



## PRESSE-INFORMATION

Mainz, 3. November 2015

Rheinessen. Ganz schön anders.

### Rheinessen wirbt mit crossmedialer Kampagne fürs 200-jährige Jubiläum

Rheinessen hat 2016 allen Grund zu feiern: Am 8. Juli 1816 wurde die Besitzergreifungsurkunde des Großherzogs Ludewig von Hessen-Darmstadt veröffentlicht – die Geburtsstunde einer neuen, am Verhandlungstisch entstandenen Region: Rheinessen. Seitdem wächst zwischen Mainz, Bingen, Alzey und Worms zusammen, was damals politisch so gewollt. Jetzt steht das 200-jährige Jubiläum unmittelbar bevor – und dieses soll eine Initialzündung zur nachhaltigen Image- und Identitätsbildung geben.

Doch der 200. Geburtstag soll nicht nur Anlass für umfangreiche Feierlichkeiten sein, sondern vielmehr den Auftakt in eine neue, selbstbewusste Zukunft der Region markieren. Zusammenhalt und Identität stiften, die Region stärken, Strukturen für die Zukunft aufbauen und eine positive Wirkung nach innen und außen vermitteln – das sind die selbstgesteckten Ziele des federführenden Vereins Rheinessen Marketing.

Seit rund zehn Jahren hat man hier das Jubiläum fest im Blick. Der Anstoß dazu kam von Volker Gallé, Kulturkoordinator der Stadt Worms und gleichzeitig Kulturbeauftragter von Rheinessen Marketing. Bereits im Mai 2005 wies dieser als Erster öffentlich auf den bevorstehenden 200. Geburtstag der Region hin – ohne allerdings zu ahnen, allenfalls zu hoffen, welches Echo er damit auslösen würde. Diesen Impuls von Gallé griff wenig später Peter E. Eckes auf und seit nunmehr acht Jahren treibt der



Vorsitzende von Rheinessen Marketing als Motor und Motivator die entsprechenden Planungen des Vereins unermüdlich voran. Für den engagierten Unternehmer, Mäzen und Netzwerker ist das historische Jubiläum „Ansporn, Aufbruch und Auftakt in eine selbstbewusste Zukunft.“ Oder anders gesagt: Aus Eckes' Sicht ist das Jubiläum der „Steigbügel“, das Fundament für die weitere nachhaltige Entwicklung seiner Heimat. Eckes dankte in seinem Grußwort auf der heutigen Pressekonferenz ausdrücklich den insgesamt 22 Damen und Herren des Vorstandes von Rheinessen Marketing, die „gemeinsam für die Region Rheinessen stehen und gemeinsam in unzähligen Arbeitstreffen dieses Programm – wohlgerne mit Maß, aber auch mit Ziel – mit Leben erfüllt haben.“

## Kampagne

Das Interesse am Jubiläumsjahr ist riesig und nimmt weiter zu – entsprechend steigt auch die Nachfrage nach aktuellen und weiterführenden Informationen. Ob für Bürger, Gemeinden oder Unternehmen: Zentrale Anlaufstelle für alle Informationssuchenden ist das Projektbüro 200 Jahre Rheinessen unter dem Dach der Mainzer Kommunikationsagentur BARTENBACH. Hier laufen seit April 2014 alle Fäden zusammen.

Rheinessen. Ganz schön anders.

In der Kampagne geht es darum, sowohl die Eigenheiten als auch die Vorzüge von Rheinessen herauszuarbeiten. Ausdruck dieses neuen, wegweisenden Selbstbewusstseins ist das Motto der Jubiläumskampagne: „Rheinessen. Ganz schön anders.“ Was genau ist damit gemeint? Das Motto bietet Raum zur Interpretation, und das ganz bewusst. Denn: So ganz eindeutig lassen sich die regionalen Eigenheiten nicht fixieren. Eines steht jedoch fest: Die Rheinessen und die Region Rheinessen sind „anders“ als andere. Und das im besten Sinne des Wortes, nämlich „ganz schön anders“.



Das Wort „schön“ hat in diesem Kontext zweierlei Bedeutung. Einmal als Verstärkung im Sinne von „ziemlich viel anders“ und zum anderen im Sinne von „anders, weil besonders schön“.

#### Jubiläumslogo

Logisch, dass Rheinessen für das Jubiläumsjahr auch ein eigenes Logo erhält. Angelehnt an das bekannte Rheinessen-Logo und doch individuell und unverwechselbar für 2016 konzipiert, schafft es Wiedererkennung und dient als Klammer über alle Veranstaltungen hinweg. Das Logo wird lizenziert und so auch überregional bekannter gemacht. Registrierung und Informationen unter [www.rheinessen-zeichen.de](http://www.rheinessen-zeichen.de).

