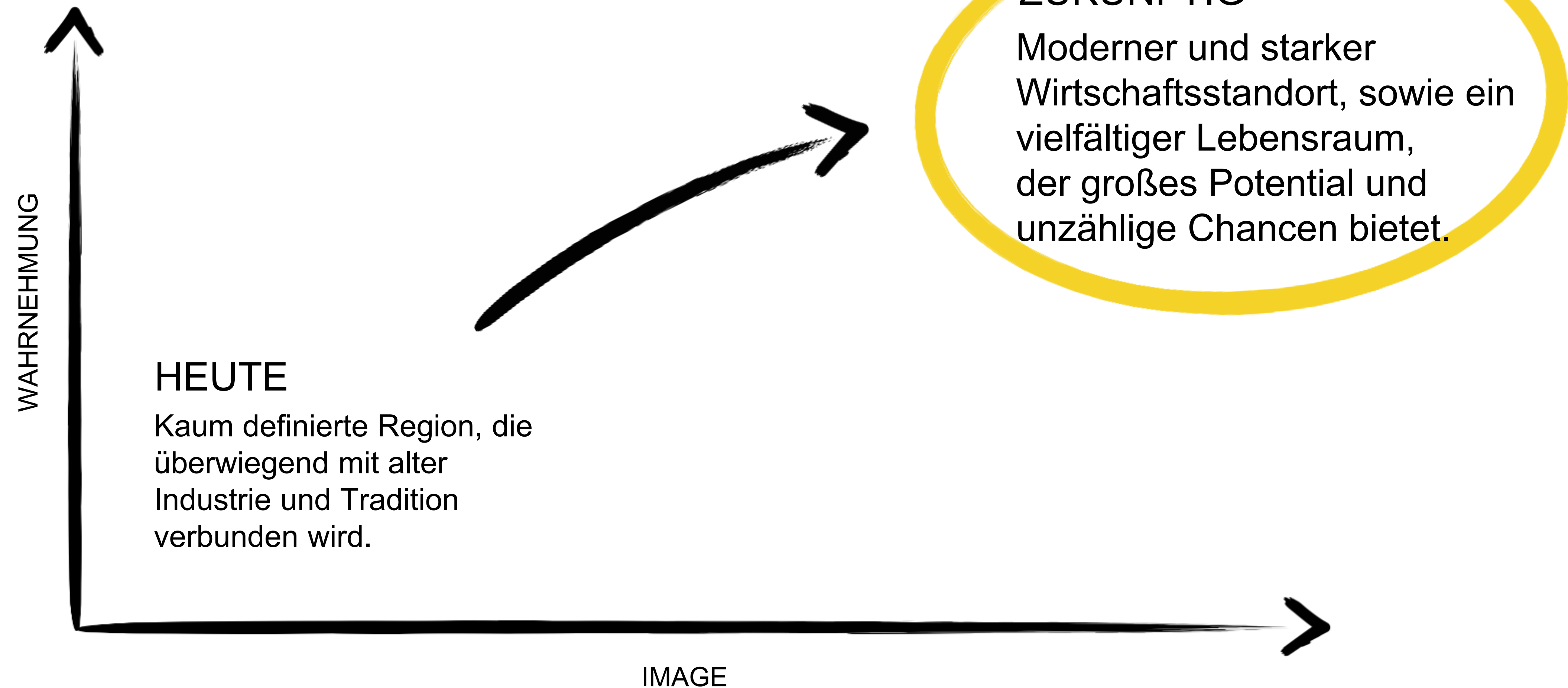
Die Aufgabe:



Wir möchten das Image der Metropole Ruhr mit einer internationalen Standortmarketingkampagne verbessern und das Vertrauen in die Metropole Ruhr als eine Region mit Substanz und Zukunft fördern. So will die Kampagne bei Standort-, Wirtschafts- und Lebensentscheidungen die Präferenz zu Gunsten der Metropole Ruhr beeinflussen.

Metropole Ruhr

Unser Ziel:



Standortmarketingkampagne

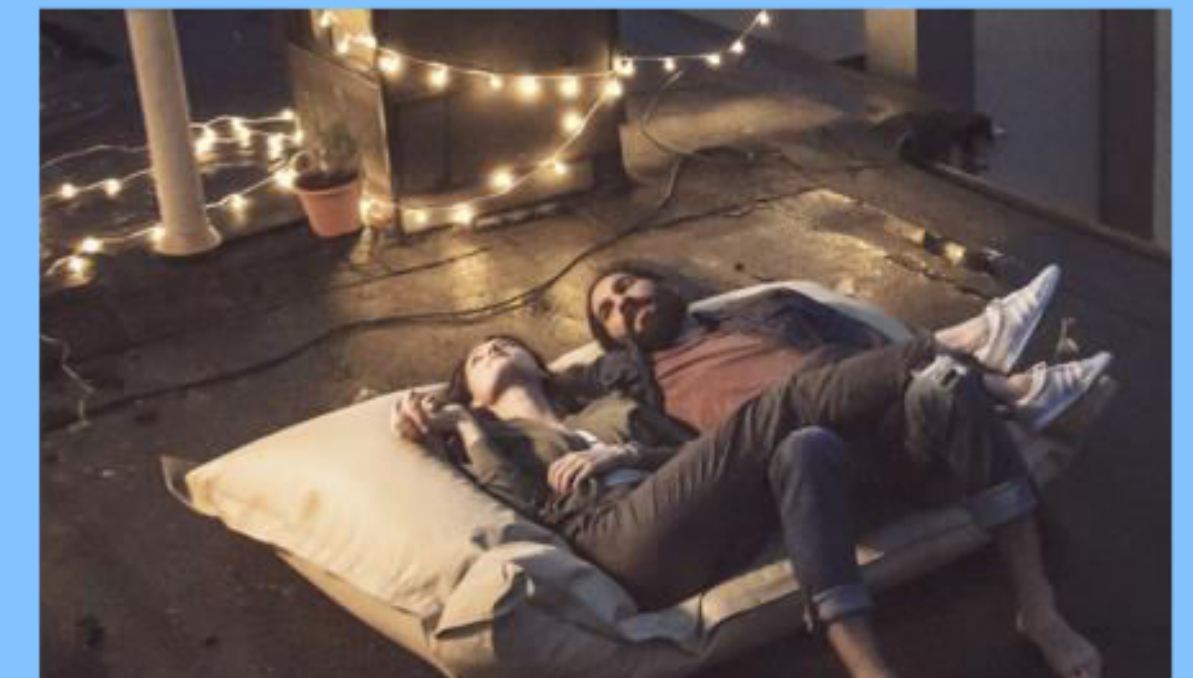
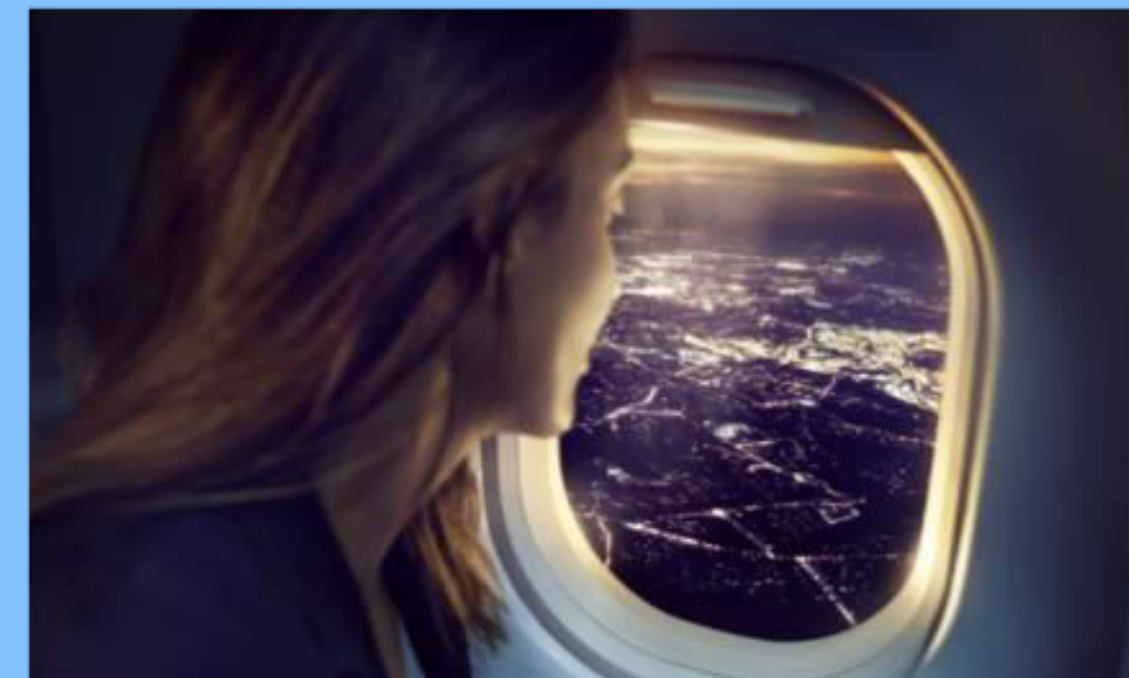
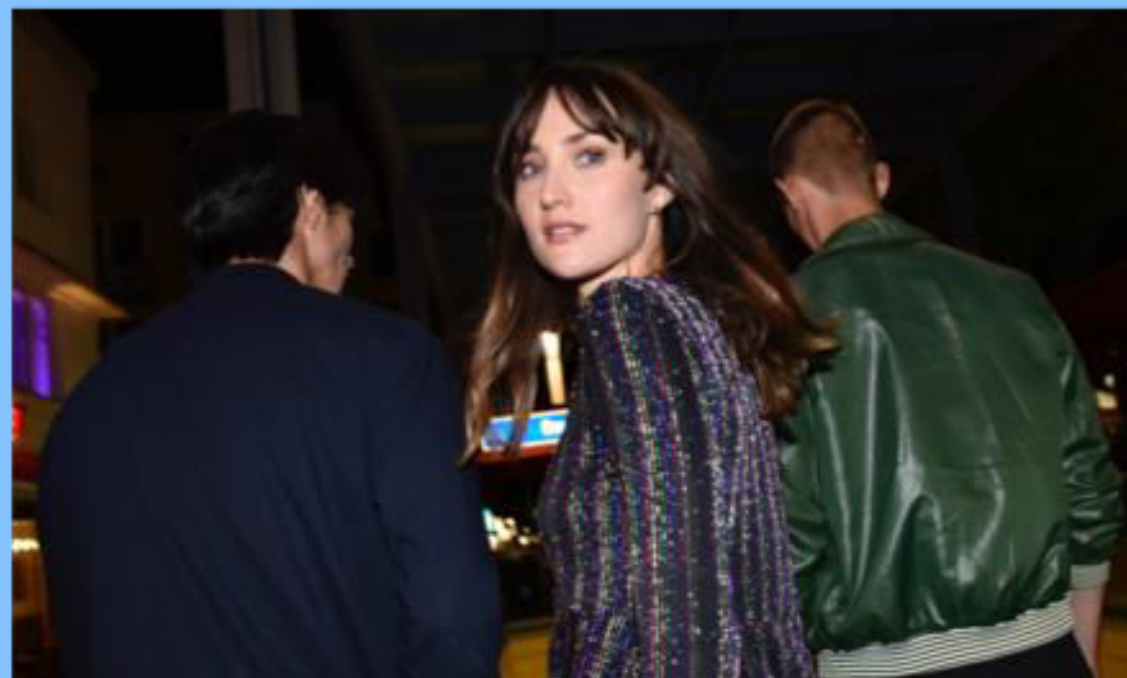
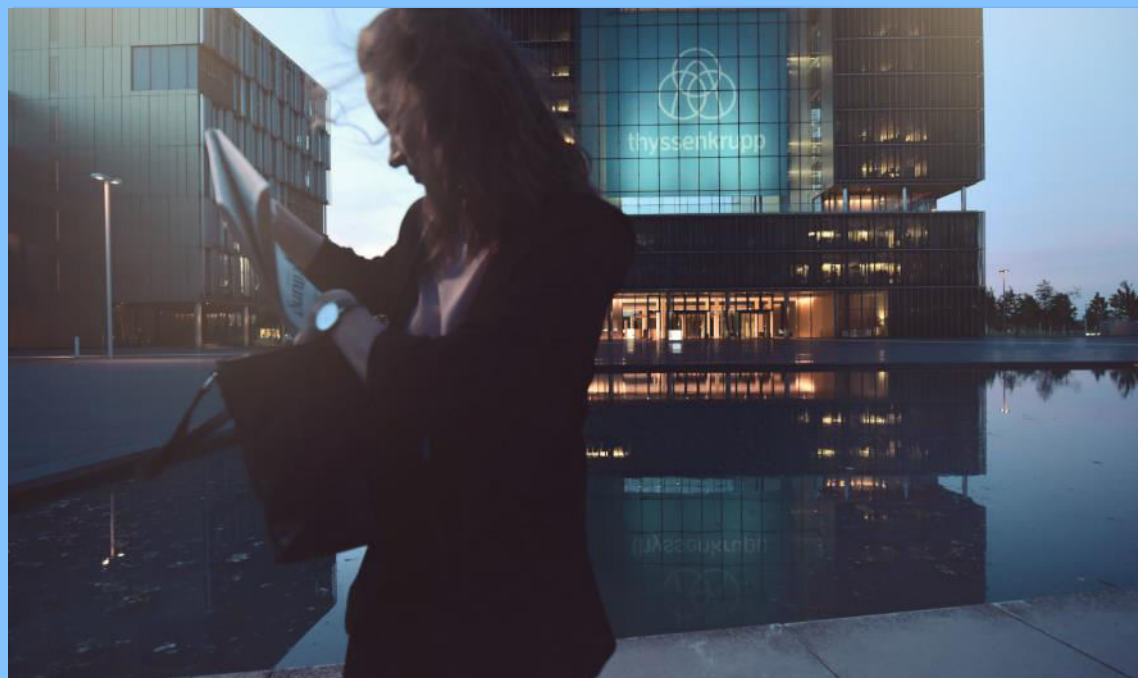
modern - dynamisch - innovativ - jugendlich - attraktiv - weltoffen - vielfältig - zukunftsorientiert

