

Aufbau will mit Echtheit überzeugen

Espelkamper Immobiliengesellschaft stellt eine neue Werbekampagne vor

Von Arndt Hoppe

Espelkamp (WB). Mit einem pffigen Lächeln hält die kleine Djamila einen Bund von Schlüsseln mit einem hausförmigen Anhänger in der Hand. Ihr Blick sagt das Wort, das unter ihrem Porträt in schwungvoller Schrift auf grünem Grund prangt: »Meine!«

Das Espelkamper Mädchen ist nur eines von acht »Models«, die ihr Lächeln für die neue Werbekampagne der Aufbaugemeinschaft spielen lassen. Zum City-Fest präsentiert die Aufbau ihre Werbeträger an ihrem Stand im Gewerbebez. Sie werden in den kommenden Monaten im Altkreis Lübbecke zum Einsatz kommen.

Nicht weniger selbstbewusst und sympathisch als Djamila lachen Irina Miller, Günter Meinhardt und Elisabeth Brink, Angelika Roch, Cord Meier, Aleksandra Lenczeswska und Theresia Schmidtfall den Betrachter von neuen Werbepostern an.

»Die Echtheit ist das, was unsere neue Kampagne ausmacht«, sagt Aufbaugeschäftsführer Hans-Jörg Schmidt. »Authentizität kommt gut an. Die Zufriedenheit unserer Mieter ist das beste Argument.« Daher setzt das Unterneh-

men, wie schon bei den derzeitigen Plakaten und Flyern, auf echte Espelkamper.

Außer den Plakaten sind auch Faltblätter mit den Porträt-Motiven gestaltet worden, die in einer Auflage von 40 000 Exemplaren gedruckt wurden. »Diese Flyer sind so geschnitten, dass sie so aufgeklappt werden, wie sich eine Tür öffnet«, beschreibt Schmidt die Design-Idee. Die Zielgruppe der Espelkamper Immobiliengesellschaft seien insbesondere potentielle Mieter aus dem Altkreis.

»In unserer ersten Kampagne vor drei Jahren haben wir noch auf professionelle Models von Agenturen zurückgegriffen«, erklärt Schmidt. »Diesmal haben wir gezielt Mieter aus eigenen Häusern angesprochen.« Als positives Zeichen wertet Schmidt, dass alle angesprochenen Personen ohne Umschweife ihre Mitarbeit zugesagt haben.

Wichtig war es den Verantwortlichen, dass die männlichen und weiblichen Fotomodelle unterschiedlichen Generationen und gesellschaftlichen Schichten angehören. »Ganz bewusst haben wir sowohl langjährige zufriedene Mieter angesprochen wie auch ganz frisch zugezogene.« Die Kampagne solle die Vielfalt der Stadt widerspiegeln, sagt Schmidt.

Beim Foto-Shooting habe eine sehr entspannte und fröhliche Atmosphäre geherrscht, bestätigen

auch die Aufbau-Kollegen. Fotograf Joachim Grothus und die Visagistin Ute Mehta – beide aus Bielfeld – hätten es verstanden, bei aller Professionalität eine unver-

krampfte Stimmung aufkommen zu lassen, die man den Aufnahmen ansehe.

Das Konzept für die neue Image-Werbung der Espelkamper

Aufbaugemeinschaft hat die Agentur »Stolp & Friends« aus Osnabrück entwickelt, mit der das Unternehmen schon zuvor zusammengearbeitet hat.



Auch die Schlüssel von Hans-Jörg Schmidt gehören zu einer Aufbau-Wohnung. Das hat er mit den Modellen auf den Plakaten gemeinsam, die die Mitarbeiter Marlinde Steinberg, Armin Weber, Olga Heinz, Ulrich

May, Silke Niedringhaus und Alexander Lang (von links) präsentieren. Auf den Porträts sind zu sehen (von links): Irina Miller, Günter Meinhardt, Aleksandra Lenczeswska und Djamila Donda. Foto: Arndt Hoppe