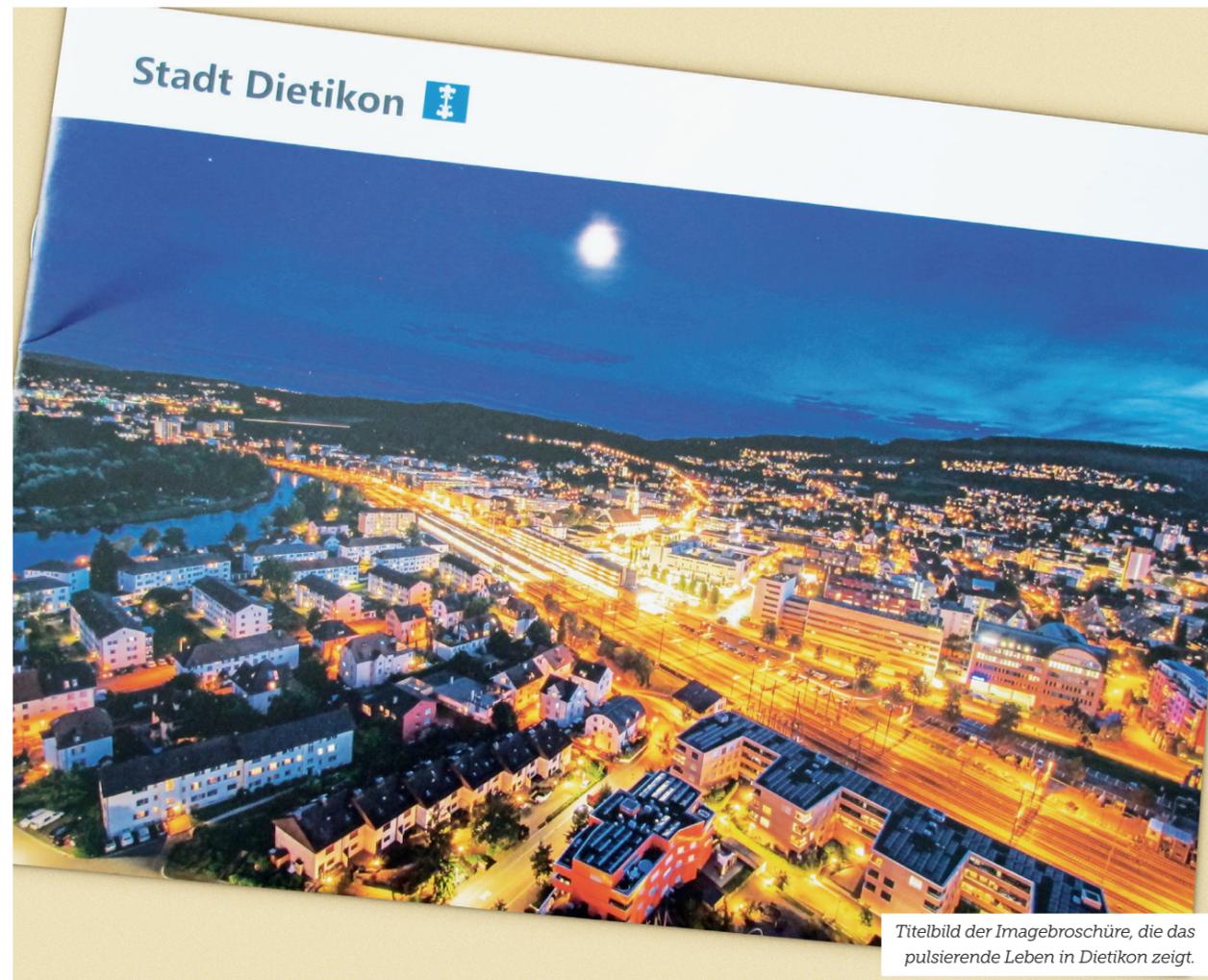


Imagekampagne

«Wir wollen Zerrbildern über Dietikon begegnen»

Text und Bild: Martin Gollmer – Die Stadt Dietikon will ihren Ruf verbessern. Sie hat deshalb eine Imagekampagne gestartet. Bisher bekannte Elemente sind Plakate mit Testimonials von Dietiker Persönlichkeiten sowie eine Broschüre. Im nächsten Jahr sollen noch Kurzvideos folgen.



