

Oh, wie schön ist Schwalmstadt...

Schön, dass sich die Stadt Schwalmstadt entschließt, sich ein neues, junges und innovatives Gesicht zu geben. Schön auch, dass man zeigen will, dass es laut Bürgermeister in der Stadt "viele neue Ideen gibt". Dass man dann aber die ansässigen Werbeschaffenden übergeht und sich die Ideen, die die Stadt repräsentieren sollen, von Außen holt, bedeutet ja beinahe, dass es mit den vielen, neuen Ideen der Stadt nicht so weit her sein kann. Wäre eine Werbekampagne, die nicht nur für die Stadt spricht, sondern auch aus ihr kommt, nicht viel authentischer als ein stadtfremdes Ideenkonstrukt? Wie will denn eine Stadt Potential zeigen, wenn sie nicht einmal in der Lage ist, dieses Potential selbstständig zu kommunizieren?

Schön, wenn man den Blick von Außen nutzen will, "um Besonderheiten zu erkennen und herauszuarbeiten." Wenn der Blick von Außen aber bedeutet, man sucht Fotomodelle, die nach einem Casting die Stadt repräsentieren, dann hatten diese Idee auch schon Andere zuvor und die müssen dafür nicht von Außen kommen. Es mutet schon seltsam an, dass Ideen, die während einer Präsentation von Werbeagentur A vorgestellt und abgelehnt wurden, auf einmal etwas Besonderes sein sollen, nur weil sie urplötzlich von Werbeagentur B stammen. Hat man sich da etwa vom großen Namen blenden lassen und gar nicht auf die Inhalte geachtet? Oder kamen die Inhalte sogar erst später?

Der ein oder andere mag jetzt rufen: "Nur weil Werbeagentur B den Zuschlag erhalten hat, mokiert man sich nun in der Region..." Das würde so nicht stimmen, denn auch in der Region ist man in der Lage, Qualität zu erkennen, wenn sie einem über den Weg läuft, bzw. anzuerkennen, dass Andere besser waren. Man ist aber nicht in der Lage, Ablehnung hinzunehmen, die mit dem Argument verpackt wird, Ideen werden erst dann gut, wenn sie von Außen kommen, auch wenn sie identisch sind.

Sicherlich ist ein fairer Wettbewerb nützlich und wünschenswert, dann sollte er aber auch fair bleiben. Wünschenswert ist auch, dass das angestrebte Konzept greift und die Stadt Schwalmstadt davon profitiert, aber wenn das Konzept die Region und auch die Wirtschaft stärken soll, sollten auch regionale Firmen etwas davon haben. Mit der Vergabe nach außen führen sich Konzept und Kampagne bereits vor dem Start ad absurdum. Zumal das Argument mit dem Blick von Außen spätestens dann nicht mehr funktioniert, wenn dieser Blick nichts anderes bietet als ortsansässige Augen.

Bleibt zu hoffen, dass die Broschüre und Internetseite ebenso schön werden wie die Stadt selbst und dass die resultierende Kampagne viele von Außen anlockt, die sich dann überzeugen können, wie "Hessisch, herzlich" und vor allem "innovativ" die Schwalmstädter doch sind, denn "viele neue Ideen" haben sie ja angeblich.

### **Werbeagentur Kreativservice**

Kasseler Straße 39  
34628 Willingshausen-Loshausen