

Thüringer Landes- hauptstadt – Tragödie gab ihr ein Gesicht

Erfurter Außenmarketing nach dem Schulmassaker

Das Bild von Dom und Severikirche geht um die Welt – in die entlegensten Winkel der Erde wird es gesendet. Eine der schrecklichsten Tragödien der Nachkriegsgeschichte, Entsetzen, Wut und Verzweiflung und vor allem ein nicht zu bändigender Schmerz und tiefe, tiefe Trauer – so lernt die Welt Erfurt kennen.

Keine aufwendige Imagekampagne, kein kulturelles oder sportliches Ereignis, kein TV-Beitrag über unsere alte, wunderschöne und facettenreiche Stadt konnte ihren Bekanntheitsgrad so nach oben katapultieren wie dieses Grauen. Jetzt kennt man die Thüringer Landeshauptstadt in allen Erdteilen und beim Nennen ihres Namens schwingt bedeutungsschwer das Wissen um die Bluttat mit. Erfurt muss man mit einem Mal nicht mehr erklären oder buchstabieren. Erfurt steht für ein unfassbares und grauenvolles Verbrechen.

Die Zeit nach Erfurt hat in der Welt schon begonnen – Erfurt selbst ist noch gelähmt. Bleiern liegt der Schmerz um die Opfer über der Stadt, durchdringt ihren Alltag, bestimmt die Gedanken und Gefühle der Menschen. Es geht auch hier weiter, irgendwie, doch es ist traurig geworden. Die Zeit nach Erfurt hat in Erfurt noch nicht wirklich begonnen.

Doch wie gehen wir in der Folgezeit um mit dem gezeichneten Gesicht unserer Stadt, mit dem Mal, das sie nun hat? Keine unbefleckte schöne Unbekannte ist sie mehr – die Welt kennt sie und die Gefahr, dass sie auf ewig reduziert wird auf ihre Tragik, ist real. Wir werden reagieren müssen. Das Außenmarketing muss sich der neuen Situation stellen, ihr Rechnung tragen. Es wird schwer werden in und mit einer Welt, in der die Negativschlagzeilen die Informationen beherrschen. Was können unser grandioses Stadtbild, unsere Welterfolge im Sport, die großen Kultur- und Sportevents, der Kinderkanal, die

Universität ... ausrichten gegen die Aufmerksamkeit, die dem Grauen entgegengebracht wurde? Alles – denn sie sind neben der weltweiten Anteilnahme und Sympathie unsere einzige Chance.

Das Erfurter Außenmarketing als Bereich des Stadtmarketings war in den vergangenen Jahren vordringlich darauf ausgerichtet, den Bekanntheitsgrad der Stadt im Zusammenhang mit einem Positivimage zu erhöhen. Dieser Prozess hatte bereits begonnen, erste Früchte zu tragen: Eine Imagekampagne mit Imagebroschüre und Anzeigenkampagne verlieh ihr bundesweit Aufmerksamkeit und Beachtung, die Europameisterschaften im Eisschnelllauf bescherten unserer Stadt eine ereignisbezogene erhöhte Medienpräsenz, ein Fernsehbeitrag unter dem Titel „Erfurt – Bilderbuch Deutschland“ – mehrfach ausgestrahlt auf verschiedenen deutschen Sendern – erzeugte eine positive Resonanz, die Tagungsinitiative „Erfurt lädt ein“ erfuhr großen Zuspruch und lässt auf eine Zunahme von Kongressen in Erfurt hoffen. Erfurt war bereits im Kommen und setzte dabei auf seine überzeugenden Standortvorteile und Alleinstellungsmerkmale, auf Historie und Events.

Nun müssen wir konstatieren, dass die Aufmerksamkeit, die unserer Stadt in der jüngsten Vergangenheit entgegengebracht wurde, und damit ihr Bekanntheitsgrad nie so hoch waren wie jetzt. Alle Mittel des klassischen Marketings haben es nicht vermocht, Erfurt auch nur annähernd so weit in den Mittelpunkt des europäischen, geschweige denn des Weltinteresses zu rücken, wie es im Zusammenhang mit der Wahnsinnstat eines Einzelnen geschehen ist. Die Aufgabe, den Namen Erfurt bekannt zu machen, steht plötzlich nicht mehr. Doch so hatte sich das niemand vorgestellt, diesen Preis hatte niemand zahlen wollen. Am Namen der Stadt haftet eine Tragödie, ein mit der plötzlich überdurchschnittlich hohen Bekanntheit verbundenes tragisches Image, was die Stadt reduziert – je weiter entfernt in der Welt man von ihr und ihrer Heimsuchung erfuhr.

Die unserer Stadt innewohnenden und uns, aber nicht der Welt, bekannten Vorzüge müssen mit ganzer Kraft propagiert werden. Kurz: Der inzwischen weltbekannte Name Erfurt muss mit positiven Inhalten besetzt werden. Dabei dürfen wir nicht hoffen und anstreben, dass die Tragödie der Bluttat allmählich in Vergessenheit geraten wird. Die Ignoranz des allzu Furchtbaren wird nicht gelingen. Erfurt wird noch sehr lange, vielleicht für immer, die Stadt bleiben, in der das grauenvollste Schulmassaker aller Zeiten stattgefunden hat – doch Erfurt wird auch die Stadt sein, in der eine gewaltige Anteilnahme, Trauer und tiefes Mitgefühl die Welt bewegten. Erfurt steht jetzt auch für diese zutiefst menschlichen Werte, die wachsen konnten in dieser Stadt, in der Stadt der Türme und Brücken, in der Stadt des Eissports, der Domstufenfestspiele, des Kinderkanals und der Blumen. Wir müssen den Namen Erfurt um seine wahrhaftigen Inhalte ergänzen, erweitern, müssen ihn runden.

Das Bild von Dom und Severikirche mit den Blumen übersäten Domstufen ging um die Welt – es wurde in ergreifender Weise zum Sinnbild einer tief verwundeten und trauernden Stadt mitten in Europa. Nutzen wir die Sympathie, die uns die Welt beim Heilen entgegenbringt, um zu zeigen, dass Erfurt nicht auf diese Tragödie zu reduzieren ist. Wir werden zeigen, wie unsere nun bekannte Stadt wirklich ist und was sie ausmacht.

Andrea Hildebrand

*Landeshauptstadt Erfurt,
Stadtmarketing
Fischmarkt 1, 99084 Erfurt
Tel.: 0049-(0)361-6 55-10 14
Fax: 0049-(0)361-6 55-21 29
E-Mail: stadtmarketing@erfurt.de*