

Die #Bielefeldmillion

Das Ende einer Verschwörung

Eine Kampagne der Bielefeld Marketing GmbH
in Zusammenarbeit mit MEDIUM Werbeagentur GmbH



**Bielefeld
Marketing**

MEDIUM
Marken. Kommunikation.



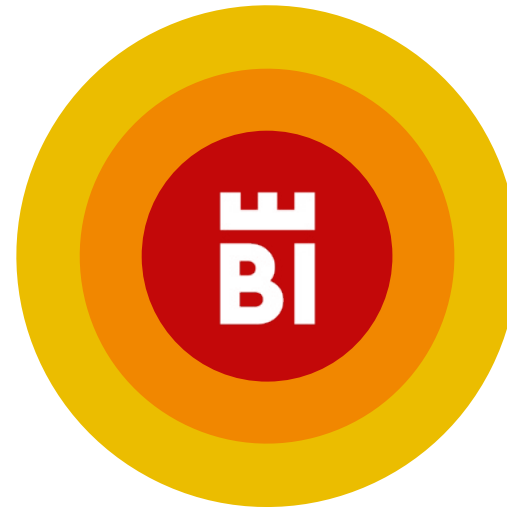
Inhalt



- 01.** Der Markenprozess für Bielefeld
 - 02.** Die Idee
 - 03.** Der Auftakt
 - ▶ **03.01** Preview
 - ▶ **03.02** Offizieller Kampagnenstart
 - 04.** Der Kampagnenverlauf
 - ▶ **04.01** Best of Social Media
 - ▶ **04.02** Presse
 - ▶ **04.03** Videos
 - 05.** Beweisversuche und Widerlegungen
 - 06.** Das Ende der Verschwörung
 - 07.** Die Kampagne in Zahlen
 - 08.** Bundesweite Marktforschung
- Ein schönes Fazit
- Danke!

01. Der Markenprozess für Bielefeld

- ▶ Start: 2016
- ▶ **Bielefelder zu Botschaftern** ihrer „Marke“ machen
- ▶ Komplette Überarbeitung der städtischen Kommunikation
- ▶ Image über **drei Kernthemen** profilieren („lebenswerte Großstadt“, „starke Wirtschaft“ und „Stadt der Bildung und Wissenschaft“)
- ▶ Zielgruppen zeitlich gestaffelt ansprechen

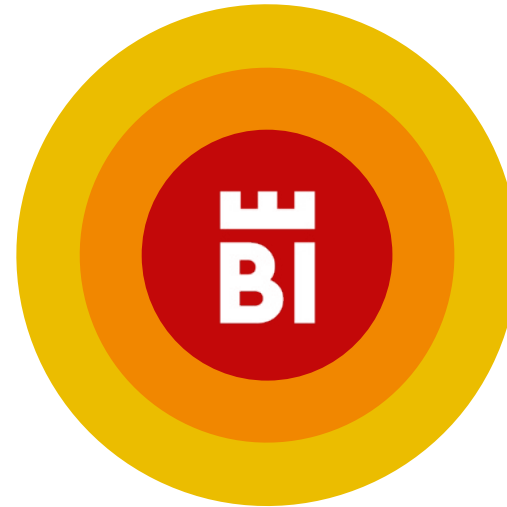


- 2019: bundesweit
- 2017/2018: regional
- 2016/2017: lokal

Alles zum Nachlesen unter: www.bielefeld-marketing.de/stadtmarke

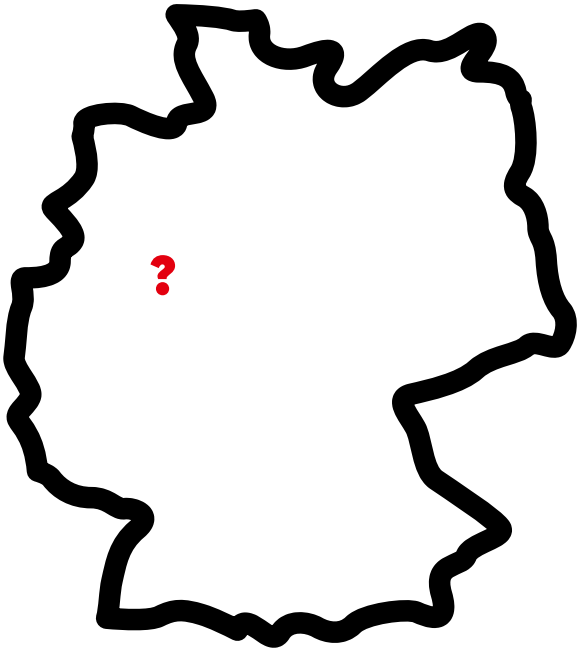
01. Der Markenprozess für Bielefeld

- **Fragestellung für 2019:** Welche Geschichten und Bilder sind stark genug, um bundesweite Aufmerksamkeit zu generieren?