Top Entscheider
- national -

Fachkräfte
Junge AN/Studenten
- national -

Top Entscheider
- international -

Multiplikatoren
Bevölkerung
- Metropole Ruhr -



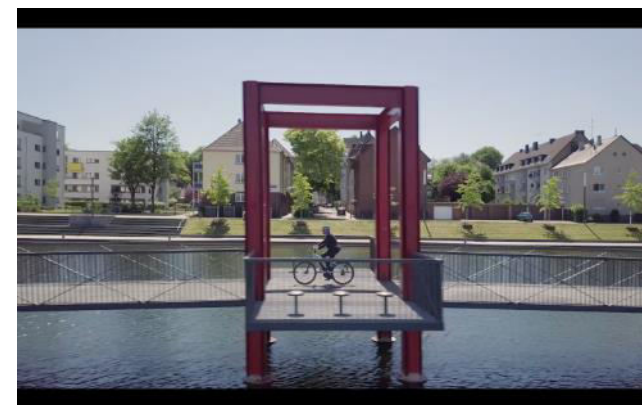
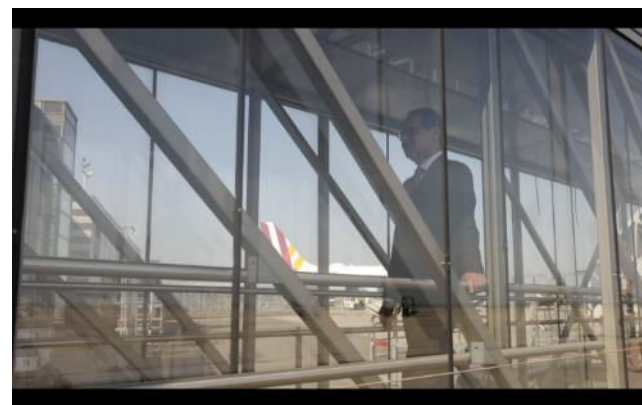
DIE KAMPAGNE

A woman with long, wavy brown hair is seen from the side, looking out of an airplane window. The window shows a night view of a city with many lights. The text "DIE KAMPAGNE" is overlaid in white, bold, sans-serif capital letters across the middle of the image.

VIDEOCONTENT | 1 Jahr Kampagne



VIDEOCONTENT | 1 JAHR KAMPAGNE



DAS NEUE LOGO MIT CLAIM



10 PRINT-HAUPTMOTIVE



**5 MIO. MENSCHEN.
53 STÄDTE.
1 METROPOLE.**

DIE METROPOLE RUHR IST MEHR ALS NUR EINE STADT. SIE IST URBANER BALLUNGSRAUM, WIRTSCHAFTLICHES HERZ EUROPAS, HEIMAT FÜR MILLIONEN – UND NOCH VIEL MEHR. SIE IST: DIE STADT DER STÄDTE. MEHR UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

METROPOLE RUHR
STADT DER STÄDTE



**MOIN HAMBURG,
HIER IST DIE
HAFENHAUPTSTADT.**

DENN DER DUISBURGER HAFEN IST DER GRÖSSTE BINNENHAFEN DER WELT UND DIE FÜHRENDE LOGISTIKHUBSCHRIBE IN ZENTRALEUROPA. DIE GANZE GESCHICHTE UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

METROPOLE RUHR
STADT DER STÄDTE



**BEI UNS GEHEN
START-UPS
DURCH DIE DECKE.
UND IN DIE TIEFE.**

DIE STADT DER STÄDTE BIEET START-UPS OPTIMALE MÖGLICHKEITEN: EINE WIRTSCHAFTS- UND INNOVATIONEN-ORIENTIERTE UMGEBUNG, DIE MIT IHREM REVOLUTIONÄREN VERFAHREN ZUM BODEN- UND ZUM HIMMEL WACHSEN KANN. DIE GANZE GESCHICHTE UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

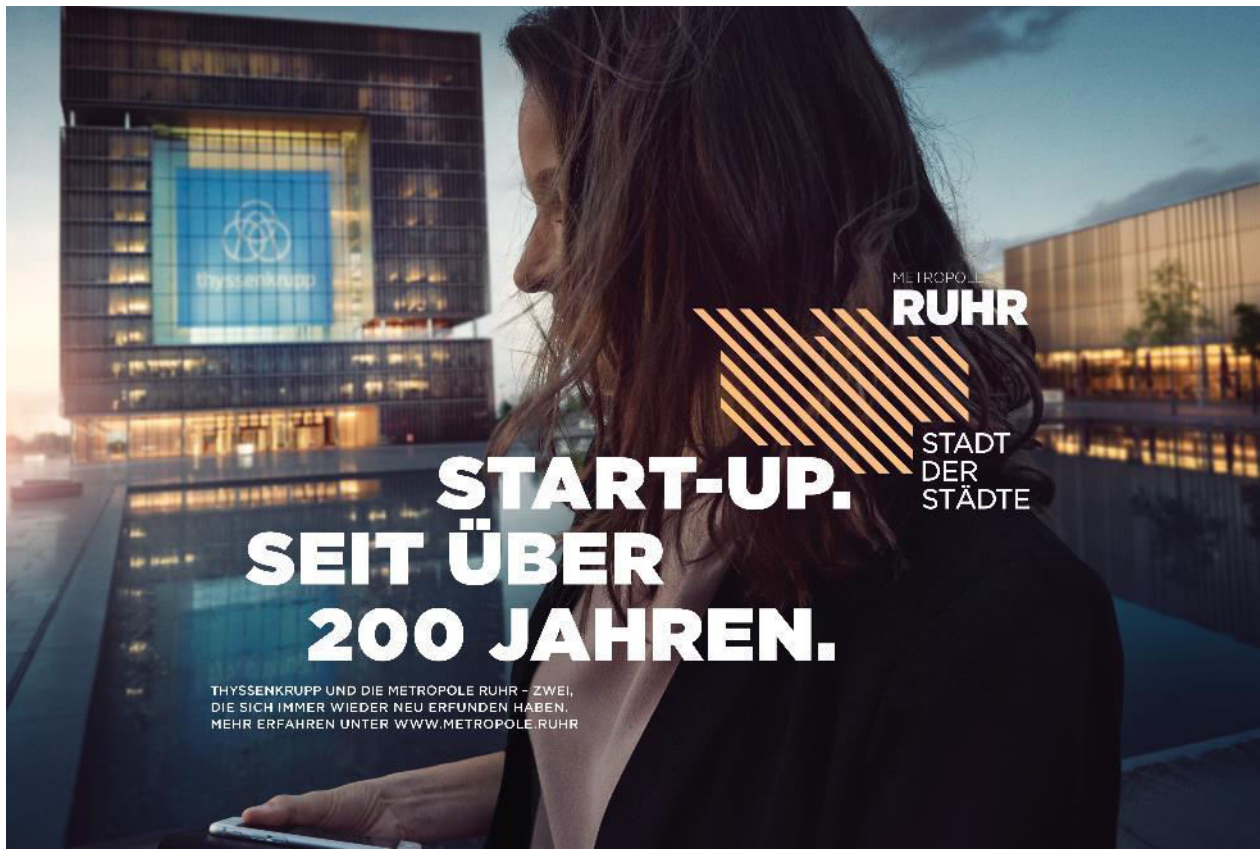
METROPOLE RUHR
STADT DER STÄDTE



**IF YOU WANT TO
MOVE MOUNTAINS,
JUST ASK US.**

WILLKOMME IN DER METROPOLE RUHR – EINER DER GRÖSSTEN UND DIVERSIFIZIERTSTEN URBANEN BALLUNGSRAUMS IN EUROPA. DIE GANZE GESCHICHTE UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

