



CITY-TASCHE heißt der Werbeträger, der den Namen der Barockstadt Bruchsal in alle Welt transportieren soll. Finanziert wird die stabile Einkaufstasche über aufgedruckte Werbung.

Pfiffige Idee mit Stadtschild

City-Tasche soll den Namen Bruchsal in alle Welt tragen

Bruchsal (bert) Mit einem besonderen Werbeträger will die Bruchsaler Tourismus, Marketing 6 Veranstaltungen GmbH /BTMV) die Barockstadt ins Blickfeld rücken: "City-Tasche" heißt die pfiffige Idee, die derzeit in etlichen bundesdeutschen Städten kurz vor dem Stapellauf steht. Dabei handelt es sich um eine stabile Einkaufstasche aus Kartonage, die bunt bedruckt ist. Blickfänger auf der Frontseite ist das gelbe Stadtschild, auf der Rückseite ist ein Stadtplan abgebildet, jeweils hinterlegt mit Fotos von ausgewählten Stadtmotiven. Die Seitenteile sowie Teile des Innenlebens sind mit Hochglanz-Werbung bestückt.

"Ich habe das Konzept der City-Tasche in einem Fachmagazin entdeckt und war gleich sehr angetan von der Ausstrahlung und Qualität des Produkts", bekundet Christof Hasenschwandtner, der stellvertretende BTMV-Geschäftsführer. Nicht allein, dass diese Einkaufstasche

die Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt selbstbewusst zum Ausdruck bringen, sie trage den Namen Bruchsal auch hinaus in alle Welt.

"Finanziert wird die Tasche über hochwertige Werbung, wir brauchen dazu nicht einmal ein eigenes Budget", kehrt Hasenschwandtner die finanziellen Vorzüge des Projekts hervor. Jetzt müssen sich nur noch die entsprechenden Bruchsaler Werbepartner finden. Die will die BMTV in nächster Zeit ansprechen. Auch die Werbegemeinschaft wird informiert. Die City-Tasche soll dann über die beteiligten Geschäfte in Umlauf gebracht werden, die Werbepartner bekommen Belegexemplare. Auch die Bruchsaler Tourismus Marketing & Veranstaltungen GmbH bringt Taschen unter die Leute. Bruchsal gehört dann übrigens zu den ersten Städten, die mit der City-Tasche Werbung in eigener Sache machen.