- 2019: bundesweit
- 2017/2018: regional
- 2016/2017: lokal

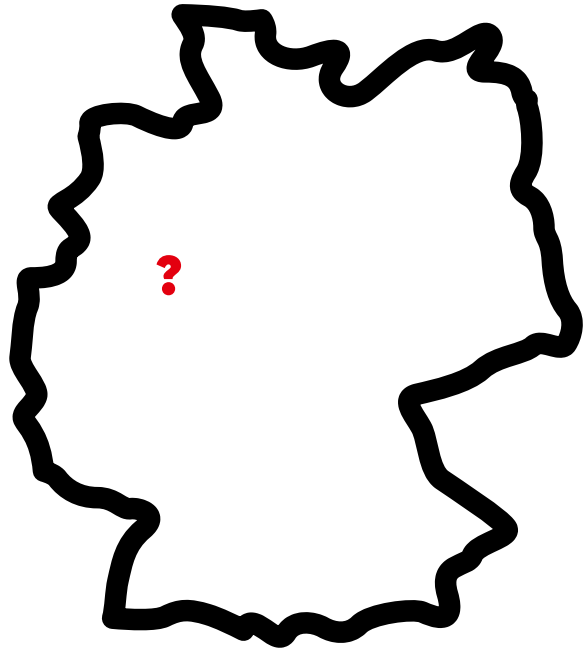
02. Die Idee



„Bielefeld gibt's doch gar nicht!“

- ▶ Dieser Spruch ist **deutschlandweit bekannt**.
Zum Leidwesen der Bielefelder ...
- ▶ 1994 wurde die „**Bielefeld-Verschwörung**“
im Internet veröffentlicht.
- ▶ Zum **25-jährigen „Jubiläum“** fordern wir
die ganze Welt heraus, diese **Behauptung**
doch endlich mal zu **beweisen**.
- ▶ Das **Preisgeld** für den unwiderlegbaren
Beweis unserer **Nicht-Existenz: eine Million Euro!**

02. Die Idee



Unsere Ziele

- ▶ **Bundesweite Aufmerksamkeit** erzeugen
- ▶ Bilder und Geschichten der Stadt „huckepack“ transportieren
- ▶ Das Thema „**Verschönerung**“ selbstbewusst und positiv besetzen

03. Der Auftakt





03.01 Preview – 20.08.2019

- Eine Millionen-Idee muss ja „gesichert“ präsentiert werden. Also laden wir einen **Tag vor Kampagnen-Start** einige **Stadt-Vertreter und die Bielefeld-Partner, die Sponsoren der Stadtmarke**, in einen ausgedienten und begehbaren Banksafe unter der Innenstadt ein.
- Martin Knabenreich von **Bielefeld Marketing** und Sven Nöcker von **MEDIUM** stellen die Kampagne vor.
- Als **Ehrengast ist Achim Held**, der „Schöpfer“ der Verschwörung, aus Kiel gekommen.
- Das **Feedback** des Abends: **positiv!** Alle sind gespannt.





