

27.11.2015



## Mainz trägt Wissen im Herzen

Neue Kampagne zur Wissenschaftskommunikation der Landeshauptstadt Mainz gemeinsam mit der MAINZER WISSENSCHAFTSALLIANZ



Seit dem 20. November tauchen sie immer wieder in der Stadt auf: Herz, Kopf und LED-Birne. Als Bodengraffiti, in der Broschüre zum Vorlesetag sowie als Bild auf der Mainz Facebook-Seite.

„Mainz trägt ‚Wissen im Herzen‘ – und bringt es direkt in die Köpfe! Denn Mainz ist nicht nur Standort für Spitzenforschung. Ergänzend haben es sich die Wissenschaftsinstitutionen auch auf die Fahnen geschrieben, ein großes und abwechslungsreiches Programm für alle interessierten Mainzerinnen, Mainzer und Gäste anzubieten“, sagt Oberbürgermeister Michael Ebling. „Mit der eingängigen und zugleich emotionalen Symbolik möchten wir vor allem auch die Jüngeren ansprechen.“

Die kreativen Köpfe hinter der generellen Idee entstammen eben dieser Zielgruppe: Anna Linsmeier, Melanie Jakobowitz, Sabine Reichert und Franz Handermann hatten das Kommunikationskonzept zur Schärfung des Profils von Mainz als Wissenschaftsstadt im Sommersemester 2015 erarbeitet. Dies geschah in einem Seminar des Lehr- und Forschungsbereichs für Unternehmenskommunikation am Institut für Publizistik der

Johannes Gutenberg-Universität Mainz, in dem sich Masterstudierende regelmäßig – nicht nur theoretisch – mit den Anforderungen einer PR-Kampagne beschäftigen. Unter Leitung der Dozenten Sascha Himmelreich und Pirko Krämer agierten die vier wie eine Agentur im Auftrag der Landeshauptstadt Mainz.

Das Ergebnis ist die Kampagne „Wissen im Herzen“, die mit vielen interaktiven Elementen, frischen Veranstaltungsformaten und „Guerilla-Marketing“ vor allem eine jüngere Zielgruppe erreichen möchte.

Als Partner werden die Mitglieder der MAINZER WISSENSCHAFTSALLIANZ die Kampagne durch Veranstaltungen wie Science Slams, wissenschaftliche Fragen und Antworten „made in Mainz“ und Videos inhaltlich mit Leben füllen und die Mainzerinnen und Mainzer zum Mitreden, Miterleben, Mitmachen und Mitwirken anregen. „Mit ‚Wissen im Herzen‘ werden wir noch mehr Menschen erreichen,“ begrüßt Professor Dr. Gerhard Muth, Vorstandsvorsitzender der MAINZER WISSENSCHAFTSALLIANZ und Präsident der Hochschule Mainz, die gemeinsame Kampagne. „Wir freuen uns, die Botschaften und Inhalte unserer Themenjahre zukünftig unter diesem neuen Claim zu transportieren.“ Die Schwerpunkte von „Wissen im Herzen“ richten sich nämlich nach den Themenjahren der MAINZER WISSENSCHAFTSALLIANZ: Nach „Mensch und Wissenschaft im Dialog“ in diesem Jahr, steht 2016 „Mensch und Medizin“ auf dem Programm, 2017 folgt „Mensch und Umwelt“.

Die Kampagne „Wissen im Herzen“ soll künftig als städtisches Erscheinungsbild der Wissenschaftsvermittlung verwendet werden. Bisher wurde neben den Guerilla-Aktivitäten bereits die Facebook-Seite „Mainz – Stadt der Wissenschaft 2011“

umbenannt in „Wissen im Herzen“  
(facebook.com/wissenimherzen) , ebenso die Wissenschafts-  
Website der Stadt: [www.wissenimherzen.mainz.de](http://www.wissenimherzen.mainz.de)

Die erste Frage „Wie lange dauert es, quer durch die Welt zu fallen?“ gibt einen Ausblick in die nächsten Jahre, denn eine Rätsel-Reihe wird ein Bestandteil der Kampagne sein. Kurze Wissenschaftsvideos („life hacks“), Schnitzeljagden und ein erweitertes Veranstaltungsprogramm werden in den kommenden Monaten und Jahren unter dem Dach „Wissen im Herzen“ umgesetzt.

\* \* \*