

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	05.03.2015

Werbung für die Marke Köln

Wirtschaftsdezernentin setzt „Marke Köln-Bahn“ auf die Schiene

Köln, internationaler Wirtschaftsstandort und Messeplatz, lebenswerte Metropole und Stadt für innovative Forschung - das sind die Botschaften, die die neue „Marke Köln-Bahn“ zu den Menschen bringt. Die Marke Köln ist eine Initiative der Stadt Köln, um gemeinsam mit der Wirtschaft den Standort Köln international zu positionieren. Die beteiligten Institutionen und Betriebe werben unter einem Dach mit gemeinsamen Botschaften und dem gemeinsamen Marke Köln-Zeichen.

Die Bahn bildet Kölner Unternehmen, Institutionen und besondere Plätze ab. Das Marke Köln-Zeichen verbindet als roter Faden die einzelnen Gestaltungselemente. Die Motive stehen für die starke Kölner Wirtschaft, den herausragenden Forschungsstandort, den internationalen Messeplatz und die lebenswerte Metropole. Sie transportiert damit die Stärken der Stadt, wie sie als Ergebnis der internationalen Befragung im Rahmen des Markenprozesses empirisch ermittelt wurden. Seither stehen sie bei der Bewerbung des Standortes an erster Stelle und sind Basis des weiteren Markenprozesses.

Für zunächst ein Jahr wird die „Marke Köln-Bahn“ auf den Linien 1, 7, 9, 12 und 15 im Einsatz sein. Neben den stark frequentierten Knotenpunkten wie Heumarkt, Neumarkt oder Koelnmesse wird sie so auch die Ränder des Stadtgebietes wie etwa Weiden und Bensberg, Frechen und Zündorf, oder Merkenich und Zollstock erreichen. Außerdem soll sie auch für öffentlichkeitswirksame Fahrten eingesetzt werden.

Die Einweihung der Bahn fand am 6. Februar im KVB-Depot Merheim statt. Die Pressebeteiligung und Berichterstattung war positiv. Neben TV-Beiträgen in der WDR Lokalzeit, bei RTL West und Koeln.TV haben u.a. auch der Kölner Stadtanzeiger und die Kölnische Rundschau über die Einweihung berichtet.

Jürgen Fenske betonte auf der Pressekonferenz, dass die KVB, als Unternehmen der Stadt, die Marke Köln gerne unterstützt. Er möchte auch in Zukunft dafür werben, dass sich möglichst viele Akteure aus Köln anschließen und so ein professionelles Gemeinschaftsgefühl entstehen kann.

Wirtschaftsdezernentin Ute Berg stellte heraus, dass es mit diesem Werbeträger möglich ist, die Stärken des Wirtschaftsstandorts auf den Straßen und an jeder Haltestelle bildlich vor Augen zu führen. Die Marke Köln-Bahn ist ein Blickfang für Gäste aus aller Welt und natürlich auch für alle Kölnerinnen und Kölner, den wichtigsten Botschaftern der Stadt.

Gez. Berg