

AKTION



Sagen Willkommen in „Las Jenas“: Bürgeramtsleiter Olaf Schroth, Thomas Jahn alias „King“ Elvis und die Showgirls Lydia Mahnke, Jessica Grille und Anne Nestler (v.l.).

Foto: Klossek

# Willkommen in „Las Jenas“

Studentische Werbeagentur wirbt für Jena als Hauptwohnsitz – mit Glanz, Glamour und Gewinnen

Von Andreas Klossek

**JENA.** „Welcome to fabulous Las Jenas“. Willkommen in der fabelhaften Glitzermetropole am Fuße der Kernberge. Wer bisher dachte, Jena 6500 neu immatrikulierte Studenten hätten bereits den großen Lottogewinn gezogen, wenn sie auf Jenas engem Wohnungsmarkt eine Bleibe ergattern, wird jetzt eines Besseren belehrt: „Wir begrüßen die Studenten in ihrer neuen Lichtstadt, die mit großstädtischem Flair und persönlicher Freiheit lockt und in der jeder den Jackpot knacken kann“, beschreibt Nadine Höhn von der studentischen Kommunikationsagentur „Goldene Zwanziger“ die zentralen Botschaften hinter der diesjährigen Hauptwohnsitzkampagne, die Jena bewusst lautsprecherisch, bunt und überdreht mit dem Spielerparadies Las Vegas auf

eine Stufe hebt. Unter dem Slogan „Hauptgewinn durch Hauptwohnsitz“ wird dabei vor allem für den 240 Euro-„Jackpot“ getrommelt, welche die Stadt Jena jedem Studenten, der seinen ersten Wohnsitz nach „Las Jenas“ verlegt, als Ausbildungsbeihilfe zahlt. „Gerade solche finanziellen Anreize sind es, die bei den Studenten ziehen“, baut Julia Fuhrmann, neben Höhn Projektleiterin der Werbekampagne, auf die Erfahrungen der zurückliegenden Jahre.

Bereits das siebente Jahr in Folge legen sich die jungen Kommunikationsprofis im Auftrag der Stadt dafür ins Zeug, dass aus Studenten „vollwertige“ Einwohner werden, die Jenas Großstadtstatus sichern helfen und bei Mittelzuweisungen des Landes zu Buche schlagen. 20.000 Euro lässt sich die Stadt Bürgeramtsleiter Olaf Schroth zufolge die Werbung

in eigener Sache kosten. Und hat sich damit in den letzten Jahren nicht verzockt: die Zahl der Hauptwohnsitzanmeldungen ist seit

2003 kontinuierlich gestiegen. Waren es 2006 bereits etwa 1500, meldeten sich im zurückliegenden Jahr bereits über 2000 Studenten neu mit Hauptwohnsitz in Jena an.

Um die begehrte Zielgruppe zu ködern, haben die „Goldenen Zwanziger“ dieses Jahr ganz besonders tief in den Instrumentenkasten moderner Werbekommunikation gegriffen: das zentrale Werbemotiv, das vor illuminierten Jena-Kulisse freudestrahlende Studenten mit einem Fächer Euro-Noten zeigt, prangt nicht nur von Plakaten und Bannern sondern auch von einer hinterleuchteten und drehbaren Litfasssäule in der Ernst-Abbe-Mensa. Im Internet ist die Kampagne mit einer eigenen Homepage, einer

Studi-VZ-Gruppe und einem Video vertreten. Für den mit Abstand meisten Glamour sorgt indes ein Promotion-Team, das mit einer riesigen weißen Stretch-Limousine seit anderthalb Wochen an Uni und Fachhochschule unterwegs ist. „King“ Elvis persönlich und drei reizende Showgirls weisen den Neumatrikulierten charmant den Weg zur Anmeldung ins Bürgeramt am Löbdergraben und weiter zur INFOtake des Studentenwerkes am Uni-Campus, wo auf Antrag die versprochene Prämie winkt. Wem bei dem ganzen Prozedere der Nervenkitzel fehlt, kann an einem Gewinnspiel teilnehmen und mit einem bisschen Glück zu einer Reise in die wirkliche Casino-Metropole Las Vegas abheben. Einfach fabelhaft.

Weitere Informationen im Internet unter [www.lasjenas.de](http://www.lasjenas.de).