METROPOLE RUHR
CITY OF CITIES



**START-UP.
SEIT ÜBER
200 JAHREN.**

THYSSENKRUPP UND DIE METROPOLE RUHR – ZWEI, DIE SICH IMMER WIEDER NEU ERFUNDEN HABEN. MEHR ERFAHREN UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

METROPOLE RUHR
STADT DER STÄDTE



**VIELE SPUREN.
EINE RICHTUNG:
NACH VORN.**

RS1. KLINGT WIE EIN SPORTWAGEN. UND FÜHLT SICH GENAU SO AN. DENN DER RADSCHNELLWEG RUHR RS1 VERBINDET 430.000 MENSCHEN MIT IHREM ARBEITSPLATZ. OHNE HINDERNISSE. OHNE STAU UND VOR ALLEM: OHNE BENZIN. DIE GANZE GESCHICHTE UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

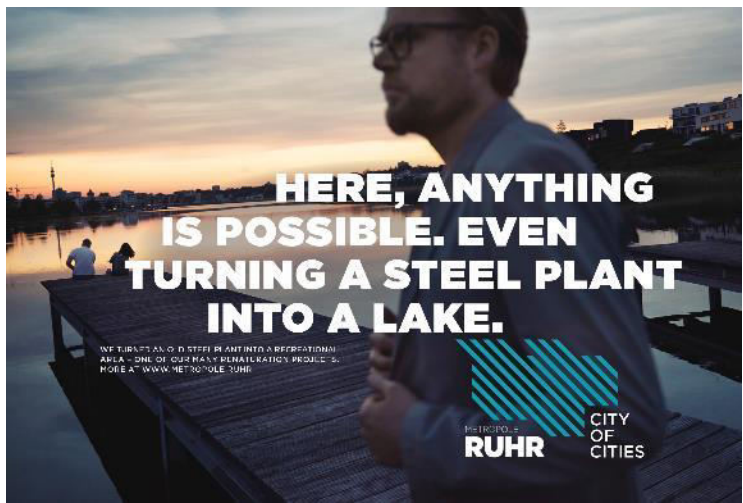
METROPOLE RUHR
STADT DER STÄDTE



**FÜR ALLE, DENEN
BERLIN, AMSTERDAM
ODER MADRID
ZU KLEIN SIND.**

ÜBER 5 MILLIONEN MENSCHEN SORGEN DAFÜR, DASS IN DER METROPOLE RUHR IMMER ETWAS LOS IST. MEHR ERFAHREN UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

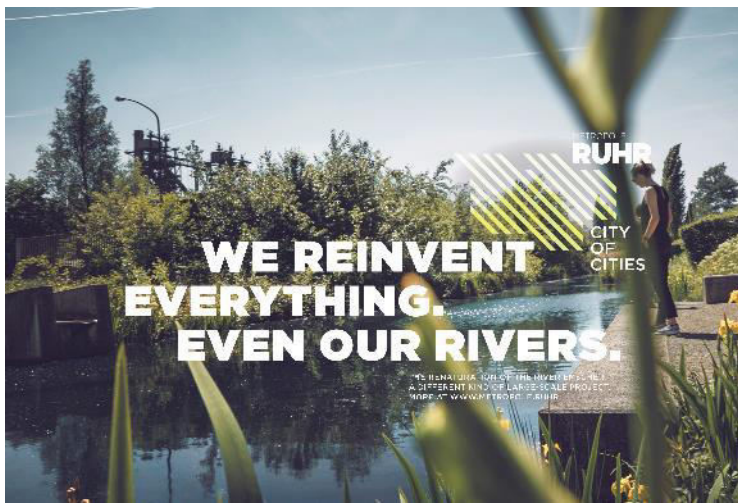
METROPOLE RUHR
STADT DER STÄDTE



**HERE, ANYTHING
IS POSSIBLE. EVEN
TURNING A STEEL PLANT
INTO A LAKE.**

THE FORTY-FOUR HOURS OF THE STEEL PLANT INTO A RECREATION AREA. ONE OF OUR MANY SUSTAINABILITY PROJECTS. MEHR ERFAHREN UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

METROPOLE RUHR
CITY OF CITIES



**WE REINVENT
EVERYTHING.
EVEN OUR RIVERS.**

THE RIVER AREA. ONE OF OUR MANY SUSTAINABILITY PROJECTS. MEHR ERFAHREN UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

METROPOLE RUHR
CITY OF CITIES



**VIEL MIETEN.
STATT VIEL MIETE.**

DIE METROPOLE RUHR HAT ALLES WAS EINE MODERNE METROPOLE AUSMACHT – BIS AUF EXPLODIERENDE MIETEN. MEHR ERFAHREN UNTER WWW.METROPOLE.RUHR

METROPOLE RUHR
STADT DER STÄDTE

STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. KAMPAGNEN-AUFTRITT.



Mediaschaltungen
in führenden Wirtschaftsmedien.

Zielgruppen:

- Wirtschafts- und Investitions-Entscheider
- Qualifizierte Fachkräfte

Reichweite (2017/2018)

- 2,86 Millionen Sichtkontakte

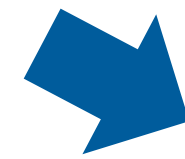
STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. HINFÜHRUNG : AUF ZENTRALE INFORMATIONSPLATTFORMEN.



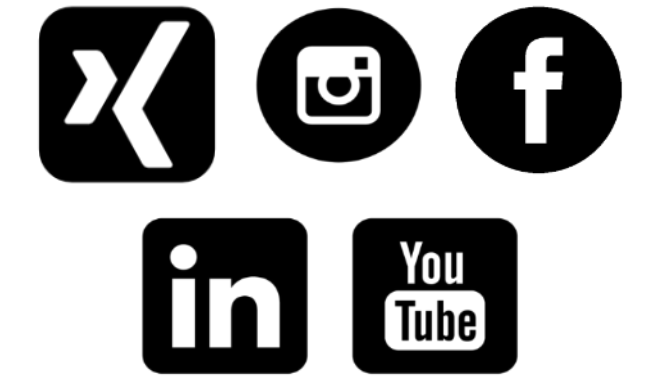
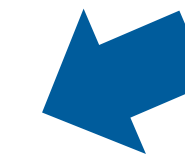
Messen | Veranstaltungen



