



🟡 Digital Marketing

Zukunftsstrategie Digital Marketing
Social Media, Virtual Reality und Co.

🟡 Schon gewusst?

Digital.Verbunden. –
Kundenkontakt neu denken
Förderprogramm MID-Digitalisierung
ergänzt InnoScheck.RUHR

🟡 Best Practice

Raus aus dem Schneckenhäus
ELC Schulz GmbH
Das Portal zwischen den Welten
concedra GmbH

🟡 In|Die RegionRuhr

Neues Jahr... neues Glück!

Zukunftsstrategie Digital Marketing

Grußwort von Rouven Beeck, In|Die RegionRuhr: Digitale Fabrik



Die Corona-Pandemie beschleunigt bereits zuvor wirkende Trends und Entwicklungen. So ist es nur logisch, dass in den letzten Monaten das Thema „Digitales Marketing“ immer mehr in den Fokus gerückt ist. Dabei stehen bei Weitem nicht nur der stationäre Einzelhandel oder die Gastronomie unter Zugzwang, auch das produzierende und verarbeitende Gewerbe muss sich verstärkt der Frage stellen, wie die eigenen Angebote in einer zunehmend digitalen Welt die höchstmögliche Aufmerksamkeit erlangen können. Denn kein noch so gutes Produkt lässt sich erfolgreich verkaufen, wenn niemand davon weiß.

Bei der Bewältigung der Herausforderung *Marketing* ist die Digitalisierung der zentrale Faktor. Einerseits bietet sie zahlreiche Optionen der Reichweitensteigerung und der passgenauen Ansprache von Kund:innen, andererseits ist eben diese Vielzahl an Optionen die große Herausforderung, die es zu bewältigen gilt. Wie finde ich den besten Mix aus ausreichender Informationsdichte und einfacher klarer Botschaften? Lohnt sich ein eigener YouTube-Kanal für mein B2B-Produkt? Sollte mein Unternehmen auf möglichst vielen Netzwerk-Plattformen aktiv sein, um eine maximale Präsenz sicher zu stellen oder sollten wir uns lieber auf wenige konzentrieren, die am besten zu unserem Portfolio und zu unseren Kund:innen passen?

Den Antworten auf diese Fragen kann man sich meist nur annähern. Entscheidend ist jedoch, wie viele Ressourcen verbraucht werden, um zu einem zufriedenstellenden Ergebnis zu

kommen. An dieser Stelle greift eine weitere Erkenntnis aus der Corona-Pandemie: Gemeinsam sind Herausforderungen um einiges einfacher zu bewältigen als im Alleingang. Es gibt Expert:innen für Marketing-Strategien, genauso wie für Online-Tools, es gibt Berater:innen für Geschäftsmodellinnovationen ebenso wie für Förder- und Finanzierungsinstrumente – Know-how, das in diesen Zeiten zwingend nötig ist.

Bei der Frage, wie man all diese Aspekte im Blick haben und „nebenbei“ auch noch ein Unternehmen durch eine der schwersten globalen Krisensituationen der Nachkriegszeit lenken soll, haben sie sich jedoch schon einer möglichen Antwort genähert: In unserem Gemeinschaftsprojekt In|Die RegionRuhr vereinen wir bereits seit über zehn Jahren die regionalen Kompetenzen der Industrie und industrienahen Dienstleistung um Sie bei Ihren spezifischen Herausforderungen bestmöglich zu unterstützen.

In dieser Ausgabe finden Sie interessante Beispiele, wie Unternehmen Digital Marketing Strategien individuell für ihre Bedürfnisse und Zwecke genutzt haben und welche Förderungsmöglichkeiten Ihnen zur Verfügung stehen. Ich wünsche viel Spaß und Inspiration.

Ihr Rouven Beeck
Geschäftsführer Bochum Wirtschaftsentwicklung

Social Media, Virtual Reality und Co.

