

Neues Werbekonzept für Landkreis

Logo und Motto „Main-Spessart buntERleben“ im Kreistag vorgestellt

MAIN-SPESSART (ka) Traditionell, aber nicht verstaubt, und vor allem sehr vielseitig – so sahen bei einer nicht-repräsentativen Umfrage im Oktober 120 Bürger „ihren“ Landkreis Main-Spessart. Darauf baut das neue Marketing-Konzept mit dem Motto „Main-Spessart buntERleben“ und einem Logo auf. Es wurde im Kreisausschuss präsentiert.

Ausgedacht hat sich das Wortspiel die R+S Werbeagentur aus Karlstadt. Sie machte unter vier Bewerbern für ein professionelles Image-Marketing des Landkreises das Rennen. Landrat Thomas Schiebel will weg vom Kirchturmdenken in den vor 35 Jahren aufgelösten Altlandkreisen und den Landkreis Main-Spessart in das Bewusstsein der Bürger bringen.

Je nach Leseart zerfällt das Motto in „bunter leben“ oder „Bunt erleben“. Dazu passt das neue Logo, das in bunten Quadraten das „Mainzer Rad“ (lilafarben), den Main (blau), Weintrauben (olivgrün), ein Eichenblatt (grün) und den fränkischen Rechen (blau) zeigt – Elemente, die auch im Landkreiswappen zu sehen sind. Angeordnet sind die Quadrate im Logo ähnlich der Form des Kreises auf der Landkarte. Neben dem Logo gibt es auch große Plakate mit bunten quadratischen Fotos, die zur gleichen Form angeordnet sind.

In dem scheinbar so einfachen Konzept steckt viel Arbeit und Leidenschaft. „Ich lebe seit über 20 Jahren im Landkreis Main-Spessart, es ist ein große Ehre für mich, für ihn tätig sein zu dürfen“, schickte Reinhard Steinmetz, Leiter der R+S Agentur voraus. „Es war eine große He-

erausforderung, die uns viel Freude machte.“

Interessante Umfrage

120 Bewohner des Landkreises fragte die Agentur bei Interviews im Oktober 2008, wie sie ihn wahrnehmen. Ausnahmslos waren alle Stimmen positiv. Das sei nicht repräsentativ, lasse aber zumindest Stimmungen erkennen, erklärte Steinmetz.

98 der 113 befragten Einheimischen fühlten sich ihrer Heimat verbunden. 70 Prozent der Befragten dachten zuerst an die reizvolle Landschaft mit Main, Wäldern und Wein, gefolgt von Geschichte und Sehenswürdigkeiten (zwölf Prozent) sowie Kultur und Gastronomie. In Franken wird viel gefeiert; am beliebtesten waren die Weinfeste, gefolgt von der Lohrer Spessart-Festwoche und den Volksfesten in Gemünden, Karlstadt und Marktheidenfeld.

„Traditionell“ schätzen zwei Drittel der Befragten den Landkreis ein, gefolgt von innovativ und modern (16 Prozent). Nicht nur für Kreisräte interessant ist, welche Schulnoten der Kreis in fünf verschiedenen Fächern bekam: 2,5 für Bürgerfreundlichkeit/-nähe; 2,7 für Arbeitsplätze, Wirtschaft und Industrie; 2,8 für Kultur- und Freizeitmöglichkeiten; 2,7 für Bildungs- und Betreuungsangebote und nur 3,5 für die Angebote des öffentlichen Personennahverkehrs.

Bei der Umfrage konnten die Bürger auch Anregungen geben. Bei der Mobilität wurden vor allem mehr Verkehrsverbindungen und besserer ÖPNV gewünscht, bei Freizeit mehr Kulturangebote und Schwimmbäder aber auch Tanzen, beim „Stadtmarketing“ bessere Einkaufsmöglichkei-

ten und Gastronomie sowie barrierefreie Innenstädte. Die Jugendlichen hätten gerne generell mehr Angebote sowie mehr Discos, Clubs und Pubs. Junge Familien wünschen sich bessere Kinderbetreuung, Betreuung verbessern und mehr Angebote für sie steht auch bei den Senioren hoch im Kurs. Mehr Arbeitsplätze wollten nur acht Prozent der Befragten.

„Wir müssen den Stolz der Menschen transportieren“, erklärte Reinhard Steinmetz zum Konzept. Leben in Main-Spessart sei facettenreich, modern und lebendig, traditionell aber keinesfalls verstaubt – mit einem Wort: vielfältig.

Die Kreisräte fanden das Konzept gut. Es sei Zeit, sich von der „viereinhalb-Säulen-Theorie“ zu verabschieden, fand Kreisrat Heinz Mehrlich. Wer den Landkreis kenne, wisse, dass es mit der Zentralität nicht so gut be-

stellt sei und das mit dem Zusammenwachsen nicht so richtig funktioniert habe. Im Marketing-Konzept vermisse er die Herausstellung eines unverwechselbaren Alleinstellungsmerkmals. „Wir wollten die Vielfalt herausstellen, im Logo soll sich jeder wiederfinden“, erklärte daraufhin nochmal Landrat Thomas Schiebel.

„Ein Zentrum funktioniert hier nicht“, sagte Kreisrat Gerhard Kraft. Die Schulnote 3,5 mache Defizite beim ÖPNV deutlich. Das Konzept soll nach und nach umgesetzt werden. Einen Briefkopf des Landratsamtes mit dem neuen Logo gibt es schon.

Seit Donnerstag präsentiert sich die Website www.main-spessart.de im neuen Gewand. Dort sind auch die Ergebnisse der Umfrage zu finden.



Stolz auf den vielseitigen Landkreis: Im Kreisausschuss präsentierten Landrat Thomas Schiebel (links) und Reinhard Steinmetz von der R+S-Werbeagentur aus Karlstadt das neue Landkreismarketing mit Logo und dem Motto "buntERleben."
FOTO LANDRATSAMT