



PRESSEMITTEILUNG

Simmern, 1. Oktober 2020

Zwei Jahre Standortmarketing für den Rhein-Hunsrück-Kreis

GELOBTES LAND zieht positive Zwischenbilanz – Neue Website online – Immer mehr zieht es raus aufs Land

Leben und Arbeiten auf dem Land liegt im Trend, immer mehr Menschen wollen raus aus der Stadt – und das nicht erst seit der Corona-Pandemie. Genau diejenigen spricht der Rhein-Hunsrück-Kreis gezielt mit seiner Imagekampagne GELOBTES LAND an. Die rheinland-pfälzische Region zwischen Koblenz, Mainz und Trier wirbt aufmerksamkeitsstark und selbstbewusst um Fachkräfte und junge Familien, will diese für den Zuzug begeistern. Zwei Jahre sind seit dem Start am 1. September 2018 vergangen. Zeit für eine erste Zwischenbilanz der Initiative zur Fachkräftesicherung im Rhein-Hunsrück-Kreis.

Niemand kennt die Kampagne so gut wie sie: Hannah Wagner, Projektleiterin beim Regionalrat Wirtschaft Rhein-Hunsrück e. V. Die 30-Jährige ist nicht nur der Kopf hinter der Kampagne, sondern zugleich auch deren „Gesicht“. Sie ist das Sprachrohr fürs GELOBTE LAND, wirbt unermüdlich für die Region, ihre Heimat. Über alle Kanäle: Print, Online, Social Media und live auf Veranstaltungen. Die Fakten hat sie direkt parat: bisher 25 Monate Laufzeit, über 65 Unterstützer (Kreis, Kommunen, Unternehmen), Termine und Veranstaltungen im dreistelligen Bereich, über 110.000 Aufrufe der Website www.gelobtesland.de, rund 280 direkte Anfragen an die Servicestelle, 80 Bewerbungen, die von hier an die Unternehmen weitergeleitet wurden sowie 20 direkt über die Kampagne vermittelte Jobs. „Überregionale Reichweite bot zuletzt unsere Medienpartnerschaft mit Radio RPR1. anlässlich der Heimat Europa Filmfestspiele vom 9. August bis 6. September in Simmern/Hunsrück“, freut sich Hannah Wagner. „Dieser Kulturevent hat national auf den Bekanntheitsgrad und das Image des Rhein-Hunsrück-Kreises eingezahlt – und das nicht nur unter Filmliebhabern.“



Dabei lässt sich der Erfolg einer solchen Standortmarketingkampagne nicht nur unmittelbar an Statistiken messen, die vielfältigen Kommunikationsmaßnahmen zeigen auch indirekt Wirkung. So werden beispielsweise die Bewerbungen nicht erfasst, die zwar auf die Kampagne zurückgehen, aber nicht über die zentrale Servicestelle beim Regionalrat laufen.

Erfolge erkennbar

Die bisherige Resonanz spricht eindeutig für den Erfolg der Kampagne: Potenzielle Zuzügler und regionale Unternehmen beurteilen das Angebot des Regionalrates Wirtschaft Rhein-Hunsrück durchweg positiv, schließlich profitieren beide Seiten davon: Fachkräfte samt Familien werden durch die Servicestelle aktiv unterstützt: Hannah Wagner ist persönliche Ansprechpartnerin bei der Job- und Wohnungssuche, sie leitet Initiativbewerbungen weiter und hält den Kontakt zu den regionalen Arbeitgebern. Hier laufen als Schnittstelle die Fäden zusammen, innerhalb der Region und nach außen, zwischen Arbeitssuchenden und Arbeitgebern. Die Wirtschaft hat diesen Nutzen erkannt, immer mehr regionale Unternehmen unterstützen als Förderer die Kampagne finanziell. Aktuell sind es rund 60, in erster Linie kleine und mittelständische Unternehmen, weitere Partner sind der Landkreis sowie zahlreiche Kommunen.

Auch in der Region wirkt die Initiative, trägt spürbar zu einem wachsenden (Selbst-)Bewusstsein bei, wie die Rückmeldungen vieler Bürger*innen zeigen. „Vor allem Rückkehrer*innen sind begeistert davon, dass sich in ihrer Heimat etwas tut, dass man nach vorne blickt und Dinge angestoßen werden“, so Wagner. Vorbei die Zeiten, in denen die Landbevölkerung als rückständig galt. Leben auf dem Land ist heute „in“.

Kampagne wird laufend weiterentwickelt

Die vor zwei Jahren gestartete Kampagne ist agil und dynamisch. „Seit dem Startschuss lernen wir sozusagen täglich dazu, optimieren und passen unsere Maßnahmen entsprechend an die Bedürfnisse unserer Zielgruppen an“, erläutert Hannah Wagner. Dabei setzt der Regionalrat



Wirtschaft Rhein-Hunsrück auch auf externe Partner, die mit ihrem Know-how unterstützen, zum Beispiel bei Social Media oder der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Jüngstes Beispiel: der Relaunch des Internetauftritts. Die Website www.gelobtesland.de wurde in den vergangenen Monaten komplett überarbeitet und präsentiert sich seit Mitte September im neuen Look, optisch und inhaltlich. Mehr Benutzerfreundlichkeit war das Ziel, mehr Authentizität – und der neue Auftritt überzeugt auf den ersten Blick durch seinen neuen, klar strukturierten Aufbau, neue Bildwelten mit authentischen Motiven aus der Region und, als neuem technischem Tool, erstmals einem Chat-Bot. Damit können die Nutzer ihre konkreten Anfragen direkt über die Website zielgerichtet stellen – ein weiterer Schritt zur leichteren, direkten Kontaktaufnahme.

