

PresseInformation

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

27.04.2021

IMMER NOCH DIESELBEN?



LÜBECK STARTET STADTMARKETING-KAMPAGNE ZUM RESTART UND ZUR STÄRKUNG DES LOKALEN HANDELS

+++ Lübeck. IMMER NOCH DIESELBEN! Nach monatelangem Lockdown des öffentlichen Lebens startet Lübeck mit der Stadtmarketing-Kampagne IMMER NOCH DIESELBEN behutsam in die lang ersehnte Öffnungsphase, die für die nächsten Wochen und Monate erwartet wird. Die Kampagne begleitet die ersten Schritte zur Belebung der Stadt und zur Stärkung des lokalen Handels, der Kultur und Gastronomie vor Ort. Sie vermittelt den Bürger:innen Zuversicht und Vorfreude, bald wieder auf vertrauten Pfaden wandeln zu können, und ist ein klares Signal der Geschäfte vom Blumenladen bis zur Modeboutique, der Cafés, Restaurants, Museen und Theater. Wir sind noch da und wir freuen uns auf Euch! Die Kampagne ist eine Initiative der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH (LTM) in Kooperation mit dem Lübeck Management e.V. und der Wirtschaftsförderung Lübeck und in enger Abstimmung mit den zuständigen städtischen Bereichen. Die Kampagne baut inhaltlich auf der etablierten Komplimentewerkstatt auf, die bereits seit dem vergangenen Jahr für Wertschätzung und glückliche Gesichter in der Stadt sorgt. IMMER NOCH DIESELBEN findet daher ihre digitale Heimat auf www.komplimentewerkstatt.de.

„Wir bereiten uns auf den Restart des öffentlichen Lebens in Lübeck vor,“ erklärt Lübecks Bürgermeister Jan Lindenau. „Zur Einstimmung auf das Öffnungsszenario im Herzen der Stadt begrüße ich die Kampagne IMMER NOCH DIESELBEN sehr. Sie weckt bei den Bürger:innen und Gästen die Lust, lieb gewonnene Gewohnheiten und Lieblingsplätze und -geschäfte in der Stadt für sich zurückzuerobern und langsam zu alter Unbeschwertheit zurückzufinden, um erleichtert festzustellen: Wir sind alle immer noch dieselben! Auch wenn in den letzten Monaten viel passiert ist und die Pandemie überall ihre Spuren hinterlassen hat.“

Klaus Puschadel, Lübecks Stadtpräsident und Aufsichtsratsvorsitzender der LTM, sagt dazu: „Die Krise hat uns alle betroffen, aber im Grunde sind wir alle immer noch dieselben geblieben – privat und beruflich. Wir sollten den Neubeginn wenn möglich auch als Chance begreifen und ich wünsche allen die Kraft und den Mut, nach dem monatelangen Lockdown wieder aufzustehen, weiterzumachen, auf andere Menschen zuzugehen und sich vielleicht auch ein Stück weit neu zu erfinden.“

Die neue Stadtmarketing-Kampagne wird nach und nach Fahrt aufnehmen und darauf hinweisen, dass sich ein Besuch der Innenstadt lohnt. So gibt es insgesamt drei Intervalle für eine Stadtplakatierung mit City Light Postern, die ein Frage- und Antwortspiel beinhaltet: Immer noch dieselben? Immer noch dieselben! Eine Postkartenaktion mit verschiedenen Kampagnen-Motiven ist in Vorbereitung. Ein „Kulturgrüner Komplimentegarten“ wird vom 4. bis 13. Juni auf dem Koberg zum Verweilen einladen und den Wunsch nach einem lebendigen Stadtgefühl und verbesserter Aufenthaltsqualität in der Innenstadt widerspiegeln. Weitere Aktionen sind geplant.

„Die Botschaft der Kampagne ist: Wir machen alles schön, wir freuen uns auf unsere Gäste und wir gehen wertschätzend miteinander um“, erläutert LTM-Geschäftsführer Christian Martin Lukas. „Ich hoffe, dass viele Menschen die Gelegenheit nutzen werden, die Innenstadt und ihre vielfältigen Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten unbeschwert zu genießen, sobald dies wieder möglich ist.“

IMMER NOCH DIESELBEN wird von der LTM und ihren Kooperationspartner:innen über Social Media-Kanäle auf Facebook und Instagram begleitet und auch der neue LTM-Blog „Lübeck Zwischenzeilen“ und der Podcast „Zwischentöne“ werden das Thema aufgreifen. Kurzvideos visualisieren die teilnehmenden Branchen und Akteure in Bewegtbildaufnahmen. Komplimente, Infos und Filme gibt es unter komplimentewerkstatt.de. +++