



Verband Berlin-Brandenburgischer
Wohnungsunternehmen e.V.

BRANDENBURG: Motive der neuen Landesmarketingkampagne "ES KANN SO EINFACH SEIN" vorgestellt

28.05.2018 Fachinformation

Brandenburg startet erstmals in seiner Geschichte eine Landes-Marketingkampagne. Der Chef der Staatskanzlei, Staatssekretär Thomas Kralinski, stellte am 28. Mai 2018 in Potsdam unter dem Claim „BRANDENBURG. ES KANN SO EINFACH SEIN“ die ersten sechs Plakate vor, die vom 29. Mai 2018 an gehängt werden, ab dem 4. Juni in Berlin. Die Plakate sollen die zentrale Botschaft der Kampagne präsentieren, „in natürlicher Umgebung zu leben und sich gleichzeitig in Beruf oder Lehre verwirklichen zu können, bodenständige Nachbarn zu haben und dennoch nicht auf städtische Anmutung verzichten zu müssen“. Außerdem knüpften sie an die in einer Umfrage zu Tage getretenen zwei zentralen Aspekte an, die die Deutschen mit Brandenburg verbanden: Der Reichtum an Wasser und Wäldern.

Nach Angaben von Kralinski werden die Motive auf über 500 Flächen in allen Regionen Brandenburgs plakatiert. Begonnen mit dem Landessüden, dann werde der Norden erreicht. Kralinski: „Mit dem Start der Kampagne wollen wir die Brandenburger zu Botschaftern der Kampagne machen. Wir konzentrieren uns auf Orte mit hohem Zuzug, auf Einpendler- und Studienorte, auf den Speckgürtel und regionale Wachstumskerne. Wir setzen Akzente im Umfeld touristischer Attraktionen, etwa an der Autobahnabfahrt zu Tropical Islands, an den Bundesstraßen in die Spreewaldstadt Lübben und zur Westernstadt Templin oder am 1. Juni an der Nutheschnellstraße in Potsdam.“ Zum Ende der zweiten Juni-Woche soll die Homepage der Kampagne freigeschaltet werden.

Kralinski machte deutlich, dass die Bundeshauptstadt Berlin in der Kampagne eine zentrale Rolle spielen wird. „Viele Berliner sind in jüngster Zeit zu uns gezogen. Die Hälfte der Hauptstädter könnte sich theoretisch vorstellen, hier her zu ziehen. Wir wollen den Gedanken stärken, dass man auch etwas weiter draußen leben kann.“ Deshalb wird ein Fünftel der Plakatierungskosten für den Kampagnenstart in Berlin ausgegeben. Dort wird ab 4. Juni 2018 an zentralen Orten und an Ausfallstraßen geworben. Danach setzten wir vorwiegend auf ´Guerilla-Aktionen´ und werden damit im Internet, den sozialen Medien und an einzelnen Orten in Deutschland präsent sein. In die Wege geleitet, so der Staatssekretär, ist auch die Überarbeitung der Begrüßungsschilder des Landes an den Bundesautobahnen.

Mit Blick auf die im Vergleich zu anderen derartigen Kampagnen beschränkten finanziellen Mittel von einer Million Euro in diesem Jahr setzt Kralinski auf Partnerschaften. „Projekte mit der Wirtschaftsförderung Brandenburg, der Confiserie Felicitas, dem Ökodorf Brodowin, den Freilichtbühnen in Senftenberg und Schwedt und anderen sind fest vereinbart beziehungsweise schon in der Umsetzung. Diesen Weg der Zusammenarbeit, der Win-Win-Situationen werden wir weitergehen. Er sorgt für Akzeptanz im Land und wir können an die Anstrengungen unserer Partner bei Kunden oder Gästen anknüpfen. BRANDENBURG. ES KANN SO EINFACH SEIN.“

Die Motive sind gesammelt hier zu sehen:

<https://www.brandenburg.de/sixcms/detail.php?gsid=bb1.c.596840.de>

Auftaktmotive: Copyright Staatskanzlei Brandenburg / Daniel Gebhart de Koekkoek

<https://bbu.de/beitraege/brandenburg-motive-der-neuen-landesmarketingkampagne-es-kann-so-einfach-sein-vorgestellt>