Die wachsende Bedeutung von Digital Marketing

Geschäfte machen, ohne sich persönlich zu kennen? Das wäre vor nicht allzu langer Zeit gerade im Mittelstand undenkbar gewesen. Die wachsende räumliche Entfernung zur globalen Kundschaft oder auch die Kontaktbeschränkungen im Rahmen der Corona-Pandemie erfordern jedoch neue Wege. Digitale Lösungen bieten unzählige Möglichkeiten, Kontakt zur Kundschaft aufzubauen und diesen zu pflegen.

SEO und Social Media helfen, die eigenen Produkte und Dienstleistungen den Zielgruppen systematisch nahezubringen. Außerdem werden, mithilfe Künstlicher Intelligenz (KI), die Bedürfnisse der Nachfrageseite noch schneller analysiert und be-

dient. In Videokonferenzen lässt sich ein gemeinsamer Kaffee trinken, per VR-Brille senden die Verbraucher:innen Bilder an das Servicezentrum, in der Cloud kann gemeinsam an Konstruktionsplänen für die Entwicklung gearbeitet werden u.v.m.

Unternehmen mit digitalen Lösungen werden ihren Wettbewerbsvorsprung wohl weiter ausbauen. Auch in der Zukunft gilt: Sowohl die Gewinnung von Neukund:innen als auch die Pflege der bestehenden Kundschaft hängen nicht nur von überzeugenden Produkten in guter Qualität zu angemessenen Preisen ab, sondern von belastbaren Beziehungen zwischen Nachfrage- und Angebotsseite. Persönlich und digital.

Schon gewusst?

Digital.Verbunden. – Kundenkontakt neu denken

Jetzt wissen es alle: Kundenkontakt und digitale Kompetenzen sind für jedes Unternehmen essentiell und der Schlüssel zum Erfolg. Für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) stellen diese oft eine Herausforderung dar.

Die Unterstützungsangebote von Digital.Verbunden. sollen kein Geheimtipp bleiben und viele Unternehmen erreichen - noch bevor das von der EU und dem Land NRW geförderte Projekt im Jahr 2022 abläuft. Ein interregionales Projektteam aus der Region Ruhr und Ostwestfalen kümmert sich gemeinsam mit weiteren Projektpartner:innen um Unterstützung bei digitalem Kundenkontakt und Vernetzung zwischen Unternehmen und Expert:innen.

KMU können vielseitige kostenfreie Angebote nutzen, um neue Lösungen im Kundenkontakt anzugehen oder voranzutreiben: Individuelle Sprechstunden zum Thema Vertrieb über

Website und Social Media sind sehr beliebt. Der Erfahrungsaustausch –Treffen mit vielen Tipps aus der Praxis, z.B. zum Thema Digitale Messen – gehen auch 2021 weiter. Workshops zu aktuellen Fragestellungen, wie „Neue Wege im Kundenkontakt“ oder Fachvorträge zum Thema „Live Chats mit Kunden“, geben Orientierung, Inspiration und Impulse für Ihre Ideenentwicklung. Alle Angebote können helfen, digitale Kundenkontaktpunkte zu entwickeln und Kundenprozesse zu verbessern. Machen Sie mit! Gehen Sie Marketing, Vertrieb, Kommunikation und Produktentwicklung anders an und setzen Sie Ressourcen noch effizienter ein. Die Digitalisierung erlaubt schnellere, unkomplizierte und effektivere Kundenbeziehungen. Für den Geschäftserfolg zukunftsentscheidend!



**Weitere Informationen
sowie Ansprechpartner:innen
unter: www.digital-verbunden.net**



Digital. Verbunden.

Förderprogramm MID-Digitalisierung ergänzt InnoScheck.RUHR

MID-Digitalisierung ermöglicht es kleinen und mittleren Unternehmen aller Branchen, konkrete Digitalisierungsprojekte umzusetzen. Unternehmer:innen können mithilfe des Gutscheins einen umfassenden Digitalisierungsauftrag an externe Auftragnehmer:innen vergeben, um intelligente und digitale Produkte, Dienstleistungen und Produktionsverfahren weiter- oder neu zu entwickeln. Dabei können bei einer wissenschaftlichen Einrichtung oder einem Unternehmen Beratungs-, Entwicklungs- oder Umsetzungstätigkeiten beauftragt werden.

