

01

analog und digital

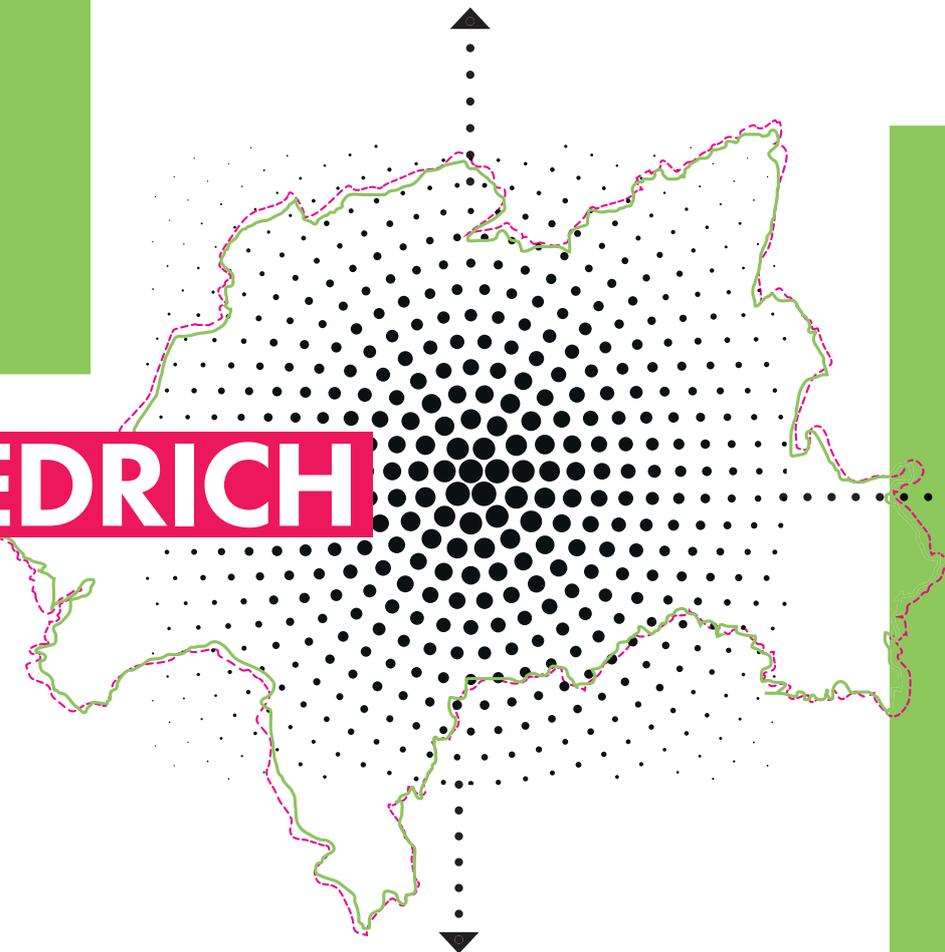
Gemeinsam den Wandel in der Stadt kommunizieren, den Standort Wuppertal nachhaltig nach innen und außen stärken und Macher, Akteure und Initiatoren vernetzen: *Das Stadtmagazin Friedrich geht analog und digital neue Wege!*

Artikel über Wuppertal im Wandel und Darstellung als lebenswerte Stadt.

STADT UND UNTERNEHMEN STÄRKEN BEDEUTET: DEN WANDEL IN WUPPERTAL UND ÜBER DIE STADTGRENZEN HINAUS ZU KOMMUNIZIEREN.



FRIEDRICH



01

EIN NEUES MAGAZIN – ANALOG UND DIGITAL!

WARUM?

Wuppertal ist eine lebenswerte, aufstrebende Stadt, die sich wandelt und neu erfindet. Um die Stadt und damit die ansässigen Unternehmen zu stärken, muss dieser Wandel in Wuppertal und über die Stadtgrenzen hinaus kommuniziert werden.

Nur eine Stadt, die als zukunftsgerichtet wahrgenommen wird, ist für Menschen und die am Standort tätigen Unternehmen langfristig attraktiv.

WIE?

Grenzenlose Kommunikation gelingt nur gemeinsam. Unternehmen, Vereine und Institutionen schließen sich zusammen, um in einem innovativen Magazin und durch gute Storys Wuppertal zu kommunizieren.



