

Medieninformation

Wichtige Fakten:

- Die Wirtschaftsförderung Südwestmecklenburg (WiFöG) startet am Samstag, d. 23.06.2018 eine Kampagne zur Bewerbung des Wirtschaftsstandortes Südwestmecklenburg
- Motto der Kampagne: „SÜDWESTMECKLENBURG – Überraschend. Überzeugend. Anders.“
- Ziele der Kampagne: Aufmerksamkeit und Interesse von Investoren und Multiplikatoren vor allem außerhalb des Landkreises wecken und Kernbotschaften transportieren
- Hauptkanäle der Kampagne: Social Media und Print

Überschrift:

WiFöG initiiert Werbekampagne für den Wirtschaftsstandort Südwestmecklenburg

Intro:

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Südwestmecklenburg (WiFöG) startet an diesem Samstag mit der Veröffentlichung einer Werbekampagne für den Landkreis Ludwigslust-Parchim. Ziel der Kampagne ist es, die Region Südwestmecklenburg als Wirtschaftsstandort bei der Zielgruppe der auswärtigen Investoren bekannter zu machen. Unter dem Motto: „Südwestmecklenburg – Überraschend. Überzeugend. Anders.“ werden wichtige Botschaften in Wort und Bild dargestellt. Neben Anzeigenmotiven werden auch Filme mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten produziert. Die Kampagne wird hauptsächlich über die sozialen Medien ausgespielt.

Fließtext:

Ludwigslust, 20.06.2018: Der Landkreis Ludwigslust-Parchim hat sich in den vergangenen Jahren mehr als dynamisch entwickelt. Die Nachfragen auswärtiger Investoren liegen seit Jahren konstant im höheren zweistelligen Bereich pro Jahr, weiß WiFöG-Geschäftsführerin Berit Steinberg: „Unsere Region rückt zunehmend stärker in den Blickpunkt von Unternehmen und Investoren, die sich entweder erweitern wollen und an ihren angestammten Standorten Kapazitätsprobleme bekommen oder aber auch bei zahlreichen nationalen und internationalen Investoren, die einen gänzlich neuen Standort eröffnen möchten und die dabei erkennen, wie gut die Bedingungen hier bei uns sind.“ Neben der optimalen Lage – zwischen den beiden deutschen Metropolen Hamburg und Berlin – und den idealen infrastrukturellen Anbindungen an Häfen, Flughäfen, sowie das hervorragend ausgebaute Straßennetz, kommt insbesondere auch das vielfältige Flächenangebot sehr zum Tragen. Berit Steinberg: „Bei Anfragen zu größeren Flächen sind wir in der Lage, schnell und zügig maßgeschneiderte Lösungen zu bieten. Das schätzen unsere Verhandlungspartner sehr.“

Einzig die wahrnehmbare Bekanntheit der Region und des Angebotes bei größerer räumlicher Distanz zum Landkreis konnten in der Vergangenheit nicht ganz mithalten. „Immer wieder erleben wir es, dass Investoren überrascht sind, wenn sie erleben, wie gut unser Landkreis aufgestellt ist“, berichtet

Berit Steinberg, „daher haben wir uns dazu entschlossen, unsere Region und unsere Angebote durch eine Werbekampagne noch deutlicher zu kommunizieren.“

Die Region wird jedoch nicht unter dem Namen des Landkreises beworben, sondern unter dem Begriff „Südwestmecklenburg“ vermarktet. Das Motto dabei lautet: „Überraschend. Überzeugend. Anders.“ Eine gute Entscheidung, sagt der Marketing Manager der WiFöG, Marc Brendemühl: „Nicht alle Unternehmer können sogleich etwas mit der Region ‚Ludwigslust-Parchim‘ anfangen. Vor allem dann nicht, wenn sie von weiter weg kommen. Südwestmecklenburg ist da deutlich einfacher zu lokalisieren und griffiger. Unser Kampagnen-Motto spricht die Kernargumente für unsere Region direkt an: Der Mix aus Wirtschaftsstärke, Vielfalt und auch großen Unternehmen, die bereits vor Ort sind, ist immer wieder überraschend für Investoren, die von außerhalb kommen. Dazu kommt das breit gefächerte Angebot der Gewerbeflächen und die enge Vernetzung zwischen Verwaltung und Politik – was nachhaltig überzeugt. Und all das in einer Region, die einerseits eine starke ländliche Struktur und die Größe eines Bundeslandes hat, in der aber höchst schnell agiert wird, wenn es um Investitionen geht. Dafür steht unser Landkreis.“

Mit der Kampagne wird also gezielt Werbung für eine dynamische Region mit vielen attraktiven Standorten gemacht. Auch Themen wie „Innovation“ und „wissensbasierte Arbeitsplätze“ werden in ihr einen Platz finden. Berit Steinberg: „Südwestmecklenburg wächst seit Jahren. Und genau das ist attraktiv für Investitionen. Bei uns finden neben den Kernbranchen Logistik, Ernährungswirtschaft und dem produzierenden Gewerbe immer mehr Unternehmen mit unterschiedlichem Background eine neue Heimat, die Bedarf an hervorragend qualifizierten und ausgebildeten Mitarbeitern haben. Oder eben solchen, die Mitarbeiter durch duale Strukturen intern und in Kooperation mit Hochschulen aus- und weiterbilden. Dafür haben wir vor Jahren schon damit begonnen, Netzwerke aufzubauen und Instrumente zu entwickeln, die diese Unternehmen unterstützen. Und mit unserem Familiensiegel haben wir darüber hinaus eine Auszeichnung für familienfreundliche Arbeitgeber in der Region geschaffen, die mittlerweile eine hohe Beachtung sowohl bei Arbeitgebern als auch bei Arbeitnehmern auf Jobsuche findet.“

Neben den Wort-Bild-Motiven der Kampagne werden auch unterschiedliche Filme zu verschiedenen Themenfeldern produziert, die Südwestmecklenburg auf vielfältige Weise darstellen und präsentieren. Neben einem Film für den Gesamtstandort werden u. a. auch die Themenfelder Tourismus, Fachkräfte, Ernährungswirtschaft und familienfreundliche Arbeitsbedingungen näher beleuchtet.

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Südwestmecklenburg (WiFöG) ist eine Kreisgesellschaft, die mit der Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen beauftragt ist. Sie betreut das Gebiet des Landkreises Ludwigslust-Parchim. Es umfasst 4750 km², hat 214 113 Einwohner (Stand: Dezember 2015) und ca. 8691 (Stand Dezember 2014) niedergelassene Unternehmen. Die Wirtschaftslandschaft wird vorrangig durch Unternehmen aus der Ernährungswirtschaft, der Logistik und dem produzierenden Gewerbe geprägt. Weitere Kernbranchen sind das Baugewerbe, das Handwerk, der Dienstleistungsbereich und der Tourismus.

Die WiFöG kooperiert in ihrer Öffentlichkeitsarbeit gezielt mit der Stabsstelle Landesmarketing M-V der Staatskanzlei.



Wirtschaftsförderung
Südwestmecklenburg
NATÜRLICH GUTES BUSINESS