

20.10.2014

Kampagne "Best Choice" gestartet

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH startet gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft eine Kampagne zur Gewinnung von Fach- und Führungskräften. Braunschweigs Oberbürgermeister Ulrich Markurth und Wirtschaftsdezernent Gerold Leppa stellten die Kampagne mit dem Titel „best choice“ am 7. Oktober auf der Immobilienmesse Expo Real in München vor. Die Kampagne zeigt Braunschweigs Vorteile als Arbeits- und Lebensstandort auf.

Zwei Jahre lang möchten das Stadtmarketing und die Partner Braunschweig mit der Kampagne „best choice“ national als attraktiven Arbeits- und Lebensstandort für Fach und Führungskräfte bewerben. Oberbürgermeister Ulrich Markurth: „Kampagnenziel ist es, qualifizierte Arbeitnehmer in die Region zu holen. Zusätzlich versprechen wir uns einen hohen Imagegewinn für Braunschweig.“ Markurth betont außerdem die Bedeutung der Zusammenarbeit mit den Kampagnenpartnern aus Wirtschaft und Wissenschaft: „Als Top-Standort treten wir gemeinsam mit Top-Arbeitgebern auf. Die Qualität der Kampagne beruht nicht zuletzt auch auf der Vernetzung mit den Medien der Partner“, so Markurth.

Mit einer Online-Kampagne, unterstützt von klassischen Medien wie Plakaten, CityCards und Give-aways, sowie über die Medien der zahlreichen Partner wird ab sofort aufgezeigt, warum Braunschweig die beste Wahl für hochqualifizierte Arbeitnehmer ist. Wirtschaftsdezernent Gerold Leppa: „Braunschweig gehört zu den führenden Wirtschafts- und Wissenschaftsstandorten Deutschlands. Hier lässt es sich jedoch nicht nur gut arbeiten, es gibt auch eine hohe Lebensqualität mit einer vielfältigen Kulturszene, einem breiten Bildungsangebot und allem, was Familien brauchen. Außerdem urbanes Wohnen, viel Grün und kurze Wege. All diese Vorteile wollen wir Fach- und Führungskräften aufzeigen, die auf Jobsuche sind.“

Mit emotionalen Motiven und prägnanten Slogans wie „10 Minuten zur Arbeit. 5 Minuten zum See.“, „Den Job im Blick. Die Familie im Fokus“ oder „International arbeiten. Weltoffen leben.“ präsentiert sich Braunschweig. „Wir haben uns für eine online-basierte Kampagne entschieden, da auch die Stellensuche heutzutage größtenteils im Internet stattfindet“, so Leppa. Herzstück der Kampagne ist die Webseite www.braunschweig.de/bestchoice, die alle wichtigen Informationen zu Braunschweig als Lebens- und Arbeitsstandort bündelt und dem potentiellen Arbeitnehmer einen schnellen Überblick verschafft. Von dieser sogenannten Landingpage findet er mittels Verlinkungen den Weg zu weiteren umfassenden Informationen, beispielsweise auf www.braunschweig.de.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH steuert die Kampagne und koordiniert das Projekt, unterstützt wird sie dabei von bisher 23 Partnern. Sie repräsentieren die Vielfalt des Braunschweiger Wirtschafts- und Wissenschaftsstandorts: große internationale Unternehmen ebenso wie bedeutende regionale mittelständische Betriebe, Hochschulen und Förderinstitutionen. Sie beteiligen sich über zwei Jahre insgesamt mit mehr als 225.000 Euro. Interessierte Unternehmen und Institutionen können weiterhin in das Projekt einsteigen und die Kampagne ebenfalls unterstützen.

Top Partner: Volkswagen Financial Services AG, BZV Medienhaus GmbH

Premium Partner: Braunschweigische Maschinenbauanstalt AG, BS-Energy, CJD Braunschweig, ESE Engineering und Software-Entwicklung GmbH, Heimbs Kaffee GmbH & Co. KG, Städtisches Klinikum Braunschweig gGmbH, MDM Münzhandelsgesellschaft mbH & Co. KG, Nordzucker AG, Öffentliche Versicherung Braunschweig

Partner: Braunschweigische Landessparkasse, enco Energie- und Verfahrens-Consult GmbH, Hochschule für Bildende Künste Braunschweig, Kreishandwerkerschaft Region Braunschweig-Gifhorn, Thünen-Institut, Sumitomo Electric Bordnetze, Technische Universität Braunschweig, Thorey Relocation Services

Kooperationspartner: Braunschweig Zukunft GmbH, Haus der Wissenschaft Braunschweig, IWA Region Braunschweig e.V., Stadt Braunschweig