LAMBERT T. KOCH

Rektor der Bergischen Universität Wuppertal

ALS WUPPERTAL-BOTSCHAFTER FREUE ICH MICH ÜBER ALLE MEDIALEN PLATTFORMEN, DIE NIVEAUVOLL DAZU BEITRAGEN, ERFOLGSGESCHICHTEN AUS WUPPERTAL DEUTSCHLANDWEIT ZU VERBREITEN.

DAS MAGAZIN IST ANALOG

Kern des Konzepts ist ein jährlich erscheinendes Magazin (16 Seiten, Rheinisches Format, Tabloid) als Beilage in der Gesamtausgabe der Süddeutschen Zeitung (exklusive Großraum München) mit einer Auflage von 261.000 Stück. Durch diese Form der Distribution werden gezielt potenzielle Neu-Wuppertaler angesprochen. Zusätzlich liegt das Magazin durch die Zusammenarbeit mit talevent an allen zentralen Stellen in Wuppertal aus.

Als gedruckte Version steht das Magazin für Wertigkeit und Nachhaltigkeit. Es bietet die Möglichkeit, sich in Ruhe mit den Themen der Stadt auseinanderzusetzen, und Nicht-Wuppertalern einen ersten und einfachen Zugang zur Stadt.

DAS MAGAZIN IST DIGITAL

Das gedruckte Magazin wird durch ein digitales Magazin unterstützt, das mit einem Artikel pro Tag weitere und vertiefende Informationen bietet. Das digitale Magazin setzt sich zusammen aus Artikeln über die beteiligten Unternehmen und Firmen (Corporate Publishing, 25 Prozent) sowie aus Artikeln über Wuppertal im Wandel und als lebenswerte Stadt.

In der digitalen Version ist das Magazin jederzeit und überall für alle abrufbar, die Artikel können geteilt werden. Das Magazin ist aktuell, barrierefrei, zeitgemäß und in allen wichtigen sozialen Netzwerken und auf unterschiedlichen Plattformen vertreten.

DAS MAGAZIN SCHAFFT EIN ATTRAKTIVES UMFELD

Wer sich für Wuppertal interessiert, will mehr über die Stadt erfahren. Er sucht die Stadt online. Wie sieht die Stadt aus, in der ich vielleicht bald leben und arbeiten werde? In welchem Hotel soll ich wohnen, wenn ich einen Wochenendtrip nach Wuppertal plane?

Die Antworten auf diese Fragen liefert das Internet. Top-Ergebnisse bei Google, Ausgehtipps bei tripadvisor und Hotelempfehlungen bei booking.com prägen das Bild, das ein Außenstehender von Wuppertal bekommt, und entscheiden mit darüber, ob er sich für die Stadt entscheidet. Deswegen betreibt das Stadtmagazin nicht nur eine eigene Seite, sondern sorgt auch durch Suchmaschinenoptimierung, Portalbetreuung und spezielle Tools dafür, dass Wuppertal online ein stimmiges, vielseitiges und einladendes Bild für jeden Außenstehenden abgibt.

Die gedruckte Version des Magazins kommuniziert im exakt richtigen Umfeld Wuppertal als interessanten Standort und lebenswerte Stadt.

Die digitale Version des Magazins bietet weitere Informationen über Wuppertal und die Unternehmen, eröffnet Perspektiven und Möglichkeiten.

Als Dienstleister sorgt das Magazin dafür, dass Wuppertal in Suchmaschinen und auf Portalen richtig wahrgenommen wird.



