

Marketing für den Wirtschaftsstandort

Lübeck strategisch und nachhaltig bei Fachkräften
sowie Investoren und Unternehmen positionieren



Ablauf

- Über die Wirtschaftsförderung
- Über den Prozess
- Geplante Formate
 - Hinter den Kulissen
 - Podcast
 - 5 Fragen an...
 - Imagefilm
 - Imagebroschüre
 - Storytelling
 - Sonstiges
- Fragen & Diskussion



Wer wir sind & was uns umtreibt

- Über die Gesellschaft
- Unser Auftrag & unsere Ziele
- Der Masterplan



Was wir gemacht haben & wo wir hin wollen

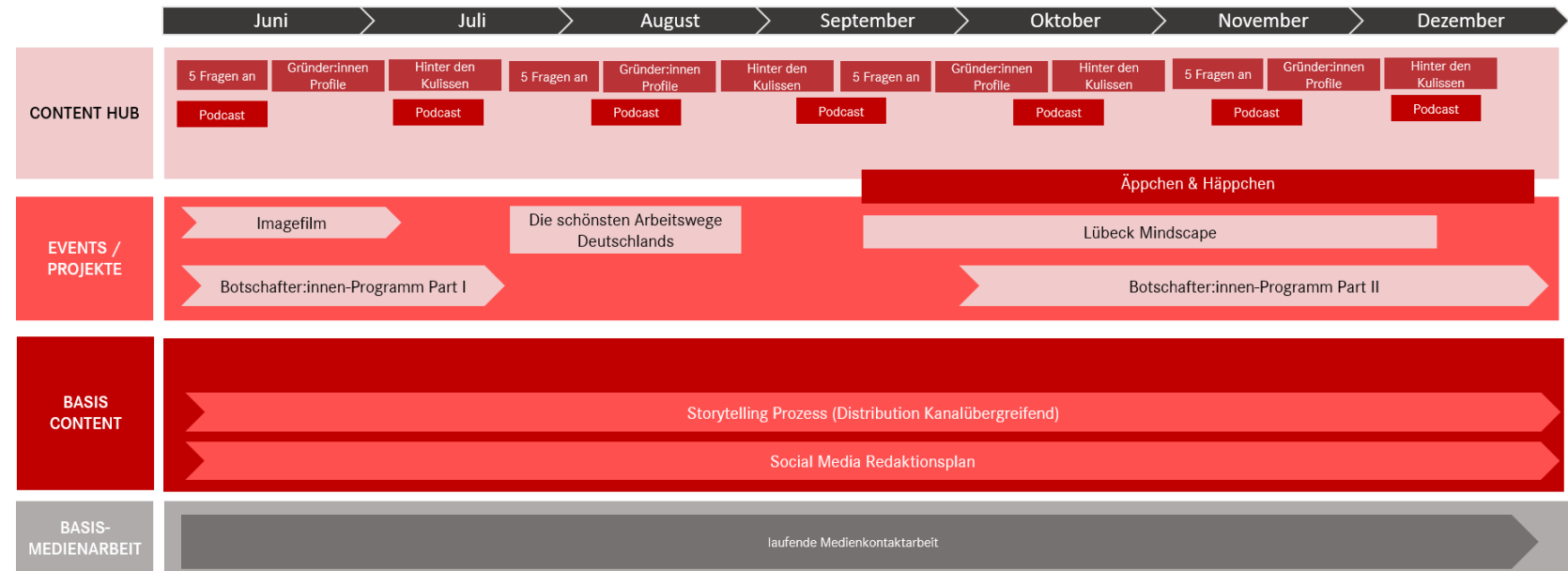
1. Vorgehen und Ziele definiert
2. Markenkern erarbeitet
3. Kommunikationskonzept entwickelt

...und jetzt geht es in die Umsetzung



Die geplanten Formate

- Hinter den Kulissen
- Podcast
- 5 Fragen an...
- Imagefilm
- Imagebroschüre
- Storytelling
- Sonstiges

