

# Anlage I

## Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus des Kreises Mettmann

Mettmann, den 31. August 2020

# Zertifikat Familien- und personalorientierte Unternehmenskultur

- Kooperation mit der IHK
- 9 teilnehmende Unternehmen (7KMU)  
 3 der 12 Anmeldungen mussten aufgrund von u.a. COVID-19 Kurzarbeit zurücktreten
- Workshops und Vernetzung, Begutachtungstermine vor Ort  
 In digitaler Form oder mit Abstandsregeln
- Jurysitzung am 27. August
- Zertifikatsübergabe am 28. Oktober 2020



# 8. Frauen-Wirtschaftsforum „woman2BUSINESS“ goes digital

women  
2BUSINESS

- **2. September 2020**,  
erstmalig als Digital-Format
- Rund 150 Teilnehmende, in  
Kooperation mit IHK-Düsseldorf
- Keynote: **Dr. Simone Bagel-Trah, Henkel KG**
- Vortrag: *„Ein Fall für zwei: Erfolgreich führen im Job-Sharing“*
- Vortrag: *„Frau. Macht. Karriere in KMU – Erfolgsfaktoren und Stolpersteine.“*



# HR-Impulse um 11

## Die erfolgreiche Webinar-Reihe

- Kostenfreie einstündige Webinare zum Thema Rekrutierung von weiblichen Fachkräften mit durchschnittlich 12 TN.
  - 22. April **Was Frauen wollen?! So gewinnen Sie weibliche Fachkräfte** > 13 Teilnehmende
  - 13. August **Storch im Anflug! Wenn Beschäftigte Nachwuchs bekommen** > 23 Teilnehmende
  - 4. November **Mitarbeitermotivation – Schlüssel zur Bindung von weiblichen Fachkräften**
  - 3. Dezember **Die Karrierewebsite: das Herzstück Ihres Recruitings**



WEBINARE 2020

Auf den Punkt!  
HR-Impulse um 11

Kompakt.Innovativ.Online.

# Austauschtreffen „gut gemacht.“ Online- und Präsenztermine 2020

- Erfahrungsaustausch über Rekrutierung, Bindung und Förderung von weiblichen Fachkräften in Unternehmen
- Erstmalige Online-Durchführung mit 30 Teilnehmenden
- Präsenztermine, 2. Halbjahr 2020
  - Pflege! Ein Notfall? Eine familiäre Auszeit vom Job gestalten.  
**Dücker Group GmbH**, Langenfeld 23. September 2020
  - Talent-Fishing: Wie angelt man die besten Fachkräfte?  
**Helbako**, Heiligenhaus am 4. Oktober 2020
  - Arbeiten und Leben. Mit Kind ins Büro?  
**sipgate**, Düsseldorf, November 2020 (angefragt)



# Gemeinsam eine Lösung finden

## Betriebliche Angebote für pflegende Mitarbeitende

- Steigerung der Kompetenzen in Unternehmen zur Unterstützung von pflegenden Mitarbeitenden
  - Intensivkurs „**Betrieblicher Pflege-Coach**“ am 26.11. in Düsseldorf
  - Web-Seminar „**Pflege-KnowHow in KMU**“ am 17.09., 11-12 Uhr
  - 2. **Erfahrungsaustausch Pflege-Coach**, November 2020

Betriebliche  
Pflege-Coachs



# Gemeinsam eine Lösung finden

## Betriebliche Angebote für pflegende Mitarbeitende

- Konzeption und Publikation 36-seitiger Leitfaden „**Betrieblicher Pflege-Guide**“ zzgl. 12 Handreichungen
- Online unter: [erfolgsfaktorfrau.de/pflege-guide/](https://erfolgsfaktorfrau.de/pflege-guide/)



„Eine zunehmende Anzahl an Beschäftigten sieht sich mit der Situation konfrontiert, Wege zur Vereinbarkeit von Beruf und Pflegeaufgaben zu finden.“

Thomas Hendele  
Landrat für den Kreis Mettmann



# Netzwerk W(iedereinsteig) Broschüre „Beschäftigte werden Eltern“

- Vorstellung von Gute-Praxis-Beispielen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie bzgl.
  - Flexible Arbeitszeiten
  - Home-Office
  - Services
  - Betriebliche Kinderbetreuung
  - Teilzeitberufsausbildung
- 5 teilnehmende Unternehmen, davon 3 aus dem Kreis



