Mannheimer Morgen
17. September 2013 | Journalist: Peter Ragge

Stadtmarketing: Positive Zwischenbilanz der neuen Kommunikationskampagne „Das gibt Dir Mannheim"

Weitere Partner gewonnen

Von unserem Redaktionsmitglied
Peter W. Ragge

Mit der Mannheimer Niederlassung der PricewaterhouseCoopers AG (PwC) Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sowie den Filmtheaterbetrieben Spickert hat das Stadtmarketing zwei neue Partner gewonnen. „Es ist in den vergangenen Jahren gelungen, die Basis wirklich deutlich zu verbreitern", lobte Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz die derzeit von 21 Gesellschaftern und 23 Sponsoren getragene Initiative.

Das Stadtmarketing war 2001 gegründet worden – als damals bundesweit einmalige Initiative, liegen doch 51 Prozent der Gesellschaftsanteile bei der Wirtschaft, nur 49 Prozent bei der Stadt. Kurz ist stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender. Er sprach jetzt beim Sommerfest, das alljährlich dem Jahresrückblick dient, von einem „bemerkenswerten Kooperationsprojekt" und einer „Erfolgsgeschichte".

Wettbewerb der Städte

Heute noch mehr wie vor zehn Jahren stünden die Städte und Standorte in einem Wettbewerb nicht nur um die Ansiedlung von Unternehmen, sondern auch um den Zuzug von Menschen. Er dankte der Wirtschaft dafür, „dass wir uns da gemeinsam engagieren, denn nur wenn wir als Stadt wachsen, werden wir die Herausforderungen der Zukunft bewältigen", so Kurz bei dem Sommerfest auf dem Gelände der früheren „Schildkröt"-Fabrik vor dem Restaurant „Amador".

„Wir kommen darin voran, die Basis zu verbreitern", sagte Thomas Töpfer, Vorstand von Bilfinger und Aufsichtsratsvorsitzender des Stadtmarketings. Es sei auch im Interesse der Wirtschaft „Mannheim für neue Bürger attraktiv zu machen". Darauf ziele besonders die im vergangenen Jahr gestartete neue Kommunikations-Kampagne ab, die unter dem Titel „Das gibt Dir Mannheim" das Profil der Quadratestadt mit den sogenannten „Markenbausteinen" Lebensfreude, Wirtschaftskraft und Inspiration stärken will. „Das ist eine Kampagne, die sehr erfolgreich läuft und die wir weiter mit Elan vorantreiben", sagte Töpfer.

Georg Sahnen, der Geschäftsführer vom Stadtmarketing, wies noch auf das Kinderfest beim Stadtfest sowie die Begrüßungsbox für Erstsemester hin – zwei Stadtmarketingprojekte, die nun schon zehn Jahre alt sind und sehr gut ankommen.