Mailings/Direktmarketing



CONTENT-PLATTFORM



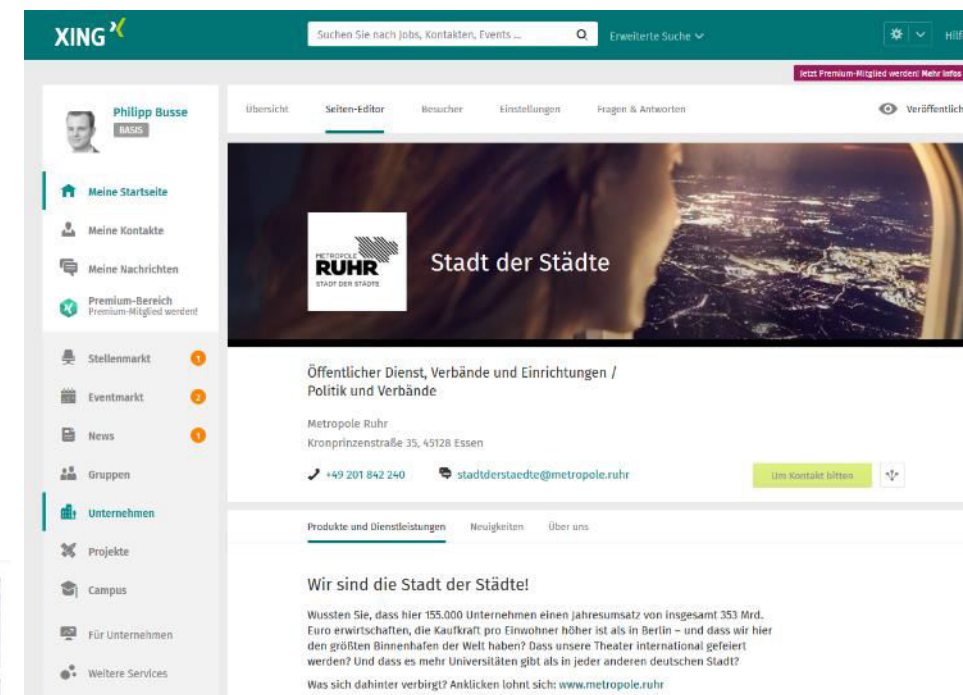
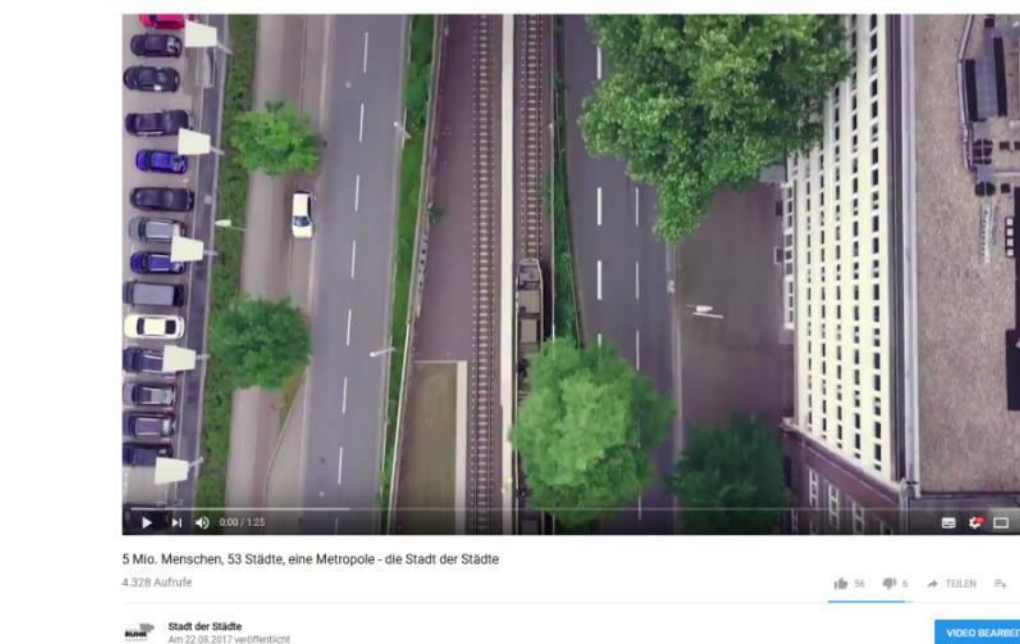
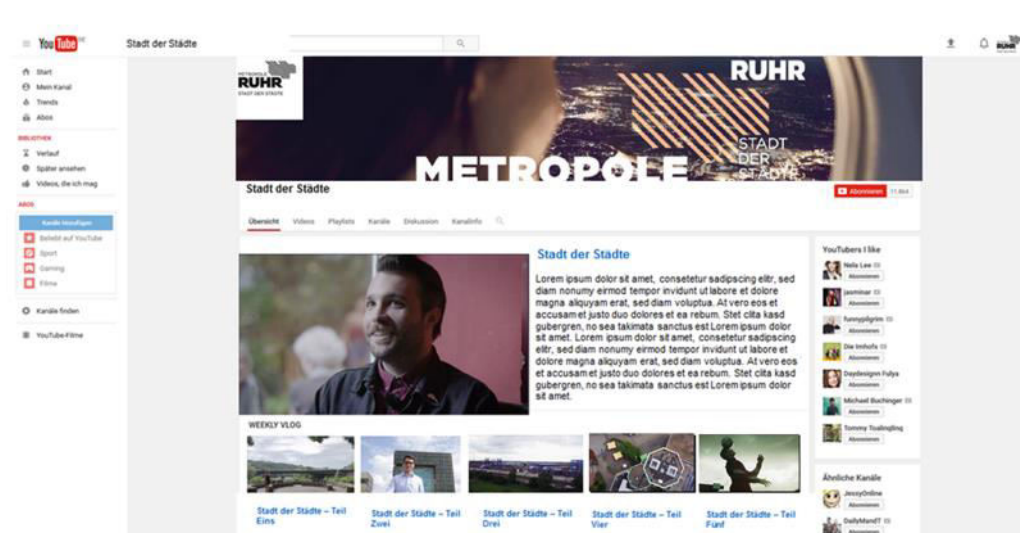
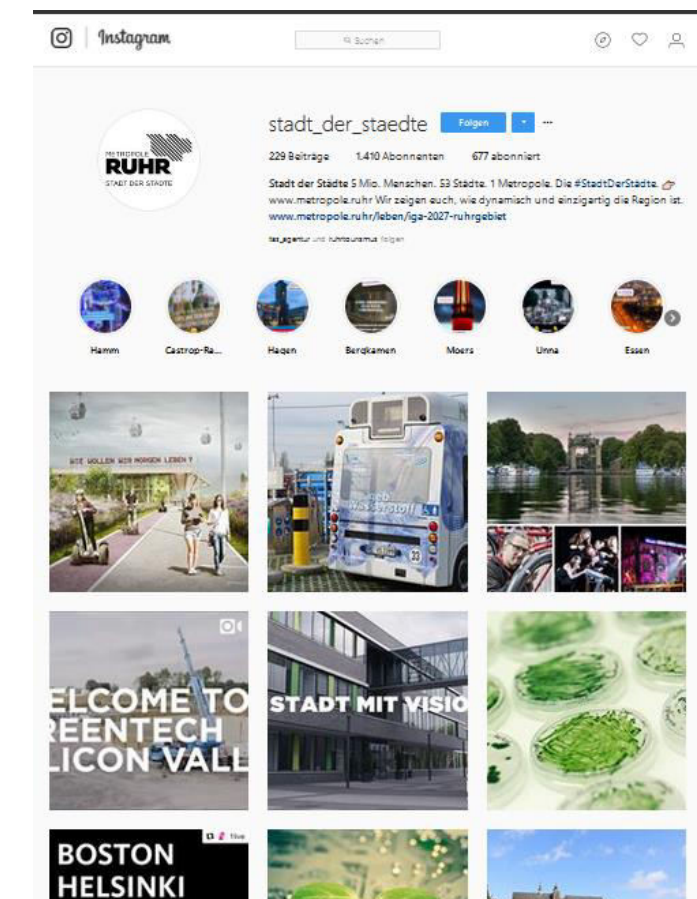
Digital | Social Media



Media | Print

Reichweite (erste 12 Monate)
Website: 100.000 Besucher
Imagefilm: 3,32 Millionen Full Views
(Mediaauspielung auf verschiedenen Online Plattformen)

STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. PRÄSENZ IN SOZIALEN MEDIEN.

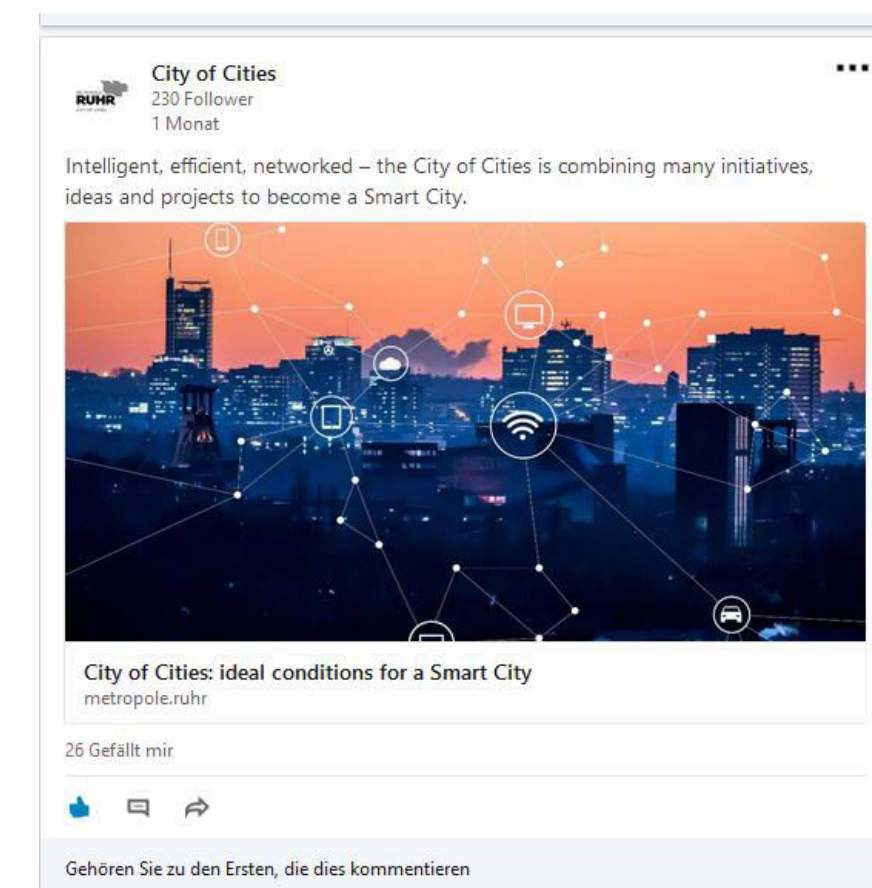
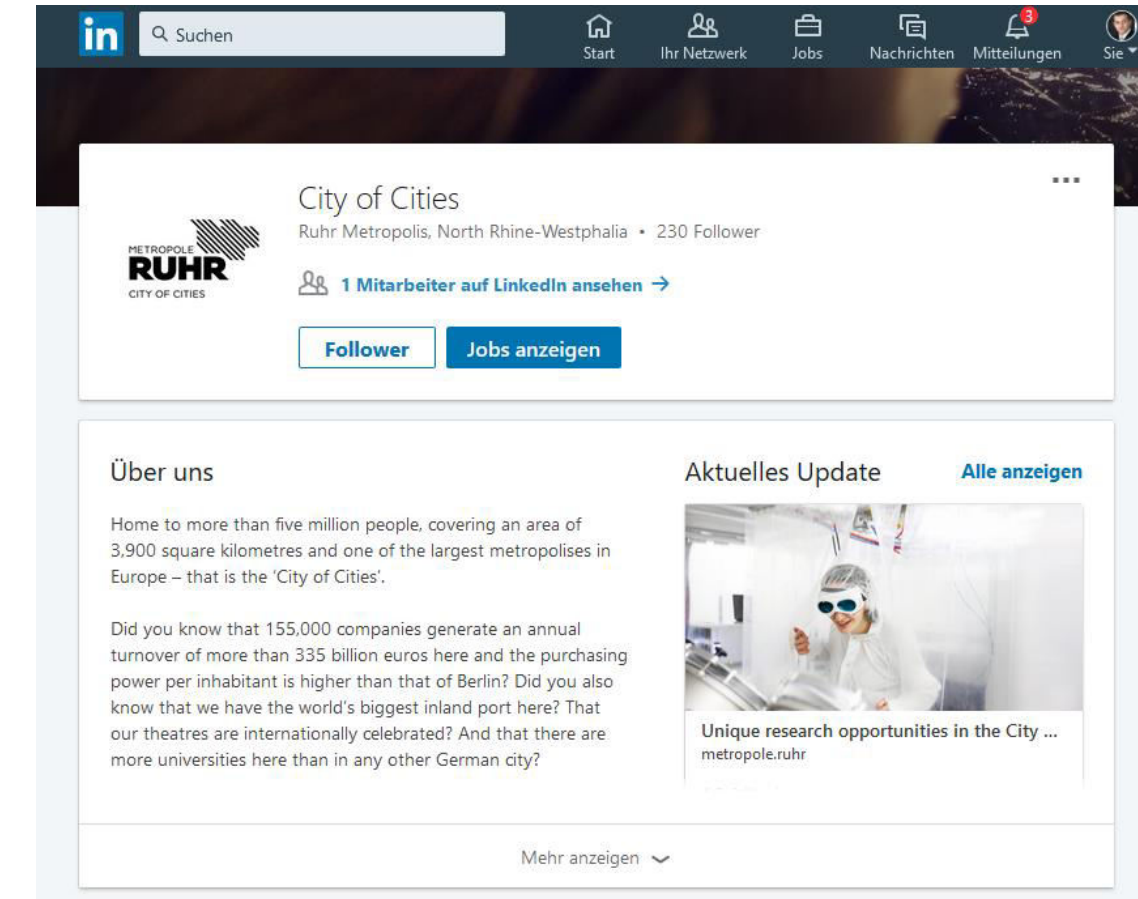


Social Networked Industry in der Metropole Ruhr mit Emilii

15. Januar, 19:01 Uhr



In der Arbeitswelt der Zukunft nehmen intelligente Geräte wie Datenbrillen oder Tablets eine immer wichtigere Rolle ein. Sie werden es den Beschäftigten ermöglichen, mit intelligenten und vernetzten Maschinen zu interagieren. Eine solche ist Emilii, ein revolutionäres, interaktives und autonomes Transportfahrzeug für die Industrie 4.0, das jana just am Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik (IML) gemeinsam mit zwei Kollegen entwickelt hat. Die autonom fahrende Transportkiste ermöglicht eine intuitive Kommunikation zwischen Mensch und Maschine und lässt so in der modernen Arbeitswelt aus Mensch und Technik ein Team entstehen: <http://www.metropole.ruhr/arbeiten/zukunftsindustrie-fraunhofer-institut/>



Reichweite (2017/2018)

- 7,98 Millionen Sichtkontakte

Interaktionen (2018)

- 19.500 Kommentare, Likes, Shares

STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. PRÄSENZ AUF MESSEN UND VERANSTALTUNGEN.