#### Motive

Passend zum Motto wurde eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne entwickelt, die ebenfalls außergewöhnlich, also „ganz schön anders“ ist. Zentraler Bestandteil sind die verschiedenen Motive, die unterschiedliche Bereiche abdecken, u.a. die geografische Lage, Kultur, Sport, Wirtschaft, Wissenschaft, Wein und Touristik. Mit leuchtenden Farben, einer auffälligen Schrift, plakativen Illustrationen und frechen Sprüchen sind diese „typisch rheinhessisch“. Geradeheraus, aber mit Witz und Humor, bodenständig, aber mit Esprit, lebenslustig und intelligent.

#### Integrierte Image- und Identitätskampagne

Anfang November stellte Rheinessen Marketing die komplette Jubiläumskampagne sowie das Programm im Rahmen einer Pressekonferenz in den Räumen der Industrie- und Handelskammer für Rheinessen vor rund 130 Gästen öffentlich vor. Die Image- und Identitätskampagne von Rheinessen Marketing setzt auf Kommunikation über alle Kanäle. Als Medienpartner für diese crossmediale Kampagne konnten die Verlagsgruppe Rhein-Main (Print), Radio RPR1 (Funk) sowie der Außenwerber Ströer (Out-of-Home) gewonnen werden. Auch die digitalen



Medien spielen eine große Rolle, garantieren sie doch hohe Reichweite auch und gerade bei der jüngeren Zielgruppe. Seit Sommer ist die Website [www.rheinessen-2016.de](http://www.rheinessen-2016.de) online, parallel startete der Facebook-Auftritt unter [www.facebook.com/rheinessen.2016](http://www.facebook.com/rheinessen.2016). Ganz aktuell gibt es jetzt auch den Youtube-Kanal „Rheinessen 2016“.

#### Marketing-Maßnahmen

Unmittelbar nach der Vorstellung von Programm und Kampagne startet der erste Kampagnen-Flight, das heißt ein Zeitraum mit intensiver Werbung in und über die verschiedenen Kanäle. Ziel dieser ersten Runde: die Lust auf das Jubiläum wecken und steigern. Beworben wird die zentrale Internet-Plattform [www.rheinessen-2016.de](http://www.rheinessen-2016.de). Das heißt: Im November und Dezember (konkret vom 4. bis 13. November und vom 30. November bis 11. Dezember 2015) strahlt RPR1 mehrfach täglich einen 25-sekündigen Funkspot aus – jeweils mit einem eigenen Rheinessen-Sound-Logo als Abbinde. Dieses akustische Logo sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert und wird ab sofort am Ende jedes Rheinessen-Spots abgespielt. Parallel sorgen Großflächenplakate in rheinhessischen Städten sowie Anzeigen in den Medien der Verlagsgruppe Rhein-Main für Aufmerksamkeit.

Ergänzt wird diese erste „Marketing-Offensive“ durch eine Aktion mit der Deutschen Post: So wird das Rheinessen-Jubiläumslogo als Stempel die gesamte Weihnachtspost des Briefzentrums in Mainz (Postleitzahl 55) zieren, das sind im 7-Wochen-Zeitraum 9. November bis 31. Dezember über 80.000 Briefe täglich bzw. rund 3,6 Millionen insgesamt.

Weitere Flights folgen im Jahresverlauf 2016 und sollen die Region und das Jubiläum auch in den angrenzenden Regionen und Bundesländern bekannt(er) machen.



Ein Rheinessen. Viele Gesichter.

Eine weitere Idee des Projektbüros: prominente Rheinessen aus ganz verschiedenen Bereichen und Branchen als Botschafter zu gewinnen. Diese geben ihrer Heimat auch über die regionalen Grenzen hinaus ein Gesicht und schaffen so Aufmerksamkeit und Bekanntheit für die Region.

Zum Botschafter-Kreis zählt beispielsweise die Mainzer Modedesignerin Anja Gockel, die anlässlich des Jubiläums sogar eine exklusive T-Shirt-Kollektion entworfen hat. „Meine neue Winterkollektion ‚take me home‘ zeigt meine Verbundenheit zu Rheinessen. Botschafterin dieses Jubiläums zu sein, ist für mich eine persönliche Herzensangelegenheit, mit der ich zeigen möchte, wie schön Heimat sein kann.“

„Rheinessen hat für mich mit seinen Menschen und seiner Landschaft die Faszination eines Champions-League-Siegers“, freut sich 05er-Präsident Harald Strutz, der den Bereich Sport vertritt – und als besonderes „Geburtstagsgeschenk“ ein Spiel des Bundesligisten FSV Mainz im Rahmen der kommenden Saisonvorbereitung vor Ort in Rheinessen versprochen hat.

