

Pressemitteilung

Oberhausen, 9. Juni 2015

## **move:elevator gibt der Hochschule Ruhr West zwei neue Gesichter**

**Die Hochschule Ruhr West (HRW) zeigt Gesicht, und dies ziemlich authentisch. Denn Testimonials der neuen HRW-Kampagne „Nah? Klar!“ sind die Studierenden selbst. Die Full-Service-Agentur move:elevator hat die hautnahe Kampagne für die Ruhrgebiets-Hochschule konzipiert und umgesetzt.**

### **Konkurrenz und Wettbewerb**

Rund 2,4 Millionen Studierende zählt Deutschland aktuell. Eine riesige Zielgruppe, um deren Gunst 415 deutsche Hochschulen buhlen. Angesichts dieser Konkurrenz müssen sich Universitäten, Hochschulen und Fachhochschulen stärker denn je um Anziehungskraft und Wettbewerbsfähigkeit bemühen. Speziell junge Hochschulen begegnen da noch einem besonderen Anspruch. Wie jede neue Marke müssen sie sich zunächst einmal einen Ruf erschaffen und Vertrauen gewinnen. So auch die Hochschule Ruhr West, die das Thema Nähe zum Leitmotiv ihrer aktuellen Imagekampagne macht. Realisiert wurde die Kampagne von der Agentur move:elevator.

### **Persönlich und nahbar**

Das zentrale Thema ist unverkennbar: „Nah? Klar!“ lautet der Slogan der Plakatkampagne, die aktuell im gesamten Ruhrgebiet zu sehen ist. Sie zeigt je ein Gesicht in Nahaufnahme: Eine junge Frau und ein junger Mann bekennen sich mit persönlichen Statements klar zur HRW. Gemäß dem Leitmotiv lassen sie den Betrachter auch ganz nah an sich heran und geben unter dem Close-Up ihrer Gesichter ihre Identität preis: „Gina, 21, Maschinenbau-Studentin aus Oberhausen.“

### **Nähe als Alleinstellungsmerkmal**

Mit dem Motiv der Nähe spielt die HRW ihre stärkste Karte aus. Denn das Ruhrgebiet ist ein Studienort mit unschlagbaren Standortfaktoren. Als eines der größten Ballungsgebiete Europas bietet die Metropole Ruhr eine immense lokale Vernetzung und wirtschaftliche Dichte. Zudem hat die HRW mit ihren Standorten in Mülheim und Bottrop zwei zentrale Anlaufpunkte, die für Studierende aus dem gesamten Ruhrgebiet kurze Wege und damit quasi ein „Studieren vor der Haustür“ ermöglichen. Studierende der HRW profitieren darüber

hinaus von einer engen Vernetzung ihrer Hochschule mit der Unternehmenslandschaft und damit von vergleichsweise guten beruflichen Einstiegsmöglichkeiten.

### **Potenziale freisetzen**

Diesen Alleinstellungsmerkmalen verleihen die Testimonials der Kampagne eine besondere Glaubwürdigkeit. Denn die Tatsache, dass sich nicht Models, sondern echte HRW-Studierende für die Hochschule aussprechen, schafft eine bewusste Authentizität und eine zusätzliche Nähe zur Zielgruppe. Mit dem Thema Nähe bei der Zielgruppe zu punkten, ist für Hans Piechatzek, Geschäftsführer von move:elevator, nur folgerichtig: „Gerade junge Menschen haben einen recht feinen Sinn für Authentizität und Glaubwürdigkeit. Genau hier setzt die Imagekampagne strategisch an und nutzt das Potenzial, das dieser Feinsinn freisetzt.“ move:elevator begleitet die HRW bereits seit vielen Jahren. So zeichnet die Agentur für die jährliche Citylightkampagne verantwortlich und hat auch gerade die Hochschulwebsite gerelauncht.

### **Über move:elevator**

Die Full-Service-Werbeagentur move:elevator bietet ihren Kunden das gesamte Leistungsspektrum der integrierten Kommunikation. Zum Portfolio der Agentur mit den Standorten Oberhausen und Dresden zählen Print- und digitale Kommunikation, Direktmarketing, PR und Bewegtbildkommunikation sowie Dienstleistungen im Bereich Events, Promotion, Merchandising und POS-Logistik. move:elevator beschäftigt mehr als 200 Mitarbeiter und generierte im Jahr 2014 einen Umsatz von mehr als 23 Millionen Euro.

[www.move-elevator.de](http://www.move-elevator.de) und [www.brandnew-entertainment.de](http://www.brandnew-entertainment.de)

### **Pressekontakt**

move:elevator

Sonja Kustersitz

Pressereferentin

Telefon: 0208 377 11 247

[sok@move-elevator.de](mailto:sok@move-elevator.de)