

# Zwischen zwei Buchdeckeln wird für Lübeck geworben

Keine kalten Fakten sondern schöne Geschichten. Der Verein „Zukunft Hanse“ will mit einem neu erschienenen Sammelband auf bisher noch nicht da gewesene Weise für Lübeck werben.



Stolz auf ihr gemeinsames Projekt: Dr. Raimund Mildner, Ronald Wellach und Björn Engholm stellen das Buch „Zukunft Hanse“ vor, das den Ruf der Stadt in Deutschland und Europa verbessern soll. Foto: ULF-KERSTEN NEELSEN

VON OLIVER VOGT

Anteil der Hochschulabsolventen in Prozent, durchschnittliches Netto-Einkommen der 21- bis 39-Jährigen, Frachtaufkommen pro Jahr in tausend Tonnen – Entscheider großer Unternehmen wollen kurz, knapp, nüchtern und möglichst auf einen Blick vermittelt bekommen, welche Vor- und Nachteile ein potenzieller Standort zu bieten hat. Stimmt überhaupt nicht – behaupten jedenfalls die Macher des Sammelbandes „Zukunft Hanse“, der jetzt im Schmidt-Römhild-Verlag erschienen ist und eine ganz neue Form des Standortmarketings für Lübeck darstellen soll.

Das Buch mit dem endlos langen Titel „Zukunft Hanse – Wertorientierungen einer Stadt im Aufbruch. Lübecker Exzellenz-Geschichten aus Technologie, Logistik, Wissenschaft und Kultur“ enthält auf 168 Seiten Lübecker Erfolgsgeschichten – von Biochips und Präzisionschi-

rurgie, von Müsli, Marzipan und Marmelade, von Windenergie und Lasertechnik. 14 Autoren haben an dem Werk mitgearbeitet, das gestern im Lübecker Innovationszentrum vorgestellt wurde.

„Im Vergleich zu anderen Städten hat Lübeck unglaublich viel zu bieten“, so Ex-Ministerpräsident Björn Engholm, dessen Name als Herausgeber auf dem Einband steht. „Allerdings hat die Stadt auch eine außerordentlich schwere Position in einem Umfeld, das Standortvorteile zu nutzen weiß, ohne dessen Lasten tragen zu müssen“, führte Engholm aus. Mit dem vorliegenden Werk, das in der Form in Deutschland einzigartig sei, soll über die Grenzen der Stadt hinaus für Lübeck geworben werden.

Das Besondere daran: Statt kalter Fakten enthält das Buch schöne Geschichten, statt nüchterner Diagramme eine Palette bunter Fotos. „Entscheider wollen nicht immer nur die reinen Zahlen“, sagt Ronald Wellach von der

Lübecker PR-Agentur „Das Textbüro“, der das Buch konzipiert und einige der Texte geschrieben hat. „Entscheider wollen auch Spaß haben, unterhalten werden. Daher haben wir uns überlegt, wir brauchen etwas, das sowohl nützlich ist, aber auch unterhält.“ In einzelnen kurzen Geschichten erhält der Leser einen Einblick in das, was Björn Engholm das „Innere von Lübeck“ nennt.

Die in dem Buch vorgestellten Unternehmen haben jeweils einen Anteil in den Projekttopf gezahlt, für die Beiträge aus Forschung und Kultur ist die Possehl-Stiftung finanziell eingetreten. „Alle Beteiligten waren mit großem Engagement dabei“, so Wellach.

Vornehmlich richte sich das Buch an Leser außerhalb der Stadt. Die Idee sei, dass die beteiligten Unternehmen die Sammelbände ihren Geschäftspartner zu Weihnachten schicken. „Auf diesem Weg können wir die Leute erreichen, die wir erreichen wol-

len“, sagt Wellach. Dabei gehe es aber nicht darum, so Projektleiter Raimund Mildner vom Innovationszentrum, auf plumpe Art für Lübeck zu werben oder etwas zu verkaufen, als vielmehr ein positives Bild von der Stadt in den Köpfen von Personen zu erzeugen, die über Standortfragen entscheiden.

Ungewöhnlich war allerdings, dass an der Buchpräsentation im Innovationszentrum weder Bürgermeister, Stadtpräsident, Senator oder Bürgerschaftsabgeordneter gesehen wurde. „Das geschah bewusst“, begründet Mildner. „Wir wollten hier keine Reden von Stadtpolitikern, so dass der Eindruck erweckt werden könnte, es handele sich um eine Wirtschaftsbroschüre der Stadt. Das ist ein privat finanziertes Projekt und so soll es auch verstanden werden.“

Diese Art von Marketing ist für Björn Engholm ein wichtiger – aber auch nur ein erster Schritt. „Lübeck muss noch viel mehr tun. Vor allem sich offensiver präsentieren.“ Viel zu viele Veranstaltungen und Feierlichkeiten gerade im Ostseeraum fänden ohne Teilnahme Lübecks statt. „Außerdem“, so Engholm weiter, „gibt es in der Stadt mindestens zehn ältere Herren, allesamt frühere Amtsinhaber, die ständig auf Reisen sind.“ Die als Botschafter für die Stadt einzubinden, koste die Stadt keinen Cent. Ebenso könnten Lübecker, die im Ausland erfolgreich geworden sind, für ihre Heimatstadt werben. „Das sind alles Möglichkeiten, die wir haben. Man muss es nur tun“, so Engholm.

