

# Es wird Zeit für die „Langsamzeit“

Neue Imagekampagne der Ostseefjord-Schlei GmbH geht am 5. September an den Start / Gewinner des Fotowettbewerbes stehen fest

**SCHLESWIG** Das Konzept steht schon lange, die meisten Hausaufgaben sind gemacht. Jetzt fehlt nur noch das letzte Feintuning, bis die Ostseefjord-Schlei GmbH (OFS) am 5. September mit ihrer neuen Imagekampagne endlich auch offiziell an den Start geht. Titel: „Jetzt wird's Langsamzeit“. Und auch wenn dieses Wortspiel in erster Linie auf Aspekte der Entspannung und Entschleunigung abzielen soll, wird es für OFS-



Marketingleiterin Andrea Simons ist überzeugt davon, dass die Ostseefjord-Schlei GmbH mit ihrer neuen „Langsamzeit“-Kampagne den richtigen Weg geht.

WIM

Marketingleiterin Andrea Simons im wahrsten Sinne des Wortes langsam Zeit, dass es losgeht. „Seit letztem Jahr arbeiten wir an dem Konzept. Ich freue mich, dass wir nun fast am Ziel sind“, sagt sie.

Tatsächlich hatte sich die OFS gemeinsam mit den Tourismusvereinen Kappeln und Geltinger Bucht schon 2013 darauf geeinigt, eine neue gemeinsame Werbestrategie zu entwickeln. Nachdem dafür als Partner die Kieler Agentur „Marktrausch“ verpflichtet wurde, kristallisierte sich schnell das Thema Entschleunigung als neue Marke für die Region heraus. „Ketzerisch formuliert könnte man ja sagen, dass es

hier bei uns nicht viel zu bieten gibt. Aber genau darin liegt ja auch unsere Chance“, sagt Simons mit Blick auf stetig steigenden Burn-out-Zahlen und wachsenden Druck im Beruf. „Es geht ja immer höher, schneller, weiter. Deshalb wollen viele Menschen gerade im Urlaub entspannen und Ruhe haben. Und hier in der Region findet man eben nicht Disney-Land, sondern die Tolck-Schau. Genau das gefällt immer mehr Familien“, fügt sie an.

Um dieses Image zu transportieren

und dauerhaft zu festigen, erscheint nun am 5. September das jährliche OFS-Urlaubsmagazin erstmals im neuen „Langsamzeit“-Design. Parallel dazu wird dann auch die Homepage [www.langsamzeit.de](http://www.langsamzeit.de) freigeschaltet. Hinzu kommen zahlreiche Postkarten und Plakate, die an der Autobahn oder als Aufdruck an Stadtbussen etwa in Hamburg oder Hannover Werbung machen sollen für einen entspannten Urlaub an der Schlei oder der Geltinger Bucht.

Einige der Bilder, die dafür verwendet werden, stammen aus einem Fotowettbewerb, zu dem die OFS im Juni aufgerufen hatte. Rund 80 Hobbyfotografen hatten daraufhin insgesamt mehr als 180 Motive einschickt. Daraus hatte eine Jury (Andrea Simons, der Leiter des Stadtmuseums Holger Rüdell, Manfred Guth von der Kappeler Firma FotoGuth sowie SN-Redaktionsleiter Alf Clasen) zunächst die 30 besten ausgewählt und auf der Facebook-Seite der OFS veröffentlicht. Dort wiederum haben die Internet-Nutzer per „Gefällt mir“-Angabe die Top Ten ausgewählt. „Wir waren völlig begeistert, was da für schönes Fotos dabei waren. Ein wirklich toller Mix mit Schnappschüssen zum Teil aus sehr ungewöhnlichen Perspektiven“, schwärmt Simons. Die zehn Gewinner können sich nun nicht nur darauf freuen, dass ihre Fotos auf Postkarten bundesweit in den Umlauf kommen. Als besonderes Highlight werden ihre Bilder ab 29. August zudem im Stadtmuseum ausgestellt.

Insgesamt 54.000 Euro kostet die gesamte „Langsamzeit“-Kampagne. Das Geld stammt aus Mitteln der Aktivregion Schlei-Ostsee und einem Zuschuss der Wireg. „Auch für uns ist ein Marketingprojekt in dieser Größenordnung Neuland. Aber obwohl bislang alles nur auf dem Papier steht, sind wir jetzt schon sicher, dass wir damit den richtigen Weg gehen“, sagt Andrea Simons.

Sven Windmann