Andreas Neumann, Geschäftsführer

Sonia Infante Vázquez, Berufsbezeichnung,  
Projektleitung & Beratung



# HR-Sprechstunde - Service für familienorientierte Personalpolitik

- Änderung der monatlichen HR-Sprechstunde während der Corona-Krise in Online-Specials
- Thematisierung der häufigsten Maßnahmen zur besseren Vereinbarung von Beruf und Familie
  - **Home-Office** > 31 TN
  - **Flexibles Arbeiten** > 10 TN
  - **Familienbewusstes Führen** > 21 TN
- Mix aus fachlichem Input (IW Köln) und Praxisberichte von
  - Dücker Group GmbH, Langenfeld
  - MECU GmbH, Velbert
  - Quotec GmbH, Ratingen
- Wiederholung der Trilogie Oktober-Dezember



# Herzlichen Dank!



**competentia@zwd.de**

Kompetenzzentrum Frau und Beruf Düsseldorf und Kreis Mettmann  
Tel.: 0211 / 17302-27 | E-Mail: competentia@zwd.de

**Kompetenzzentrum Frau und Beruf Düsseldorf und Kreis Mettmann**  
**c/o Zukunftswerkstatt Düsseldorf GmbH**  
**Postfach 10 55 05, 40046 Düsseldorf**

**Besucheranschrift:**  
**Konrad-Adenauer-Platz 9, 40210 Düsseldorf**

Gefördert vom:

Ministerium für Heimat, Kommunales,  
Bau und Gleichstellung  
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

In Kooperation mit:



Landeshauptstadt  
Düsseldorf



Trägerschaft:

**ZWD**  
Zukunftswerkstatt  
Düsseldorf

## Marketing neanderland Re-Start-Kampagne

Ausschuss für Wirtschaftsförderung,  
Kultur und Tourismus  
31.08.2020

Julia Wachten  
Koordination Destinationsmarketing, Kreis Mettmann

## Corona IST-Situation *(zum Zeitpunkt der Kampagnenplanung)*

---



- **Reisewarnungen** wurden ab dem 15. Juni **nur teilweise aufgehoben**
- Viele **Bürger** sind **weiterhin verunsichert**, was das Reisen ins Ausland betrifft, besonders mit dem Flugzeug
- Über 7 Mio. Arbeitnehmer sind in Kurzarbeit und haben ggf. nicht die **finanziellen Mittel** für die klassische Urlaubsreise
- **Urlaubstage** sind teilweise bereits **aufgebraucht** (u.a. Kinderbetreuung)
- **Wunsch nach ein wenig Urlaubsstimmung und Abwechslung** bei allen Bürgern nach dem Lockdown zu spüren
- **Inlandsziele**, die Sicherheit, hohe Hygienestandards und Individualität bieten, stehen dabei **im Fokus**

- Die Region als spannende **Destination für Kurz-Urlaube und Tages-Ausflüge** positionieren
- **Touristische Übernachtungen generieren** – besonders mit den Wanderangeboten
- Bei den **Einheimischen** die Aufmerksamkeit auf die **Freizeitmöglichkeiten vor der Haustür** lenken
- Das **neanderland als Alternative zu den Naherholungs-Regionen** wie die Eifel, der Niederrhein oder das Sauerland außerhalb des Kreises im aktuell stark umkämpften Markt für Inlandsreisen platzieren

# Eine Kampagne – Zwei Routen



## Route 1 – Die Binnenkampagne

- Alle Maßnahmen werden auf den Kreis konzentriert
- Spezielles Wording nur für den Kreis
- Breit gestreutes Maßnahmenpaket

## Route 2 – Die NRW-Kampagne

- Fokus auf das südwestliche NRW
- Eigene Ansprache für den Incoming-Tourismus
- Fokus auf Google Display Kampagnen und Facebook-Werbung

Landingpage  
als Unterseite  
auf  
neanderland.de

# Re-Start-Kampagne 2020 – Motive



Attraktives  
lokales Fotomotiv



Ort aus dem  
neanderland  
im Vergleich mit einer  
internationalen  
Urlaubsdestination

Binnenansprache\*

URL der Landingpage

\* Ansprache für alle  
weiteren Regionen:  
neanderland –  
überraschend urlaubig!

