

Stadtwerke werben selbstbewusst

VKU-Dachmarkenkampagne geht in die nächste Runde

Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hat gezeigt: Bürger vertrauen mehr denn je Unternehmen, die auf einem soliden Wertefundament stehen. Kein Wunder, dass Stadtwerke momentan eine Renaissance erleben und geradezu „trendy“ wirken. Zu diesem Wandel im Meinungsklima hat nicht zuletzt die VKU-Dachmarkenkampagne „Meine Stadtwerke. Gemeinsam stark“, die im letzten Herbst mit rund 100 teilnehmenden Unternehmen erfolgreich gestartet ist, beigetragen (*ZfK 10/08, 1*). Sie überzeugte Mitgliedsunternehmen, Fachöffentlichkeit und Politik nicht nur durch ihren Cross-Media-Ansatz, sondern hat vor allem eines deutlich gemacht: Kommunale Unternehmen sind mehr als nur ein Marktteilnehmer unter vielen – sie sind Zukunftsgestalter und -begleiter. „Den Schwung dieser ersten gemeinsamen Marketingaktion mitzunehmen und 2009 noch schlagkräftiger aufzutreten“, ist das erklärte Ziel von *Hans-Joachim Reck*, Hauptgeschäftsführer des VKU. Ab April will der VKU daher mit Anzeigen, Plakaten, Hörfunkspots und der Kampagnenwebsite www.meine-stadtwerke.de wieder Millionen-Reichweiten erzielen. Nicht nur kleinere und mittlere Stadtwerke mit geringeren Werbebudgets profitieren von der Kampagnenidee, so Reck: Durch die Nutzung von bereitgestellten Inhalten und Informationen für eigene Medien entstünden wertvolle Synergieeffekte. Ergebnis: Teilnehmende Stadtwerke erhielten im Vergleich zu individuellen Planungen ein deutlich positiveres Kosten-Nutzen-Verhältnis. Zudem belegten Kundenreaktionen, dass Dachmarkenkampagne und Marketingeinsatz der einzelnen Stadtwerke vor Ort sich gegenseitig hervorragend befruchtet hätten. Reck ist daher davon überzeugt, dass Stadtwerke ihre besonderen Vorteile im Wettbewerb weiter deutlich kommunizieren sollten. Daher sei es wichtig, dass noch mehr Stadtwerke bei der VKU-Dachmarkenkampagne mitmachen. Denn: „Stadtwerke sind allein schon eine gute Sache, aber gemeinsam sind sie noch stärker!“