



**Braunschweig**

**Die Löwenstadt**

# Die Initiative **best choice**

Weiterführung und Partnerangebote

**best  
choice**

[braunschweig.de/bestchoice](https://braunschweig.de/bestchoice)

**Braunschweig  
Stadtmarketing**



## Die Initiative best choice

- Braunschweig gehört zu den besten Wirtschafts- und Wissenschaftsstandorten Deutschlands.
- Um Fach- und Führungskräfte für die Region zu gewinnen, hat das Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit starken Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft im Jahr 2014 die Initiative „best choice“ ins Leben gerufen.
- Die gemeinsame Botschaft: Braunschweig ist die beste Wahl – als Standort für die berufliche Selbstverwirklichung auf internationalem Niveau, als Platz zum Leben in einer familienfreundlichen Großstadt von hohem Freizeit- und Erholungswert.

## Standortkampagne für Fach- und Führungskräfte

### Ausgangslage in 2014

- Vorhandener bzw. drohender Fachkräftemangel
- Bei der Mitarbeitergewinnung und -bindung spielt nicht nur die Arbeitgebermarke eine Rolle, sondern mehr und mehr auch der Standort selbst.
- Zunehmend werden Arbeitgeber im Bewerbungsgespräch mit kommunaler Lebens-, Freizeit-, Bildungs- sowie Betreuungsqualitäten konfrontiert.
- Die Kooperation zwischen Unternehmen und Kommune wird also für die Mitarbeitergewinnung und -bindung immer wichtiger.

## Ziel: die Region optimal aufstellen und Ressourcen bündeln

**Basis: regionale Netzwerke, in denen die Stadt Braunschweig mitwirkt**

Ausgangslage in 2014

- Allianz für die Region
- Agentur für Arbeit
- Initiative Kluge Köpfe für die Region Braunschweig
- Alle engagierten Verbände, Kammern, öffentlichen Institutionen, Unternehmen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen

Ausgangslage in 2016, zusätzliche Initiativen:

- Fachkräftebündnis
- Regionalmarketing

## Rolle des Standortmarketings

### Braunschweig Stadtmarketing GmbH – Bereich Kommunikation

- Konzipiert und setzt Maßnahmen um, die der Förderung der Attraktivität und des Images Braunschweigs dienen
- Betreibt geeignetes Standortmarketing für Braunschweig, um im Wettbewerb der Städte zu bestehen
- Innerhalb dieser Aufgabe besteht die Anforderung, Strategien zur Gewinnung von Fach- und Führungskräften auf kommunaler Ebene zu ergänzen.

→ **Profilschärfung auf Stadtebene mittels kooperativer**

**Kampagne: Top-Arbeitgeber & Top-Standort  
präsentieren sich gemeinsam!**

## Weiterhin Profilschärfung des Standortes

### Braunschweig – Die Löwenstadt

- Innovationsstandort, guter Branchenmix
- dynamischer Arbeitsmarkt mit Perspektiven, weltweite Vernetzung
- Grüne Großstadt in guter Lage
- Umfangreiches Angebot für Familien und in Kultur und Freizeit
- beste Lebensqualität auf kurzen Wegen

→ **Das Profil auf den Punkt bringen: Gute Vereinbarkeit von attraktiven Jobs und lebenswertem Umfeld**

→ **Die Zielgruppe erreichen: Absolventen, Fachkräfte, Führungskräfte, Young Professionals**

## Die Initiative best choice – Maßnahmen

best choice ist im Kern eine Online-Kampagne mit:

### Landingpage und Blog

- Attraktive, gebündelte Darstellung des Standorts
- Redaktionelle Bespielung der Kanäle

