



## Pressemitteilung Wir für Goslar – Eine Herzensangelegenheit

Goslar, das sind über tausend Jahre Geschichte, das ist die Kaiserpfalz, der Marktplatz, die Abzucht, aber auch noch viel mehr. Goslar ist Heimat, Unternehmenssitz und Lieblingsziel. Einige der kleinen Dinge, die Goslar in ihrer Summe so liebens-und lebenswert machen, hat die GOSLAR marketing gmbh (GMG) in der Kampagne „Wir für Goslar“ zusammengetragen, die seit einigen Wochen in der Stadt zu sehen ist.

Auf Bannern, Großflächenplakaten, in Stadtbussen und ab sofort auch in einigen Geschäften der Kaufmannsgilde Goslar e.V. werden Bürger und Besucher mit einem Augenzwinkern auf 13 mehr oder wenige bekannte Fakten zu Goslar hingewiesen. So wird unter dem Schlagwort „Untertagezoo“ zum Beispiel erläutert, welche „Tiere“ denn so im Rammelsberg leben und mit der „Herzensangelegenheit“ daran erinnert, dass das Herz von Heinrich III. in der Ulrichskapelle aufbewahrt wird. „Wir möchten den Einwohnern auf charmante Art ins Gedächtnis rufen, warum sie stolz auf ihre Stadt sein können und so die Identifikation mit der Stadt stärken. Und vielleicht können wir Goslarern und Besuchern sogar noch einige unbekanntere Seiten Goslars aufzeigen“, so Franziska Hain von der GMG. Denn die Kampagne soll keine Faktensammlung sein, die man auch in jedem Stadtführer findet, sondern durchaus auch Kuriositäten ans Licht bringen. Oder wer hätte gedacht, dass es in Goslar das größte Vorkommen einer vom Aussterben bedrohten Schneckenart gibt?

Entstanden ist die Aktion in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung der Stadt und dient als Auftakt für eine Imagekampagne für den Standort Goslar, die über die Stadtgrenzen ausgeweitet werden und langfristig Unternehmen und Fachkräfte in die Stadt bringen soll. „Goslar ist mehr als nur Ausflugs- oder Urlaubsziel mit einer schönen Altstadt und einer spannenden Geschichte. Goslar ist ein idealer Unternehmensstandort mit sehr guter Infrastruktur, einem guten wirtschaftlichen Klima und außerdem sehr familienfreundlich. Das wollen wir zukünftig neben touristischen Merkmalen noch stärker betonen, um uns auch als Wirtschaftsstandort in den Köpfen von Entscheidern und Arbeitskräften zu etablieren“, erläutert Rosemarie Walter von der Wirtschaftsförderung Goslar.

Unterstützt wird die Aktion außerdem von den Geschäften der Kaufmannsgilde Goslar e.V., die mit ihren Schaufenstern, Eingangstüren und Vitrinen Flächen für die Anbringung der Sprüche zur Verfügung stellen und so die Reichweite der Kampagne erhöhen. „Wir als Mitglied der Goslarer Kaufmannsgilde haben bereits eine klare Entscheidung für den Standort Goslar getroffen und können uns daher sehr gut mit der Aussage „Wir für Goslar“ identifizieren. Darüber hinaus liegt es natürlich auch in unserem Interesse, Goslars Attraktivität zu erhalten und neue Einwohner und Unternehmen in die Stadt zu ziehen“, so Matthias Ecke, Filialgeschäftsführung der KARSTADT Warenhaus GmbH.

Unterstützend zu den Aufklebern und Plakaten in der Stadt ist die Webseite [wirfürgoslar.de](http://wirfürgoslar.de) entstanden, auf der die 13 aktuellen Motive der Kampagne mit einer ausführlichen Erläuterung zu finden sind. Wer darüber hinaus noch Insider-Wissen hat oder einen Fakt in der Liste vermisst, kann sich unter [marketing@goslar.de](mailto:marketing@goslar.de) melden.

<b>Herausgeber:</b>	<b>GOSLAR marketing gmbh</b>
Geschäftsführer:	Mathias Derlin (V.i.S.d.P.)
Ansprechpartnerin Presse:	Franziska Hain
Anschrift:	Markt 7 – 38640 Goslar
Telefon:	0 53 21 / 78 06 54
E-Mail:	<a href="mailto:franziska.hain@goslar.de">franziska.hain@goslar.de</a>
Internet:	<a href="http://www.goslar.de">www.goslar.de</a>