



Agentur TAS schafft mit einer Regionalmarketing-Kampagne für Südwestfalen Aufmerksamkeit

TAS Emotional Marketing setzt Südwestfalen in Szene: „Zu schön, um nicht da zu sein!“

Essen/Olpe 02. Juli 2021 – Berufliche Sicherheit, bezahlbarer Wohnraum, grüne Work-Life-Balance? Das klingt doch alles „Zu schön, um nicht da zu sein!“ – mit dieser selbstbewussten Aussage verankert Südwestfalen nachhaltig die Vorteile der Region bei Fach- und Führungskräften, die sich für die Gegend sowohl als Reiseziel als auch eventuelle neue Heimat interessieren. Dabei prägen starke Aussagen aus dem Bereich der sogenannten weichen Faktoren die Ansprache der Kampagne und richten sich damit bewusst an die Bedürfnisse der Zielgruppen. Gerade die jüngeren und fachlich qualifizierten Menschen treffen heutzutage sehr gezielt die Wahl des Wohnortes. Diese Kampagne ist Teil der großangelegten Dachkampagne „Südwestfalen Alles echt“.

Suedwestfalen.com/undbleib

Inhalte und Zielrichtungen von Kampagnen verändern sich und werden zunehmend in die digitale Welt verlagert. So auch in der neuen stark digital ausgespielten Regionalmarketing-Kampagne für die Region Südwestfalen, die im Juni lanciert wurde. Unter dem Motto „Zu schön, um nicht da zu sein!“ wird der Fokus der Kampagne im ersten Teil auf aufmerksamkeitsstarke Motive in den sozialen Medien und auf der zugehörigen Landingpage gelegt, die die Vorteile der Region als drittstärksten Wirtschaftsstandort Deutschlands sichtbar machen. Zielgruppe sind Fach- und Führungskräfte, die sich für die Gegend sowohl als Reiseziel als auch eventuelle neue Heimat interessieren. In den folgenden digitalen Flights wird die Kernbotschaft der Kampagne zunächst in Bewegtbild- und Audio-Formaten ausgespielt, um die Zielgruppe effizient anzusprechen und sie von der Region zu überzeugen. Die digitale Aktivierung wird durch unterstützende Kampagnenmaßnahmen in den Kommunen, Hotels und bei Gastgebern der Region begleitet, um unter dem Aspekt „Erleben vor Ort“ gezielt Aufmerksamkeit zu generieren und die Region Südwestfalen in den Köpfen zu verankern. Kern der Maßnahmen bildet die neue Landingpage der Region, die mit einem Augenzwinkern zum Bleiben auffordert: suedwestfalen.com/undbleib.

„Mit dem inhaltlichen Fokus auf die weichen Faktoren der Wohnortwahl und die vornehmlich digitalen Kanäle in der Hinführung zur Webseite fokussieren wir uns sehr klar und zielgerichtet auf die Bedürfnisse und Touchpoints der Zielgruppe und sprechen diese emotional an, um sie so von der Region Südwestfalen überzeugen zu können“, sagt Jan Milkereit, Managing Director Content & Campaigning der TAS Emotional Marketing GmbH.

Für die Realisation und Produktion der Kampagne ist TAS Emotional Marketing aus Essen verantwortlich. Die Inhalte entstanden in einem co-kreativen Prozessen zwischen der Südwestfalen Agentur und TAS. Die Essener haben sich dabei in einem EU-weiten Vergabeverfahren gegen namhafte Konkurrenz durchgesetzt. Damit knüpfen sie nahtlos an die Kompetenzen im Bereich von Regionalmarketingkampagnen an. Bereits von 2017 bis 2019 haben die Kommunikationsexperten der TAS die Kampagne für die Metropole Ruhr, „Stadt der Städte“, als Leadagentur begleitet. Die Kampagne wurde mehrfach ausgezeichnet.

Die neue Kampagne für Südwestfalen ist ein Baustein des breit angelegten und erfolgreichen Regionalmarketing-Prozesses in Südwestfalen, der seit 2012 von der Südwestfalen Agentur GmbH in Olpe geleitet und umgesetzt wird und als bundesweites Best-Practice-Beispiel gilt. Hinter dem Ziel, die Marke Südwestfalen positiv zu prägen und Fach- und Führungskräfte für die Perspektiven in der Region zu begeistern, haben sich die 59 Kommunen und fünf Landkreise der Region (die Kreise Siegen-Wittgenstein, Olpe, Soest sowie der Märkische Kreis und der Hochsauerlandkreis) sowie inzwischen mehr als 370 Unternehmen versammelt. Dabei punktet die Region mit einem

besonderen Alleinstellungsmerkmal: Einerseits ist Südwestfalen eine der grünsten Regionen Deutschlands, andererseits Heimat von mehr als 170 Weltmarktführern und zahlreichen international erfolgreichen Familienunternehmen. „Das Regionalmarketing setzt kontinuierlich auf Mitmach-Optionen, Transparenz und innovative Ideen“, erläutert Marie Ting, die das Regionalmarketing in der Südwestfalen Agentur GmbH aufgebaut hat und leitet. „Dabei sind die Kreation und Planung von starken Kampagnen ein stetiger und unabdingbarer Prozess, in dem uns TAS wunderbar begleitet. Zentraler Erfolgsfaktor ist für uns zudem die enge Zusammenarbeit mit den Tourismusverbänden Sauerland und Siegerland-Wittgenstein, den Kommunen und Arbeitgebern – denn nur gemeinsam schaffen wir authentisches Storytelling und eine enorme Reichweite für unsere positiven und starken Botschaften“, so Marie Ting weiter.

Über TAS Emotional Marketing

Seit mehr als 30 Jahren beraten die Experten der TAS Emotional Marketing aus Essen Kunden aus den unterschiedlichsten Bereichen. Die emotionale Ansprache ist der Kern, die kreative Art der Kommunikation die Botschaft – und das immer mit einem klaren Ziel vor Augen: pure und echte Emotionen bei den Zielgruppen, Kunden und Partnern auszulösen. Das Herz schlägt den Kopf – immer! Gekonnt setzt das rund 50-köpfige Team reale Markenerlebnisse um. Dies gelingt auch in der digitalen Welt, wie zum Beispiel im eigenen und perfekt ausgestatteten Aufnahmestudio für digitale und hybride Veranstaltungen – mit den Kompetenzbereichen Content & Campaigning, Live & Sales sowie Brand & Impact. Und das stets ideenreich, ein wenig verrückt, aber immer mit den Füßen auf dem Boden: Digital. Emotional. Real.
www.tas-emotional.marketing

Mehr über die Region Südwestfalen und die Kampagne unter: www.suedwestfalen.com/undbleib

Weitere Motive der Kampagne und Pressematerial unter:
<https://tas-emotional.marketing/2021/07/02/pressemitteilung-swf/>

Pressekontakt:

TAS Emotional Marketing GmbH
Martin Spicker (Pressesprecher)
Max-Keith-Str. 66
45136 Essen

Fon: 0201 / 84 224 – 276

Fax: 0201 / 84 224 – 395

Mobil: 0170 / 2626100

E-Mail: martin.spicker@tas-agentur.de