Strategiewechsel durch Pandemie: mehr online, weniger Events

Keine Bilanz ohne einen Blick auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie. „Auch wir spüren natürlich die Folgen“, räumt Hannah Wagner ein. „Durch die Absage des Rheinland-Pfalz-Tages und des Techno-Festivals NATURE ONE in diesem Sommer sind uns zwei ganz zentrale Veranstaltungen weggebrochen, auf denen wir das GELOBTE LAND präsentiert hätten.“ Aber von einem „Corona-Loch“ könne keine Rede sein. Schnell habe man umdisponiert, die Kommunikation auf den sozialen Kanälen deutlich intensiviert. Auch hier spüre man den Drang der Menschen aus der Stadt aufs Land. Corona wirke hier wie ein Verstärker und Beschleuniger, die persönliche Lebensplanung aktiv zu gestalten, denn „Die Menschen vergessen ihren Traum vom Leben auf dem Land ja nicht wegen Corona“, wie Hannah Wagner aus verschiedenen Kontaktanfragen weiß. „Im Gegenteil: Jetzt ist für viele der Zeitpunkt gekommen, endlich raus aus der Stadt ins Grüne zu ziehen, wo es Jobs und Raum gibt, Raum auch für den derzeit gebotenen Abstand.“

Wie es weitergeht in den kommenden (mindestens) drei Jahren? „Wir stecken nach wie vor voller Kraft, Begeisterung und kreativer Ideen. Unser Ziel ist und bleibt es, ein modernes Bild



vom Rhein-Hunsrück-Kreis zu vermitteln, als ländlicher Region mit optimalen Bedingungen für Leben, Jobs und Raum“, blickt Hannah Wagner optimistisch auf die weitere Entwicklung.

(6.088 Zeichen)

Gerne senden wir Ihnen auf Anfrage weitere Infos in Text und Bild zu.

Bildunterschrift:

Key Visual und Logo der Imagekampagne GELOBTES LAND für den Rhein-Hunsrück-Kreis.

Bildrechte:

Regionalrat Wirtschaft Rhein-Hunsrück e.V.

Veröffentlichung honorarfrei.

Wir freuen uns über ein Belegexemplar.

GELOBTES LAND. Leben. Jobs. Raum.

Am 1. September 2018 startete die crossmediale Imagekampagne GELOBTES LAND zur Fachkräftesicherung im Rhein-Hunsrück-Kreis. Initiator und Verantwortlicher ist der Regionalrat Wirtschaft Rhein-Hunsrück e. V. in Zusammenarbeit mit dem Landkreis sowie den Kommunen und zahlreichen Unternehmen der Region. Vor allem junge Familien sollen für einen Zuzug bzw. eine Rückkehr in die rheinland-pfälzische Region zwischen Koblenz, Mainz und Trier begeistert werden.

Der Rhein-Hunsrück-Kreis positioniert sich selbstbewusst als GELOBTES LAND, bietet er doch ein lebenswertes Umfeld, landschaftlichen Reiz, moderne und zukunftsfähige Arbeitsplätze, erschwingliche Immobilienpreise und eine gute Infrastruktur und Anbindung – kurz: Leben. Jobs. Raum. Darüber hinaus ist der Rhein-Hunsrück-Kreis Vorreiter in Sachen Energiewende und einer der ersten Null-Emissions-Landkreise deutschlandweit. Schon heute produziert die Region mit Bioenergie, Solarparks und Windkraft mehr Ökostrom, als die Menschen vor Ort verbrauchen. 2018 wurde der Kreis von der Agentur für Erneuerbare Energien (AEE) offiziell als „Energie-Kommune des Jahrzehnts“ ausgezeichnet.

Ein Alleinstellungsmerkmal der Kampagne ist eine eigens eingerichtete Servicestelle, die (potenzielle) Zuzügler individuell berät und beim Start in der Region tatkräftig unterstützt. Adresse und Kontakt unter www.gelobtesland.de. Auf der Kampagnen-Website gibt es außerdem Informationen zur Region, zu Unternehmen, Freizeitmöglichkeiten und sozialen Themen. Eine regionale Jobbörse präsentiert aktuelle Angebote der ansässigen Unternehmen aus allen Branchen (Handwerk, Industrie, Soziales), darunter kleine und mittelständische bis hin zu großen, zum Teil weltweit agierenden Unternehmen. Eine Immobilienbörse sowie Informationen zu Bau- und Fördermöglichkeiten runden das Online-Angebot ab.



Die Kampagne ist zunächst auf fünf Jahre terminiert, mit Option auf Verlängerung über 2022 hinaus und verfügt über ein jährliches Budget von rund 280.000 Euro.

Mehr über die Kampagne GELOBTES LAND auf einen Blick, mit einem Klick:

www.gelobtesland.de

www.facebook.com/GelobtesLand/

www.instagram.com/gelobtesland/

www.linkedin.com/showcase/gelobtesland/

www.xing.com/communities/groups/rhein-hunsrueck-kreis-i-gelobtes-land-5f04-1129445/posts

www.youtube.com/channel/UCU3fCzw6s-TMvpclG62HJ0A

Pressekontakt

Hannah Wagner, M.A.

Projektleitung GELOBTES LAND

Regionalrat Wirtschaft Rhein-Hunsrück e. V.

Koblenzer Straße 3

55469 Simmern

Telefon: 06761-9644216

E-Mail: wagner@rhein-hunsrueck.de