

Mit ganzem Herzen für Meinerzhagen: Neue Imagekampagne zeigt Humor und Wir-Gefühl

„Hier will ich nicht weg“: Meinerzhagener werden zu Botschaftern für die Heimatstadt

Bilder sagen mehr als Worte – aber in Kombination mit einem griffigen Slogan sind sie in ihrer Aussage wohl unschlagbar. Den Beweis dafür tritt nun die Stadt Meinerzhagen an: „Mein Herz schlägt für Meinerzhagen“, so lautet die Botschaft der neuen Imagekampagne, die heute mit ersten Aktionen offiziell an den Start geht. Unter www.meinerzhagen.de gibt es bereits Einblicke in die Motivwelt der Kampagne, und auch an verschiedenen Stellen in der Stadt sind die Ansichten schon zu finden. Und wenn sich jemand fragt, ob er die Gesichter der Kampagne schon einmal gesehen hat, liegt er richtig: Denn der Aha-Effekt steckt im Detail...



Das Logo der Stadt und ein stilisiertes Herz bilden die Bildmarke der neuen Kampagne.

„Wir wollten eine Kampagne für die Stadt entwerfen, die glaubwürdig ist, die überzeugt, die echt und nah am Leben ist“, erklärt Katharina Suerbier von der städtischen Wirtschaftsförderung. Gemeinsam mit Experten der Marketing- und Werbebranche hat sie in den vergangenen Monaten an der neuen Kampagne gefeilt. In ihrer Visualisierung

steht diese im Einklang mit dem bekannten städtischen Design und besticht gleichzeitig durch auffällige, großzügige Gestaltung. Entstanden ist so eine

Kombination aus klarer Botschaft, bekannter Bildmarke und einer ganz besonderen Motivwelt. „Denn anstelle von professionellen Modells haben wir bewusst auf `Charakterköpfe` gesetzt, nämlich auf einige Bürgerinnen und Bürger selbst“, so Katharina Suerbier. „So haben sich waschechte Meinerzhagener bereit erklärt, sich in ihrem Arbeitsumfeld vor die Kamera zu stellen und uns allen ihr ganz persönliches Herz für Meinerzhagen zu zeigen.“

Und so könnten einige Gesichter der Kampagne ihren Betrachtern bekannt sein: Beteiligt haben sich die Inhaber von Betten Lienenkämper, Blumenhaus Krause, Metzgerei Hoffmann, Bäcker mit Herz, Friseur Le Figaro, der Stadtwerke sowie der Werbeagentur P.AD. „Mein Herz schlägt für Meinerzhagen“ und „Hier will ich nicht weg“, lauten denn auch kurz und griffig ihre Botschaften, mit denen sie die Stadt

nun repräsentieren. Auf den Fotos zeigen sie sich und damit ihre Stadt so, wie sie ist: liebeswert, authentisch und humorvoll: „Hier lässt es sich gut leben“, ist der Kern ihrer Aussage. Ergänzt um das bekannte Logo der Stadt, ein stilisiertes „M“, und ein ebensolches Herz fallen die Motive sofort ins Auge – Wiedererkennungseffekt und gute Chancen auf eine Identifikation inklusive.

Wie es zur Idee, eine Imagekampagne für die Stadt Meinerzhagen zu entwickeln, kam, erläutert Bürgermeister Jan Nesselrath: „Unsere Stadt ist ein guter Ort zum Leben und Arbeiten. Wir haben eine funktionierende Infrastruktur, wirtschaftlich stehen wir solide da und sowohl die Stadt selbst als auch die großartige Landschaft bieten fast alles, was das Herz begehrt. Und so wollen wir genau darauf Lust machen, in Meinerzhagen zu leben und zu arbeiten – sowohl bei denjenigen, die hier wohnen, als auch bei allen, die in den vergangenen Monaten und Jahren hierhergezogen sind, bei potenziellen Neubürgern und bei allen, die aus welchen Gründen auch immer unserer Stadt den Rücken gekehrt haben. Meinerzhagen ist ein schönes Zuhause, freundlich, offen und mit einer positiven Grundstimmung. Diese Gefühlswelt wollen wir transportieren.“ Das Timing für die Kampagnen-Laufzeit kommt dabei nicht von ungefähr. Jan Nesselrath: „In diesem Jahr haben wir mit dem Meinerzhagener Frühling, der Eröffnung des Volmemarktes und dem großen Schützenfest gleich mehrere wunderbare Gelegenheiten, die Menschen, die hier leben, ebenso zu erreichen wie Ehemalige, die ihre alte Heimat wieder einmal besuchen, oder auch Gäste aus der Region und darüber hinaus.“ Mit speziellen Aktionen soll noch mehr Aufmerksamkeit für die Kampagneninhalte generiert werden. Modern und interaktiv – so wird die Kampagne also immer wieder aufs Neue überraschen und die Bürger mit einbeziehen. „Schon in Kürze ist ein Gewinnspiel geplant“, so Katharina Suerbier auf die Frage nach dem „Wie und was“. „Unsere Kampagne soll gute Laune verbreiten und das Wir-Gefühl stärken, und das bei den Einheimischen ebenso wie bei unseren Gästen und ehemaligen Meinerzhagenern. Dazu hoffen wir natürlich auch bei unseren Aktionen, beispielsweise bei den großen Festen, darauf, dass die Menschen gerne mitmachen.“

Wie geht es also weiter mit der Imagekampagne? Fest steht: Man darf sich überraschen lassen, denn immer wieder sind bis zum Sommer besondere Highlights geplant. Vor allem die Motive werden an verschiedenen Stellen im Stadtbild immer wieder aufs Neue für Aufmerksamkeit sorgen – auf Großflächen in der Innenstadt, an den Ortseingangsportalen und an Hauswänden, in städtischen Einrichtungen und in teilnehmenden Geschäften. Und auch die Meinerzhagener selbst können ihr Herz für ihre Stadt zeigen: Zum Beispiel mit Hilfe der Autoaufkleber, die an verschiedenen Stellen für sie ausliegen, und anderen Artikeln mit Herz. Auch online will sich die Stadt positionieren – neben der städtischen Internetpräsenz, auf deren Startseite immer wieder neue Motive eingespielt werden, geht das Herz für Meinerzhagen digital um die Welt: Facebook und Instagram machen`s möglich.