Udo van Kampen repräsentiert als ehemaliger ZDF-Korrespondent und heutiger Berater des Vorstands der Bertelsmann Stiftung den Bereich Medien. „Insgesamt 27 Jahre verbrachte ich im Ausland. Doch im Herzen bin ich immer Rheinesse geblieben. Aufgewachsen in Sprendlingen – dort stand mein Elternhaus, dort ging ich zur Schule – bedeutet Rheinessen für mich Heimat.“

Auch der Kabarettist Lars Reichow bekennt sich in gewohnt pointierter Manier klar zu Rheinessen, „der önologischen Antwort auf das Bordeaux, den Kurschatten der Rhein-Main-Region oder die Butterseite des Landlebens.“



Als weitere bekannte Gesichter werben für Rheinessen: Hans-Jörg Friese (Präsident der Handwerkskammer Rheinessen), Dr. Engelbert Günster (Präsident der Industrie- und Handelskammer für Rheinessen), Katrin Schultheis und Sandra Sprinkmeier (mehrfache Kunstrad-Weltmeisterinnen) sowie Philipp Wittmann (Winzer des Jahres 2014, Weingut Wittmann).

Egal in welchem Bereich – Rheinessen ist so vielseitig, wie seine Bewohner. Und mithilfe der Botschafter hofft Rheinessen Marketing, die Region auch überregional bekannt(er) zu machen.

Erst shoppen, dann Schoppen.

Weiteres Element der Kampagne ist ein eigener Online-Shop: Unter [www.shop-rheinessen.de](http://www.shop-rheinessen.de) sind zahlreiche Produkte im offiziellen Jubiläumslook erhältlich, von preiswert bis hochwertig, vom Autoaufkleber bis zum Zollstock, der auf 200 Zentimetern eine Chronik seit 1816 abbildet – und das im poppig-plakativen Layout. Ergänzt wird das Angebot durch eine Geschäfts-Edition für Handel, Hotellerie und Gastronomie.

(9.234 Zeichen)

Umfangreiches Pressematerial (Texte und Bilder) finden Sie in der Rheinessen-Mediathek unter [www.mediathek.rheinessen.de/200JahreRheinessen](http://www.mediathek.rheinessen.de/200JahreRheinessen)

*Rheinessen. Ganz schön anders.*

Rheinessen hat 2016 allen Grund zu feiern: Am 8. Juli 1816 wurde die Besitzergreifungsurkunde des Großherzogs Ludwig I. von Hessen-Darmstadt (offizieller Titel: „Ludewig von Hessen und bei Rhein“) veröffentlicht – die Geburtsstunde einer neuen Region: Rheinessen. Seitdem wächst zwischen Mainz, Bingen, Alzey und Worms zusammen, was damals politisch so gewollt. Das 200-jährige Jubiläum wird mit über 500 verschiedenen, überwiegend kulturellen Veranstaltungen im Jahresverlauf gefeiert. Darüber



hinaus realisiert der federführende Verein Rheinessen Marketing in Zusammenarbeit mit Rheinessen Touristik, Rheinessenwein sowie dem Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Rheinessen-Nahe-Hunsrück und unterstützt vom Projektbüro 200 Jahre Rheinessen eine crossmediale Image- und Identitätskampagne. Medienpartner sind die Verlagsgruppe Rhein-Main (Print), Radio RPR1 (Funk) sowie der Außenwerber Ströer (Out-of-Home).

Rheinessen 2016 digital: Auf einen Blick, mit einem Klick!

[www.rheinessen-2016.de](http://www.rheinessen-2016.de)

[www.shop-rheinessen.de](http://www.shop-rheinessen.de)

[www.facebook.com/rheinessen.2016](https://www.facebook.com/rheinessen.2016)

[www.youtube.com](https://www.youtube.com) (Kanal „Rheinessen 2016“ über Kanal-/Videosuche)

Redaktionskontakt:

Projektbüro 200 Jahre Rheinessen

Diana Rieth

c/o BARTENBACH AG

An der Fahrt 8

55124 Mainz

Telefon: +49 6131 91098-112 oder 91098-216

E-Mail: [diana.rieth@bartenbach.de](mailto:diana.rieth@bartenbach.de) oder [projektbuero@bartenbach.de](mailto:projektbuero@bartenbach.de)