Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Bauen, Wohnen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen

PRESSEMITTEILUNG

22. September 2011

Stefan Grönebaum
Pressesprecher MWEBWV
Telefon: 0211 3843-1015
Fax: 0211 3843-9005
stefan.groenebaum@
mwebwv.nrw.de
www.mwebwv.nrw.de

Annette Peis, Presse und
Öffentlichkeitsarbeit
NRW.INVEST GmbH
Telefon: 021113000-162
Fax: 021113000-154
peis@nrwinvest.com
www.nrwinvest.com

Standortmarketingkampagne für Nordrhein-Westfalen: „Germany at its best: Nordrhein-Westfalen“ startet

Düsseldorf – Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen und NRW.INVEST stellten heute in der Staatskanzlei die aktuelle Kampagne zum Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen der Öffentlichkeit vor. Mit dem Slogan „Germany at its best: Nordrhein-Westfalen“ wirbt das Land international um ausländische Investoren. Dabei stehen Bestleistungen unseres Landes sowie der Partner- und Mitmachgedanke im Mittelpunkt. Im Rahmen der Standortmarketingkampagnesollen zukünftig Partner aus den Städten und Regionen, der Wirtschaft, der Wissenschaft, der Kultur und dem Sport den Standort Nordrhein-Westfalen mit ihren und seinen Bestleistungen vermarkten und zeigen, wie sehr gilt: „Germany at its best: Nordrhein-Westfalen“.

In der ersten Phase fokussiert die Standortmarketingkampagne die Querschnittthemen Logistik und Forschung & Entwicklung sowie die Branchenthemen Automotive & Mobilität, Erneuerbare Energien und Mode. Verschiedene Anzeigenmotive, Marketingkooperationen, Veranstaltungen, ein Online-Portal zum Mitmachen und ein eigenes Buch sollen Bestleistungen „made in Nordrhein-Westfalen“ in Szene setzen. Die Landeshauptstadt Düsseldorf, die Stadt Köln, die Technologieregion Aachen, der Rhein-Kreis Neuss und die Region Südwestfalen beteiligen sich an der ersten Phase von „Germany at its best: Nordrhein-Westfalen“. Die Metropolregion Ruhr hat außerdem ihre Beteiligung zugesagt. Weitere Städte und Regionen werden angefragt. „Wir sind erfreut, dass die neue Kampagne eine solch breite Resonanz im Land gefunden hat. Mit dem Partnerkonzept können wir die Kräfte bündeln, um den Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen international zu vermarkten“, so Minister Harry K. Voigtsberger.

Die ersten Anzeigenmotive spiegeln die Kompetenzen des Landes und der Regionen wider, dabei stehen einzelne Bestleistungen im Mittelpunkt: Eines der Motive zeigt das Aufnahmesystem des in Aachen ansässigen Unternehmens HEAD acoustics – einenhörenden Kunstkopf,

mit dem viele namhafte Automobil-, IT- und Telekommunikationshersteller weltweit die Akustik ihrer Fahrzeuge analysieren und optimieren. Die dazugehörige Technik wurde an der RWTH Aachen entwickelt. Ein anderes Motiv stellt den ersten kamerabasierten Automobil-Scheinwerfer mit adaptiver Hell-Dunkel-Grenzeder Firma HELLA aus Südwestfalen vor. Für den Standort Köln wirbt das weltweit modernste Prüfzentrum für Solarsysteme des TÜV Rheinlands, das für rund 80 Prozent aller internationalen Hersteller Sicherheits-, Qualitäts- und Effizienzkontrollen leistet.Und ein Motiv mit dem Logistikzentrum des US-Konzerns 3M im Rhein-Kreis Neusspreist die optimale Infrastruktur des Logistikstandorts Nordrhein-Westfalen an. Diese ersten Anzeigenmotive sollen 2012 in China, Japan, der Türkei und den USA geschaltet werden.

Im Rahmen der neuen Standortmarketingkampagne kooperiert das Land auch mit der Fluglinie Air China. „Im Rahmen dieser Kooperation wird Air China auf seinen Direktflügen Peking-Düsseldorf den Standort Nordrhein-Westfalen mit Werbemaßnahmen im Innenbereich der Flugzeuge, GiveAways und einer Durchsage bei der Landung in Düsseldorf bewerben“, erläutert Petra Wassner,Geschäftsführerin von NRW.INVEST. „Mit dieser Kooperation erreichen wir unsere Zielgruppe optimal.“ Ähnliche Projekte sind für die Zukunft mit weiteren Fluglinien geplant.

Teil der Kampagne sind außerdem Standortbotschafter, die international für Nordrhein-Westfalen werben. „Wir sind stolz, dass wir zum Start der Kampagne prominente Fürsprecher gewinnen konnten, wie Arndt G. Kirchhoff von der Kirchhoff-Gruppe, Modezar Albert Eickhoff, Prof. Dr. Fritz Vahrenholt von RWE Innogy oder Tischtennisspieler Timo Boll“, so Wassner.

Die Standortmarketingkampagne ruft außerdem Bürger, Unternehmer, Wissenschaftler, Erfinder und Persönlichkeiten aus Nordrhein-Westfalen auf, ihre Bestleistungen unter www.germanyatitsbest.de vorzustellen. Jeder, der eine deutschland-, europa- oder weltweite Bestleistung vorzuweisen hat, kann sie hier präsentieren. Die Besten der Besten sollen dann Mitte 2012 in einem Buch erscheinen, das Deutschland von seiner besten Seite zeigt: Nordrhein-Westfalen. „Wir wünschen uns, dass sich

möglichst viele beteiligen werden und wir sind gespannt auf die zahlreichen Bestleistungen aus unserem Land“, so Voigtsberger.