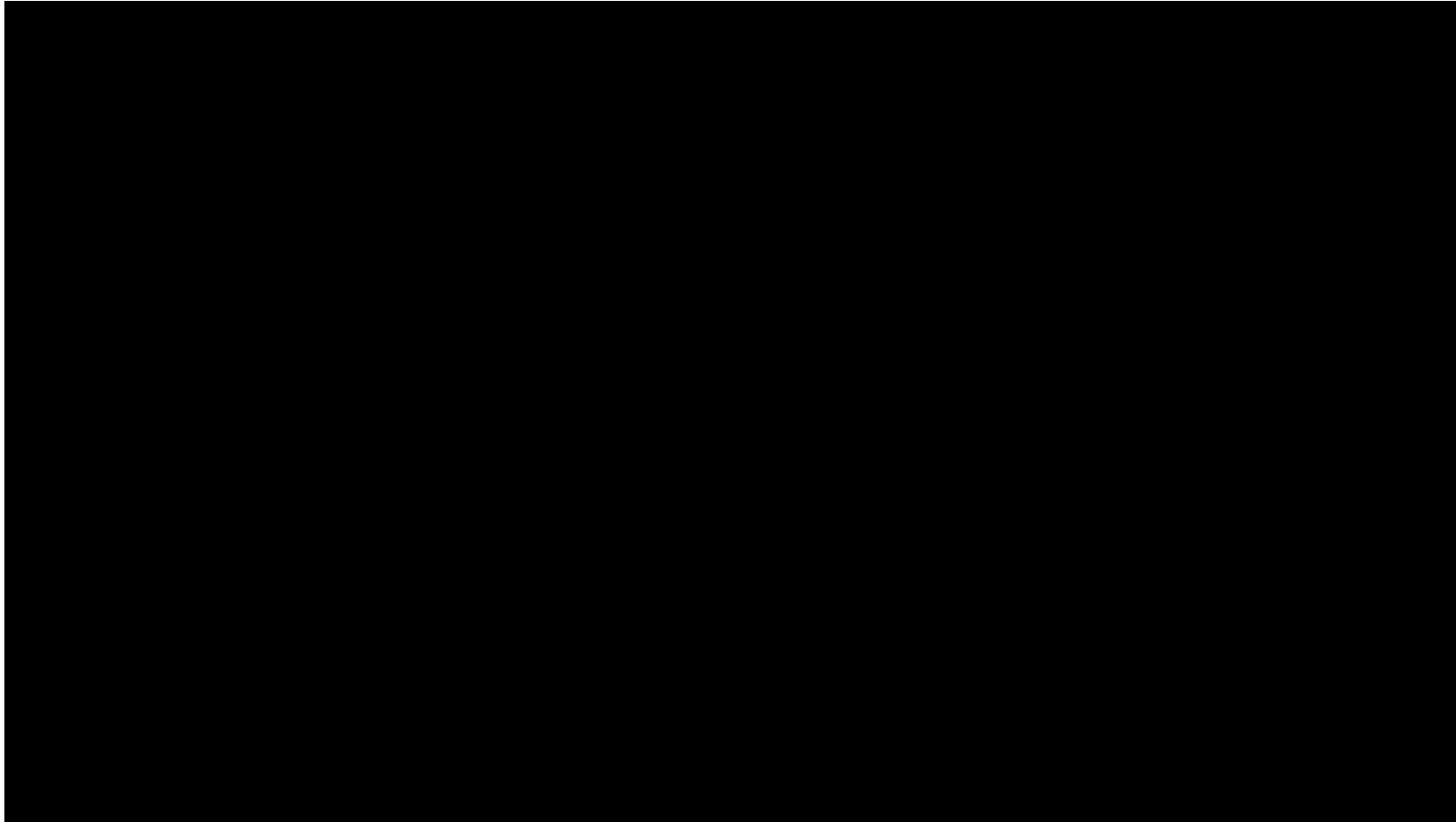


Hinter den Kulissen

- **Videoformat**
- **Zielsetzungen:**
 - Firmen als attraktive und spannende Arbeitgeber positionieren
 - Vielfalt der Unternehmen und Tätigkeitsfelder darstellen
- **Ansatz:** frisches & dynamisches Video – kein klassisches Imagevideo; Mitarbeitende kommen zu Wort und berichten in kurzen Statements über Einsatzgebiete, Themen und Vorzüge des Arbeitgebers
- **Länge** gesamt ca. 3 Minuten (+ Teaser für Social Media)
- **Umsetzung:** Enge Abstimmung des Storyboards mit Unternehmen + Agentur, nach Abstimmung ca. ½ Tag Dreh vor Ort, finale Abnahme erfolgt gemeinsam, Nutzungsrechte für WiFö + Unternehmen, Ausspielung monatlich über Kanäle der WiFö + Partner
- **Kostenbeteiligung** vorgesehen, gestaffelt nach Unternehmensgröße

