

Recklinghausen-Süd wird orange

Neue Imagekampagne soll im Sommer starten und Positives in die Köpfe pflanzen

Von Alexander Spiess

Recklinghausen. Drei in orangefarbene Ganzkörperanzüge gekleidete Jugendliche sorgten gestern Mittag für Aufsehen auf der Bochumer Straße. Schüler zückten ihre Handys und schossen Selfies mit den grellen Phantomen. Ein Vorgeschmack auf die neue Imagekampagne für die Südstadt. Orange, so taten es die Organisatoren gestern kund, soll die Kampagnenfarbe sein.

Orange ist eine Signalfarbe. Sie steht für Aufbruch und Aktivität, vielleicht auch für Lebensfreude. Und Orange ist nicht zuletzt der gemeinsame farbliche Nenner der Logos von Initiative Süd, Süder Werbe- und Interessengemeinschaft sowie der Immobilien- und Standortgemeinschaft Bochumer Straße. Diese drei Vereine wollen gemeinsam für ein besseres Image der Südstadt

kämpfen, inklusive Grullbad König Ludwig und Hochlarmark. Die Kampagne soll im Sommer starten – eventuell mit dem Stadtteilsommerfest auf dem Neumarkt als Startschuss. Das wünscht sich zumindest Gerd Liebetanz, der Vorsitzende der Initiative Süd. 30 000 Euro stehen für die Kampagne in diesem Jahr zur Verfügung. 15 000 Euro steuert die Stadt bei, den Rest wollen die beteiligten Vereine aus eigener Kasse und mit Spenden aufbringen. Bürgermeister Christoph Tesche schloss eine weitere Finanzierung in den kommenden Jahren nicht aus, „falls die Kampagne fußt“.

Das Geld ist vor allem für externe Agenturen gedacht. „Bis Ostern soll die Ausschreibung fertig sein“, sagte Stefan Prott von der ISG Bochumer Straße. „Dann laden wir drei Agenturen ein, die uns ihre Ideen präsentieren werden.“



Wollen das Süder Image aufpolieren (v.l.): Stefan Prott (ISG), Hans Knoblauch (Initiative Süd), Bürgermeister Christoph Tesche, SWIG-Chef Markus Pocholeck und Gerd Liebetanz, Vorsitzender der Initiative Süd.

FOTO: ALEXANDER SPIESS