03.02 Offizieller Kampagnenstart – 21.08.2019



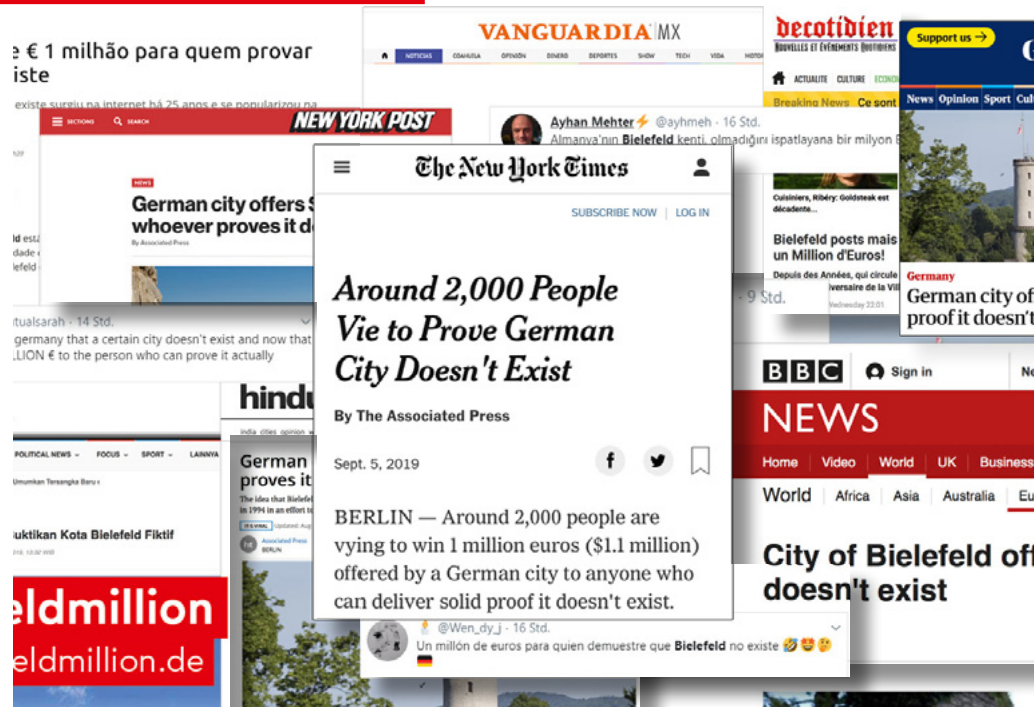
► Oberbürgermeister **Pit Clausen** verkündet den **Start des Wettbewerbs**.



► Falls niemand beweisen kann, dass es Bielefeld gar nicht gibt, dann wird sich die Stadt offiziell von der Verschwörung verabschieden.

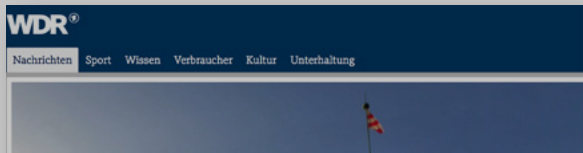
► Von der **Pressekonferenz berichten drei TV-Sender** (WDR, RTL und Sat. 1) sowie die lokalen Radios und Tageszeitungen.

04. Der Kampagnenverlauf





- Wenige Minuten nach der Pressekonferenz erscheint der erste Artikel im Netz.
- Knapp zwei Stunden später belegt der Hashtag **#Bielefeldmillion** den **ersten Platz** der Twitter-Deutschland-Trends.



Aug. 21, 2019

13:00 (UTC)

Top trends

#	Trend
1	#Bielefeldmillion <i>Tweet count: <10000</i>
2	#PrayforAmazonas <i>Tweet count: 87129</i>
3	#Gamescom19 <i>Tweet count: <10000</i>
4	#SaveSpiderMan <i>Tweet count: 333668</i>
5	#Grönland <i>Tweet count: <10000</i>

Eine Millio

- Wer kann
- Eine Millio
- Stadt will

Kommentar

Mit der Aktion: sogenannten B

Bielefeld-Vers

Der Ausspruch hartnäckigen A ein, so Bielefeld

Achim Held u

Achim Held, de Nie habe er ges humorvoll mit

Stadt will Bew

"Wir sind gespu widerlegen köe jemand schafft, sei das Angebot j

Preisgeld ausgelobt • Stadt will endlich Gerüchte widerlegen

wdi.de

04.01 Best of Social Media





04.02 Presse

German city offers 1 million euros to anyone who

Held, who posted the satirical claim on the In

Support The Guardian
Available for everyone, funded by readers.
Contribute Subscribe

News Opinion Sport

Germany

German city doesn't exist

Kate Connolly in Berlin

Twitter Facebook LinkedIn

NEW YORK POST

German city offers \$1.1M to whoever proves it doesn't exist

By Associated Press

2019 12:56pm

The New York Times

Subscribe Now Log In

Around 2,000 People Vie to Prove German City Doesn't Exist

By The Associated Press

Sept. 5, 2019

BERLIN — Around 2,000 people are vying to win 1 million euros (\$1.1 million) offered by a German city to anyone who can deliver solid proof it doesn't exist.

