

Imagekampagne für neues Stadion, Wahlkampf vor Bürgerentscheid führen

- ▶ Ideenentwicklung und strategische Planung und Umsetzung der Imagekampagne für das neue Stadion mit Bürgerumfrage, Markenentwicklung neues Stadion und Testimonial-Suche
- ▶ Laufende Beratung und Testimonial-Platzierung im Wahlkampf vor Bürgerentscheid

Imagekampagne neues Stadion

wbpr entwickelte für das Großprojekt Stadionneubau die Strategie für eine Imagekampagne und setzte die Formate passend zu den Anforderungen des Wahlkampfes um.

Dabei baute wbpr eine Dramaturgie vom Saisonstart bis zum Bürgerentscheid auf und lieferte mit Argumentationspapier, Bürgerumfrage, Testimonials aus Freiburg, Claim, Markenbild und Logo zum Stadion und der Storyline eines Imagefilms den inhaltlichen und emotionalen Unterbau für eine kontinuierliche Imagekampagne.

Bürgerentscheid gewinnen

Alle kommunikativen Mittel waren auf den Bürgerentscheid Anfang 2015 fokussiert und setzten auf Information und Emotionalisierung.

Kontinuierliche, faire Argumente für das Stadion und seine Vorteile für die Region versachlichten die Debatte und informierten die – ansonsten – schweigende Mehrheit.

Bekannte Testimonials und das starke Markenbild zum neuen Stadion aktivierten Fans und Fürsprecher des Stadions, ihre Stimme beim Bürgerentscheid abzugeben.



SC Freiburg: Bürger entscheiden über neues Stadion



Mehrheit bei Bürgerentscheid – Emotionaler Wahlkampf aktiviert Wähler

Emotionaler Wahlkampf und faire Argumente für das Stadion brachten Fans und Bürger an die Wahlurne. 45.629 Wählerinnen und Wähler stimmten für den Bau des neuen SC-Stadions, Damit war eine Mehrheit von 58,2 Prozent dafür. Durch sachliche Argumente, starke Fürsprecher, eine einprägsame Marke, das passende Logo und eine faire Haltung im Wahlkampf, gewannen SC Freiburg und Stadt Freiburg Sympathien und die Wahl für sich.