



Impulskampagne DIE THÜRINGER #WIRTSCHAFTMITZUKUNFT

Warum gibt es die Kampagne „Wirtschaft mit Zukunft“?

2024 steht Thüringen vor weichenstellenden Entscheidungen – mit den Kommunalwahlen, der Europawahl und der Landtagswahl im Herbst. Die Kampagne soll aus der Perspektive der Thüringer Wirtschaft sensibilisieren und informieren: Entscheiden wir uns für ein wirtschaftsfreundliches, offenes und demokratisches Thüringen oder überlassen wir den Freistaat extremen Kräften, die mit Ausgrenzung und Abschottung das Ansehen und damit die wirtschaftliche Zukunft Thüringens gefährden.

Was ist die Botschaft der Kampagne?

Die Kampagne und alle teilnehmenden Unternehmen machen sich stark gegen Fremdenfeindlichkeit und Ausgrenzung. Denn die Thüringer Wirtschaft profitiert nicht nur von Kooperation und Offenheit, sie ist händeringend auf eine gelebte Willkommenskultur angewiesen, damit sich weitere Unternehmen und kluge Köpfe hier ansiedeln. Dabei ist das Image bzw. die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes entscheidend: Populismus und rechtsextreme Positionen schaden der Außenwirkung des Freistaates, aber vor allem auch den hier ansässigen Unternehmen. Der Schlüssel für ein erfolgreiches Wirtschaften liegt im Gewinnen und Halten von Fachkräften aus nah und fern.

Wie funktioniert die Kampagne?

In den Kampagnen-Motiven zeigen wir die Konsequenzen auf, wenn Fachkräfte Thüringen verlassen oder gar nicht erst im Freistaat ihre Zukunft sehen – aus Angst vor der nun aufkommenden Fremdenfeindlichkeit. Ob im Gesundheitswesen, in Start-Ups, in der Logistik oder ganz allgemein: Wer Menschen ausgrenzt, braucht sich nicht wundern, wenn in Zukunft wichtige Stellen unbesetzt sind. Die Motive sind nah an den Menschen und weisen auf alltägliche Bedürfnisse hin.

Warum setzt die Kampagne den Fokus auf Fachkräfte?

Bis 2035 gibt es in Thüringen einen Fach- und Arbeitskräftebedarf von 247.000 Stellen, die aus dem In- und Ausland zu besetzen sind. Das ist eine Mammutaufgabe. Mit extremen politischen Positionen und mit Ausgrenzung wird die dringend benötigte Zuwanderung nicht nur erschwert – mit extremen oder gar rechtsextremen Positionen werden sich die bisher erzielten wirtschaftlichen Erfolge nicht fortsetzen lassen. Stattdessen brauchen wir eine Willkommenskultur, insbesondere für ausländische Fachkräfte und Auszubildende. Deshalb fokussiert sich die Kampagne auf DAS Sorgenthema der Wirtschaft Thüringens, neben hohen Arbeits- und Energiekosten, Inflation oder Bürokratie.

Warum wird in den Kampagnenmotiven mit Namen gearbeitet – erkennbar ausländisch, aber auch mit deutschen Namen?

„Amira“, „Jamal“ und „Ivanka“ stehen stellvertretend für die Menschen mit Migrationshintergrund, die hier in Thüringen leben und arbeiten. Setzen sich rechtsextreme Positionen durch, werden genau diese Menschen Thüringen verlassen oder gar nicht erst zu uns kommen.

„Jana“, „Paul“ und „Max“ stehen für die Unternehmer, Gründer, Erfinder und Macher, die auf stabile wirtschaftliche und politische Verhältnisse angewiesen sind. Fremdenfeindliche Politik schadet dem Wirtschaftsstandort massiv: Sie verhindert Investitionen, die Schaffung neuer Arbeitsplätze oder Neugründungen. Rechtsextreme Positionen schaden also doppelt – beim Anwerben ausländischer Fachkräfte und der dann fehlenden Perspektive für Unternehmen. Deshalb tauchen in der Kampagne bewusst Namen mit unterschiedlicher Herkunft auf.

