

# Pfiffiges Standortmarketing

Die Vorzüge des Heimatortes bewusst machen – dieses Ziel verfolgt man in Nabburg mit einer unkonventionellen Imagekampagne.

Von Hubertus Stumpf

**Nabburg.** Mit einer ungewöhnlichen Marketingaktion rückt das Netzwerk Nabburg derzeit die Vorzüge der mittelalterlichen Stadt in den Fokus. Der Zusammenschluss der Nabburger Gewerbetreibenden möchte mit dieser Imagekampagne vor allem den Einheimischen bewusst machen, mit welchen Stärken das mittelalterliche Städtchen ganz groß punkten kann.

Bereits im Juli 2018 startete das Netzwerk Nabburg mit der Verwirklichung seiner pfiffigen Idee: eine Serie von originellen Bildern mit Nabburger Persönlichkeiten und Ansichten, die auf sechs großen Plakatwänden im Stadtgebiet, auf Plakaten und Postkarten sowie im Internet veröffentlicht werden.

Dabei stehen im monatlichen Wechsel die Schwerpunktthemen Handwerk, Kulturangebot, Schulen, Gastronomie, Einzelhandel, medizinische Versorgung, Verkehrsanbindung, Jobs vor Ort, Freizeitangebot und Vereinsleben im Mittelpunkt. Auf all diesen Feldern verfügt Nabburg über Vorzüge, die nach Ansicht der Netzwerker einmal deutlich nach außen kommuniziert werden müssen, weil sie



Elisabeth Troidl zeigt das aktuelle Bild der Nabburger Imagekampagne; im Fenster hinter ihr die Motive der vergangenen Monate. Foto: Hubertus Stumpf

bisweilen zu wenig im öffentlichen Bewusstsein präsent sind. Nach Abschluss der Aktion im Juli soll ein Kalender gedruckt werden, der die Themen und Motive noch einmal zusammenfasst.

Die professionell gestalteten Fotos zeigen Nabburger Bürger, die in Anlehnung an weltbekannte Motive in Form eines sogenannten „lebenden Bildes“ auftreten. Es sind beispielsweise Szenen aus Filmklassikern, berühmten Gemälden oder von Plattencovern, die sich allesamt durch hohen Wiedererkennungswert auszeichnen. Im Internet gibt es zu jedem Bild Erläuterungen.

Das Konzept zu dieser unkonventionellen Form von Eigenwerbung entstand bei einem professionellen Marketing-Coaching. Die Teilnahme an diesem

Kurs im Wert von 15 000 Euro hatten die Nabburger Netzwerker mit Einreichung ihrer Ideen zur Stadtentwicklung bei einem Wettbewerb der Münchner Günther-Rid-Stiftung zur Förderung des bayerischen Einzelhandels gewonnen. Örtliche Unternehmen steuerten 6000 Euro für die Umsetzung der Imagekampagne bei, und auch die Stadt Nabburg investiert insgesamt 18 000 Euro in die Aktion.

Ein Dreivierteljahr nach Beginn der Aktion zieht Elisabeth Troidl, Zweite Vorsitzende des Netzwerks Nabburg und Projektleiterin der Kampagne, eine positive Zwischenbilanz: „Mit zunehmendem Verlauf stellen wir fest, wie die Nabburger immer neugieriger auf den nächsten Beitrag und das nächste Bild werden. Es wird über das Thema geredet, und die Leute lernen da-

bei auch Dinge über die eigene Stadt, die sie bisher noch nicht wussten“, so Troidl. Wer weiß zum Beispiel schon, dass von den 2945 sozialversicherungspflichtigen Jobs in der Stadt rund 2600 von Nabburgern besetzt sind, und das bei einer Einwohnerzahl von rund 6100?

Nicht weniger als 170 Nabburgerinnen und Nabburger aus den unterschiedlichsten Bereichen agierten bei den teilweise umfangreichen Arbeiten zur Erstellung der Fotos als „Models“. „Wir wollten die Leute ganz bewusst mit einbinden, damit wir die Nabburger dazu bringen, die Idee eines Stadtmarketings mitzutragen und Gemeinschaftsgefühl zu entwickeln“, so Troidl.

**Mehr Infos zur Nabburger Imagekampagne auf [www.nabburg-unsere-stadt.de](http://www.nabburg-unsere-stadt.de)**