VOK DAMS
Gründer Vok Dams Agentur
für Events und Live-Marketing

JETZT KOMMT „FRIEDRICH“. WIR SPRECHEN JETZT SCHON LÄNGER DARÜBER, DASS WUPPERTAL BESSER IST ALS SEIN RUF. DASS DIE VIELEN POSITIVEN ASPEKTE DER STADT NICHT AUSREICHEND KOMMUNIZIERT WERDEN. DASS ES SCHWIERIG IST, AUS DIESEN EINZELASPEKTEN EIN GESAMTBILD ZU FORMEN, DAS DIE STADT NACH INNEN UND AUSSEN ATTRAKTIV, SPANNEND, DYNAMISCH UND LIEBENSWEHT PRÄSENTIERT. NUN KOMMT EIN JUNGES ENGAGIERTES TEAM, DAS DIESES PROBLEM ENDLICH LÖSEN WILL. MIT EINEM AUSSERGEWÖHNLICHEN MAGAZIN UND STARKER ONLINE-PRÄSENZ. MIT „EHRLICHEN TEXTEN, POSITIV-KRITISCHER BERICHTERSTATTUNG, SERIOSITÄT, AUTHENTIZITÄT UND OPTIMISMUS“. DAS LÄSST HOFFEN. „FRIEDRICH“ IST EIN AUSGEFALLENER NAME FÜR DAS MAGAZIN UND EIN INTERESSANTES KONZEPT, DAS UNTERSTÜTZUNG VERDIENST. DENN JETZT IST DER RICHTIGE ZEITPUNKT, WUPPERTAL WIEDER IN DEN MITTELPUNKT ZU RÜCKEN.

DIRK EMDE

Geschäftsführer
Emde Unternehmensentwicklung



UNSERE STADT IST DEUTLICH BESSER ALS IHR RUF. TIEFGRÜNDIGER, AUTHENTISCHER UND ERST AUF DEN ZWEITEN BLICK OFT FASZINIERENDER ALS VIELE VERMEINTLICH SCHILLERNDERE GROSSTÄDTE IN UNSEREM LAND. ES IST AN DER ZEIT, DASS DIE EX-MACHER/INNEN DER INNOVATIVEN ZEITSCHRIFT TALWAERTS DAS BILD UNSERER STADT – ZUSAMMEN MIT VIELEN ENGAGIERTEN MITSTREITERN/INNEN AUS WIRTSCHAFT, POLITIK UND GESELLSCHAFT – NACH INNEN UND AUSSEN GERADERÜCKEN. DIESES PROJEKT GEHÖRT IN JEDEM FALL UNTERSTÜTZT UND GEFÖRDERT. MEIN VERTRAUEN UND VOLLE UNTERSTÜTZUNG HAT DAS TEAM VON SOPHIE BLASBERG UND JAN FILIPZIK.

ANTJE LIESER

Geschäftsführerin wuppertalaktiv



WUPPERTAL IST IM WANDEL – EINEM ENORM POSITIVEN WANDEL – UND DAS MUSS KOMMUNIZIERT WERDEN! NICHT NUR IN WUPPERTAL, SONDERN AUCH UND GERADE ÜBER WUPPERTALS GRENZEN HINAUS. MIT „FRIEDRICH“, EINEM JUNGEN, EHRLICHEN MAGAZIN MIT EINEM STARKEN DIGITALEN AUFTRITT, IST EIN FORMAT ENTWICKELT WORDEN, DEM ICH ZUTRAUE, UNSERE STADT IN DEN POSITIVEN, AUFSTREBENDEN UND TRANSFORMATIVEN KONTEXT IM STÄDTEKANON ZU STELLEN, DEN WUPPERTAL VERDIENST HAT. WUPPERTAL BRAUCHT EINEN WEITEREN „FRIEDRICH“, DER AUS UND ÜBER UNSERE STADT SPANNENDE GESCHICHTEN ERZÄHLT.

INA KRUMSIEK

Geschäftsführerin Junior Uni



ICH DRÜCKE „FRIEDRICH“ UND SEINEN MACHERN BEIDE DAUMEN! WIR BRAUCHEN SOLCHE JUNGEN LEUTE, DIE AN WUPPERTAL GLAUBEN UND DIE SICH ENGAGIERT UND AUTHENTISCH DAFÜR EINSETZEN MÖCHTEN, DASS NOCH MEHR MENSCHEN DIE GROSSEN QUALITÄTEN UND CHANCEN DIESER TOLLEN STADT ERKENNEN KÖNNEN.

Zielgruppe?

Das Magazin spricht vor allem überregional eine Bildungs- und Business-Schicht an. Menschen, die Wuppertal guttun, die etwas bewegen, aufbauen oder gründen wollen und ein entsprechendes Potenzial für die Entwicklung der Stadt mit sich bringen. Dies sind Studenten, künftige Fachkräfte, Investoren und Führungskräfte.

Vorteile?

