



Staatsministerium
Baden-Württemberg

📅 09.09.2011

Neue Kampagne macht Lust auf Baden- Württemberg



„Vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbs der Bundesländer um Fachkräfte startet Baden-Württemberg eine Initiative, die noch mehr junge, motivierte Menschen ins Land locken soll“, erklärte die Ministerin im Staatsministerium Silke Krebs anlässlich der Vorstellung der neuen Werbe- und Sympathiekampagne in Stuttgart. Mit einem neuen Fernsehspot, neuen Anzeigen und neuer Internetseite wird die Werbe- und Sympathiekampagne des Landes Baden-Württemberg „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ fortgesetzt. „Wir wollen den Menschen nicht nur sagen: ‚Baden-Württemberg ist toll‘, sondern wir wollen sie davon überzeugen, dass Baden-Württemberg für sie persönlich interessant ist“, sagte Krebs. Dabei wolle man neben potenziellen Arbeitskräften vor allem deren persönliches Umfeld ansprechen. „Die Entscheidung für oder gegen einen Umzug“, so die Ministerin, „wird häufig von der ganzen Familie getroffen.“

{{modavpl}}{content}{257896}}

In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur „Zum goldenen Hirschen Köln“ hat das Staatsministerium die Werbe- und Sympathiekampagne neu ausgerichtet. „Entscheidend ist, dass wir direkt auf die Menschen zugehen und den persönlichen Kontakt zu ihnen suchen“, sagte die Ministerin. Der Slogan „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ werde aber beibehalten. Wie auch in der Politik der grün-roten Landesregierung versuche man, stärker auf die Menschen zuzugehen und einen Dialog mit Fach- und Führungskräften, Absolventen und Studierenden aufzubauen. „Insgesamt wollen wir eine junge Zielgruppe ansprechen. Deshalb beziehen wir auch neue, dialogorientierte Medien in unsere Werbemaßnahmen ein. Baden-Württemberg hat mit ‚Wir können alles. Außer Hochdeutsch.‘ das Landesmarketing 1.0 erfunden. Jetzt wird es Zeit für das Landesmarketing 2.0“, so Krebs.

Ab Samstag werde die neu ausgerichtete Kampagne mit einem Fernsehspot, Anzeigen in verschiedenen Printmedien und Online-Werbung starten. Dazu kämen Auftritte bei Facebook, Twitter und YouTube. Das Kernstück der Imagekampagne bilde eine neue Internetseite (www.BW-jetzt.de), die alle relevanten Fragen beantworte, die sich junge Leute bei einem Umzug nach Baden-Württemberg stellten. „Interessierte, ihre Familien und ihre Freunde finden hier zielgenau Auskünfte über jede Gemeinde in unserem Land. Die neue Internetseite zeigt, was vor Ort geboten wird, welche Unternehmen, Schulen oder Kinderbetreuungsmöglichkeiten es gibt und welche kulturellen, wirtschaftlichen und sozialen Möglichkeiten bestehen“, erklärte die Ministerin.

Die Werbe- und Sympathiekampagne solle zukünftig mehr sein als eine reine Imagekampagne. Krebs betonte: „Wir wollen den Menschen Lust auf Baden-Württemberg machen.“

Quelle:

Staatsministerium Baden-Württemberg

Link dieser Seite:

<https://stm.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/neue-kampagne-macht-lust-auf-baden-wuerttemberg>