Frankfurter Allgemeine
München

EINE MILLION EURO PREISGELOD
1800 Zweifel an der Existenz Bielefelds

SPiegel ONLINE SPIEGEL

Menu Politik Meinung Wirtschaft Panorama Sport Kultur

PANORAMA

PR-Äktion mit Millionenpreisgeld

2000 Menschen wollen beweisen, dass Bielefeld nicht gibt

Die "Bielefeld-Verschwörung" besagt, dass es die Stadt gar nicht gibt. Die Stadt hat eine Million Euro für den Beweis ausgesetzt, dass es die Stadt mit der Verschwörungstheorie zu klären. Der Beweis ist ziemlich groß - auch aus dem Ausland.

stern

stern

Stadt verspricht Belohnung: Eine Million Euro für den, der beweist, dass Bielefeld nicht existiert

Die Stadt hat eine Million Euro für den Beweis ausgesetzt, dass es die Stadt mit der Verschwörungstheorie zu klären. Der Beweis ist ziemlich groß - auch aus dem Ausland.

Here's how witness police look for Takashi Gokine

Daniel Jones' handling of his first

Wettbewerb 'Bielefeld 1 Million' mit der Verschwörungstheorie

von Ralph Gutzmann

Bielefeld hat eine Million Euro für den Beweis ausgesetzt, dass es die Stadt mit der Verschwörungstheorie zu klären. Der Beweis ist ziemlich groß - auch aus dem Ausland.

Bielefeld

04.02 Presse



*„Eine herrliche Bielefelder
Eulenspiegelei.“ FAZ.net*

„Schon in der Ausschreibung präsentiert sich die nordrhein-westfälische Stadt sehr humorvoll und hebt dabei, fast nebenbei, ihre Vorzüge hervor.“ – One to One

„Der Witz wurde zum Dauerbrenner, das Gewinnspiel dazu nun ein PR-Erfolg.“ – RTL.de

**„Mit der Aktion ist der
Stadt ein PR-Coup
gelungen.“ – ZDF.de**

*„Der ganz große Gewinner
des Wettbewerbs ist die Stadt
Bielefeld durch die mediale
Wirkung der Aktion.“ – WDR*

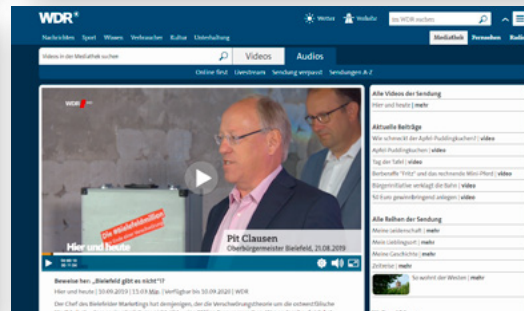
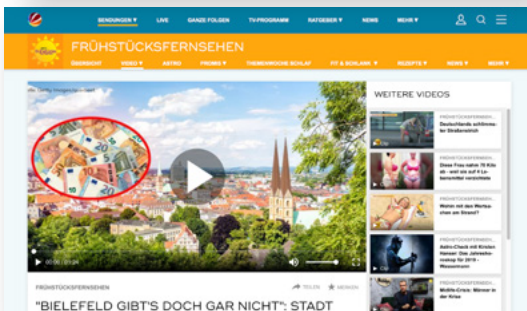
*„Von Bielefeld lernen... Das ist
mehr als gutes Stadtmarketing...
Die Stadt führt das Spiel jetzt
charmant ad absurdum.“ – FAZ*

*„Schlusspunkt eines humor-
vollen PR-Coups der Bielefeld
Marketing GmbH.“ – BILD*

04.02 Presse



04.03 Videos

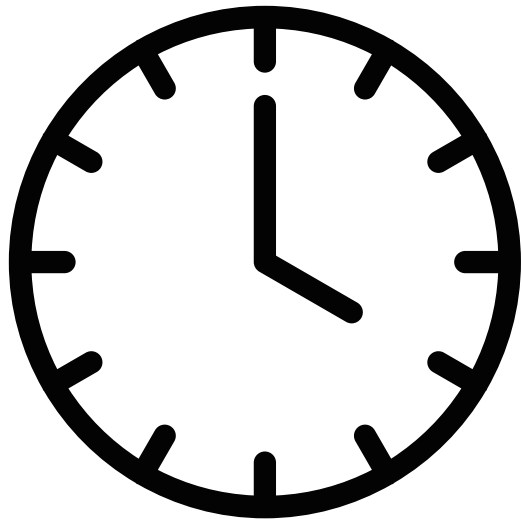


05. Beweisversuche und Widerlegungen

- Bei Bielefeld Marketing gehen bis zum Einsendeschluss am 04.09. rund **2.000 „Beweisversuche“** ein, u.a. aus **Japan, Indien, USA und Russland**. Alle Beweise werden gesichtet.
- Beispielhaft werden einige der komplexesten Versuche in Zusammenarbeit mit dem **Stadtarchiv Bielefeld** und den **Fakultäten für Mathematik und Physik an der Universität Bielefeld** widerlegt und veröffentlicht.