- Analyse und Umsetzung eines konkreten Digitalisierungsprojekts
- Externe Begleitung für die (Weiter-) Entwicklung digitaler Produkte, Dienstleistungen und Produktionsverfahren
- Beratungs-, Entwicklungs- oder Umsetzungstätigkeiten durch Hochschulen, Forschungseinrichtungen oder Unternehmen der freien Wirtschaft
- Potenzialanalyse möglich, Umsetzungsschritt obligatorisch
- dotiert mit bis zu 15.000 Euro

Förderschwerpunkte

Im Unterschied zum InnoScheck.RUHR kann das Projekt in allen Branchen und Themenfeldern angesiedelt sein. Schwerpunkt-

mäßig sollen mit der Gutscheinvariante MID-Digitalisierung die Entwicklung und der Einsatz intelligenter Applikationen sowie die digitale Vernetzung von Maschinen gefördert werden, weshalb der Digitalisierungsgutschein die optimale Ergänzung zum InnoScheck.RUHR darstellt.

Hierfür soll vor allem auf den bereits in den vergangenen Jahren geschaffenen Möglichkeiten, große Datenmengen zu erfassen, aufgebaut werden: KMU werden nun dazu ermutigt, Daten nicht nur zu erheben, sondern auch mit Methoden des maschinellen Lernens auszuwerten. Auf diese Weise können basierend auf Algorithmen neue Wege der Automatisierung und Vorhersage generiert werden. In der Produktion können so z.B. Ausschusszahlen oder Nachrüstzeiten reduziert werden, wenn miteinander vernetzte Maschinen selbstständig Probleme erkennen. Augmented Reality eröffnet neue Möglichkeiten digitale Werkzeuge zu entwickeln und zu erproben. Idealerweise sollte bei den Projekten auch die IT-Sicherheit berücksichtigt werden – reine/allgemeine Maßnahmen aus diesem Bereich werden jedoch nicht gefördert.

Quelle: Mittelstand Innovativ & Digital 2020

Weitere Informationen unter:
www.mittelstand-innovativ-digital.nrw



Virtuelle Plattformen als Messeretter?

Corona trifft die deutschen Messen so hart wie kaum eine andere Branche. Im letzten Jahr mussten fast 80 % aller Messen in Deutschland abgesagt oder verschoben werden. Auch das Jahr 2021 startet ohne Neujahrsempfänge und persönliche Begegnungen. Zwischenmenschliche Kommunikation wird zwangsläufig immer digitaler. Telefonkonferenzen und Video-Meetings sind inzwischen Alltag in den Büros. Businesskontakte werden online gepflegt. Können Unternehmen ihre Produktpräsentationen, die Neukundenkontakte, zufällige Begegnungen in die virtuelle Welt verlegen?

„In den aktuellen Ausnahmezeiten sind virtuelle Messen und Events sicherlich alternativlos, aber ich glaube nicht, dass gute, bestehende Messeformate dadurch aussterben werden. Die Zukunft sind Hybride Events.“

Markus Rall, Geschäftsführer Viality AG

„Immersive Erlebniswelten, wie der virtuelle Showroom, können Menschen auch weiterhin zusammenbringen“, sagt Markus Rall, Geschäftsführer der Dortmunder Viality AG. Mit seinem Unternehmen entwickelt er seit vielen Jahren virtuelle Produktpräsentationen und Messestände mit Virtual und Augmented Reality. Doch Messen sind mehr als reine Produktpräsentationen. Hier werden Kontakte geknüpft, neue Ideen gesammelt und Visitenkarten getauscht.

Virtuelle Messestände als gute Alternative?