Warum sind die Namen in der Kampagne durchgestrichen?

Sie sind durchgestrichen, weil sie uns allen, aber auch der Thüringer Wirtschaft fehlen werden, wenn sich das gesellschaftliche Klima weiter verschlechtert und extremistische Stimmen und Programme weiter Zulauf gewinnen. Das Durchstreichen ist ein bewusst gewähltes dramatisches Element, weil das Verprellen dieser Menschen heute und in Zukunft dramatische Folgen für den Freistaat hätte – sei es bei der Gewinnung der wichtigen Fachkräfte aus dem In- und Ausland oder den damit verbundenen düsteren Prognosen und fehlenden Zukunftsaussichten für die Unternehmen selbst.

Warum arbeitet die Kampagne nur mit Text und ohne Bilder?

Wir sehen eine direkte Wirkung der kurzen, markanten Zeilen. Ob im Krankenhaus, im Büro oder im Pflegeheim: Die entsprechenden Bilder und Situationen entstehen im Kopf des Betrachters und zeigen auch ohne Fotografien plakativ was passiert, wenn Menschen ausgegrenzt werden und nicht ersetzt werden können. Diverse Tests und erfolgreiche Präsentationen bestärken uns in dieser grafisch reduzierten und damit plakativen Ansprache.

An wen wendet sich die Kampagne, wer soll sich angesprochen fühlen?

Auch wenn die Initiatoren aus der Thüringer Wirtschaft kommen: die Kampagne richtet sich an alle Menschen im Freistaat. Es geht um Sensibilisierung und Information. Wir machen wirtschaftspolitische Fragen am konkreten Alltag der Menschen fest. Steigende Arbeitskosten sind für Arbeitnehmer beispielsweise eher abstrakt. Aber Mehrarbeit, weil Stellen unbesetzt sind oder die drohende Abwanderung des eigenen Unternehmens sind konkret und schnell verständlich. Auch deshalb bleibt die Kampagne thematisch im Land, dem drohenden Imageverlust und seinen Folgen für den Wirtschaftsstandort. Bundespolitische Themen wie Energie oder Inflation bleiben außen vor. Wir fokussieren uns auf konkrete Betroffenheiten in der Breite der Bevölkerung und werben für eine offene Gesellschaft als Basis für wirtschaftliches Wachstum.



Wer ist Absender der Kampagne?

Die Kampagne soll bewusst nicht auf die IHK als Absender einengen. Deshalb wurde das sinnstiftende Motto „Wirtschaft mit Zukunft“ gewählt, hinter dem sich alle Thüringer Unternehmen, die für Demokratie, Offenheit und Wirtschaftswachstum stehen, versammeln können. Die IHK Erfurt sieht sich als Netzwerkpartner der Thüringer Wirtschaft und hat in dieser Funktion die Entwicklung und Umsetzung stellvertretend organisiert. Getragen wird die Kampagne von den Unternehmen selbst, unter Mithilfe der IHK Erfurt.

Wie ordnet sich die Kampagne gegenüber anderen parallel laufenden Kampagnen ein?

Wenn es um Demokratie und Offenheit geht, kann es keine Konkurrenz untereinander geben. Die Kampagne setzt im Vergleich mit beispielsweise der Initiative „Weltoffenes Thüringen“ den Fokus deutlich stärker auf die Bedürfnisse der Thüringer Wirtschaft, ohne die gemeinsame Intension beider zu negieren. Im Gegenteil: Durch die parallele Veröffentlichung verstärken sich die Kampagnen gegenseitig – jede mit ihren Möglichkeiten, Unterstützern und Kernbotschaften. Die Kampagne „Gemeinsam anpacken statt ausgrenzen“ benennt und erdet genauer die Konsequenzen von Fremdenfeindlichkeit aus der Perspektive der Thüringer Wirtschaft, sie belässt es nicht bei der unterstützenswerten allgemeinen Botschaft. Unsere Kampagne steht damit nicht im Wettbewerb gegeneinander – je mehr Unterstützung und Öffentlichkeit diese und andere Kampagnen bekommen, desto zielführender ist es.