EXPO REAL, MÜNCHEN

580.000 SICHTKONTAKTE

ITB, BERLIN

A woman with long brown hair is seen from the side, looking out of a rounded airplane window. The window shows a city at night with many lights. The text is overlaid on the image.

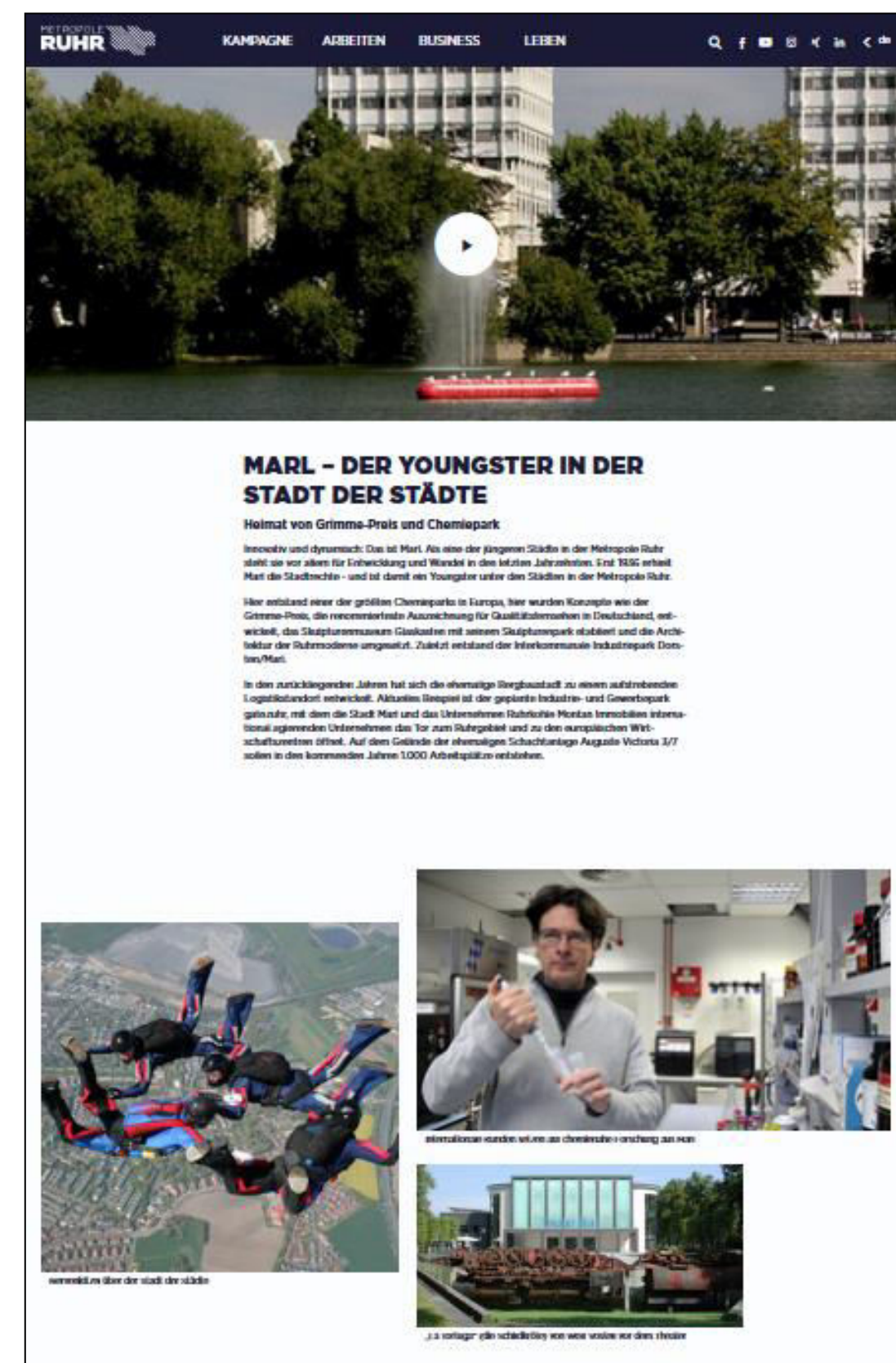
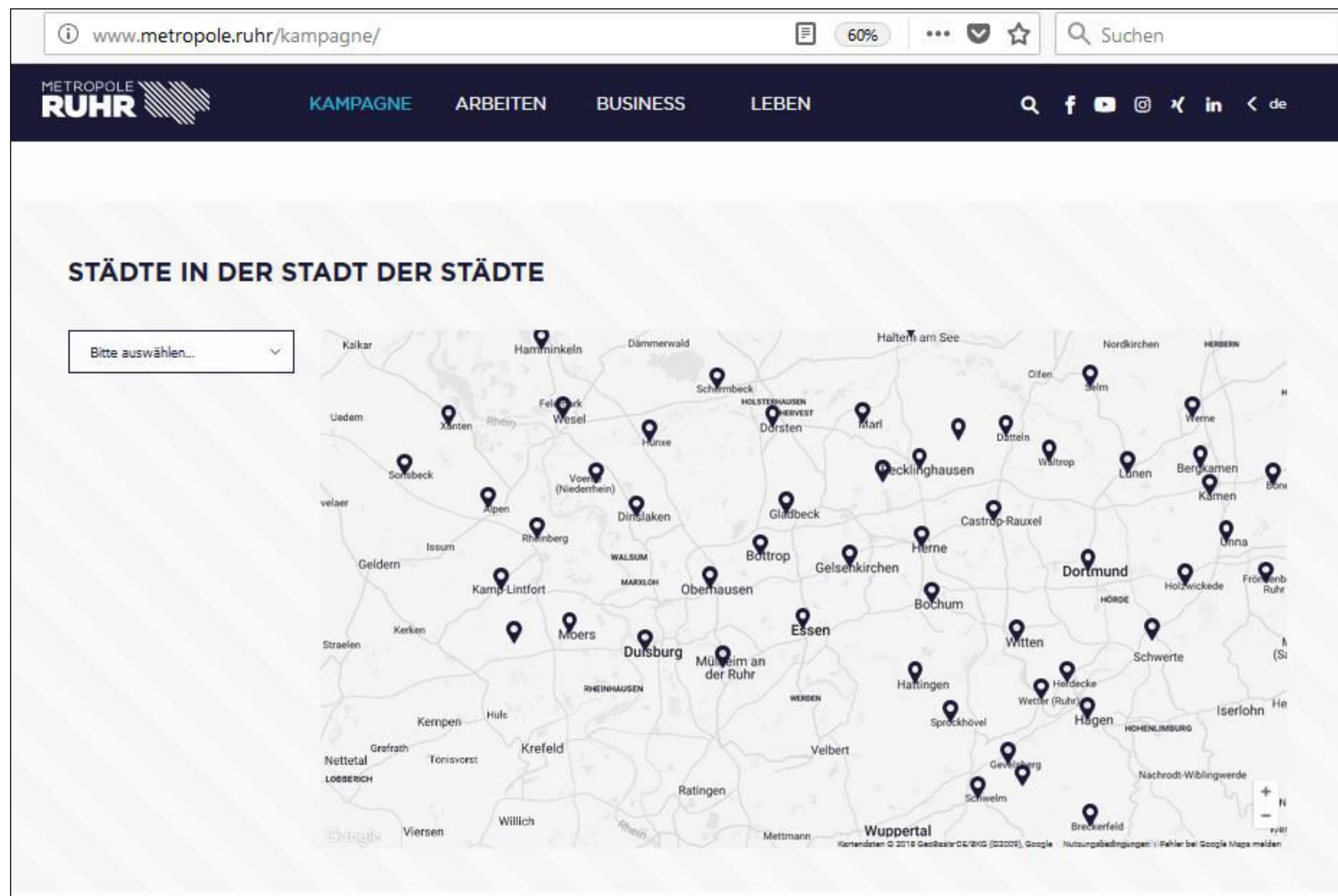
STADT DER STÄDTE

