

Jetzt fehlt nur noch ein süßes Turnfest-Maskottchen

Heidelberger Agentur „GoYa!“ zeichnet für die Werbung für das Deutsche Turnfest 2013 in der Metropolregion verantwortlich

Von Birgit Sommer

„Leben in Bewegung“ ist der Slogan der Metropolregion. Das passt perfekt zum Internationalen Deutschen Turnfest, das vom 18. bis 25. Mai 2013 hier stattfindet. Erstmals hat sich der Deutsche Turnerbund (DTB) nicht für eine einzelne Stadt entschieden, sondern für die Region um Mannheim, Heidelberg, Ludwigshafen. Die Heidelberger Werbeagentur „GoYa!“ zeichnet dafür verantwortlich, dass niemand das große Ereignis übersehen kann, das zehn Millionen Euro kosten wird.

Die klassische Kommunikation ist nur ein Teil der Werbung für ein Event, das vielleicht 80 000 Wettbewerbsteilnehmer haben wird – in 18 Kommunen zwischen Heidelberg, Bensheim, Worms und Neustadt. Noch läuft die reine Informationskampagne, die die deutschen Turnvereine zum Fest einlädt. Auch werden derzeit die 10 000 Freiwilligen gesucht, die sich um die Gäste kümmern.

„GoYa!“ setzte sich gegen vier weitere Agenturen bundesweit durch, seine Kreativen entwickelten etwa das Kampagnendesign mit Farben aus dem Logo der Metropolregion und den vier „F“ des Turnerbundes nach Turnvater Jahns „frisch, fromm, fröhlich, frei“ sowie sämtliche Werbematerialien. Jüngstes Projekt: das Maskottchen der Veranstaltung. Ab Herbst wird niemand mehr das kommende Ereignis übersehen können. Dann hängen die Plakate in ganz Deutschland. „Die Leute sollen überall mit der Botschaft 'Freu Dich drauf' konfrontiert werden“, sagt Agentur-Chef Roland Albrecht. Zum Termin hin werden dann auch einzelne Veranstaltungen und Sportarten in eindrucksvollen Bildern beworben. „Wir wollen das Fest in

den Alltag hineinbringen und zum Stadtgespräch werden lassen“.

Dafür ist ihm modernes Marketing gerade recht: Er will mit Beamern durch die Metropolregion fahren und spektakuläre Sportübungen an Wände projizieren. Lichtinstallationen sollen Fantasie und Wirklichkeit mischen, etwa bei der Eröffnungsfeier des Turnfestes in Mannheim. Heidelberger kennen dieses ureigene Markenthema von „GoYa!“ von den Lichtinstallationen im Schlosshof und auf dem Karlsplatz. Auch Guerilla-Aktionen auf Straßen und Plätzen sind geplant, und nicht zuletzt zählt „virales Marketing“: Die Agentur setzt bei der Verbreitung ihrer Botschaften auch auf die sozialen Netzwerke. „Da kann man schnell mal

800 000 Leute erreichen“, sagt Geschäftsführer Roland Albrecht.

Sechs bis acht Betreuer, Grafiker, Mediengestalter, Texter und Illustratoren sind mit dem Deutschen Turnfest beschäftigt, für Roland Albrecht ist es ein „kleines bis mittleres Projekt“, doch es ist attraktiv für sein Unternehmen. „Wir sind stolz darauf, weil wir uns stark mit der Metropolregion identifizieren.“ Schließlich zeichnet die Agentur auch für den Werbeauftritt der Metropolregion verantwortlich. „GoYa!“ sieht sich als eine der führenden Markenagenturen in Deutschland; sie ist seit sechseinhalb Jahren am Neuenheimer Ufer ansässig und zählt 40 Mitarbeiter in den Büros Heidelberg, Zürich und Madrid. Dem-

nächst wird sie vielleicht auch den neuen Markenauftritt Dortmunds kreieren. „GoYa!“ ist eine von vier Agenturen, die unter 60 Bewerbungen ausgewählt wurden und ihre Ideen präsentieren können.

Das Internationale Deutsche Turnfest, das alle vier Jahre veranstaltet wird – das letzte fand im Jahr 2009 in Frankfurt statt – ist das größte Wettkampf- und Breitensportereignis der Welt. 27 Sportarten, von den Deutschen Mehrkampfmeisterschaften bis zum Geräteturnen, von Aerobic bis zum Mountainbike-Orientierung, vom Schleuderball bis zur Sportakrobatik, können die Turnfans beobachten. Geplant sind zudem hochkarätige Show-Veranstaltungen und Mitmachangebote für Jung und Alt.



Katja Hemberger von der Marketingagentur „GoYa!“ mit dem Turnfestplakat. Foto: Kresin

HINTERGRUND

> **Das Internationale Deutsche Turnfest 2013 in Heidelberg:** Von den über tausend Veranstaltungen, die die Menschen in der Metropolregion zwischen 18. und 15. Mai auf die Beine bringen sollen, finden beispielsweise das Beachvolleyball-Turnier (auf dem Messplatz) und das Prellball-Turnier im Sportzentrum Süd statt. Veranstaltungsorte der Turnfest-Akademie für die Fort- und Weiterbildung der Übungsleiter in den Vereinen sind der Olympia-Stützpunkt, das Institut für Sport und Sportwissenschaft (ISSW) der Universität, die Pädagogische Hochschule und das Sportzentrum-Nord. Zudem arbeitet die Stadt ein attraktives Rahmenprogramm aus, so Gerd Bartmann, Leiter des Amtes für Sport- und Gesundheitsförderung. Dazu gehören etwa eine zusätzliche Schloss-

beleuchtung, ein Bühnenprogramm auf dem Uniplatz und das „Schaufenster des Sports“ auf der Neckarwiese. Heidelberg rechnet mit 8 000 bis 10 000 Übernachtungsgästen. Die meisten werden in den Schulen untergebracht und von Freiwilligen betreut. Vor allem die internationalen Gäste, nicht nur aus den Partnerstädten, zieht es nach Heidelberg. Davon erwartet man auch eine Belebung des Tourismus in den folgenden Jahren. Bartmann: „Das größte Breitensportliche Ereignis der Welt kann uns nur gut tun.“ An den Kosten des Turnfestes – das Organisationskomitee sitzt in Mannheim – beteiligt sich Heidelberg mit 350 000 Euro. Für Personal, das der Turngau Heidelberg bis 2013 für die Organisation braucht, kommen zusätzlich 160 000 Euro aus der Stadtkasse. bik