

Essen begeistert

EMG und EWG starten neue Standort-Kampagne

Essen begeistert – unter diesem Motto hat die EMG – Essen Marketing GmbH (EMG) eine neue Standort-Kampagne ins Leben gerufen. Unterstützt wird sie dabei von der EWG – Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH. Denn Ziel ist es, die Stadt in zweifacher Hinsicht zu stärken: touristisch und wirtschaftlich. Über ausgewählte Highlights der Stadt soll Aufmerksamkeit auf den Standort gezogen werden, um Essen insgesamt im Image zu heben und Begeisterung zu wecken. Die Maßnahmen der Kampagne reichen von klassischer PR, über großformatige Flughafen-Banner bis zu zielgruppengenaue facebook- und Instagram-Aktionen.

Richard Röhrhoff, Geschäftsführer der EMG: „Wir wollen die Attraktivität Essens wieder mehr sicht- und erlebbar machen und die Stadt auf der Landkarte der spannenden Metropolen noch stärker und klarer positionieren.“ Primäre Zielgruppen im ersten Schritt sind Geschäftsreisende, die bei ihrem Besuch in Essen so von den Vorzügen der Stadt überzeugt werden, dass sie als Freizeit-Touristen wiederkommen, sowie reise- und kulturaffine Menschen aus den Kernmärkten Deutschland und Benelux.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht die neue touristische Marke „Visit Essen“. Diese umfasst neben einem neuen Logo, das den stilisierten Doppelbock des UNESCO-Welterbes Zollverein zeigt, auch eine Layout- und Namensvereinheitlichung sämtlicher Kanäle der EMG. Dazu zählen neben der Webseite auch die Social Media-Auftritte (facebook, Instagram und Twitter) sowie sämtliche Broschüren, Anzeigen, Plakate und weitere Werbemittel. Zudem startet die EMG mit der Ruhr Tourismus GmbH eine Tourismus-Offensive, die neben mehr Sichtbarkeit bei den großen Reisveranstaltern auch eine enge Kooperation mit dem Reisesender sonnenklar.TV vorsieht. Neben einer „Küchenparty“, die jeden Sonntagmittag aus Essen gesendet wird, veranstaltet sonnenklar.TV im Sommer auch ein Musikfest auf der Margarethenhöhe. Weitere Bestandteile zur Vermarktung der Stadt sind in den nächsten Monaten neben buchbaren Übernachtungspaketen, die die EMG in Kooperation mit Partnern aus

PRESSEMITTEILUNG, 9. MAI 2018

Seite 2 von 2

den Bereichen Kultur Gastronomie, Einzelhandel und Hotellerie erstellt, und bundesweiten PR-Maßnahmen auch national und international gespielte Hochglanzmotive Essener Highlights. Los geht es mit einer Aufnahme aus dem Museum Folkwang. Dieses hängt ab Juni als Großformat im Gate A des Düsseldorfer Flughafens. Darüber hinaus erscheint das Foto von Ralf Schultheiß in den Boardmagazinen der Fluglinien Eurowings, easyJet und Condor. Abgerundet wird die Standort-Kampagne durch Facebook-Videos mit Prominenten der Stadt, die in rund einer Minute ihren Lieblingsort in Essen vorstellen. Mit dabei sind unter anderem der Kanute und Olympionike Max Hoff, die Popband Kuult sowie das Gastronomie-Urgestein René Pascal.

Möglich macht diese Kampagne die EWG – Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH. Andre Boschem, Geschäftsführer der EWG: „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit, da wir sicher sind, dass die neue Kampagne einen großen Beitrag dazu leisten wird, den Wirtschaftsstandort Essen noch weiter zu stärken. Heutzutage beeinflussen sowohl harte als auch weiche Standortfaktoren die Ansiedlungsentscheidungen von Unternehmen, daher unterstützen wir den Ansatz der EMG, Geschichten über die Alleinstellungsmerkmale der Stadt zu erzählen.“ Doch nicht nur inhaltlich, auch räumlich werden die EMG und EWG enger zusammenarbeiten, so ziehen die Stadtmarketing-Mitarbeiter Mitte Mai in das Gebäude WESTSEIT 5 auf den Kennedyplatz, eine Etage unter die Partner aus der Wirtschaftsförderung.

www.visitessen.de

www.ewg.de

BU: Richard Röhrhoff (rechts) und Andre Boschem präsentieren in den neuen Räumlichkeiten der EMG das erste Hochglanzmotiv der neuen Standort-Kampagne.

Foto: Stefanie Schwarzin / EMG