DIE PLATTFORM FÜR KOMMUNEN UND KREISE

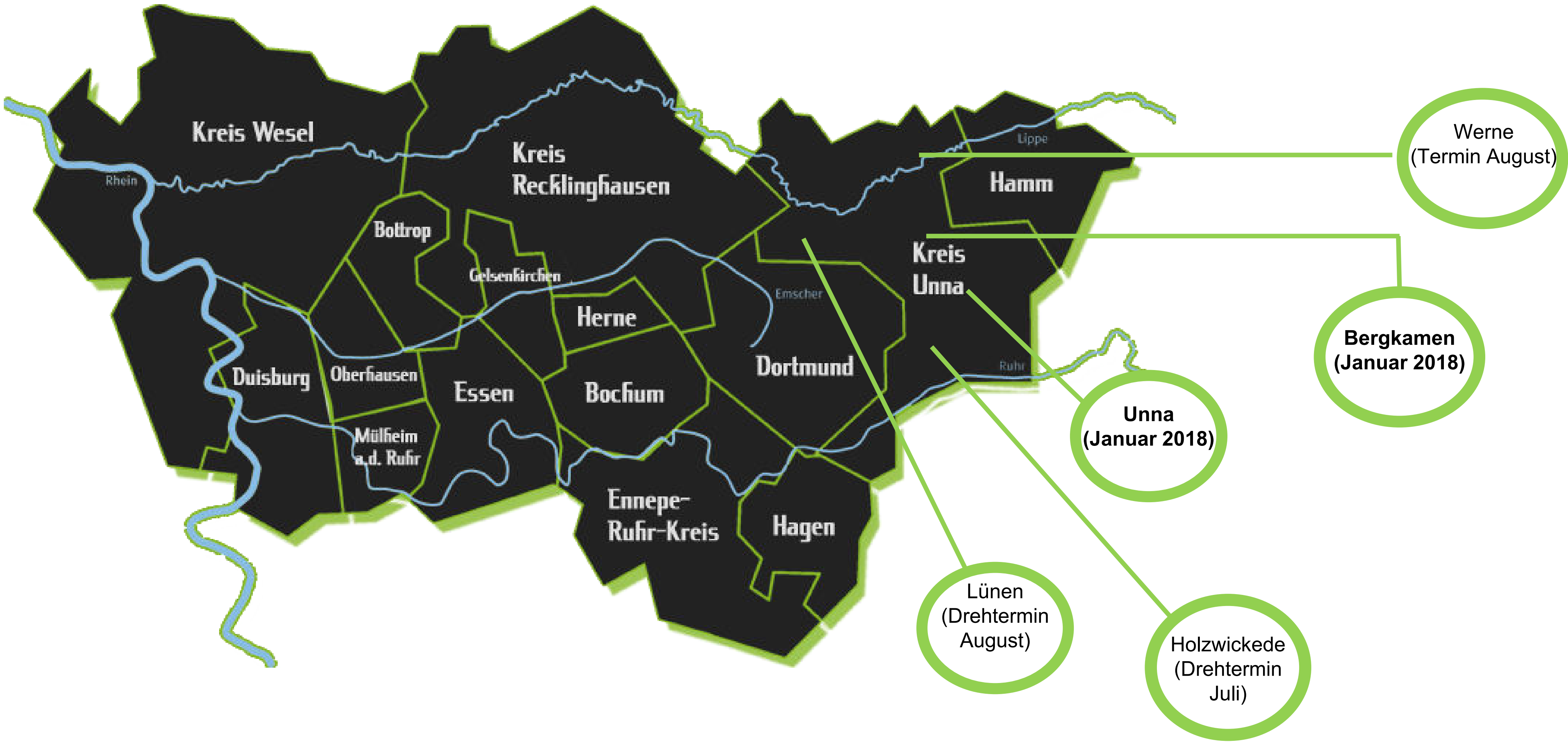
STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE.
MEHRWERT FÜR DIE STÄDTE.

53 Städte – 1 Metropole

Wir stellen jede Woche eine der 53 Städte der Metropole Ruhr vor. Anhand der Fokusthemen Arbeiten, Business und Leben zeigen wir, wie einzigartig unsere Städte sind, wie sie sich von anderen abheben und was die Menschen an ihnen lieben.



STADT DER STÄDTE | STÄDTESERIE „53 KOMMUNEN, 52 WOCHEN“.



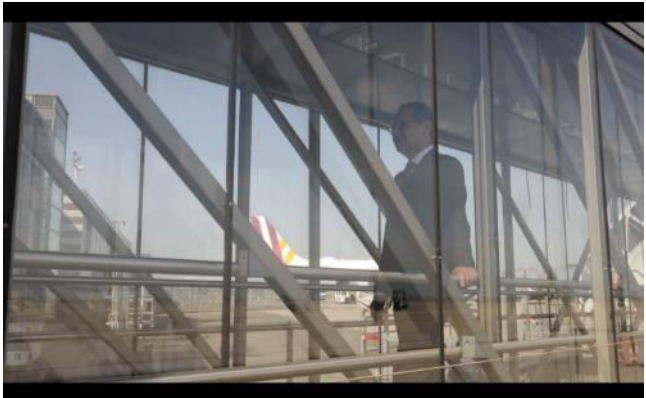
KAMPAGNENWEBSITE | VIDEOCONTENT | UNNA



ARTIKELSEITE | KAMPAGNE | RESPONSIVE



ARTIKELSEITE | VIDEOCONTENT
> UNNA



SOCIAL-MEDIA | KOMMENTARE | UNNA | BERGKAMEN



Stadt der Städte
16. Januar · 🌐

Das Zentrum für Internationale Lichtkunst Unna ist weltweit einzigartig und nur im kreis-unna.de zu finden. Zudem ist die Stadt das Drehkreuz vieler globaler Unternehmen, Hochschulstandort mit Zukunft und Stadt mit idealer Erreichbarkeit von nah und fern. Heute stellen wir euch die Stadt genauer vor: <http://www.metropole.ruhr/unna> #StadtDerStädte



 **Gefällt mir**

 **Komentieren**

 **Teilen**

  Du und 14 weitere Personen

Älteste zuerst ▾

1 Mal geteilt



Marwa Dreykluft ... und die Heimat vieler Künstler! Nicht wahr Atelier Andrea Agner? 😊

Gefällt mir · Antworten · 19 W

 2



Atelier Andrea Agner Oh ja... Unna ist eine tolle Stadt und unheimlich kunstinteressiert!!



Refugio - Vinothek & Feinkost-Bistro hat ein Video geteilt.
23. Januar · 🌐

Vor 12 Jahren haben Christian und ich uns entschieden, unser Refugio hier in Unna zu eröffnen! Wir haben die Standortwahl nie bereut und sind stolz drauf 1 von 5 Millionen zu sein 🥳

[Anhang anzeigen](#)

 3

 **Gefällt mir**



Roland Schäfer hat einen Beitrag geteilt.
30. Januar · 🌐

Bergkamen kann im Kreis der Ruhrgebietsstädte durchaus selbstbewusst auftreten!

[Anhang anzeigen](#)

 65

2 Kommentare 4 Mal geteilt

 **Gefällt mir**

 **Teilen**



Dirk Fißmer mir gefällt Bergkamen  1

Gefällt mir · 18 W



Oliver Loschek Bergkamen, absolut lebenswert und hat viel zu bieten. Ich bin gerne hier.  1

Gefällt mir · 18 W



CDU Ortsunion Oberstadt hat ein Video geteilt — 😊 zufrieden
hier: 📍 Unna.
21. Januar · 🌐

Und was ist Unna für Sie?

[Anhang anzeigen](#)

 2

 **Gefällt mir**

 **Komentieren**

 **Teilen**

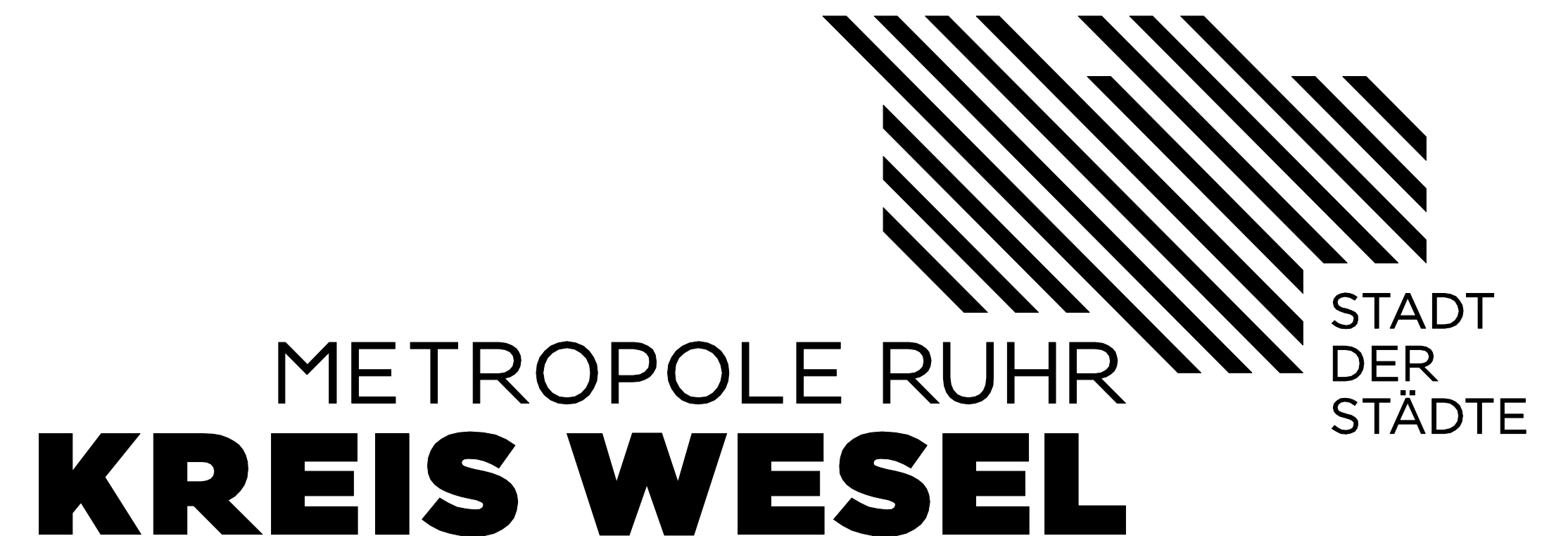
STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE.
EIGENES DESIGN PAKET.



Mit und ohne Claim, optional mit CD-Farbe der Stadt.



Auch als Kreis-Logo möglich, z.B.



STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. EIGENES DESIGN PAKET.

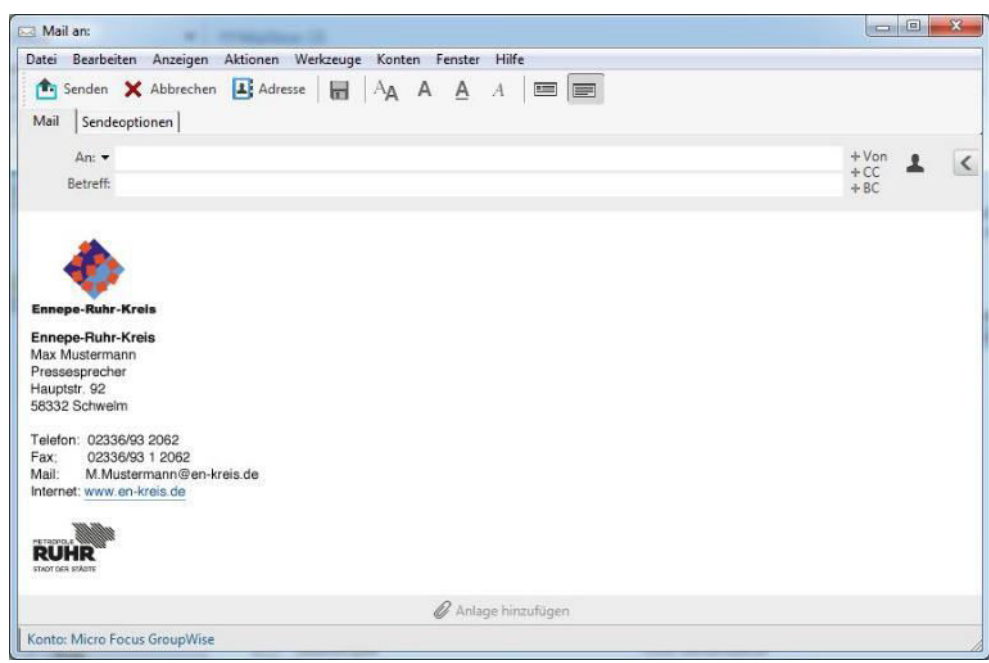
Die Städte und Kreise können das Corporate Design der Kampagne nutzen.



