

Pinnebergs Politiker begrüßen PR-Konzept

„Wir können auch anders“: Viel Lob für Image-Kampagne und Slogan

PINNEBERG Bürgermeisterin Urte Steinberg posiert in Punker-Kluft. Ein Taxi fahrender Elvis bläst in eine Flöte. Motive einer PR-Kampagne, mit der Pinneberg seinen Ruf aufpolieren will (diese Zeitung berichteten). Das lässt die Stadt sich etwa 40 000 Euro kosten. Gut investiertes Geld? Die meisten Pinneberger Politiker sind jedenfalls begeistert.

Als „sehr kreativ und wunderbar“ bezeichnet SPD-Fraktionschefin Angela Traboltd die Konzeption der Agentur „Gruppe drei“. Die Werbe-Strategen vom Bodensee setzen auf den Slogan „Wir können auch anders“, wollen mit provozierenden Fotos Aufmerksamkeit erregen. Ihre Attribute für die Marke Pinneberg: Persönlich. Ehrlich. Anders. „Ja, so sind wir hier“, sagt Traboltd, die sich mitgenommen fühlt. „Ich habe am Wochenende viel positive Resonanz von Nachbarn und Freunden erfahren.“

Auch Andreas Meyer, Fraktionsvorsitzender der Christdemokraten, kann mit dem Kampagnen-Konzept der „Gruppe drei“ etwas anfangen. „Die Fotos sind witzig gemacht, das macht aufmerksam.“ Und eben darum gehe es bei Werbung, auch

der Werbung für eine Stadt. „Pinneberg steht in dem Ruf, eine Schlafstadt zu sein“, so Meyer. „Aber wir können eben auch anders.“ Mögliche Kritik am Konzept sei „auch eine Form von Aufmerksamkeit“ und insofern nicht unbedingt negativ.

Geradezu begeistert äußert sich Joachim Dreher von den Grünen. Vor allem die Bürgermeisterin hat mit ihrem PR-Auftritt mit bunten Haaren bei ihm gepunktet. „Ich finde das sehr mutig von Frau Steinberg.“ Das Agentur-Konzept empfinde er als sehr persönlich und witzig. Es sei der richtige Schritt, „auch mal zum Schmunzeln anzuregen“. Klar sei aber auch, dass ein Image nicht allein mittels Anzeigen zu verändern sei. „Jetzt geht es darum, das Handeln zu verändern.“

FDP-Fraktionschef Werner Mende kannte die Pinneberger PR-Kampagne schon etwas früher als andere. Er ist Mitglied im Stadtmarketing-



Andreas Meyer (CDU): „Witzig gemacht.“

verein, der den Imagewandel vorantreibt. Und war deshalb bei einer Vorab-Präsentation dabei. „Unheimlich gut“, sei das Konzept. „Das sind keine Allerweltsplakate, wie sie in anderen Städten hängen“, so der Liberale. „Starke Leistung von unserer Bürgermeisterin, sich so humorig zu zeigen, die Fotos passen zum Slogan.“ Uwe Lange von den Bürgernahen will nicht ganz in diese Hymnen einstimmen. Er bezeichnet das, was er bisher sah als „gewöhnungsbedürftig“.



Von der Bürgermeisterin zum Punk: So posierte Urte Steinberg für die Anzeigen-Kampagne. PT (6)



Uwe Lange (Bürgernahen): „Das ist gewöhnungsbedürftig.“



Werner Mende (FDP): „Starke Leistung.“



SPD-Fraktionsvorsitzende Angela Traboltd: „Wunderbar.“



Joachim Dreher (Grüne): „Das ist mutig.“



Slogan, Logo, Markenbild – Pinneberg feilt an seinem Image. Ihre Meinung ist gefragt – Leserbriefe gern an: Redaktion, Damm 9-19, 25421 Pinneberg; redaktion@a-beig.de