Wann wird die Kampagne öffentlich und wo ist sie zu sehen?

Bereits seit Februar dieses Jahres wirbt die Kampagne um Unterstützung – via Kampagnenseite im Netz. Mit dem offiziellen Start am 17. Mai 2024 folgt die digitale Auspielung der Kampagne – über die Unternehmens- und Verbandseiten selbst, deren Social Media Kanäle, der Unternehmensausstattung und nicht zuletzt vieler Werbemittel, die individuell von den Unternehmen eingesetzt werden können. Dazu zählen Plakate und Aushänge, Postkarten, Bauzaun-Plakatierungen oder mobile Großflächen-Plakate. Der für jedermann sichtbare Aufschlag im öffentlichen Raum mit vielen Großflächen-Plakaten in ganz Thüringen erfolgt in der Kalenderwoche 33/34, also direkt in den Tagen vor der Landtagswahl am 1. September.

Wer unterstützt die Kampagne?

Um möglichst eine breite Öffentlichkeit zu erreichen, wurde eine eigens eingerichtete Landingpage unter www.wirtschaft-mit-zukunft.de etabliert. Erstes Ziel war die Akquise von Thüringer Unternehmen – auch um finanzielle Unterstützung zu erhalten. Denn je mehr Budget zusammenkommt, desto größer wird die Sichtbarkeit im Freistaat. Bislang haben sich ca. 40 namhafte Unternehmen hinter der Kampagne versammelt, u.a. auch Bayer, Jenapharm, die Sparkasse Mittelthüringen, die Bauer Unternehmensgruppe und viele mehr. Zudem sind viele Verbände dabei, unter anderem der Unternehmerverband Thüringen, die Familienunternehmer e.V. oder die Kreishandwerkerschaft Nordthüringen. Wie viele Unterstützer am Ende dabei sind – die Akquise läuft parallel weiter – ist nicht entscheidend. Wichtig ist der Konsens der Thüringer Wirtschaft und die gemeinsame Botschaft.



Industrie- und Handelskammer
Erfurt

Übersicht der Kampagnenunterstützer, Stand: 15.05.2024



Industrie- und Handelskammer
Erfurt



Viertakt Kommunikation und
Werbung GmbH



Bauer Unternehmensgruppe



DIE FAMILIENUNTERNEHMER
e.V.



Unternehmerverband
Thüringen e.V.



Q-SOFT GmbH



DEGUMA-SCHÜTZ GmbH



Kombinat 01 - Coworking
GmbH



selfrecognition.com



noxusfilm GmbH



IWB Industrietechnik GmbH



Pollmeier Massivholz GmbH &
Co. KG



PWB encoders GmbH



AP-Miniplant GmbH & Co. KG



Triveda GmbH



Audio Reha Mitteldeutschland
GmbH



GNV GmbH



FMT Produktions-GmbH &
Co.KG



dotSource SE



HKL Ingenieurgesellschaft
mbH



bm-t beteiligungsmanagement
thüringen gmbh



SCHMOCH Engineering GmbH



UFG Umformtechnik GmbH



Jabil Optics Germany GmbH



Avery Dennison Materials
GmbH



zollsoft GmbH



Muhr und Bender KG



JustOn GmbH



Landesärztekammer Thüringen



Sparkasse Mittelthüringen



Materion Balzers Optics



ORISA Software GmbH



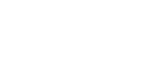
Bayer Weimar GmbH und Co.
KG



Jenapharm GmbH & Co.KG



Eichsfelder Schnittkäse



Kreishandwerkerschaft
Nordthüringen

Könitz Porzellan GmbH