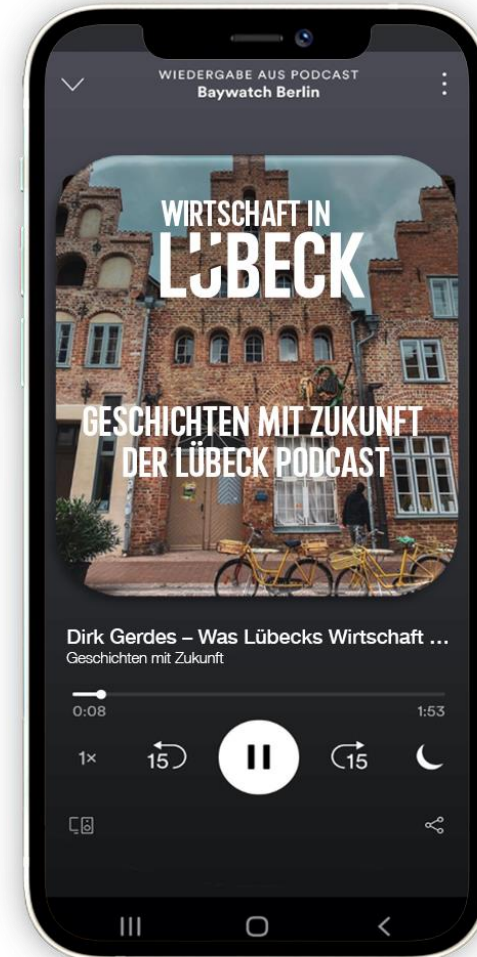


Hinter den Kulissen - Beispielvideo



Podcast

- **Audioformat**
- **Zielsetzungen:**
 - Positionierung interessanter Persönlichkeiten/Entscheider vom Standort
 - Darstellung der Attraktivität Lübecks als Ort zum Leben und Arbeiten über Gespräche
- **Ansatz:** kommunikatives Format, das stets den Menschen (nicht Funktionsträger:in) im Blick hat, es geht um Geschichten aus Lübeck rund um die Themen Leben und Arbeiten
- **Länge** gesamt ca. 45 Minuten
- **Umsetzung:** Aufnahme bei der Wirtschaftsförderung, Moderation Rachel Behringer (Schauspieler:in & Sprecher:in), Abstimmung geplanten Themen im Vorfeld, finale Abnahme erfolgt gemeinsam, monatliche Ausspielung über alle gängigen Plattformen sowie Kanäle der WiFö + Partner



5 Fragen an...

- **Testimonial-Format**
- **Zielsetzungen:**
 - Glückliche und zufriedene Mitarbeiter:innen und Lübecker:innen zeigen
 - Vielfalt der Jobs & Freizeitmöglichkeiten authentisch über echte Menschen präsentieren
 - Darstellung der Attraktivität Lübecks als Ort zum Leben und Arbeiten
- **Ansatz:** niedrigschwelliges Format, breite Mitnahme von Lübecker:innen mit unterschiedlichen Hintergründen und Lebenssituationen – vom Azubi, über die Entwicklerin und den Künstler bis zum Selbstständigen und der Geschäftsführerin
- **Umsetzung:** Identifikation geeigneter Menschen, Abstimmung der Fragen, Terminierung und Umsetzung mit Redakteur und Fotograf (in Einzelfällen auch Video), zweiwöchentliche Ausspielung über Kanäle der Wirtschaftsförderung + Partner



