

## NEUE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE SOLL STANDORT PINNEBERG STÄRKEN

Im Juni 2024 hat die Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft des Kreises Pinneberg (WEP) den Startschuss für die neue Standortkampagne „Kreis Pinneberg Wirtschaft“ gegeben. Dadurch sollen die Wettbewerbsvorteile des Standortes unter Mitwirkung der Akteure vor Ort deutlicher hervorgehoben werden. Für die Evaluierung und Entwicklung der Kampagne engagierte die WEP die Brandmeyer Markenberatung sowie für die Umsetzung die Gruppe Drei.

Auf der Website [kreis-pinneberg-wirtschaft.de](https://kreis-pinneberg-wirtschaft.de) werden die wichtigsten Informationen zum Standort sowie zu den Themen Infrastruktur, Beruf, Bildung sowie Wohnen, Freizeit und Leben gebündelt. Ein Content-Hub dient dabei als digitaler Baukasten, um die Kommunikation rund um den Standort Kreis Pinneberg auf eine breite Basis zu stellen. Die Kampagne ist zunächst auf fünf Jahre angesetzt. Den Verantwortlichen steht ein Budget von 2,5 Millionen Euro zur Verfügung.

Susanne Heyn, Marketing- und Kommunikationsleiterin der WEP, gibt im Interview mit PUBLIC MARKETING erste Einblicke in die Kampagne.

**PUBLIC MARKETING:** Warum haben Sie eine neue Standortkommunikationskampagne gestartet?

**Susanne Heyn:** Unser Kreis Pinneberg ist wirtschaftlich sehr stark, auch wenn er der kleinste in Schleswig-Holstein ist. Wir haben eine hervorragende Infrastruktur, viele innovative Unternehmen und sind gut angebunden. Trotzdem wird unser Standort nicht entsprechend wahrgenommen. Mit unserer neuen Kampagne möchten wir dies ändern. Wir möchten, dass die Unternehmen in unserer Region stolz auf ihren Standort sind und ihn aktiv nach außen vertreten. Statt sich nur als „in der Nähe von Hamburg“ zu positionieren, sollen sie die Vorteile des Kreises Pinneberg betonen.

**PUBLIC MARKETING:** Gibt es weitere Gründe dafür?

**Heyn:** In Gesprächen wurde immer wieder deutlich, dass den Unternehmen in der Region ein Netzwerk fehlt, in dem sie sich über ihre gemeinsamen Herausforderungen austauschen können. Denn die Akteure stehen allesamt vor gleichen oder zumindest ähnlichen Problemen, zum Beispiel fehlende Sichtbarkeit bei potenziellen Fachkräften, und würden sich freuen, diese Themen im Austausch mit Gleichgesinnten anzugehen.

**PUBLIC MARKETING:** Und wie nehmen Fachkräfte den Kreis Pinneberg wahr?

**Heyn:** Vielen Fachkräften ist gar nicht bewusst, welche vielfältigen und innovativen Unternehmen sich direkt vor ihrer Haustür befinden. Wir wollen zeigen, dass der Kreis Pinneberg nicht nur ein attraktiver Wohnort ist, sondern auch ein

Wirtschaftsstandort mit großem Potenzial. Zahlreiche Unternehmen, darunter auch Weltmarktführer, bieten hier spannende Jobs und Entwicklungsmöglichkeiten. Unser Ziel ist es auch, Fachkräfte davon zu überzeugen, dass sie nicht immer in die großen Städte pendeln müssen. Im Kreis Pinneberg finden sie alles, was sie für eine erfolgreiche Karriere brauchen.

**PUBLIC MARKETING:** Die Website inklusive eines Content-Hubs ist der Ankerpunkt der Standortkampagne. Welche Idee steckt dahinter?

**Heyn:** Unser Content-Hub kann von allen Akteuren genutzt werden: Unternehmen, Kommunen, Medien, Blogger, und so weiter. Durch die Bereitstellung von vorgefertigten Inhalten – von Texten über Videos bis zu Bildern – möchten wir Multiplikatoren dabei unterstützen, den Kreis Pinneberg in ihren Kommunikationskanälen effektiv zu präsentieren. So müssen sie nicht selbst mühsam eigene Inhalte erstellen, sondern können auf gut kuratierten Content zurückgreifen. Wir erhoffen uns dadurch, die Reichweite der Standortmarke Kreis Pinneberg zu erhöhen und es Playern so einfach wie möglich zu machen, über unsere Region zu berichten. Denn unsere Kommunikationskampagne setzt auf Mitmacher, um eine möglichst große Reichweite zu erzielen.