Das Buch „Zukunft Hanse“ (ISBN-Nr. 978-3-7950-7036-6) ist im Buchhandel zum Preis von 19,80 Euro erhältlich

ein Buffet geben. So gestärkt warten dann zwei weitere Höhepunkte des Tages: die Verleihung des 2. Lübecker Marketing-Award und der Abschlussvortrag von Hermann Scherer. Scherer hat als vielfach ausgezeichnete Speaker und Veranstalter des „Zukunftforums“ mit Bill Clinton internationales Renommee erlangt.

Der Event wird vom Marketing-Club Lübeck in Kooperation mit der IHK Lübeck veranstaltet und von der Sparkasse zu Lübeck, der Firma Ströer Deutsche Städte Medien und vielen weiteren Partnern gesponsert. Die Teilnahmegebühr beträgt für Gäste 70,- Euro. Das genaue Programm so-

wie die Anmeldung (bis 10.11.06) gibt's unter: [www.marketing-forum-hl.de](http://www.marketing-forum-hl.de) oder unter Tel. 0800-624 53 66

Auf einem „Marktplatz“ präsentieren einige Unternehmen ihr Angebot und geben am Stand Gelegenheit zum Kennenlernen. Ein Buffet wird für genussvolle Pausen sorgen und zusammen mit dem Chill-Out am Abend zahlreiche Gesprächsmöglichkeiten geben.

Das vollständige Programm und Eintrittskarten sind bei der Geschäftsstelle des Marketing-Club Lübeck unter Tel. 0800-624 53 66 und Fax 0800-624 53 29 oder über [www.mc-hl.de](http://www.mc-hl.de) erhältlich. red

## „Zukunft Hanse“ – Standortmarketing der etwas anderen Art für Lübeck

Ein von Björn Engholm herausgegebener Sammelband stellt Wertorientierungen und Exzellenz-Geschichten von Lübecker Unternehmen, Hochschulen und Einrichtungen vor

Es geht also doch: Unter Federführung von Projektleiter Dr. Raimund Mildner für den Verein „Lübeck: Zukunft Hanse“ haben sich 55 Lübecker Unternehmen, Hochschulen und kulturelle Einrichtungen zusammengefunden, um gemeinsam ein beispielhaftes Projekt anspruchsvollen Marketings für den Wirtschaftsstandort Lübeck auf die Beine zu stellen. Herausgekommen ist ein 160 Seiten starker Sammelband, der soeben im Verlag Schmidt-Römhild erschienen ist: „Zukunft Hanse – Wertorientierungen einer Stadt im Aufbruch. Lübecker Exzellenz-Geschichten

aus Technologie, Logistik, Wissenschaft und Kultur.“

Insgesamt 14 Lübecker Autoren beleuchten hier in informativen und unterhaltsamen Hintergrundgeschichten die Erfolgswerte von Menschen und Organisationen, die das gemeinsame Ziel verbindet, das Image der Hansestadt speziell als Technologie- und Wirtschaftsstandort zu verbessern. Herausgeber Björn Engholm plädiert in seinem Vorwort dafür, die Erfolgsfaktoren der historischen Hanse zu „revitalisieren und zum Motor zukünftiger Erfolge zu machen.“ Die Beiträge des Bandes



Standortmarketing mal anders: Initiatoren und Autoren des Buches „Zukunft Hanse“ freuen sich gemeinsam bei der offiziellen Vorstellung des Werkes. Im Bild (v. l.): Ronald Wellach, Prof. Dr. Christine Klein, Prof. Dr. Rolf Granow, Prof. Dr. Rolf Hilgenfeld, Dr. Raimund Mildner und Björn Engholm.

kreisen dementsprechend um ökonomische und wissenschaftliche Kompetenz, um welt-offene Kommunikation, um ein Bewusstsein von Qualität und um die kulturelle Basis in der Lübecker Lebenswelt, die technologische und ökonomische Erfolge erst möglich macht.

Der Verein „Lübeck: Zukunft Hanse“ unterstützt weitere Projekte zukunftsorientierten Standortmarketings insbesondere durch Kommunikationsarbeit im Bereich verschiedener Fachöffentlichkeiten und wirtschaftspolitischer Entscheidungsträger. Das Buch „Zukunft Hanse“ ist ein erstes öffentlich sichtbares Produkt einer umfassenden Kooperationsanstrengung der Beteiligten für den Standort Lübeck. Der Sammelband ist im Buchhandel für 19,80 Euro käuflich zu erwerben.

Ronald Wellach

**STAHLBAU STIEBLICH** Hallenbau - schlüsselfertig  
Gebäude aus Stahl und Glas  
Fassadenplanung  
Gutachten  
[www.stieblich.de](http://www.stieblich.de)  
Güstrow, Tel. 0 38 43-24 100, Fax 24 10 34



## Industrie- und Gewerbebau zum Festpreis\*

**Bürogebäude**, schlüsselfertig für nur **598,00 EUR** pro m<sup>2</sup> BGF exkl. MwSt.

**Halle**, schlüsselfertig für nur **326,00 EUR** pro m<sup>2</sup> BGF exkl. MwSt.

Fragen Sie Holger Kersten  
04105/8696-11

- Kurze Bauzeit
- kostenlose Beratung
- Jetzt auch günstige Systemstahlhallen

**CUX-BETON**

Gewerbebau

Zum Sportplatz 6 · 21220 Seevetal  
Telefon: 04105/8696-0 Telefax: 04105/8696-20  
[info@cuxbeton-gewerbebau.de](mailto:info@cuxbeton-gewerbebau.de)

[www.cuxbeton-gewerbebau.de](http://www.cuxbeton-gewerbebau.de)