Beispiel Broschüre



Beispiel Visitenkarte



Beispiel E-Mail Anhang.



Beispiel Flyer

STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. BEKENNEN .

Um bei der Kampagne dabei zu sein, können Sie das „Kampagnen-Logo“ oder den „Kampagnen-Abbinder“ nutzen. So stärken wir gemeinsam die „Stadt der Städte“.

Das Kampagnen-Logo bietet sich immer an, wenn auch der Claim „Stadt der Städte“ kommuniziert werden soll. Logo und Claim müssen immer zusammen genutzt werden.

Der Kampagnen-Abbinder ist ohne Claim und kann genutzt werden, wenn die Metropole Ruhr etwas dezenter kommuniziert und kein weiteres Logo eingebunden werden soll.

Kampagnen-Logo:



Kampagnen-Abbinder:

TEIL DER **METROPOLE RUHR**



STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. EINE ERFOLGSGESCHICHTE: BOCHUM

„Wir Bochumer haben eine eigene, starke Kampagne. Aber wir sind überzeugt, dass wir von einer gemeinsamen Kampagne für die Metropole Ruhr nur profitieren können. Beide Kampagnen verstärken sich – deshalb wollten wir unbedingt dabei sein.“

Thomas Eiskirch, Oberbürgermeister der Stadt Bochum

„Auf die Kampagne werde ich hauptsächlich wegen der tollen Platzierungen in den führenden Wirtschaftsmedien angesprochen“

Ralf Meyer, Geschäftsführer Wirtschaftsförderung der Stadt Bochum

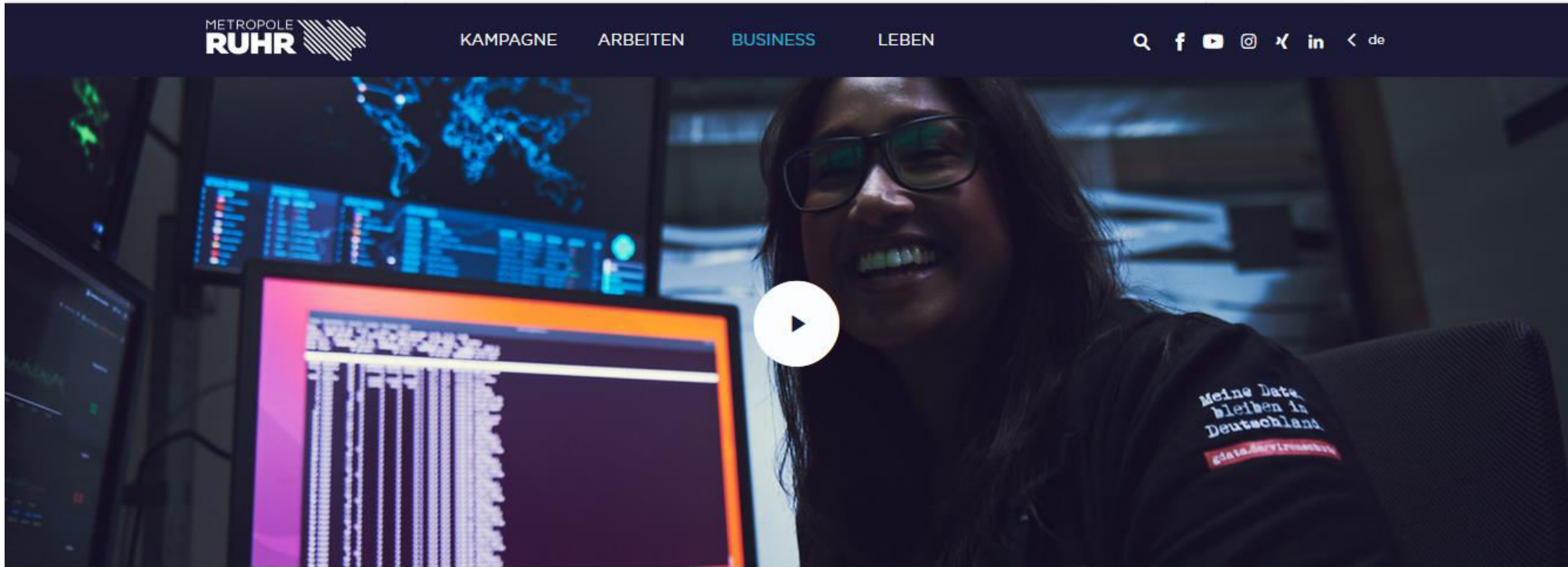
STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. DABEI SEIN – MIT EIGENEM BEITRAG UND EIGENEM MOTIV.

G Data, als Erfinder des Antivirus, steht heute für Expertise und Innovationen im Bereich der IT-Sicherheit. Daher wollte die Stadt Bochum am Beispiel von G Data und dem Horst Görtz-Institut die Geschichte von Bochum als Wiege der IT Sicherheit erzählen.



STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE.

ENTWICKLUNG EIGENER VIDEOS.



DIE WIEGE DER IT-SECURITY LIEGT IN DER STADT DER STÄDTE

„Ich bin der Erfinder des kommerziellen Antivirus“, sagt Andreas Löning, Gründer und Vorstand der G DATA Software AG in Bochum. 1987 programmierte er das erste Antivirenprogramm. „Damals habe ich nicht gewusst, dass das ein solches Ausmaß annehmen würde.“ Heute gehört G DATA zu den weltweit führenden Herstellern von Antivirensoftware. Über 500 Beschäftigte weltweit sorgen für die digitale Sicherheit von Unternehmen, kritischen Infrastrukturen und Millionen von Privatkunden. Mit seinen IT-Sicherheits-Technologien schützt G DATA vor bekannten, aber auch unbekannten Cyberbedrohungen. Die Security-Anwendungen des Gründer- und Vorstandsduos Andreas Löning und Kai Figge sind heute in über 90 Ländern erhältlich.



ARTIKELSEITE | BUSINESS | RESPONSIVE



Kryptologen und Kriminalisten

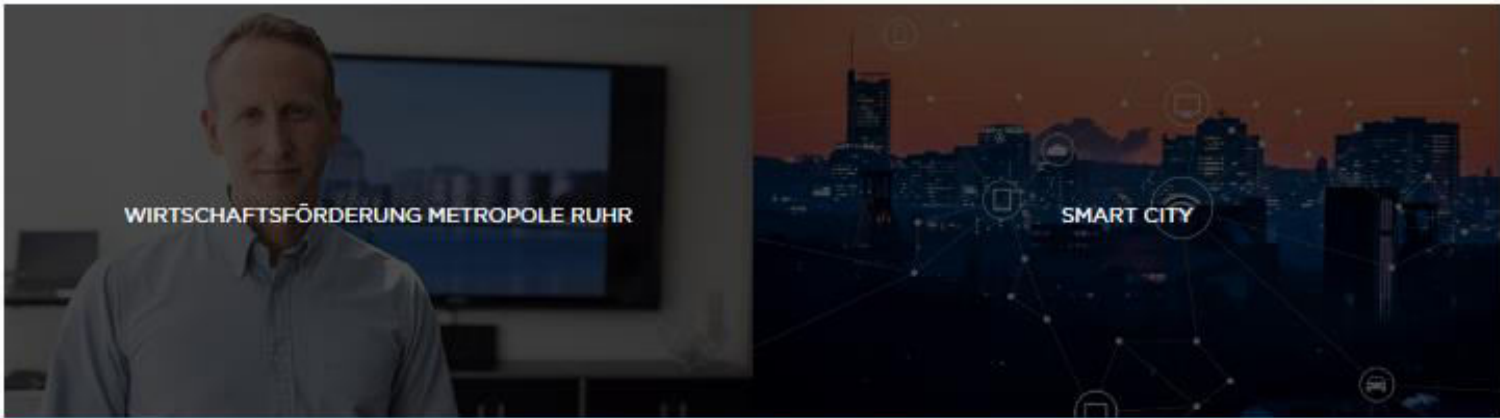
Die Experten des Unternehmens entwickeln stetig neue Lösungen zur proaktiven Bekämpfung von Cyberkriminalität. G DATA bietet als weltweit einziger Hersteller einen vollautomatischen Schutz gegen Banken-Trojaner und sichert somit den Zahlungsverkehr beim Online-Banking und -Shopping von Privatzutern und Unternehmen.

Doch die Programmierer sind viel mehr als Viren-Bekämpfer: Sie sind wahre Kryptologen, ihre Arbeit erinnert an die von Kriminalisten. Sie können komplexe Trojaner und Viren nicht nur aufspüren, sondern sie mithilfe ausgefeilter Technologien auch entschlüsseln und unschädlich machen. Und das noch bevor sie auf Computern Schaden anrichten können.