Mit der Unterstützung des Magazins drücken Sie nicht nur sichtbar Ihre Verbundenheit zur Stadt aus, kommunizieren Wuppertal als attraktiven Wirtschaftsstandort und betreiben aktive Standort- und Imageförderung, sondern haben weitere Vorteile für sich und Ihr Unternehmen:

Netzwerk

Sie werden Teil des Netzwerks, an dem sich zahlreiche wichtige Unternehmen und Institutionen beteiligen. Pro Jahr gibt es vier Treffen, um die Akteure zusammenzubringen und zu vernetzen.

Inhalte

Die Artikel, die im Rahmen des Corporate Publishings entstehen, werden nicht nur vom Magazin in allen Kanälen distribuiert, sondern stehen Ihrem Unternehmen kostenfrei und mit allen Rechten (Wort und Bild) zur eigenen Kommunikation zur Verfügung – beispielsweise zur Einbindung auf Ihrer Webseite oder zum Versand als Pressemitteilung oder Newsletter.

Tools

Wir geben Ihnen Werkzeuge an die Hand, um Ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit zu vereinfachen und Wuppertal in Ihre Kommunikation mit einzubeziehen. Dazu

gehört eine umfassende Bilddatenbank, auf die Sie jederzeit ohne Einschränkung zugreifen können. Außerdem optimieren wir auf Wunsch Texte und Inhalte auf Ihrer Webseite, die den Standort Wuppertal thematisieren. Durch Portalbetreuung und Suchmaschinenoptimierung schaffen wir einen attraktiven Gesamtauftritt für die Stadt.

Kosten?

Jedes Engagement hat eine Laufzeit von 12 Monaten. In diesen 12 Monaten:

Sind Sie in der Printausgabe mit Logo, Namen und einem Unternehmenstext vertreten.

Erhalten Sie 3 Artikel über Ihr Unternehmen und Ihr Engagement für Wuppertal. Die Artikel erscheinen im digitalen Magazin.

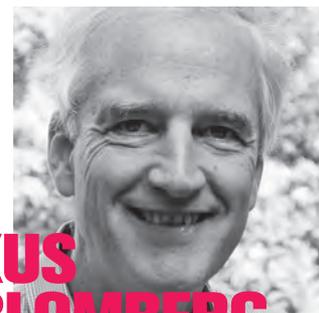
Präsentieren Sie 3 Artikel auf der Webseite und werden dort als Unterstützer mit Logo, Text und Link geführt.

Nutzen Sie die Inhalte der Text- und Bilddatenbank des Magazins.

Profitieren Sie vom positiven Gesamtauftritt der Stadt im Internet.

Nehmen Sie an 4 Netzwerktreffen teil.

**Unterstützung für 12 Monate
6900,- Euro netto**



MARKUS VON BLOMBERG

Geschäftsführer Mello GmbH

WER VON WUPPERTAL AUS AUF REISEN GEHT, NIMMT DIESES MAGAZIN MIT INS GEPÄCK – UND ÄNDERT VORURTEILE.



MARTIN BANG

Geschäftsführer Wuppertal Marketing GmbH

MEINE DEVISE IM WUPPERTAL MARKETING LAUTET: WIR MÜSSEN DIE STADT ERZÄHLBAR MACHEN. DAFÜR WIRD DAS MAGAZIN UNS SPANNENDE STORIES AUS ALLEN BEREICHEN DES WUPPERTALER LEBENS LIEFERN – UNBEGRENZT TEILBAR FÜR WUPPERTALER UND SOLCHE, DIE ES WERDEN KÖNNTEN.

UWE SCHNEIDEWIND

Präsident Wuppertal Institut



WUPPERTAL SETZT IN DEN LETZTEN JAHREN VIELE ÜBERREGIONALE AKZENTE FÜR URBANE VISIONEN IM 21. JAHRHUNDERT. DESWEGEN ARBEITET DAS WUPPERTAL INSTITUT SO GERNE IN UND MIT DEN MENSCHEN IN DIESER STADT. DAS JOURNALISTISCHE PROJEKT TALWAERTS IST EINES DER BESONDEREN HIGHLIGHTS IN DIESEM KONTEXT. DIE AUSSICHT, DASS ES JETZT IN NEUER UND ERWEITERTER DIGITALER FORM FORTGEFÜHRT WIRD, IST FANTASTISCH.