

Himmelstadt will künftig Weihnachtserlebnisse bieten

Gemeinderat entscheidet sich für bessere Vermarktung

HIMMELSTADT (KA) Das Weihnachtspostamt und den Weihnachtsmarkt will Himmelstadt künftig nutzen, um geschickt für den Ort zu werben. Der Gemeinderat entschied sich für ein Logo, das den Slogan „Weihnachtserlebnis Himmelstadt – fränkisch, fröhlich, festlich“ mit einem (himmelschen) Engel kombiniert.

Entworfen hat das Logo Reinhard Steinmetz von der R+S Werbeagentur in Karlstadt, die einige Erfahrung im Stadtmarketing hat. Der Werbefachmann wohnt in Himmelstadt und will der Gemeinde aus Lokalpatriotismus ehrenamtlich unter die Arme greifen.

„Mit dem Weihnachtspostamt hat Himmelstadt etwas Einmaliges“, machte Reinhard Steinmetz den Gemeinderäten klar. Damit könnte es nach außen bekannt werden, wovon auch die Gastronomie profitieren könne, ohne viel für Werbung zahlen zu müssen. Als Beispiel nannte Steinmetz, dass von der Eröffnung des Weihnachtspostamtes 2000 der Rundfunksender Antenne Bayern live berichtete. Als Werbespot hätte diese Sendezeit mindestens 100 000 Mark gekostet.

Doch könne es auch Nebenwirkungen geben, warnte Steinmetz. Denn im vergangenen Jahr habe der Ablauf der Eröffnung nicht mehr so richtig in den dörflichen Rahmen Himmelstadts gepasst. Sein Rat: Himmelstadt muss das Hausrecht behalten, die Veranstaltungen in der Vorweihnachtszeit planen und gestalten. Die Veranstaltung sollte entfaltet und auf eine breitere Basis gestellt werden.

Seiner Meinung nach dürfte es nicht schwierig sein, die Medien neugierig zu machen und nach Himmelstadt zu locken. Er riet dazu, sie dann auch „an die Hand zu nehmen“, beispielsweise mit Tipps, was in Himmelstadt außer dem Weihnachtsmarkt und Weihnachtspostamt noch berichtenswert ist.

Grundsätzlich dürfe Werbung nicht zu viel versprechen, die aufgebauete Erwartungshaltung dürfe nicht enttäuscht werden, warnte Steinmetz. Außerdem macht er deutlich: „Wir planen und gestalten künftig nicht mehr die Eröffnung des Weihnachtspostamtes, sondern die gesamte Vorweihnachtszeit.“

Advent voller Aktionen

Das macht auch ein vorläufiger Zeitplan deutlich, den Bürgermeister Günter Hofmann verteilte. Darin ist die Eröffnung des Weihnachtspostamtes am 1. Dezember nur eine Veranstaltung unter vielen. So wird am 2. Dezember das Musikkorps der Bereitschaftspolizei auftreten, und beim Weihnachtsmarkt an den Wochenenden gibt es weitere Veranstaltungen, oft auch mit Himmelstädter Gruppen. Als Besonderheit sollen Kinder bei den Weihnachtsmärkten ihre Briefe bei den „Helfern des Christkinds“ abgeben können.