**PUBLIC MARKETING:** Wie sind Sie vorgegangen, um die Unternehmen für die Content-Produktion und schlussendlich für die Nutzung der Inhalte zu begeistern?

**Heyn:** Um Unternehmen für unsere Kampagne zu gewinnen, haben wir eine intensive Akquise betrieben. Wir sind direkt auf Unternehmen zugegangen und haben sie aktiv zur Beteiligung an der Content-Produktion eingeladen. Durch diese direkte Ansprache konnten wir bereits Unternehmen verschiedenster Branchen und Größe für eine Zusammenarbeit gewinnen. Die positiven Erfahrungen aus dieser ersten Phase haben gezeigt, dass unser Ansatz funktioniert. Wir haben nun eine stabile Grundlage, um die Kampagne weiterzuführen. Unternehmen können sich jederzeit bei uns melden, um eigene



Foto: Kreis Pinneberg

*Susanne Heyn ist verantwortlich für Marketing und Kommunikation der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft des Kreises Pinneberg*

Ideen einzubringen und gemeinsam mit uns an der Umsetzung zu arbeiten. Wir freuen uns auf die vielen positiven Geschichten, die unsere Unternehmen zu erzählen haben.

**PUBLIC MARKETING:** Welche Rolle spielen die sozialen Netzwerke?

**Heyn:** Um unsere Kampagne zu verstärken, nutzen wir neben unserer Website auch die sozialen Netzwerke Instagram, Facebook, LinkedIn und YouTube. Die ersten beiden Kanäle haben wir neu gestartet, während wir die letzten beiden, die bereits existierten, für unsere Kampagne umgewidmet haben. Durch diese breite Präsenz in den sozialen Medien möchten wir unsere Botschaft noch effektiver verbreiten und ein positives Feedback erzielen. Seit wir aktiv auf Facebook, Instagram und Co. unterwegs sind, erhalten wir viel positives Feedback. Unsere Follower schätzen nicht nur unsere Standortkampagne, sondern auch unsere umfassende Kommunikation. Durch die regelmäßigen Beiträge über den Standort und seine Vorteile schaffen wir eine starke Präsenz und steigern das Interesse. Beispielsweise haben einige unserer Videos bei YouTube bereits mehr als 20.000 Views. Und dass sich viele Player am Standort mit Kreis Pinneberg Wirtschaft identifizieren, zeigt auch die große Bereitschaft, den Hashtag #kreispinnebergwirtschaft unter deren eigenen Beiträgen zu nutzen.

**PUBLIC MARKETING:** Welche weiteren Kanäle werden im Rahmen der Kampagne genutzt?

**Heyn:** Wir setzen auf eine vielfältige Mischung aus Maßnahmen, um Kreis Pinneberg Wirtschaft bekannter zu machen. Bei Veranstaltungen, wie zum Beispiel der Expo Real, nutzen wir die Gelegenheit, um mit Flyern und Aufstellern mittels der Strahlkraft der Kampagne auf unseren Standort aufmerksam zu machen. Auch unser Newsletter wird entsprechend angepasst, um die wichtigsten Informationen zu verbreiten. Die Kommunen sind Mitinitiatoren der Kommunikationskampagne und arbeiten gemeinsam mit uns am Erfolg der Kampagne. Sie nutzen beispielsweise die Inhalte des Content Hub für ihre eigenen Kommunikationskanäle, oder werben aktiv um Mitmacher auf Veranstaltungen oder Unternehmensbesuchen.

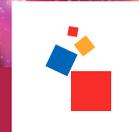
**PUBLIC MARKETING:** Wie soll der Kreis Pinneberg zukünftig wahrgenommen werden?

**Heyn:** Im Idealfall werden sich Unternehmen und Fachkräfte in Zukunft gleichermaßen mit unserem Kreis identifizieren. Wenn wir erfolgreich sind, haben wir positive Vorstellungen geschaffen, in denen der Kreis Pinneberg als ein dynamischer und zukunftsorientierter Wirtschaftsstandort positioniert ist, in dem es sich super Leben und Arbeiten lässt.

*Interview: Anja Lüth*

messe frankfurt

christmasworld



7.–11. 2. 2025  
FRANKFURT / MAIN

where  
wishes  
come  
true

Festbeleuchtung, Großflächen-  
und Objektdekoration

Freuen Sie sich auf die weltgrößte Produktvielfalt an Festbeleuchtung, Großflächen- und Objektdekoration. Dazu erwartet Sie ein erstklassiges Eventprogramm mit den neuesten Themen und Trends.

Sichern Sie sich Ihr Ticket auf  
[christmasworld.messefrankfurt.com](https://christmasworld.messefrankfurt.com)