

Schüler-Logo jetzt auf Bussen zu sehen

Umsetzungspreis des Kreativ-Wettbewerbes

Meschede. Im vergangenen Jahr startete das Stadtmarketing Meschede den zweiten Kreativ-Wettbewerb. Unter dem Motto „Take your Chance – gestalte dein Logo für Meschede“ konnten sich Jugendliche mit einem Logo und Kampagnen-Ideen für ihre Stadt Meschede bewerben und so zeigen, wie sie ihre Heimatstadt sehen.

22 Ideen eingereicht

22 Stadtlogos mit ideenreichen Werbekampagnen und Umsetzungs-ideen wurden insgesamt von knapp 80 Teilnehmern eingereicht. 10 der zahlreichen Einsendungen standen im großen Finale zur Wahl. Über Facebook und Stimmzettel konnten alle für ihren Favoriten und die überzeugendste Werbekampagne ab-

stimmen. Mit dem Motto „Natur. Natürlich. Meschede.“ haben sich Alexandra Förster, Johanna Nieder, Tobias Nieder und Florian Breide letztlich gegen die große Konkurrenz durchgesetzt.

Das von den Neuntklässlern des Gymnasiums der Benediktiner kreierte Logo ist nun auf dem „Vielfalt Meschede“-Bus zu sehen. Umgesetzt wurde die Idee mit Hilfe der Sparkasse Meschede.

„Der Kreativ-Wettbewerb ist eine tolle Möglichkeit zu sehen, wie Meschede von Jugendlichen wahrgenommen wird“, so Christoph Hermes vom Stadtmarketing Meschede. Der Bus wird nun in den nächsten Monaten im Linienverkehr zu sehen sein und Werbung für die Stadt Meschede machen.



Das neue Logo, das die Schüler kreiert haben: Johanna Nieder, Alexandra Förster, Jasmin Wachenfeld (Sparkasse), Florian Breide, Christoph Hermes (Stadtmarketing), Tobias Nieder (von links) .