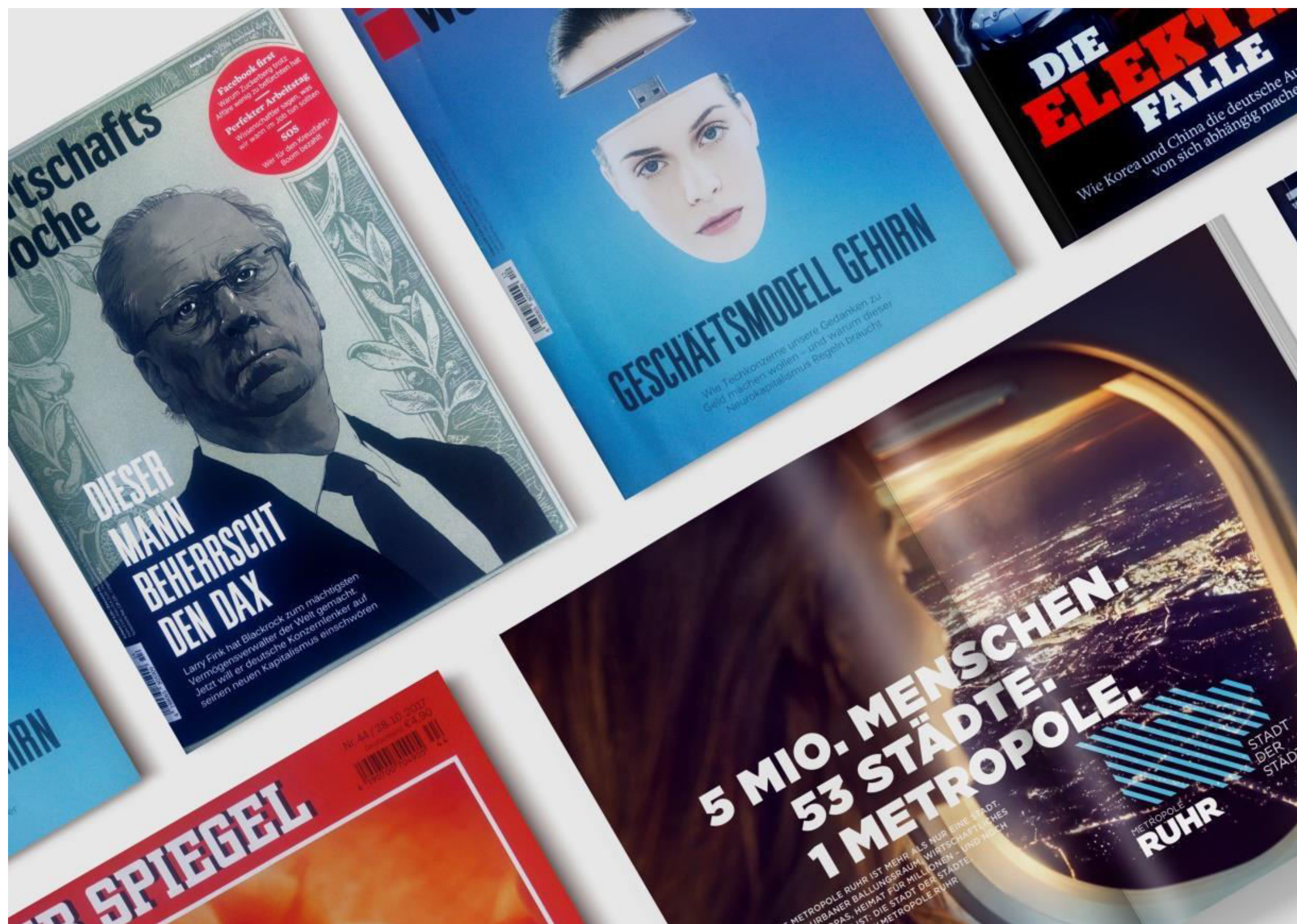
Renommiertestes Institut für IT-Sicherheit in Bochum

Die Forschung und Softwareentwicklung erfolgen ausschließlich in Bochum; ebenso Kundenservice und -support. „Der Standort ist für uns ideal“, so Löning. Besonders durch die Nähe zum Horst Görtz Institut für IT-Sicherheit (HGI) der Ruhr-Universität Bochum. Mit rund 200 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern gehört das Institut im Bereich IT-Sicherheit zu den größten und renommiertesten in Europa. Mit 1.000 Studierenden stellt das HGI außerdem europaweit die größte IT-Sicherheits-Ausbildungsstätte dar. Nicht zuletzt dank solcher Unternehmen und Institutionen, die jeden Tag offensiv und effektiv dafür sorgen, dass die digitale Sicherheit für Benutzer gewährleistet ist, sieht sich Bochum als Hotspot der IT-Security.

WEITERE ARTIKEL



STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. IHRE VORTEILE ALS TEIL DER KAMPAGNE.



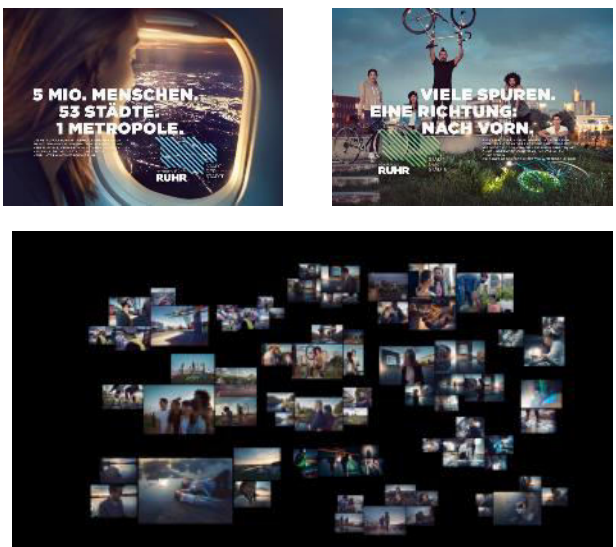
Als Partner der Kampagne, erhalten Sie neben einer hochwertigen Umsetzung durch die Agenturen thjnk (Agentur des Jahres 2017), TAS und Crossmedia (Agentur des Jahres 2018) die Möglichkeit, Teil der Kampagne in führenden Wirtschaftsmedien zu sein.

Der Wert einer Print-Schaltung gleicht damit bereits die Produktionskosten des Motivs aus.

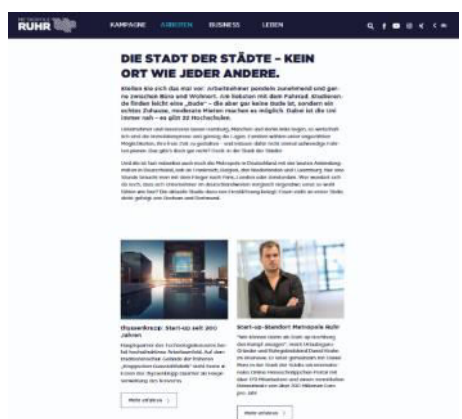
Motivproduktionskosten ca. 25.000 €
Mediaäquivalenzwert: 25-60.000 €
(je nach Schaltung)

STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. IHRE BAUSTEINPAKETE. ALS PARTNER DER METROPOLE RUHR.

Sie erhalten das Logo zur Einbindung in Ihre Aktivitäten sowie die Möglichkeit der ganz-heitlichen Nutzung der Kampagneninfrastruktur.



Ihre Kommune erhält eine Präsenz innerhalb der Kampagnenaktivierung und eine hervorgehobene Präsenz auf der Website sowie ein individualisiertes Kampagnen-Logo, sofern gewünscht.

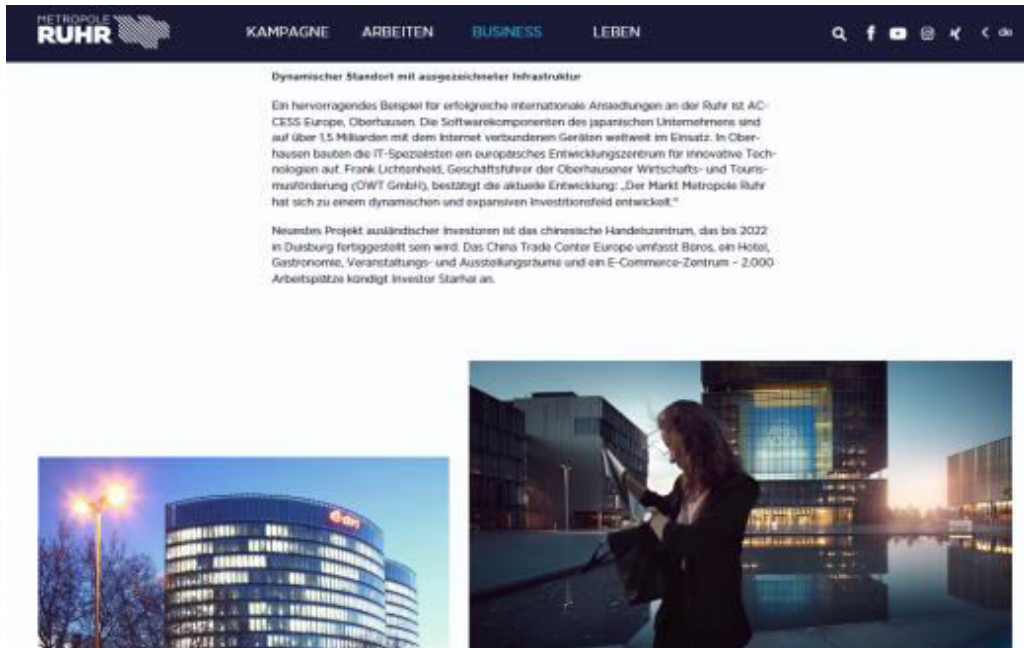


Erstellung eines individuellen Interviewfilms/Viral-Clips (themenbezogen, ca. 90“) mit einem Unternehmen aus Ihrer Kommune.



Kosten ca. 5.000,- €

Im Zuge der Ausspielung erfolgt ein umfangreiches Storytelling als integrierter Teil der Kampagne.



Mediawert ca. 10.000,- €

Umsetzung eines eigens für Ihr Unternehmen erstelltes Kampagnenmotiv inkl. Shooting.



Kosten ca. 25.000,- €
Mediawert: ca. 25-60.000,- €

Integration Ihrer Kommune in ein innovatives Eventformat wie z.B. TedX oder eine gemeinsame Projektaktivierung mit Schwerpunkt der Kommune.



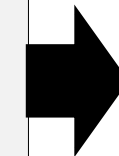
Bausteinwert ca. 10.000,- €

Die Bausteine sind jeweils einzeln, aber auch als individuelles Paket möglich. Der Mediawert gleicht die Produktionskosten aus/übersteigt diese je nach Schaltung.

STADT DER STÄDTE | STANDORTMARKETING-KAMPAGNE. SO WERDEN SIE PARTNER.

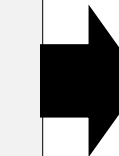
Step 1 – Definition der Inhalte

- Definition der inhaltlichen Vorstellungen der Kommune
- Abgleich mit Kampagnen-Mechanik
- Gemeinsame Festlegung der möglichen Positionierung/Botschaft
- Festlegung der Partner-Bausteine



Step 2 – Produktion

- Konzeptionelle Ausarbeitung der Bausteine
- Freigabe der Konzeptideen
- Festlegung Produktionstermin
- Produktion (Shooting/Videodreh) mit thjnk/TAS
- Vorschläge zur optimalen Präsentation



Step 3 – Medialisierung

- Abstimmung der Detailausarbeitungen
- Prüfung der möglichen Schaltungen in den Wirtschaftsmedien und Kampagnen-Kanälen
- Schaltung der Anzeige/des Videos in den Medien und Kanälen innerhalb der Kampagnenmechanik



BE PART OF METROPOLE RUHR

