



Sie stehen voll hinter dem roten „P“: Bürgermeisterin Urte Steinberg (von links), City-Manager Dirk Matthiessen, PR-Agenturchef Alexander Doderer und seine Tochter Carolin Doderer, die sich vor allem um Standortmarketing kümmert.

DAEBELER

Die Marke Pinneberg wird sichtbar

Rathaus kann auch anders: Stadtverwaltung versieht Briefbögen, Türschilder und Visitenkarten mit neuem Logo

PINNEBERG Ein knallrotes „P“. Darunter ein Schriftzug: „Persönlich. Ehrlich. Anders.“ So präsentiert sich die Stadt Pinneberg seit acht Monaten. Grund: Ein Imagewandel soll her. 60 000 Euro investierte das City-Management in eine PR-Kampagne der Agentur „Gruppe drei“. Ab sofort wird das entwickelte Markenbild vermehrt sichtbar. Auf Briefbögen der Stadt. An Türschildern im Rathaus. Auf Visitenkarten und Kugelschreibern. „Wir stellen mit dem heutigen Tag um“, sagt Bürgermeisterin Urte Steinberg gestern.

Ein neues Image für die Stadt? Finanziell kann das klamme Pinneberg diesbe-

züglich keine großen Sprünge machen. Großflächige Plakate sucht man im Stadtbild vergebens. „Wir setzen auf Marketing von Innen nach Außen“, sagt Marc Trampe. Er leitet das Büro der Bürgermeisterin, kümmert sich um Öffentlichkeitsarbeit – und tauschte in den vergangenen Tagen eigenhändig das eine oder andere Schild aus. „Ein motivierter Praktikant hat mir geholfen“, sagt Trampe.

City-Manager Dirk Matthiessen freut dieses Engagement: „Nicht selbstverständlich, dass sich die Stadtverwaltung so einbringt.“ Er hoffe jetzt, dass auch aus Reihen der Privatwirtschaft mehr Einsatz kommt. „Das

ist ausbaufähig“, so Matthiessen. Acht Institutionen wie die Musik- oder die Volkshochschule seien aufgerufen, das Markenbild der Stadt in ihren Auftritt zu integrieren, so Steinberg.

Im Frühjahr war die PR-Kampagne mit Anzeigen gestartet. Die Bürgermeisterin posierte mit Punkfrisur. Ein stadtbekannter Taxifahrer präsentierte seine Elvistolle. Motive, die zuweilen auch Unverständnis erzeugten. Der Slogan „Wir können auch anders“ wurde gar von manchem als Bedrohung empfunden.

Agenturchef Alexander Doderer kann mit der Kritik leben: „Diese Auftaktprovo-

kation war gut und wichtig“, sagt der Chef der „Gruppe drei“. Nur so sei Bewegung zu erzeugen. Von heute auf morgen werde sich das Image der Stadt, deren Bürger keine hohe Meinung von ihrer Stadt hätten, nicht wandeln. „Unsere Strategie ist auf 15 bis 20 Jahre angelegt“, sagt Doderer. „Über Pinneberg lächeln war gestern“, gibt

Steinberg den Kurs für die kommenden Jahre vor. Wie viel Geld das Stadtmarketing 2015 in den Fortgang der Kampagne stecken wird, ist noch unklar. Matthiessen kann bisher nicht in die Etatplanung einsteigen, da die Politik noch nicht über Förderverträge entschieden hat.

Andreas Daebeler

> www.pinneberg.de

MARKETING DIE „GRUPPE DREI“

„Gruppe drei“ ist eine international ausgerichtete Agentur für strategische Kommunikation mit Sitz im Schwarzwald und am Bodensee. Das Leistungsportfolio der von Professor Alexander Doderer geführten Agentur umfasst strategische Planung, klassische Werbung, Beratung, Kreation und PR. Zu ihren Kunden zählen internationale Unternehmen und Kommunen wie die Stadt Mahlbach, der Landkreis Calw und die Gemeinde Baiersbrunn. Das Unternehmen beschäftigt 25 festangestellte Mitarbeiter.