

Sieger des Fotowettbewerbs stehen fest – „Meinerzhagen Special“-Überraschungspaket geht an drei glückliche Gewinner

Auf dem Sprung, bei der Arbeit und beim Sport: Sie sind mit ganzem Herzen Meinerzhagener

Sie ist bunt, sie ist fröhlich, sie macht Laune und Lust auf mehr: Die Imagekampagne der Stadt Meinerzhagen, die in den vergangenen Monaten auf Plakatwänden in der Stadt und mit verschiedenen Aktionen präsent war, zeigt und weckt echte Gefühle. Dass ihr Motto „Mein Herz für Meinerzhagen“ voll ins Schwarze traf, zeigte sich in den vergangenen Wochen eindrucksvoll: Denn die Meinerzhagener waren per Gewinnspiel aufgerufen, ihr ganz persönliches Herz für Meinerzhagen fotografisch in Szene zu setzen – tolle, ungewöhnliche und ganz unterschiedliche Motive waren das Resultat. Angesichts der vielen herzlichen Motive fiel der Jury die Entscheidung schwer – so schwer, dass sie gleich drei erste Plätze vergab. Heute erhielten die glücklichen Gewinner jeweils ihren ersten Preis in Form eines „Meinerzhagen Special“-Pakets.



Die drei Gewinner Mareike Seuthe, Marius Kappes und Thorben Radtke mit Katharina Suerbier und Jan Nesselrath

„Meinerzhagen ist für viele etwas ganz Besonderes – ein echtes Zuhause halt. Das erkennt man auf allen Fotos auf den ersten Blick“, bringt es Bürgermeister Jan Nesselrath auf den Punkt. „Wir haben uns über jedes einzelne dieser facettenreichen und fantasievollen Motive sehr gefreut.“ Ein herzlicher Restaurantbesuch, Ausflugs- und Gruppenbilder, das Schützenfest als Herzstück und großer Höhepunkt des Meinerzhagener Sommers: Mit Ideen und Kreativität gingen die Meinerzhagener ans Werk, um, passend zur Imagekampagne mit ihren Motiven, auch ihr Herz für ihre Stadt zu zeigen.

Am Ende machten sogar drei Einsendungen das Rennen, die die Jury, bestehend aus Vertretern der Stadt und der kampagnenbegleitenden Werbeagentur P.AD., gleichermaßen begeisterten. Jan Nesselrath: „Wir konnten uns schlichtweg nicht entscheiden, alle drei Motive haben uns auf ganzer Linie überzeugt. Denn sie zeigen jeweils ihre ganz eigene, typische Seite davon, wie sich hier leben lässt.“ Mareike Seuthe beispielsweise zeigt ihr Herz auf filigrane Art und Weise und ganz passend

zu ihrer Arbeit als Goldschmiedin in Form eines Anhängers, in den „Meinerzhagen“ unter ein ausgestanztes Herz eingeprägt ist. Jurymitglied Katharina Suerbier von der Wirtschaftsförderung: „Was uns, neben der Idee selbst, so gut gefiel, war die Kombination mit der Jesus-Christus-Kirche im Hintergrund als typische Ansicht der Stadt. Ein echter Hingucker!“. Auch Marius Kappes vom Skiclub Meinerzhagen nutzt ein charakteristisches Merkmal der Stadt, um seine ganz persönliche Liebeserklärung zu machen: Gemeinsam mit einem Freund blickt er von der Plattform der Skischanze aus auf die Stadt hinab, die Hände zu Herzen geformt. Und, last but not least, haben sich auch Thorben Radtke und seine Kollegen vom Fitnessclub Feelgood etwas Außergewöhnliches einfallen lassen: Sie haben ihr Herz für Meinerzhagen aus Hanteln geformt und verbinden so ihre Liebe zum Sport mit der für die Stadt.

So persönlich die Einsendungen, so persönlich ist auch der Gewinn, der heute im Rathaus an die drei Gewinner übergeben wurden: „Wir wollten uns etwas ganz Besonderes einfallen lassen und verschenken, gemeinsam mit den an der Imagekampagne beteiligten Unternehmen und Einzelhändlern hier aus Meinerzhagen, ein Erlebniswochenende für Freunde und Familie“, so Katharina Suerbier. Jeweils für fünf Personen gelten die Einladungen, beginnend mit einem leckeren Frühstück beim Bäcker mit Herz, der auch das Brot fürs Grillfest beisteuert. Anschließend können sich die Gewinner und ihre Gäste beim Friseur Trisolini mit einem neuen Haarschnitt verwöhnen lassen. Für die Damen gibt es außerdem einen Blumenstrauß aus dem Blumenhaus Krause. Den Tag rundet eine Betriebsbesichtigung beim Traditionsunternehmen Krugmann ab und für den nötigen Sitzkomfort beim anschließenden Grillfest sorgt Betten Lienenkämpfer mit einer bequemen Picknickdecke. Ein umfangreiches Grillpaket verschenkt die Metzgerei Hoffmann, und die Getränke obendrauf kommen von der Werbeagentur P.AD. „So hoffen wir, den Gewinnern eine schöne Zeit hier in Meinerzhagen zu bereiten: mit Herz und Freude am Schenken“, erklärt die Jury übereinstimmend.

Mit dem Wettbewerb geht die Kampagne selbst übrigens nicht zu Ende – denn: „Die Resonanz war von allen Seiten so positiv und hat für solch tollen Gesprächsstoff gesorgt, dass wir unser „Herz für Meinerzhagen“ auch weiterhin offen zeigen wollen“, erklärt Jan Nesselrath. „Wir wollen heute noch nichts verraten, aber ich glaube, man darf gespannt sein auf das, was da kommt, und sich auf neue, tolle Aktionen freuen.“ Wer bis dahin auf dem Laufenden bleiben möchte, dem sei die Facebook-Seite „Mein Herz für Meinerzhagen“ empfohlen. Dort sind nicht nur die Einsendungen für den Wettbewerb zu sehen, sondern es werden auch regelmäßig aktuelle Veranstaltungshinweise und andere interessante Infos aus der Stadt gepostet.