# Re-Start-Kampagne 2020 - Motive



neanderland

**Ratingen** statt **Rimini**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Velbert** statt **Venedig**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Hilden** statt **Honolulu**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Mettmann** statt **Mallorca**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Monheim** statt **Monaco**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Erkrath** statt **Edingburgh**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Haan** statt **Havanna**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Wülfrath** statt **Wien**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Langenfeld** statt **Lissabon**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

**Heiligenhaus** statt **Helsinki**

Die Heimat neu entdecken!

neanderland  
neanderland.de/sommer

# Re-Start-Kampagne – Maßnahmen (1/3)



neanderland

- Landingpage neanderland/sommer
  - Übersichtliche Darstellung nach Zielgruppen und Interessen
  - Plakatmotive zum Download
- Pressemeldung zum Auftakt
  - Regional sowie Überregional
- Anzeigen
  - WZ und you&me
- Kinospots
  - In regionalen (Open Air-) Kinos (Hilden, Langenfeld, Mettmann, Ratingen)



# Re-Start-Kampagne – Maßnahmen (2/3)



- Plakatierung
  - über 600 A0/A1 Plakaten
  - in allen zehn Städten
  - Von Mitte Juli – Mitte August



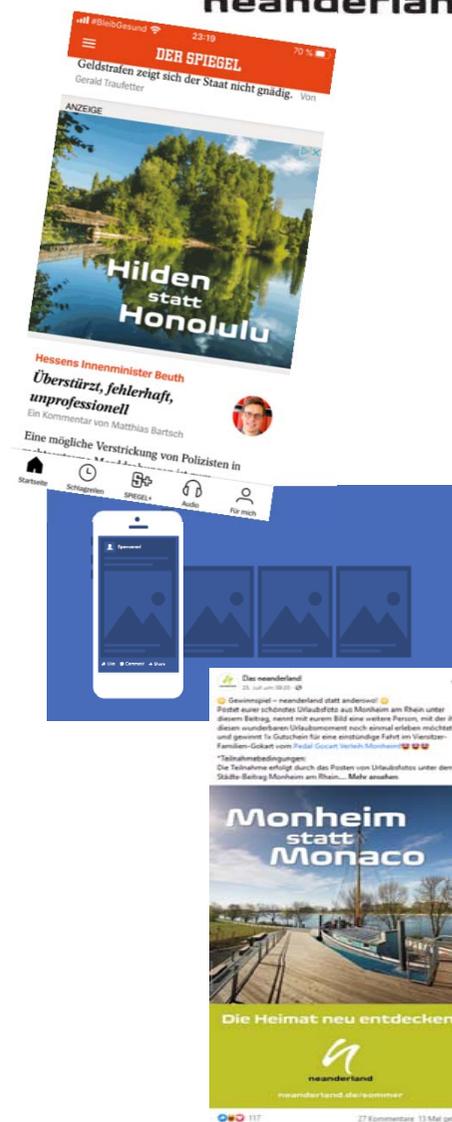
- Verkehrsmittelwerbung
  - Heckflächenbeklebung von zehn Bussen
  - 2 Monate (Juli und August)
  - Linien verkehren im Kreisgebiet und angrenzend