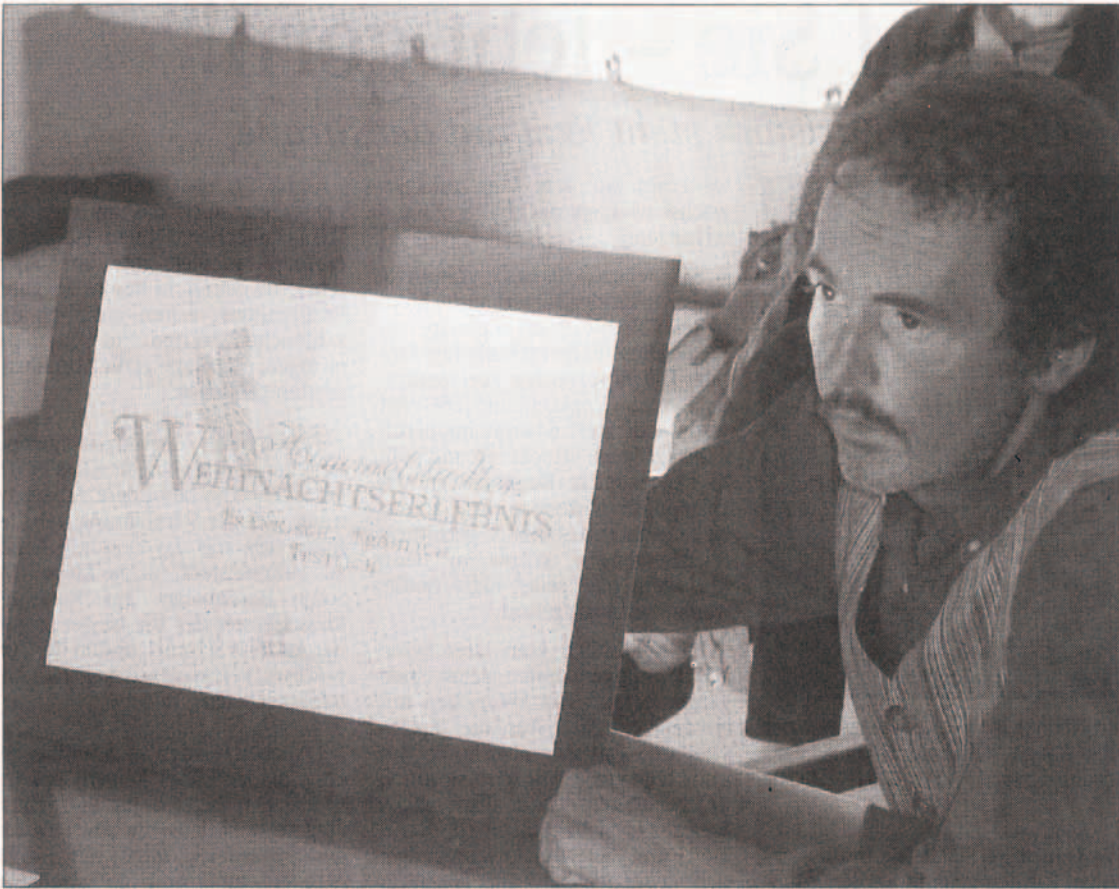
Zur Entflechtung sagte Hofmann, es werde über eine Bewirtung nach der offiziellen Eröffnung in der umgestalteten Klosterscheune nachgedacht. Dorthin sollten nach Möglichkeit die prominenten Politiker gelockt werden, die bisher nach der Eröffnung entwichen.

Diskutiert wurde in der Gemeinderatssitzung vor allem das neue Logo. Der Slogan „fränkisch, fröhlich, festlich“ war anfangs einigen Räten schon fast zu kantig. Andererseits liegt sein Reiz eben gerade darin. Das Logo soll auffallen, neugierig machen und notfalls auch ohne Deutschkenntnisse verstanden werden. Letztlich stimmte der Rat dem Slogan und dem künftigen Logo einstimmig zu und beschloss sogar, ein paar 1000 Briefbögen für Einladungen und Pressemappen drucken zu lassen.

Einig waren sich der Räte aber, dass das Logo für die Kinderbriefe, die das Weihnachtspostamt verschickt, zu gediegen sei. Zudem gibt es noch einige Tausend Umschläge mit alten Weihnachtspostamtsmotiven, die aufgebraucht werden sollen.

Bei all der Planung solle man sich versichern, dass die Post AG am Weihnachtspostamt festhalten will, machte Gemeinderat Wolfgang Jeßberger deutlich. Gemeinderätin Rosemarie Schotte verdeutlichte, dass das Unternehmen schon bisher als Sponsor auftritt: Jedes Kind, das an das Christkind im Weihnachtspostamt schreibt, bekomme eine Antwort. Doch bei weitem nicht allen Kinderbriefen liege Rückporto bei. Dieses übernehme dann die Post. Da gehe es um einen Betrag im Bereich von einigen 10 000 Mark.

„Sponsoren sind so selbstlos nicht“, erklärte daraufhin Werbefachmann Reinhard Steinmetz. Die gelbe Postkutsche tauche regelmäßig in der TV-Berichterstattung über das Weihnachtspostamt auf – kostenlos für die Post.



„Weihnachtserlebnis Himmelstadt“ ist das Logo überschrieben, mit dem Himmelstadt künftig für seinen Weihnachtsmarkt und sein Weihnachtspostamt werben will. Es wurde vom Himmelstadter Werbefachmann Reinhard Steinmetz entworfen und der Gemeinde kostenlos überlassen.

FOTO JÜRGEN KAMM