

Pressemitteilung 6. November 2017

Projektbüro UniverCity Bochum
c/o Bochum Marketing GmbH
Johanna Löwen
Huestraße 21-23
44787 Bochum
Deutschland

Telefon: (0234) 9049627
Fax: (0234) 9049674
E-Mail: loewen@university-bochum.de
www.university-bochum.de

Hochschulstadt Bochum lässt keine Wünsche offen

Die UniverCity Bochum wirbt mit unschlagbaren Argumenten für das Studieren und Leben in Bochum

Die Hochschulstadt Bochum hat Studieninteressierten und Studierenden viel zu bieten. Denn sie können an insgesamt neun Hochschulen aus mehr als 250 Studiengängen wählen. Vollzeit, dual oder berufsbegleitend – da ist für alle das Passende dabei. Die rund 57.000 Studierenden, die an den Hochschulen in Bochum eingeschrieben sind, wissen das vielseitige Angebot zu schätzen.

Im bundesweiten Ranking der Hochschulstädte spielt Bochum in der ersten Liga. Die Stadt befindet sich unter den TOP 10 der Hochschulstädte in Deutschland. Im Image-Vergleich mit bei Studieninteressierten beliebten Städten wie Berlin, München, Köln oder Heidelberg hat Bochum aber noch Aufholbedarf. Deshalb hat die UniverCity Bochum, das Netzwerk von sieben Bochumer Hochschulen und weiteren Partnern, eine Kampagne gestartet. Im direkten Vergleich mit ausgewählten deutschen Großstädten liefert die Kampagne die besten Argumente, warum sich das Studieren und Leben in Bochum lohnt.

Das Ziel der Kampagne ist es, Bochum als junge und dynamische Hochschulstadt im Herzen der Metropole Ruhr vorzustellen, die Studierenden mehr zu bieten hat als andere Hochschulstädte. So erfüllt die Stadt nicht nur in Bezug auf die Studienwahl alle Wünsche. Auch bei den Lebenshaltungskosten punktet Bochum bei den Studierenden. Sie schätzen außerdem die vielen Kultur- und Freizeitangebote, die es innerhalb der Stadt und darüber hinaus im gesamten Ruhrgebiet gibt.

Die Botschaften der Kampagne sollen bewusst irritieren und kommen mit einem kleinen Augenzwinkern daher. So wird beispielsweise behauptet, Bochum sei „wie Berlin, nur größer“. Die Auflösung folgt direkt im nächsten Satz, denn die Aussage bezieht sich natürlich auf die Lage Bochums mitten in der Metropole Ruhr und die damit verbundenen Möglichkeiten für junge Menschen, ihre Zukunft ganz nach ihren Wünschen zu gestalten.

Gleichzeitig ist Bochum auch „wie Heidelberg, nur jünger“. Gemeint ist die junge Hochschulstadt Bochum, die im Jahr 2015 das 50-jährige Bestehen der Ruhr-Universität Bochum als erste Universitätsneugründung in der Bundesrepublik gefeiert hat.

Die Fotomotive zeigen Studierende der Bochumer Hochschulen an verschiedenen Orten in der Stadt. Sie sollen die Aussagen der Kampagne unterstreichen und die Vielseitigkeit der Stadt zeigen: Bochum ist urban, international, grün, spannend und überraschend.

Die Kampagne wurde zusammen mit Studierenden der Bochumer Hochschulen entwickelt. „Uns war wichtig, die Aussagen gemeinsam mit der Zielgruppe zu erarbeiten, damit die Botschaften ankommen und überzeugen“, erklärt Johanna Löwen, Leiterin des Projektbüros UniverCity Bochum bei Bochum Marketing.

Ab sofort sind die Motive auf Werbeflächen innerhalb Bochums zu sehen. Im kommenden Jahr werden sie dann in einigen der Städte zu sehen sein, auf die sich die Kampagne bezieht.

Zielgruppengerecht wird die Kampagne durch eine Social Media-Kampagne unter dem Hashtag *#ichstudierhier* begleitet. Studierende der Bochumer Hochschulen teilen ihre persönlichen Eindrücke und Erlebnisse aus der UniverCity Bochum auf Facebook, Instagram und Twitter. „Wir wollen einen authentischen Einblick in das Studierendenleben in Bochum geben. Deshalb ist es uns wichtig, dass die Studierenden selbst zu Wort kommen. Ich freue mich, dass sie die Kampagne so engagiert unterstützen“, freut sich Johanna Löwen. Der Hashtag *#ichstudierhier* kann von allen verwendet werden, die etwas über die Hochschulstadt Bochum posten möchten.

Mehr Infos zur Kampagne und zur UniverCity Bochum unter www.univercity-bochum.de