



D-Day für :Düsseldorf

D-Day für :Düsseldorf

Umfassende Imagekampagne der Landeshauptstadt startet am 19. April.
Neue Dachmarke weithin sichtbar
Düsseldorf, den 19.04.2013
Ab sofort können sich alle Düsseldorfer selbst ein Bild davon machen, wie lebens- und liebenswert sich ihre Stadt in Deutschland und auch in der Stadt selbst präsentiert. Am heutigen Freitag startet die Landeshauptstadt wie geplant ihre neue Dachmarkenkampagne mit dem lächelnden :Düsseldorf und dem :D als Logos. Konzipiert wurde die umfassende Kampagne von BBDO Proximity Düsseldorf.
Mit der neuen Dachmarke zeigt die Stadt, dass sie für mehr steht als nur Leistung. Düsseldorf ist eben auch: eine Stadt der Kultur, der Kreativität, der Internationalität und der Lebensfreude. Diese Stärken werden nun durch die Kampagne hervorgehoben.
Die neue Dachmarke wird in der Stadt weithin sichtbar sein und breit unterstützt. Ob auf Großplakaten, am Düsseldorfer Flughafen und auf der Messe, ob auf einem Zug der Rheinbahn oder auf der Startseite von duesseldorf.de: Überall werden die :Düsseldorf-Logos erscheinen und für das lebens- und liebenswerte Düsseldorf werben. Die Tonhalle, die Oper, das Schauspielhaus und andere Einrichtungen werden das Logo ebenfalls nutzen. Und auch Fortuna Düsseldorf ist Fan des lächelnden :D. So wird die neue Leitidee künftig auf selbstverständliche Weise für die Landeshauptstadt und ihre Vorzüge stehen.
Den neuen Dachmarkenauftritt von Düsseldorf einschließlich einer umfassenden Kommunikationsstrategie hatte BBDO Proximity Düsseldorf bereits im September 2012 vorgestellt. Damals konnte sich die Agentur gegen fünf renommierte Wettbewerber durchsetzen.
"Düsseldorf gehört zu den attraktivsten Standorten im nationalen und internationalen Wettbewerb. Die Landeshauptstadt bietet höchste Lebensqualität, verfügt über eine exzellente Kulturlandschaft und investiert beispielhaft in den sozialen Bereich. Unsere neue Dachmarke rückt nun all diese Vorteile stärker in die Öffentlichkeit und bündelt die Konturen, die die Identität unserer Stadt ausmachen", sagt der Düsseldorfer Oberbürgermeister Dirk Elbers.
Wir freuen uns, dass die Dachmarke nun in Düsseldorf und auch außerhalb der Stadtgrenzen sichtbar wird. Die Landeshauptstadt wird so klar positioniert - im Wettbewerb der Städte, als Tourismusziel und als attraktiver Standort von Unternehmen", sagt Dirk Bittermann, General Manager von BBDO Proximity Düsseldorf.
Verantwortlich bei der Landeshauptstadt Düsseldorf
Natalia Fedosenko (Kommunikationschefin der Landeshauptstadt Düsseldorf)
Uwe Kerkmann (Leiter der Wirtschaftsförderung und Geschäftsführer der DMT)
Verantwortlich bei BBDO Proximity Düsseldorf
Beratung: Dirk Bittermann, Liselotte Schwenkert,
Helena Kraas, Louise Hummel
Kreation: Christian Mommertz, Carsten Bolk, Christoph Breitbach,
Albert Chan, Marc Steinberg, Claudia Janus, Mona Morsch,
Sven Knäbel, Markus Werner

Ansprechpartner BBDO Germany:
Ulf Brychcy
Director Corporate Communications
BBDO Germany GmbH
Tel: +49-211-1379 8430
Mobil: +49-173-705 8134
E-Mail: ulf.brychcy@bbdo.de

Pressekontakt

BBDO

40212 Düsseldorf

ulf.brychcy@bbdo.de

Firmenkontakt

BBDO

40212 Düsseldorf

ulf.brychcy@bbdo.de

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Dr. Olaf Göttgens, CEO, geführt. Das Leistungsportfolio basiert dabei auf drei Säulen: innovativ, integrativ und international. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: strategisches Markenmanagement, klassische Werbung, Direktmarketing, Public Relations, Verkaufsförderung, Sponsoring, Events und Design sowie die Bereiche Multimedia und eBusiness.