

**Freie Presse - Lokalredaktion Marienberg****„Kunst zum Leben“ wird zelebriert**

Kunsthändler präsentieren neue Imagekampagne mit Gala in Olbernhau

**Olbernhau.** „Die Kunst zum Leben“ wird lebendig: Mit einer feierlichen Eröffnungsgala am Samstagabend im Tivoli Olbernhau feiert die neue Image- und Marketingkampagne des Verbandes Erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller ihre Premiere in breiter Öffentlichkeit.

„Der modern angelegte Werbefeldzug soll nicht nur den Bekanntheitsgrad der erzgebirgischen Volkskunst deutschland- und europaweit erhöhen; sie soll vor allem die hohe Wertigkeit der Erzeugnisse vermitteln“, betonte am Mittwoch Dieter Uhlmann, Geschäftsführer des Verbandes Erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller. Es soll vermittelt werden, dass die Produkte aus dem Erzgebirge nicht nur etwas für die Weihnachtszeit sind, sondern einfach zum Leben dazu gehören. Genau dafür stehe auch der Titel der Kampagne „Die Kunst zum Leben“. „Außerdem möchten wir damit neue, jüngere Zielgruppen erreichen. Bisher sind unsere Kunden etwa 55 Jahre und älter“, erklärte Uhlmann.

Erreicht werden soll das durch ein gezieltes Ansprechen des Endverbrauchers, unter anderem ein erstmals aufgelegtes, rund 40-seitiges Kundenmagazin. „Auf Grund geringer Budgets in der Vergangenheit konnten wir uns solch ein direktes Zugehen auf den Endkunden bis jetzt nicht leisten. Das ist einer der wesentlichsten Unterschiede zu unseren bisherigen Aktionen, die meist nur über den Fachhandel gelaufen sind“, so der Geschäftsführer. Ausdruck der neuen Qualität sei zudem die hochwertige Optik der einheitlichen Gestaltungslinie, die sich bis zu den Werbemitteln durchziehe.

Möglich wird das aufgrund der Förderung des Freistaates. „Wir haben zwar den Bescheid dafür noch nicht vorliegen, dürfen aber entsprechend einer Abstimmung beginnen“, sagte Uhlmann. Investiert werden sollen rund zwei Millionen Euro – die bislang teuerste Kampagne. Davon sind 350.000 Euro bereits für die Konzeption geflossen. Für die restlichen reichlich 1,6 Millionen Euro hoffen die Kunsthandwerker auf eine 60-prozentige Zuschussung.

Die aufwändige Werbung, die bis Ende 2009 läuft, basiere hauptsächlich auf umfangreichen Anzeigenschaltungen und Medienberichterstattungen, unter anderem im Nachrichtenmagazin Stern. In der „Freien Presse“ wird der Kunsthandwerkerverband den diesjährigen Adventskalender „füllen“.

Gekoppelt an die Präsentation der neuen Imagekampagne ist eine Ausstellung im Tivoli, die bis zum 25. November zu sehen sein wird. Sie zeigt erzgebirgische Volkskunst ganz anders, dokumentiert die neue Offenheit, für die die Kampagne steht. Gleichzeitig soll sie den dekorativen Charakter der Erzeugnisse und die Vielfalt des Kunsthandwerks zum Ausdruck bringen.

Von Thomas Wittig

Anzeige