



## PRESSEMITTEILUNG

### Lebenshauptstadt ist... Schwerin

#### Vorteile Schwerins auf den Punkt gebracht

*Schwerin, 01. Oktober 2020 (ua, cg).* Gerade in diesen besonderen Zeiten zeigen sich die Vorzüge Schwerins sehr deutlich: jede Menge Freiraum, eine wunderschöne Natur und die Seenlandschaft vor der Haustür - verbunden mit städtischem Flair, vielfältigen Kultur- und Freizeitangeboten und einer wachsenden Wirtschaft. Es ist diese charmante Mischung, die Schwerin für viele Einheimische so lebenswert macht.

Das für Schwerin typische Lebensgefühl stellt nun die Kampagne „Lebenshauptstadt ist...“ in den Mittelpunkt. Dazu haben Marketinginitiative der Wirtschaft (PMI), Stadtmarketing GmbH und Landeshauptstadt eine gemeinsame Kampagnenvorlage entwickelt. Alle Motive folgen immer dem gleichen Konzept: Ansprechende Bilder und Szenen aus Schwerin verbinden sich mit der Aussage „Lebenshauptstadt ist...“ zum Grundgedanken „Schwerin ist Lebenshauptstadt“. So beschreiben die Macher der Kampagne Schwerin unter anderem mit einschlägigen Begriffen wie „Märchenschloss“, „Seeblick“, „Altstadtflair“ oder „Naturliebe“.

#### Touristen und Einheimische im Fokus der Ansprache

Die Kampagne richtet sich sowohl nach innen an die einheimische Bevölkerung, als auch nach außen. Auf diese Weise soll die positive Wahrnehmung Schwerins als attraktive Stadt und interessantes Reiseziel geprägt werden. Die Verbindung beider Bereiche liegt den Kampagnen-Partnern besonders am Herzen. „Potenzielle Neubürger und Investoren kommen nicht selten zuerst als Touristen nach Schwerin. Sie hier vor Ort von den Vorzügen Schwerins zu überzeugen und dieses ganz besondere Lebensgefühl in Erinnerung zu halten, darauf kommt es an.“ so Martina Müller, Geschäftsführerin der Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin mbH.

Zu sehen sind die neuen Kampagnenmotive auf den unterschiedlichsten Werbeflächen. Vom Riesenplakat an der Autobahn bis zu kleinen Werbeclips auf Social Media Kanälen ist vieles geplant. Auch alle zukünftigen Aktionen, die Lebenshauptstadt betreffend, sollen im Stil der neuen Kampagne umgesetzt werden.

### **Mitmachen ausdrücklich erwünscht**

Da das Lebenshauptstadt-Gefühl nur unter Mitwirkung von vielen Einzelnen nach außen getragen werden kann, ist die Kampagne so angelegt, dass sie möglichst einfach zu adaptieren ist. Schweriner\*innen und lokale Unternehmen können mit der neuen Kampagne ihre eigene Idee von der Lebenshauptstadt Schwerin zeigen. Auf der Kampagnenseite [www.lebenshauptstadt.de](http://www.lebenshauptstadt.de) stehen registrierten Nutzern verschiedenste Print- und Online-Vorlagen kostenfrei zur Verfügung. „Wir wünschen uns, dass möglichst viele Unternehmen die Kampagne in ihre Unternehmenskommunikation einbinden und damit ein Statement als Lebenshauptstädter setzen. Auf diese Weise werben wir alle gemeinsam für einen starken Standort Schwerin“, so Jan Gebert, Vorstandsmitglied der PMI.