5 Fragen an... - Gestaltungsbeispiele



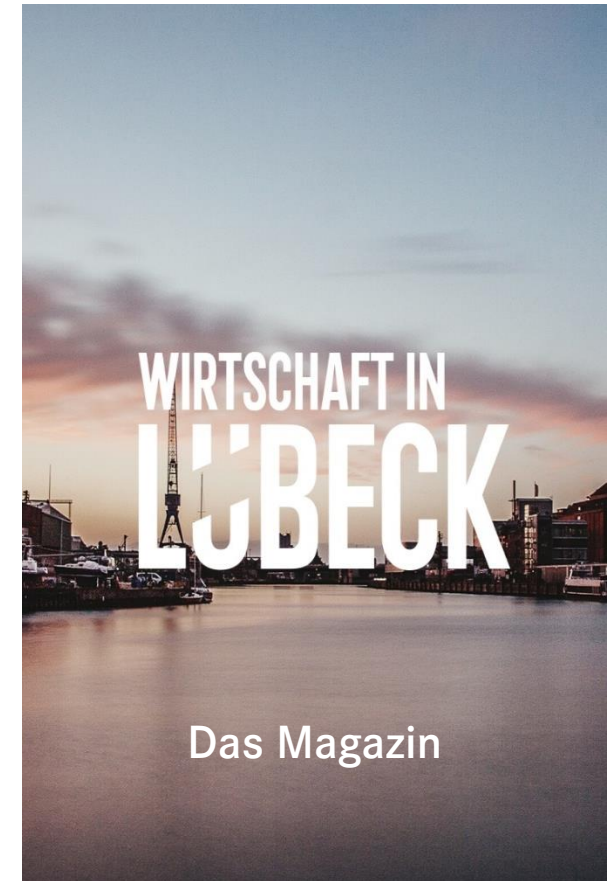
Imagefilm

- **Videoformat**
- **Zielsetzungen:**
 - Darstellung Lübecks als attraktive Stadt zum Leben und Arbeiten
 - Ansprache von Fachkräften sowie Unternehmen und Investoren
- **Ansatz:** Vielfalt Lübecks als attraktiven Ort zum Leben und Arbeiten zeigen – aber nicht über Fakten und Aufzählungen – sondern über Emotionen und echte Menschen
- **Umsetzung:** Modular aufgebauter Film: 1. Grundfilm der als Stand-alone funktioniert; 2. Baustein, der speziellen Fokus auf die Schwerpunkt-Branchen am Standort legt; 3. Deep-Dive Bausteine zu den jeweiligen Fokusbranchen (in Kooperation mit den Unternehmen bzw. Clustern)
- **Status:** Ausschreibung abgeschlossen, Kick-off mit Agentur terminiert, Drehbeginn ab Juli, Finalisierung für ca. September geplant



Imagebroschüre

- **Printformat (digital adaptierbar)**
- **Zielsetzungen:**
 - Darstellung Lübecks als attraktive Stadt zum Leben und Arbeiten
 - Ansprache von Fachkräften sowie Unternehmen und Investoren
- **Ansatz:** Vielfalt Lübecks als attraktiven Ort zum Leben und Arbeiten zeigen – aber nicht über Fakten und Aufzählungen – sondern über Emotionen und echte Menschen und ihre Geschichten
- **Status:** noch in der Vorplanung / Umsetzung für 2022 realistisch



Storytelling

- ongoing - formatübergreifend
- Zielsetzungen:
 - Durchgehende Kommunikation zu den Themen Leben und Arbeiten content-basiertes Grundrauschen zur Verfestigung der Inhalte und kontinuierliche Positionierung von Arbeitgeber und Standort
- **Ansatz:** Vielzahl von Geschichten interessanter Lübecker:innen aus und auch abseits der klassischen Arbeitswelt
- **Umsetzung:** flexibel – anhängig von Thema, Protagonist und Ressourcen; enger Austausch mit Unternehmen / kurzfristige Absprachen
- **Status:** derzeit Sammlung von Themen – Umsetzung ab Mitte Juni dann fortlaufend



Sonstiges

- Botschafter:innen Programm
- Praktikum Generale
- Gründer:innen Geschichten
- Äppchen und Häppchen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!