„Wo wir heute im Videocall vor einem Bildschirm sitzen, werden wir ab dem nächsten Jahr mit den holografischen Avataren unserer Gesprächspartner im dreidimensionalen Raum interagieren“. Das funktioniert bei Messeanwendungen über die Kamera des Smartphones, aber zumeist ebenfalls über spezielle AR-Brillen. Wobei diese die Nutzer:innen nicht komplett von der normalen Umgebung abschottet, sondern vielmehr zusätzliche Informationen über sein Umfeld in die Brille einblendend werden. So können Messebesucher:innen beispielsweise ein Produkt in realen Abmessungen in das eigene Wohnzimmer projizieren.

In einem virtuellen Showroom können Unternehmen nicht nur ihr gesamtes Produktsortiment, sondern auch zusätzlich Unternehmensinformationen in Form von Videos, Live-Streams, Bildern und Dokumenten platzieren. Ausstellungsräume werden dabei in den jeweiligen Plattformen der Kund:innen integriert und alle Produkte können im Detail betrachtet und erkundet werden. Besucher:innen können Videoanrufe und Chatfunktionen nutzen, Expert:innen oder sogar andere Menschen im Raum virtuell durch Charaktere und Avatare treffen.

Und wenn das Virus verschwindet?

Nachhaltige Geschäftsbeziehungen basieren auf Vertrauen. Daher geht nichts über den persönlichen Kontakt zwischen Vertrieb und Kunden. Die Messe ist hierfür ein guter Kommunikationsbaustein. Wann es wieder Messen geben wird, kann derzeit niemand seriös beantworten. Sicher ist: Die Vorteile hybrider Elemente werden Bestand haben. Marcus Rall sieht darin langfristig eine große Chance: „Unsere virtuellen Lösungen werden nach der Pandemie eine wertvolle digitale und barrierefreie Erweiterung der alten Vor-Ort-Messen schaffen“. Sterben Messen jetzt aus? – „Nein, Messen werden ein reales Highlight, ein wichtiger Treffpunkt in einem sonst virtuellen Geschäftsjahr bleiben. Sie werden allerdings kleiner und regionaler“. Markus Rall ist überzeugt, dass virtuelle Messen viele Kriterien, warum wir eigentlich auf Messen und Konferenzen gehen, zum Teil nachbilden, erfüllen oder sogar optimieren werden. „Aber auch wenn das B2B-Geschäft kühl kalkuliert und bewertet sein will – wir alle brauchen den menschlichen Kontakt“.



Markus Rall, Geschäftsführer Viality AG

Weitere Informationen unter:
www.viality.de



5 Gründe, wieso virtuelle Messen nachhaltig sind

- Sie müssen nicht zeitlich beschränkt werden
- Sie sind barrierefrei
- Sie vermindern Materialkosten und Werbemittel
- Sie reduzieren Zeitaufwand und ermöglichen Flexibilität
- Sie verringern Reiseaufwand und -kosten



Die innovative Lösung für eine neue Realität - der virtuelle Showroom

Raus aus dem Schneckenhaus

Die ELC Schulz GmbH entwickelt mit Hilfe des InnoScheck.RUHR eine digitale Marketingstrategie



Jürgen Schulz und sein Sohn sind ein starkes Team!

Digitale Lösungen für Kundenkontakt und Akquise – Wie soll das funktionieren? Einer der vormacht, wie das im Handwerk geht, ist Jürgen Schulz. Vor fünf Jahren hat er die ELC Schulz GmbH gegründet. „Wir planen unsere Arbeiten so, dass die Kundschaft ihr normales Geschäft fortführen kann.“ Leasingverträge, Wartungsservice und neue sparsamere Anlagen sorgen dafür, dass sich die Investitionen für die namhafte Kundschaft meist innerhalb weniger Jahre amortisieren. Zu den Aufträgen gehören immer häufiger auch Ladestationen für E-Mobilität oder die neuen Ultraviolett-C (UVC)-Lampen zur Desinfektion von Räumen, die Viren und Bakterien in der Luft abtöten.