# Re-Start-Kampagne – Maßnahmen (3/3)



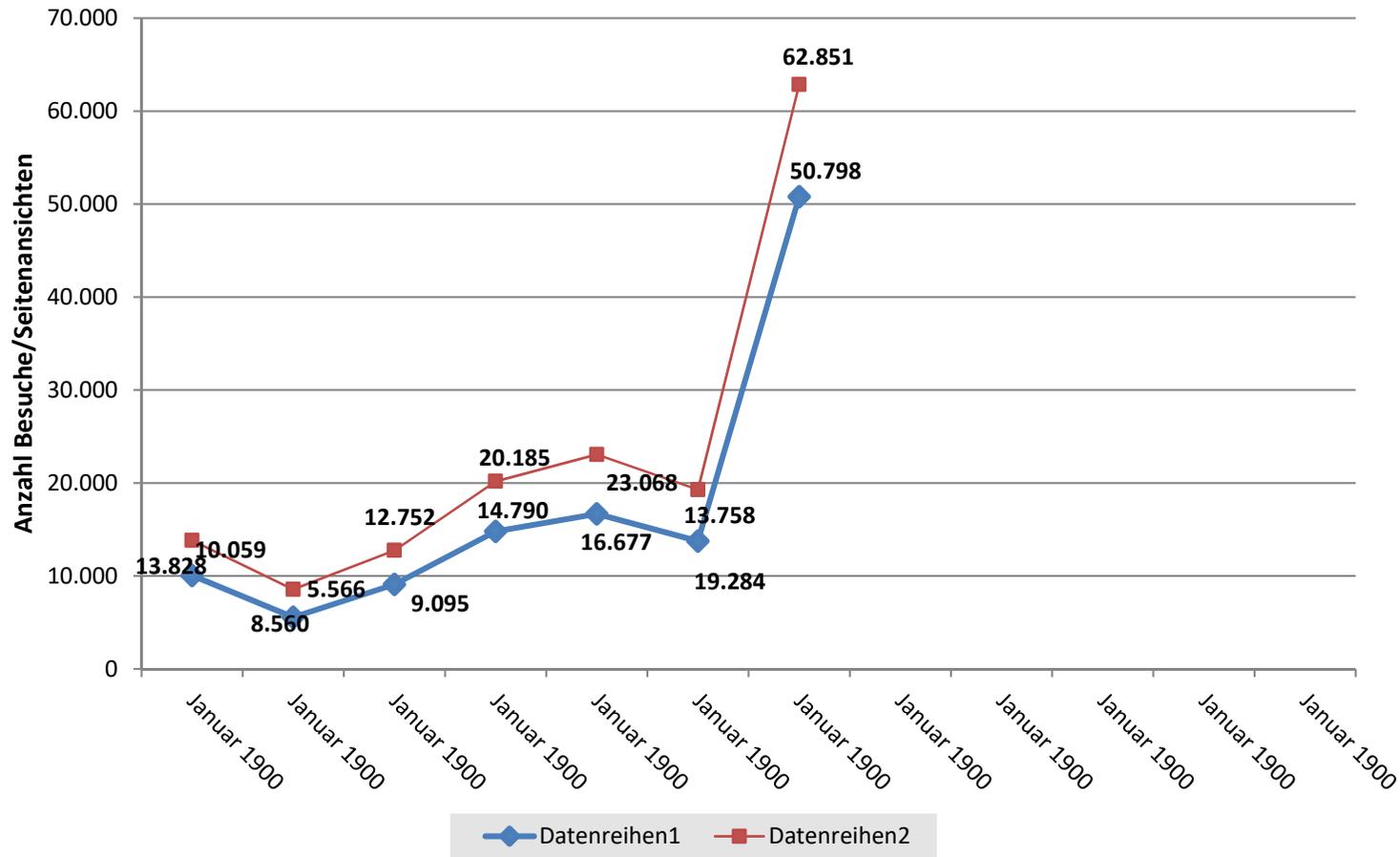
- Google Display Banner
  - Programmierte Banner zu allen zehn Städten
  - Zielgruppe Kreis Mettmann und Umland
- Facebook Carousel Ads
  - Vorstellung von jeweils 5 Städte mit Direktlink zu den Kategorien
  - Zielgruppe Umkreis vom Kreis Mettmann, Schwerpunkt Familie, keine Altersbeschränkung
- Facebook Gewinnspiel
  - Aufruf ein Urlaubsfoto aus der jeweiligen Stadt zu posten
  - Gewinn aus der jeweiligen Stadt



# Re-Start-Kampagne – Auswertung (1/3)



- Besucher und Seitenansichten auf neanderland.de



## Re-Start-Kampagne – Auswertung (2/3)

---



- Google Display Banner (KME + Umland)
  - Klicks: 34.000
  - Impressions: 8,7 Mio.
  - Ø-CPC: 0,12 €
  - spiegel.de jeweils Top Placement
  
- Facebook Carousels 1+2
  - Klicks: 5.700
  - Impressions 185.000
  - Ø-CPC: 0,11 €
  - Ausspielung auch auf Instagram



# LKW Fullbranding



neanderland



# LKW Fullbranding



neanderland



# Danke!

neanderland / Kreis Mettmann  
Amt für Kultur und Tourismus  
Sachgebiet Tourismus  
Düsseldorfer Str. 26  
40822 Mettmann  
[www.neanderland.de](http://www.neanderland.de)