06. Das Ende der Verschwörung



Ergebnisverkündung 17.09.2019

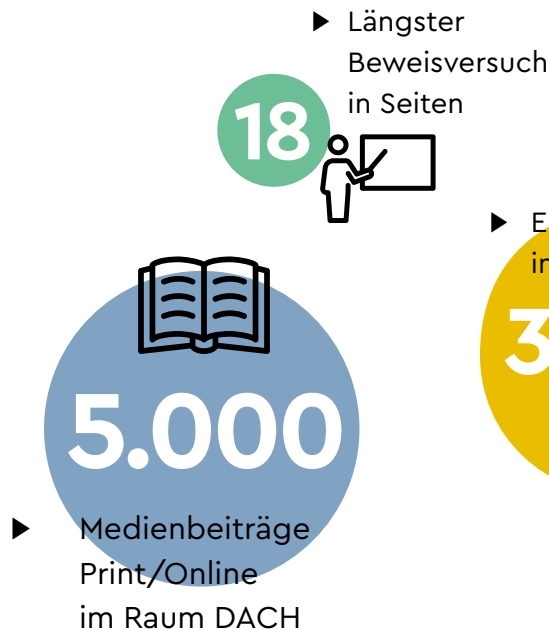
- ▶ Das **Medieninteresse ist noch größer als zum Auftakt:**
Alle großen deutschen TV-Sender berichten.
- ▶ Oberbürgermeister Clausen verkündet das **Ergebnis** des Wettbewerbs:
 - ▶ **Niemand konnte beweisen, dass es Bielefeld gar nicht gibt** (Überraschung! ;))
 - ▶ Der Wettbewerb hat aber einen **Sieger:**
die Bielefelderinnen und Bielefelder
 - ▶ Also sagen wir „**Tschüss**“ zur **Bielefeld-Verschörung!**



Bielefeld - Verschwörung
1994 - 2019
"Die gibt's doch gar nicht"

► Nach 25 Jahren wollen wir die Verschwörung aber in guter Erinnerung behalten und setzen ihr ein kleines **Denkmal**.

07. Die Kampagne in Zahlen



► Erwähnungen in Social Media

3.000



► Anzahl Beweis-anträge (In- und Ausland)



28

► Zahl der Kampagnen-Tage



► Km zwischen Bielefeld und dem am weitesten entfernten Teilnehmer (Neuseeland)

► Seitenbesuche insgesamt auf der Landingpage

77.145

22%

► Davon der Anteil ausländischer Seitenbesucher

08. Bundesweite Marktforschung



Das Marktforschungsinstitut KANTAR hat eine repräsentative Telefon-Umfrage zur Kampagne durchgeführt. Die Ergebnisse:

Wie viele Deutsche kennen die Kampagne?

- ▶ **43 %** aller Befragten **haben von der #Bielefeldmillion gehört.**
Das entspricht **30,4 Millionen Deutschen.**

Und wie gefällt die Kampagne?

- ▶ **44 %** finden die Kampagne „gut“ oder „sehr gut“.
- ▶ **61 % der Zielgruppe** (14 bis 29 Jahre) **ebenfalls.**
- ▶ **53 %** aller 30–39-jährigen mögen die Kampagne.

Ein schönes Fazit

Bielefeld ist einfach zu schön, um nicht wahr zu sein. Unsere Kampagne „Die #Bielefeldmillion“ hat als Antwort auf die Bielefeld-Verschwörung rund um die Welt für Schlagzeilen gesorgt und viel Sympathie für unsere Stadt und den Standort Bielefeld geweckt.

Wir konnten zeigen, wie man mit Mut, Selbstbewusstsein sowie einer großen Portion Selbstironie und Gelassenheit einen vermeintlichen „Makel“ in eine unglaublich positive Geschichte verwandeln kann. Dieser Erfolg ist für das Bielefelder Stadtmarketing bisher beispiellos.

Danke!



Initiator:  Bielefeld Marketing

Starke Marke, starke Unterstützer: Vielen Dank den Bielefeld-Partnern!

www.bielefeldmillion.de

★★★★★
Partner



★★★★
Partner



★★★
Partner



Unterstützer



Kooperation: **WEGE.**