Gestärkt aus der Corona-Zeit herauskommen

Wie viele Selbstständige schaute Jürgen Schulz im Januar noch zuversichtlich auf das Jahr 2020: „Wir hatten bereits eine Auslastung von 90 Prozent. Corona ist uns dann in die Parade gefahren. Unsere Kund:innen hatten von heute auf morgen keine Kundschaft mehr. Unsere Aufträge wurden zwar nicht storniert, aber auf unbestimmte Zeit verschoben.“ Als Familienunternehmen, das vorsichtig wirtschaftet, geriet die ELC Schulz GmbH zum Glück nicht in die totale Schieflage. Stattdessen ging Jürgen Schulz die neue Situation aktiv an: „Im Rahmen der Corona-Herausforderungen haben wir uns zusammengesetzt und überlegt, welchen großen Schritt wir jetzt gehen können, um unseren Betrieb zu digitalisieren. Da kam der InnoScheck.RUHR wie gerufen.“

Digitales Marketing von der Pike auf

Für die digitale Marketingstrategie wurde das gesamte Marketing unter die Lupe genommen. Neue Ziele und Zielgruppen definiert, sogenannte Buyer-Personas erstellt und die Ressourcen für digitales Marketing bemessen. Welche Botschaften möchte ELC Schulz an seine potenzielle Kundschaft transportieren?

Welche Tonalität soll die Ansprache haben? Fragen, die so bislang noch nie gestellt wurden, die am Ende aber in eine individuelle digitale Strategie und eine neue Marke mündeten.

Storytelling, B2B E-Mail-Marketing und Social Media sind jetzt die großen Themen im Unternehmen. Ob Planer:in, Ingenieurbüro, Entwickler:in oder Entscheider:in – für jeden möchte das Unternehmen seine Geschichte passend erzählen.

„Der Markt ist da. Aber der Markt muss wissen, dass wir auch da sind!“

Jürgen Schulz, ELC Schulz GmbH

Für Jürgen Schulz bedeutete das zunächst ein Umdenken, doch inzwischen ist er begeistert: „Der Vorteil ist, dass wir aus unserem Schneckenhaus raus sind. Wir möchten uns mittelfristig breiter aufstellen, um bei neuen Herausforderungen wie z. B. jetzt Corona, einfach mehr Möglichkeiten zu haben. Damit wir morgen auch noch sicher agieren können, dafür war der InnoScheck.RUHR der Dosenöffner.“

Jürgen Schulz ist heute selbst in den Sozialen Medien wie z. B. bei LinkedIn aktiv. Er freut sich, dass er dort viele Infos bekommt und mit Anderen direkt in Kontakt treten kann. „Das Schwierigste war der erste Schritt“, sagt Jürgen Schulz und wirbt enthusiastisch für die neuen Möglichkeiten des digitalen Marketings: „Ich kann Unternehmen nur empfehlen: Ihr müsst raus aus den Schneckenhäusern und weg von den alten Abläufen.“ Der InnoScheck.RUHR kann dafür der Startschuss sein.

Weitere Informationen unter:
www.elc-schulz.de



Lichtlösungen für alle Bereiche

Das Portal zwischen den Welten

Aus dem InnoScheck.RUHR der concedra GmbH entwickelt sich ein Kooperationsprojekt

Die concedra GmbH berät und unterstützt Unternehmen rund um das Thema digitales Marketing. Dabei nutzt das Unternehmen sein umfassendes Know-how, greift auf langjährige Erfahrung zurück und bietet von der Idee bis zur Umsetzung ein ganzheitliches Konzept. Stammkundschaft gibt es reichlich, allerdings hatte das Unternehmen Schwierigkeiten insbesondere neue Kund:innen aus dem industriellen Umfeld zu finden. „Bisher fehlte ein Verbindungsstück zwischen Suchenden und Spezialisten: Ein Portal, das den Zugang zur Digitalisierung bietet“, so Frank Putzmann, Geschäftsführer der concedra GmbH. Eine Lösung musste her und es entstand die Idee, eine Plattform für Industriekompetenzvermittlung zu schaffen: das Digitalportal NRW.

