

Pressemitteilung

Oberhausen, 2. November 2015

„Bock auf Bochum“ – Imagekampagne für die Bochumer Stadtwerke

Die Menschen in Bochum haben so richtig Bock auf ihre Stadt. Jeder von ihnen aus seinen ganz eigenen Gründen. Der Stolz auf die eigene Stadt ist das emotionale Thema der aktuellen Imagekampagne der Stadtwerke Bochum. move:elevator hat sie konzipiert und umgesetzt.

Sperrige Materie, emotionale Botschaft

Ein Unternehmen wie die Stadtwerke hat keinen leichten Stand, wenn es darum geht, die Menschen für sich zu entflammen. Stadtwerke bedeuten Stromzähler, Grundversorgung, Jahresabrechnung. Pragmatismus pur, Low-Interest-Themen, kein Platz zum Verzaubern. Doch genau diesen Spagat leistet die neue Imagekampagne der Stadtwerke Bochum. Sie verbindet die Kompetenzen des Unternehmens mit den Wünschen und Hoffnungen der Menschen und damit eine sperrige Materie mit einer emotionalen Markenbotschaft. Die Full-Service-Werbeagentur move:elevator hat die Crossmedia-Kampagne realisiert.

Liebeserklärung an die Stadt

„Ich hab’ Bock auf Bochum.“ Klare Ansage, klarer Adressat. Die Kampagne ist eine Liebeserklärung der Menschen an ihre Stadt. Schnörkellos und direkt, so wie die Bochumer eben sind. Studentin, Kindergartenleiterin, Café-Besitzer: Bochumer aller Couleur bekennen sich ganz klar zu ihrer Stadt und auch zu ihren Stadtwerken – und das ist keine leere Marketing-Phrase. Denn die Bochumer Stadtwerke haben tatsächlich ein besonderes Standing. Sie machen sich für die Wertschöpfung vor Ort stark, finanzieren Projekte, Events und Innovationen und sind damit mehr als ein Energiedienstleister: Sie sind authentischer Teil der Bochumer Lebenswelt, sichtbar und spürbar. Dieses Potenzial nutzt die Kampagne und bringt es mit dem „Bock-auf-Bochum“-Slogan griffig auf den Punkt.

Mysteriöse Botschaft

Zum Kampagnenstart stellte move:elevator die Menschen in Bochum jedoch zunächst vor ein Rätsel. Eine mysteriöse Botschaft ohne Absender wurde als Teaser crossmedial über die gesamte Stadt verteilt. Blaue Schrift vor gelbem Grund: „Bock auf Bochum“ war plötzlich auf Out-of-Home- und Verkehrsmittelwerbung sowie Online und Print, via Social Media und Radiospots im gesamten Bochumer Raum zu sehen und hören. Der Urheber war nicht auszumachen, einzig eine URL gibt einen Hinweis. Auf www.bock-auf-bochum.de wurden alle Bochumer aufgerufen, ihre Lieblingsorte der Stadt auf einer interaktiven Karte zu markieren und eine kurze Begründung zu hinterlassen, weshalb sie genau diesen Ort lieben. Das Ergebnis sind kleine persönliche Liebeserklärungen der Menschen in Bochum an ihre Stadt.

Bock auf die Stadtwerke

Mit der Teaserkampagne hat move:elevator die öffentliche Aufmerksamkeit erfolgreich kanalisiert. Dann erst geht die Kampagne in die Offensive. On- wie offline erklären die Menschen in kurzen Statements, dass sie „Bock“ auf ihre Stadt haben. Und dies aus den unterschiedlichsten Gründen. Ihre Beweggründe sind direkt mit den Kompetenzen der Stadtwerke verbunden. So hat Studentin Edina Bock auf Bochum, weil „ihre“ Stadtwerke sauberen Strom aus Windkraft erzeugen. Kindergartenleiterin Susanne hat Bock auf ihre Stadt, weil die Gewinne der Stadtwerke wieder in die Wertschöpfung vor Ort fließen. Und Café-Besitzer Simon fühlt sich von seinen Stadtwerken immer zuverlässig mit Energie versorgt.

Breitschultrig und unverhohlen

Die Kampagne packt die Bochumer an einem sensiblen Nerv: dem Lokalpatriotismus. Im Ruhrgebiet ist man stolz auf seine Herkunft, breitschultrig und unverhohlen. Diese Kraft entfaltet die Kampagne und macht dabei gezielt die Menschen und ihre Bedürfnisse zum Leitmotiv. Da ein solches Motiv nur durch Authentizität funktioniert, hat move:elevator ausschließlich echte Bochumer vor die Kamera geholt. „Dass sich Menschen zu ihrer Stadt bekennen, entfaltet schon eine emotionale Wirkung“, sagt Hans Piechatzek, Geschäftsführer von move:elevator. „Dass sie aber für ihre Stadtwerke Flagge zeigen, macht die Kampagne besonders.“ Christian Seger,

Projektleiter der Stadtwerke Bochum: „Lokales Engagement und die Wertschöpfung vor Ort haben bei uns hohe Priorität. Als Unternehmen haben wir dadurch eine besondere Nähe zu den Menschen. Diese Nähe transportiert die Kampagne glaubwürdig und sympathisch.“

Die Kampagne im Netz: www.bock-auf-bochum.de

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 und www.brandnew-entertainment.de

Pressekontakt

move:elevator
Sonja Kustersitz
Pressereferentin
Telefon: 0208 377 11 247
sok@move-elevator.de