



Vorstellung der neuen Image-Broschüre von Wolfsburg Marketing (von links): Stadtmarketing-Ressortleiter Michael Reink, Mitarbeiterin Christina Waletzko und Geschäftsführer Joachim Schingale. Foto: privat

Hochglanz-Broschüre soll Fachkräfte locken

Wolfsburg Marketing GmbH will mit 52-seitigem Heft Lust auf die Stadt machen

WOLFSBURG. Eine Hochglanz-Broschüre soll nachhaltig Lust auf Wolfsburg machen. Die Wolfsburg Marketing GmbH hat das 52-Seiten-Werk vorgestellt.

Wichtige fachliche Impulse für die Broschüre seien von VW gekommen, heißt es in einer Mitteilung von Wolfsburg Marketing. Entstanden sei „ein Premiumprodukt für den nationalen und internationalen Markt das gerade für die Zielgruppe der Fachkräfte die Entscheidung für

unsere Stadt erleichtern wird.“

Nach fast einjähriger Entwicklungsphase sei eine 52 Seiten starke Broschüre entstanden, die bei Wolfsburg-Interessierten kaum eine Frage zum Standort offen lasse. In Wort, Bild und Zahlen seien die wesentlichen Themen in dem Produkt abgebildet. Interessierte könnte sich so ein erstes – aber umfassendes – Bild von Wolfsburg machen.

Eine junge Familie, die Anfang dieses Jahres von Süddeutschland nach Wolfsburg gezogen ist, schildert hier kurz ihre Beweggründe für

ihre Wolfsburg-Wahl. Das Fazit: „Wolfsburg überzeugt uns.“

Um die Zielgruppe zu erreichen, soll die Broschüre jährlich auf mindestens 55 nationalen und internationalen Fachmessen an Fachkräfte verteilt werden. Sie erscheint in zwei Sprachen.

Das Produkt wurde mit Unterstützung von VW, VW Immobilien, Sparkasse Gifhorn-Wolfsburg, Neuland, Hönigsberg & Duvel Datentechnik, Thorey Relocation Services, Autostadt, Klinikum und Autostadt realisiert.