Neue Herausforderungen meistern

Für die Unternehmen ist der Markt oft nicht überschaubar. Das liegt nicht nur an den unzähligen Angeboten, sondern auch daran, dass sich immer mehr Expert:innen auf bestimmte Bereiche fokussieren. „Aber auch wir Spezialisten stehen vor einer großen Herausforderung. So wird es für uns immer schwerer unsere Kunden über die gesamte Bandbreite unserer Kompetenzen und auch der Kompetenzen unserer Partner zu informieren“, erklärt Putzmann.

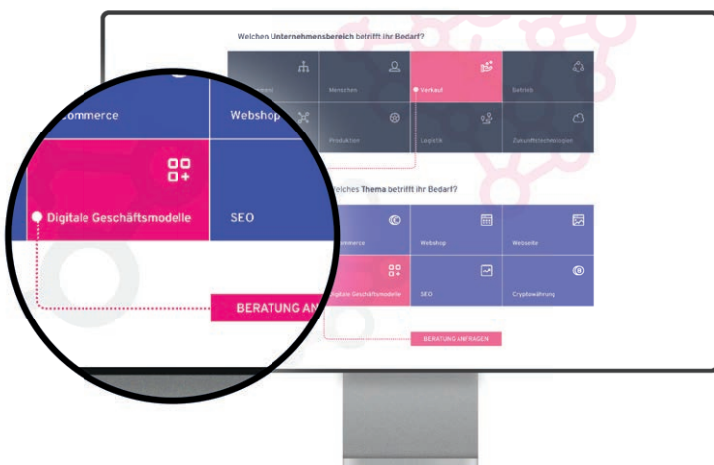
„Eine digitale Plattform ins Leben zu rufen, ist ein großer Aufwand, vom Konzept bis hin zur Umsetzung entstehen hohe Kosten. Klar, haben wir uns immer gefragt, ob wir es wagen sollten. Eine wichtige Unterstützung war der InnoScheck.RUHR!“

Frank Putzmann, concedra GmbH

Von der Idee zur Wirklichkeit

„Eine digitale Plattform ins Leben zu rufen, ist ein großer Aufwand, vom Konzept bis hin zur Umsetzung entstehen hohe Kosten. Klar, haben wir uns immer gefragt, ob wir es wagen

Auf dem Digitalportal NRW können Kund:innen z.B. angeben, in welchem Unternehmensbereich und zu welchem Thema Bedarf besteht.



Online Marketing Berater Thomas Ludwig diskutiert mit den concedra Geschäftsführern Frank Putzmann und Martin Knorr die Entwicklung des Digitalportal NRW.

sollten. Eine wichtige Unterstützung war der InnoScheck.RUHR!“ Aus der Vielzahl einzelner Ideen wurde somit ein konkretes Konzept. „Der InnoScheck.RUHR hilft dabei schnell und unkompliziert an notwendiges Wissen zu gelangen.“, ergänzt Frank Putzmann.

Schnell wurde klar, dass ein solches Projekt nicht alleine gestemmt werden kann, sodass weitere Expert:innen an Bord geholt werden mussten: Aus diesem Grund verbirgt sich hinter dem Digitalportal NRW ein Netzwerk unterschiedlicher Digitalisierungs-Expert:innen aus Unternehmen mit Sitz in NRW. Dazu gehören neben der concedra GmbH, die sich auf Digitalisierungsprojekte in Vertrieb und Marketing spezialisiert hat, auch die provalida GmbH mit ihrer Expertise im Bereich Software rund um die Kundenbetreuung (CRM) und Prozessdigitalisierung, während der Fokus der JL-Automation GmbH auf Automatisierungsprojekte in der Industrie liegt.

