



Kontakt | Impressum | Über uns | Onlinewerbung | LIPPE-NEWS als Startseite



Das neue E-Klasse Cabrio
Vier Jahreszeiten, vier Personen.



- HOME
- Ortschaften
- Sport
- Kultur
- Wirtschaft
- Aus aller Welt
- Galerien
- Termine
- Polizei news
- Kommentar
- Gästebuch

Freitag, 04.06.2010 10:26

"L" als Fingerzeig Standortkampagne gestartet

Lippe/Detmold. Mit dem "L" als Fingerzeig versammelten sich Landrat Friedel Heuwinkel, Rainer Giesdorf, Vorstand des Marketingvereins der Lippischen Wirtschaft, Jens Bewersdorff, Marketingleiter der Firma Brasseler und Günter Weigel, Vorstand der Lippe Tourismus & Marketing AG (LTM), vor dem ersten Großplakat der langfristig angelegten Standortkampagne "Lippe. Wir sind das L in OWL."



Günter Weigel, Landrat Friedel Heuwinkel, Jens Bewersdorff und Rainer Giesdorf in "L- Pose".

Der Marketingverein der lippischen Wirtschaft legt verstärkt Wert auf die Vermarktung des Standortes Lippe und forciert die Aktivitäten im Standortmarketing. Deshalb erhielt die LTM die Anregung und Unterstützung durch den Marketingverein, eine Kampagne zu entwickeln, die in Lippe aber besonders in OWL Aufmerksamkeit schafft. Aus dem

Kampagnenformat heraus sollten sich Themen ableiten lassen, die auch den Einsatz in anderen Medien als dem Großplakat möglich machen. Grundgedanke dieser Idee ist die Selbstdarstellung des Kreises Lippe in Hinblick auf relevante Punkte aus Wirtschaft, Tourismus und Kommunen.

Die Visualität ist modern und frisch, die Tonality beschreibt selbstbewusst und souverän den Charakter von Lippe. Augenzwinkernd und selbstironisch zeigt der Lipper seinen Sinn für Humor, was ihm sicherlich nicht nur innerhalb Ostwestfalens Pluspunkte sichert. Entwaffnend charmant wird hier mit allen Klischees vom typischen Lipper aufgeräumt. Dazu sorgen die gemeinsamen ostwestfälisch-lippischen Wurzeln für einen hohen Identifikationsfaktor.

Während das erste Motiv die Kampagne „Lippe. Wir sind das L in OWL.“ einläutet und den Slogan zum Thema hat, werden in den nächsten Motiven die Wirtschaft und Themen der Kommunen die Hauptrolle spielen. Im zweiten Motiv wird die Firma Brasseler die Aufgabe übernehmen, das L in OWL zu präsentieren und dabei nicht die Gelegenheit versäumen, die Botschaft des Unternehmens zu senden.



Mercedes-Benz

