

erstellt am: 09.07.2009

URL: www.rp-online.de/public/article/wesel/729901/Zeit-ist-reif-Werben-mit-Duden.html

Wesel**Zeit ist reif: Werben mit Duden**

VON JULIA NAKÖTTER - zuletzt aktualisiert: 09.07.2009

Wesel (RP) Bislang gibt es kein Marketingkonzept, um bekannte Personen – wie Konrad Duden – als Markenzeichen zu präsentieren. Dies will die Salzburger Firma Innovationswerkstatt ändern und verhandelt mit der Stadt über Ideen.

Der erste Schritt zur Vermarktung des Rechtschreib-Papstes ist getan: in Konrad Dudens Geburtshaus in Lackhausen. Das Hotel Haus Duden nutzt den bekannten Sohn der Stadt, um als Lesehotel neue Gäste zu gewinnen.

Das Konzept wurde von der Salzburger Firma Innovationswerkstatt und ihrem Kopf Stefan Mettler entwickelt (siehe Bericht unten).

Dieser will auch außerhalb des gastlichen Hauses Lösungen und Marketingstrategien im Bereich Tourismus anbieten. Erste Gespräche mit Citymanager Thomas Brocker und Beigeordnetem Wolfgang Jung hat es bereits gegeben. Mettlers Anspruch: "Ich möchte Themenräume für Wesel schaffen. Es muss Gründe dafür geben, dass Auswärtige in die Stadt strömen."

Krimi und Schulvergangenheit

Etwas, das "ausstrahlt" und mit dem in der Stadt "Geld verdient" werden kann, formuliert der Salzburger die Ziele. Mettler ist überzeugt, dass vor allem Duden die Menschen anzieht. "Sein Bekanntheitsgrad ist groß", sagt der selbst ernannte Tourismusinnovator.

"Er müsste nur entrümpelt, spannender gemacht werden." Derzeit macht sich allein das Hotel Duden um ihn verdient. Eine Büste, die an Duden erinnert, gibt es – noch – nicht (siehe Info). Mettler hat weitgehendere Ideen: "Interessant ist die Geschichte hinter dem Menschen. Was hat Duden als Kind oder Schüler gemacht?" Auch einen Duden-Krimi kann er sich vorstellen. "Die Zusammenarbeit mit dem Duden-Verlag liegt auf der Hand."

Fasziniert ist der Firmenchef zudem von der Idee, dass Karl der Große seine Spuren im Raum Wesel hinterlassen haben soll.

"Wenn dies stimmt, kann ich mir sogar archäologische Ausgrabungen vorstellen, die zahlreiche Touristen an- und in ihren Bann ziehen werden."

Umfrage zum Esel

Beigeordneter Wolfgang Jung sieht die Ideen der Innovationswerkstatt zunächst als Bereicherung der städtischen Bemühungen, berühmte Weseler für die Hansestadt werben zu lassen. "Wir sind an jedem Partner interessiert, der den Tourismus beflügeln will." Die Frage sei nur, wie weit solch eine Zusammenarbeit gehen kann.

"Wir werden uns erneut treffen und über gemeinsame Ziele sprechen." Erster Schritt ist eine Umfrage per E-Mail. 500 Mal soll der Weseler Esel als Marketingtier auf Herz und Nieren geprüft werden. Die Frage: Was fällt Ihnen als erstes in Bezug auf die Stadt Wesel ein?

"Sollte der Esel häufig genannt werden, ist das eine Bestätigung für unsere Arbeit", erklärt Jung. Der Esel gehöre zu Wesel und sei ein spielerisches Marketinginstrument, das von Jung und Alt angenommen werde.

Laut Mettler reicht die Esel-Werbung allein nicht aus, um Gäste in die Stadt zu locken: "Der Echo-Spruch ist lustig, aber deswegen allein kommt keiner nach Wesel."

SERIE

© RP ONLINE GmbH 1995 - 2009

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der RP ONLINE GmbH

Artikel, Bilder, Services, Adressen

► SUCHEN

powered by Google™

Nachrichten aus **Wesel**, Hamminkeln, Schermbeck

Artikel drucken