Bequem und unkompliziert - Digitalisierung aus einer Hand

Durch das gebündelte Know-how aus dem Netzwerk ist es möglich, die vielfältigen Facetten der Digitalisierung ganzheitlich abzubilden und so Lösungen für komplexe Probleme zu finden. Die Expert:innen des Portals entwickeln sich ständig weiter und das Netzwerk wird um neue Mitglieder ergänzt. „Die Vernetzung ist uns dabei ein besonderes Anliegen. Denn so finden wir für jeden Kunden den passenden Partner“.

Das Digitalportal NRW möchte den Zugang zu Spezialisten in NRW bündeln und zugleich eine erste Anlaufstelle für Unternehmen bieten, die ein Digitalisierungsvorhaben angehen wollen.

Weitere Informationen unter:
www.digitalportal.nrw



Neues Jahr ... neues Glück!

Wir haben ein Jahr mit vielen Höhen und Tiefen hinter uns gelassen und starten nun voller Hoffnung und top motiviert in das Jahr 2021. In|Die RegionRuhr blickt trotz oder gerade durch die Corona-Hürden auf eine Reihe abgeschlossener InnoScheck.RUHR-Projekte sowie erfolgreiche Messen zurück und wird auch im neuen Jahr wie gewohnt mit voller Kraft und jeder Menge neuer Ideen durchstarten.



... neues Team!

Das Team von In|Die RegionRuhr freut sich auf die Zusammenarbeit mit den Unternehmen der RegionRuhr im Jahr 2021. Ein besonderer Dank gilt hierbei unserer Kollegin Sophie Basselmann, die ab dem 01. Februar 2021 den Staffeltab der Projektkoordination an Philipp Hartmann übergibt. Seit Januar verstärkt zudem Julia Kwoska das Projektteam, so dass alle Partner:innen bei uns stets ein offenes Ohr finden.

... neue Webseite!

Sie haben eine Newsletterausgabe verpasst? Oder Sie möchten Ihr eigenes Digitalisierungsprojekt realisieren? Dann werfen Sie einen Blick auf unsere brandneue Projektwebseite. Dort finden Sie neben allen Ausgaben Impulse 4.0 auch alle Informationen und Anträge zum InnoScheck.RUHR als Download.

... neue Social Media-Kanäle!

LinkedIn  XING  YouTube 

Zusätzlich können Sie sich auf LinkedIn und Xing über aktuelle Förderungsangebote für Ihr Unternehmen informieren, seien Sie immer auf dem neusten Stand, was Netzwerkaktivitäten und Events betrifft oder verfolgen Sie auf Youtube, wie andere Unternehmen ihre Digitalisierungsprojekte mit Hilfe des InnoScheck.RUHR bereits umgesetzt haben.

Kontakt

In|Die RegionRuhr
Geschäftsstelle · c/o Wirtschaftsförderung Dortmund · Frank Grützenbach · Grüne Str. 2-8 · 44147 Dortmund

Bochum

Stefan Rest · 0151 70180060
rest@regionruhr.de

Dortmund

Patricia Olbert · 0172 6254233
olbert@regionruhr.de

Hagen

Yasmin Grad · 0174 1906111
grad@regionruhr.de



Impressum

In|Die RegionRuhr · c/o Wirtschaftsförderung Dortmund,
Grüne Straße 2-8, 44147 Dortmund, www.regionruhr.de
Redaktion: Frank Grützenbach (verantwortlich),
Sophie Basselmann

Texte: In|Die RegionRuhr, Anna Kreutzkamp: S. 3 unten,
Beate Fleck: S.4 unten / S. 5-6, Concedra GmbH: S. 7
Layout und Druck: Klenke GmbH
Bildnachweis: S. 1 AdobeStock,
S. 2 Bochum Wirtschaftsentwicklung, S. 3 Digital.Verbunden,
S. 5 Viality AG, S. 6 Ursula Dören, S. 7 concedra GmbH

In|Die RegionRuhr ist ein Kooperationsprojekt der Wirtschaftsförderungen und Kammern der Standorte Bochum, Dortmund sowie Hagen. Es wird vom Land Nordrhein-Westfalen unter Einsatz von Mitteln aus dem europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) gefördert.