

28.05.2010

LÜBECK. Die Wohlfühlhauptstadt.
Wohlfühlhauptstädter für Wohnungs-Casting gesucht

PresseInformation

Press-Release - Communiqué de Presse
Abdruck honorarfrei - Belegexemplar erbeten
Publication free of charge - File copy requested
Publication gratuite - Sollicitons exemplaire publié

+++ **Lübeck ist Wohlfühlhauptstadt.** Ein wenig frech klingt das schon, aber es stimmt! Davon sind jedenfalls laut Erfolgsmuster der Marke Lübeck die Bürger und Unternehmer der schönen Hansestadt völlig überzeugt. Und was den Lübeckern gefällt, das gefällt auch den Gästen und Wunschlübeckern, die mit dem Gedanken spielen, wegen eines guten Jobs oder aus Liebe in die Hansestadt zu ziehen. Deshalb steht die hohe Wohn- und Lebensqualität der Stadt im Mittelpunkt des ersten Impulsprojektes der Marke Lübeck, das am 28. Mai von der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH (LTM) und der Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH sowie vielen Partnern vorgestellt wurde. Die innovative Kampagne **LÜBECK. Die Wohlfühlhauptstadt**, die offiziell im September 2010 startet, präsentiert Lübeck als riesiges Wohlfühl-Wohn-, Schlaf-, Kinder- oder Arbeitszimmer und setzt die schönsten Seiten von Lübeck mit kreativen Ideen in Szene.

„Kern der Kampagne ist, dass sich die Lübeckerinnen und Lübecker in ihrer Stadt so geborgen und zu Hause fühlen wie in ihren eigenen vier Wänden“, erläutert Andrea Gastager, Geschäftsführerin der LTM, „Das heißt, ganz Lübeck wird als erweiterte Wohnung empfunden.“ Dafür wird über die Stadt ein „Wohnungsgrundriss“ gelegt und die Lübecker, die sich als begeisterte Botschafter für das Projekt engagieren, werden mit ihrer Original-Wohnungseinrichtung an ihren Lieblingsplätzen in der Altstadt oder in Travemünde gezeigt. Für diese außergewöhnliche Wohlfühlkulisse werden ab sofort begeisterte Singles, verliebte Paare, nette Familien und Studenten-WGs gesucht, die in Lübeck wohnen und der „Wohlfühlhauptstadt“ mit ihrer eigenen Wohnungseinrichtung ein persönliches Gesicht geben.

„Wir werben bei dieser Stadtmarketingkampagne mit den Stärken Lübecks, damit noch mehr Unternehmen und qualifizierte Führungskräfte sich für Lübeck und Travemünde als Wohn- und Wirtschaftsstandort entscheiden“, erklärt Sven Schindler, Wirtschafts- und Sozialsenator der Hansestadt Lübeck. Auch Dirk Gerdes, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH, ist fest von der Bedeutung der Lebensqualität für die Wahl des Wohn- und Wirtschaftsstandorts überzeugt: „Lebensqualität ist die heimliche Währung im Standort-Wettbewerb. Das hat auch das Erfolgsmuster der Marke Lübeck bestätigt.“

Wer sich als glücklicher Lübecker fühlt und die Kampagne gerne als „Wohlfühlhauptstädter“ unterstützen möchte, kann sich bis zum 25. Juni 2010 mit seiner ganz persönlichen Liebeserklärung, einem Foto und gerne auch mit einem Video der eigenen Wohnungseinrichtung bei der LTM bewerben. Die Teilnahmebedingungen und das Bewerbungsformular stehen zum Download unter www.wohlfuehlhauptstadt.de bereit oder können bei folgender Adresse bestellt werden: Lübeck und Travemünde Marketing GmbH, Stichwort „Wohlfühlhauptstädter“, Holstentorplatz 1, 23552 Lübeck. Das Ein- und Ausräumen der Wohnung sowie das Aufstellen der Einrichtung

am ausgewählten Lieblingsplatz werden in einem Fotoshooting und per Video dokumentiert. Alle Umzüge werden professionell von der Akelbein Möbelspedition begleitet. Insgesamt werden bis zu zehn unterschiedliche Motive und authentische „Wohnräume“ entstehen. Als Dankeschön erhalten alle Botschafter das „Wohlfühlhauptstädter“-Paket.

Die Kampagne beruht auf den Erkenntnissen aus den Befragungen für das Stadtmarketing-Zielsystem (Brandmeyer 2009) und ist nach dem strategischen Part nun das erste Impulsprojekt, das die Marke Lübeck erlebbar machen wird. „Das Erfolgsmuster der Marke Lübeck hat gezeigt, dass die Wohn- und Lebensqualität in Lübeck hohe Zustimmungswerte genießt und einen wesentlichen Treiber für die Zielgruppen Unternehmer und Bürger darstellt,“ so Gabriele Schopenhauer, Lübecks Stadtpräsidentin und LTM-Aufsichtsratsvorsitzende, „Und wer könnte für die Stadt besser werben als die Lübecker selbst.“ Im Sinne eines zukunftsorientierten Standortmarketings wird dieses große Potenzial nun erstmalig gezielt genutzt und als zentrale Stärke Lübecks gemeinschaftlich kommuniziert.

Herzstück der Kampagne ist ab September 2010 die Internetseite www.wohlfühlhauptstadt.de, die Neubürgern wichtige Informationen rund um Lübeck bietet und von Lübecker Unternehmen in ihre Werbung um qualifizierte Fach- und Führungskräfte integriert werden kann. Die Patenschaft für das Projekt haben die Akelbein Möbelspedition GmbH & Co. KG, die Bockholdt-Gebäudedienste KG, die Kaufmannschaft zu Lübeck, die Sparkasse zu Lübeck und das Wissenschaftsmanagement der Hansestadt Lübeck übernommen. Als Partner unterstützen die Grundstücks-Gesellschaft "Trave" mbH, die H. & J. Brüggen KG, die IHK zu Lübeck, die Kulturstiftung/DIE LÜBECKER MUSEEN und die Stadtwerke Lübeck GmbH die Kampagne, Sachsponsorleistung leistet die Lübecker Musik- und Kongresshallen GmbH. +++