→ [www.braunschweig.de/bestchoice](http://www.braunschweig.de/bestchoice) ←





## Die Initiative best choice – Maßnahmen

### Landingpage, Blog, Facebook

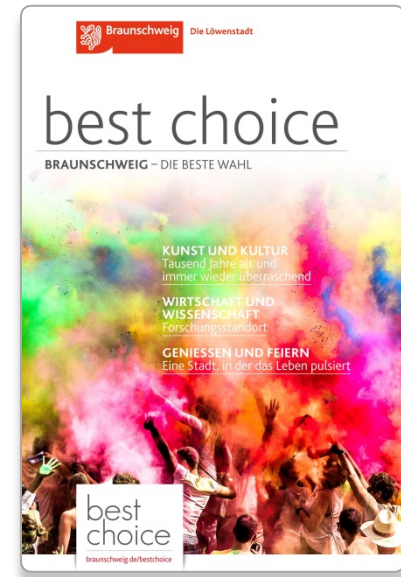
- Attraktive, gebündelte Darstellung des Standorts
- Redaktionelle Bespielung der Kanäle

### Werbemaßnahmen

- Online-Werbung
- Print- und Außenwerbung
- Promotion-Aktionen

### Werbemittel für die Partner

- Broschüren, Flyer, Postkarten
- Give Aways, Messeausstattung







Braunschweig

Die Löwenstadt

## best choice – Nutzerzahlen gesamt

Stand 12.08.2016

- Landingpage und Blog:
  - 85.473 Besuche, 123.070 Seitenzugriffe



**Braunschweig**

**Die Löwenstadt**

**Weiterführung unserer Initiative -  
Partnerangebote ab 01.12.2016**

**best  
choice**

[braunschweig.de/bestchoice](http://braunschweig.de/bestchoice)

**Braunschweig  
Stadtmarketing**



## Die Initiative best choice

- Der Name „best choice“ hat sich etabliert, die Initiative sollte unter diesem Namen fortgeführt werden.
- Die Kampagnenbausteine werden auf Grundlage der Partnerrückmeldungen und einer Erfolgsbetrachtung angepasst.
- Es wird weiterhin verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten geben.

## Die Initiative best choice – zukünftige Medien

### → Landingpage als Herzstück der Kampagne

- Die Landingpage „best choice“ wird überarbeitet und das Blog in die Seite integriert.

### Vorteile:

- Die jetzt „starre“ Landingpage wird attraktiver durch regelmäßige Bespielung mit neuen Inhalten.
- Der Nutzer muss sich nicht mehr zwischen den beiden Seiten entscheiden, die Online-Werbung konzentriert die Zielgruppe auf einer Seite.
- Die harten Fakten werden durch die soften Fakten optimal ergänzt, dies erlaubt einen sehr umfassenden Blick auf Braunschweig als Lebens- und Arbeitsstandort.
- Nutzer werden länger auf der Seite gehalten.





## Die Initiative best choice – zukünftige Medien

### → Facebook

- Die Facebook-Seite wird beibehalten.
- Die Darstellung wird überarbeitet: Titelbild, Aktualisierung der Partnerunterseiten.
- Weiterhin wöchentliche Posts in Zusammenarbeit mit den Partnern
- Grundlage um Facebook-Anzeigen zu schalten
- Liveberichterstattungen möglich, beispielsweise Bericht von einer Jobmesse



## Die Initiative best choice – zukünftige Medien

→ Imagebroschüre Deutsch/Englisch

- Die Broschüre wird aktualisiert.
- Integration neuer Partneranzeigen
- Erscheinungstermin voraussichtlich im Frühjahr 2017
- Partner können die Imagebroschüre weiterhin für ihre Recruitingaktivitäten nutzen.
- BSM erschließt neue Verteilerwege, beispielsweise über Campus-Werbung

## Die Initiative best choice – zukünftige Maßnahmen

### → Online-Werbung

- Die gezielte Online-Werbung wird fortgeführt.
- Die Schaltung wird verknüpft mit aktuellen Anlässen, wie Jobmessen, Campus-Werbung oder besonderen Blogbeiträgen.
- Es werden neue Motive entwickelt.





