

# Das Emsland wirbt im Ruhrgebiet

## Standortkampagne „Emsland – Zuhause bei den Machern“ in Essen

**Meppen. Unter dem Motto „Emsland – Zuhause bei den Machern“ und mit einem Bündel verschiedener Maßnahmen startete im Mai letzten Jahres eine von Landkreis und Wirtschaftsverband Emsland initiierte Standortkampagne. Mit einem Imagespot, der erfolgreich viral ging, widmete man sich im Herbst direkt dem Thema Ruhrgebiet – und hat nun über einen dreiwöchigen Zeitraum eine gezielte Werbekampagne in Essen folgen lassen. „In Zeiten des Fachkräftemangels stehen wir im direkten Wettbewerb mit anderen Regionen. Das Ruhrgebiet ist für uns aufgrund des städtisch geprägten Umfeldes sowie vergleichsweise hoher Arbeitslosenzahlen dabei eine attraktive Zielregion“, erläutert Landrat Reinhart Winter.**

Wichtiger Baustein der Kampagne waren 10-sekündige Informationsspots für Wartende, die in am Morgen sowie am späten Nachmittag insgesamt mehr als 16.000 Mal auf 21 so genannten Infoscreens im Hauptbahnhof sowie in weiteren stark frequentierten U- und S-Bahnstationen im Essener Stadtgebiet ausgestrahlt wurden. Hinzu kamen 25 Litfasssäulen an zentralen Verkehrswegen und Einfallstraßen in der Innenstadt: Analog zu den großen Schildern an emsländischen Kreisstraßen wurden sie mit einprägsamen Botschaften zum Emsland versehen („Komm ins Emsland – Zuhause bei den Machern“, „Leben und arbeiten, wo andere Urlaub machen“, „Lieber ohne Stau zur Arbeit“). Verstärkt wurden die Maßnahmen durch gezielte „InApp“-Werbung, das heißt in Essen und Umgebung wurde die Zielgruppe der Kampagne – Männer und Frauen in oder kurz vor der Familienphase – durch Werbung, die insgesamt 350.000 Mal in passende Apps eingespielt wurde, gezielt auf den Standort Emsland aufmerksam gemacht. „Uns geht es darum, in die Köpfe zu bekommen, dass das Emsland eine wirtschaftlich starke Region ist, in der es sich gut leben lässt“, unterstreicht Winter. „Wir wollen damit der Fachkräftesuche unserer Unternehmen den Boden bereiten“.

Für die Kampagne wurde an diesem Punkt nicht das gesamte Ruhrgebiet ins Auge gefasst, sondern ein einzelner Standort ausgewählt, an dem dann ein entsprechend hoher Werbedruck erzeugt werden konnte. „Die Entscheidung für die Stadt Essen ist ganz bewusst gefallen, da Essen einen zentralen Verkehrsknotenpunkt darstellt und der Hauptbahnhof mit täglich 170.000 Reisenden der größte der Region ist. Zudem liegt auch die Arbeitslosenzahl etwas höher als zum Beispiel in Dortmund“, ergänzt Ullrich Boll, Vorsitzender des Wirtschaftsverbandes.

Zuvor hatte bereits der Werbefilm „Auf Kalle“ das Thema Ruhrgebiet aufgegriffen. Fast 60.000 Nutzer haben den Spot in den Sozialen Medien abgerufen, zudem wurde er unzählige Male auf emsland.info angesehen oder per WhatsApp geteilt. Der mit der Meppener Produktionsfirma VSS Video Studio Service GmbH produzierte Clip spielt mit bekannten Klischees und setzt augenzwinkernd die Vorteile des Emslandes als ländliche Erfolgsregion ins Bild.

Verwiesen wird bei allen Aktivitäten immer auf den Internetauftritt [www.emsland.info](http://www.emsland.info), der als zentraler Anker der Kampagne umfassende Hintergrundinfos zur Region bietet und auf dem stetig neue Storys zum Leben und Arbeiten im Emsland veröffentlicht werden.