## Die Initiative best choice – zukünftige Maßnahmen

### → Campus-Werbung

- Plakate und Screenbespielung an Hochschulen
- Bestückung der Campus-Tüten mit Postkarten
- Begleitung der Maßnahmen durch gezielte Online-Werbung



## Die Initiative best choice – zukünftige Maßnahmen

→ optionale Maßnahmen (je nach Gesamtbudget)

- Erhöhung des Online-Werbebudgets
- Promotion-Aktionen
- Produktion und Verteilung eines Flyers
- Produktion und Verteilung von CityCards
- Produktion von Give Aways für Partner
- Bestückung der Campus-Tüten mit Give Aways
- Groß angelegte überregionale Plakatkampagne

## Die Initiative best choice – Beteiligungspakete

**Kosten pro Jahr** (Vertragslaufzeit beträgt ein Jahr):

Vertragsbeginn ist der 01. Dezember 2016 – später zusteigenden Partnern werden die Beträge anteilig berechnet.

- **Toppartner:** 16.000 Euro pro Jahr (zzgl. MwSt.)
- **Premiumpartner:** 6.000 Euro pro Jahr (zzgl. MwSt.)
- **Partner:** 2.500 Euro pro Jahr (zzgl. MwSt.)

50 % Rabatt für gemeinnützige Unternehmen und Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern auf alle Pakete.

## Leistungskatalog

Leistungen	Toppartner	Premium-partner	Partner
<b>Landingpage (inkl. Blog)</b>			
Unternehmensportrait	eigene Unterseite	Kurztext	-
Verlinkte Logos (gestaffelt) - zur Homepage / Karriereseite	X	X	X
<b>Blog</b>			
Redaktioneller Beitrag	mind. 2 x jährlich	1 x jährlich	nach redaktionellem Bedarf

Leistungen	Toppartner	Premiumpartner	Partner
<b>Facebook</b>			
Eigener Reiter bzw. Unterseite	X	-	-
Logopräsenz (gestaffelt)	X	X	X
<b>Imagebroschüre</b>			
Redaktioneller Beitrag / Interview mit Unternehmens-Testimonial	X		
Personal-Marketinganzeige	1/1 Anzeige	1/3-seitige Anzeige	Logo
Im Paket integrierte Stückzahl	1.000 Expl. dt. 500 Expl. engl.	500 Expl. dt. 250 Expl. engl.	200 Expl. dt. 100 Expl. engl.

Leistungen	Toppartner	Premium-partner	Partner
<b>Anpassung</b> der Kampagnen-Bildsprache und -Headlines <b>für firmeneigene Medien</b>	X	-	-
<b>Nutzung des best choice-Labels</b>	X	X	X
<b>Präsentationsfolien zum Standortimage</b> für firmeneigene Powerpointpräsentationen	X	X	X
<b>Nutzung der Stadtfilme</b> für eigene Präsentation/Homepage	X	X	X
<b>Ausleihe best choice-Roll-Ups</b> (3Motive vorhanden)	X	X	X



## Leistungen der Braunschweig Stadtmarketing GmbH

- Projektkoordination / Kampagnensteuerung
- Entwicklung und Umsetzung der Kampagnenmaßnahmen
- Redaktionelle Leitung, auch Einbindung der „best choice-Themen“ in die generelle Kommunikationsstruktur der BSM
- Ggf. Plakatwerbekosten bei der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH (exkl. Druck- und Klebekosten)
- Einbringen eigener Standortmarketing-Mittel

**Gesamt: ca. 200.000 Euro**



## Ablauf – zukünftige Partnerschaft

- Wir bitten um Ihre Rückantwort mittels beigefügtem Antwortfax.
- Die Partnerverträge gehen Ihnen nach Zusage umgehend zu.

Wir freuen uns, wenn Sie ein Teil unserer Initiative für Braunschweig werden!

**Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gern zur Verfügung!**



**Braunschweig**

**Die Löwenstadt**

## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

■ **Kontakt:**

**Braunschweig Stadtmarketing GmbH**

**Schuhstraße 24**

**38100 Braunschweig**

**Marisa Kauert**

**Tel.: (05 31) 4 70 27 58**

**[marisa.kauert@braunschweig.de](mailto:marisa.kauert@braunschweig.de)**

**best  
choice**

[braunschweig.de/bestchoice](http://braunschweig.de/bestchoice)

**Braunschweig  
Stadtmarketing**