Titelbild der Imagebroschüre, die das pulsierende Leben in Dietikon zeigt.

Ist der Ruf der Stadt Dietikon so schlecht, dass sie eine Imagekampagne braucht? «Nein, keineswegs», antwortet Stadtpräsident Roger Bachmann. Aber in den vergangenen Jahren seien Vorkommnisse, wie man sie auch aus anderen Städten kenne, von den Medien aufgebauscht worden. Dies habe dem Ruf Dietikons geschadet. «In Wahrheit aber steht die Stadt wesentlich besser da als ihr Ruf», ist Bachmann überzeugt. Mit der Imagekampagne wolle man nun

gezielt Gegensteuer geben zu Klischees, die in der Öffentlichkeit kursierten.

«Mit dieser Kampagne wollen wir den Zerrbildern begegnen, die es über unsere Stadt gibt und der Bevölkerung vor Augen führen bzw. in Erinnerung rufen, was Dietikon alles bietet», sagt Bachmann zum Ziel der Imagekampagne. «Die Kampagne soll die vielfältigen Vorteile und Werte der Stadt sichtbar machen und die

Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Wohn- und Arbeitsstadt fördern.

Was zeichnet Dietikon denn aus? «Als Regionalzentrum bietet Dietikon mit über 28'000 Einwohnern, 1800 Betrieben und über 18'000 Beschäftigten alles, was man von einer attraktiven Stadt bezüglich Wohnen und Arbeiten erwartet», schreibt Bachmann im Vorwort der Imagebroschüre: «Hochwertige Lebens-, Wohn- und Arbeitsräume, eine bunte Kulturszene, eine lebhaftes Innenstadt mit vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten sowie Grünzonen und Freiräume auf dem ganzen Stadtgebiet, welche die hohe Lebensqualität unterstreichen.»

Wer angesprochen werden soll

Welche Zielgruppen will die Stadt mit ihrer Imagekampagne ansprechen? «Die Kampagne richtet sich an alle, die in Dietikon leben und arbeiten, und an Leute, die Dietikon als Verkehrsknotenpunkt auf dem Weg zu ihrer Arbeit nutzen», erklärt Bachmann.

Bisher bekannte Werbemittel für Dietikon sind Plakate und eine Broschüre. Seit Anfang Oktober ist eine erste Staffel von Plakaten in der Stadt zu sehen. Auf ihnen sind lokale Persönlichkeiten abgebildet, die mit ein, zwei Sätzen Vorzüge und Werte der Stadt ins rechte Licht rücken. Bei der ersten Staffel von Plakaten sind der Ex-Skitrainer Karl Freshner, Professor Farhad Hafezi (Elza Augeninstitut), Heinz Schenkel (Taverne zur Krone), Claudia Schmidpeter (Engel & Völkers), Peter Winkler und Christian Höhener vom Komikerduo Lapsus, Patric Hariri (Immobilienverwalter und Bachelor 2019) und Daniel Rey (E-Motion E-Bike Welt) dabei.

Die zweite Staffel von Plakaten im Frühjahr 2021 zeigt folgende Personen in Bild und Wort: Claudia Perazza-Aleman (Casa Canei), Jessica Locher (Drogerie Locher), Rolf Weber (Jaisli-Xamax), David Egger (Limmattaler Zeitung), Mona Sorcelli (Netzwerkerin und Mutter) und Reto Casanova (Fussballclub Dietikon). In der dritten Staffel von Plakaten, die für Herbst 2021 geplant ist, zeigen und äussern sich Christoph Weber (Hotelplan), Susanne und Stefan Sprenger (Füglistaller Baby-Rose), Thomas Illi (Lyreco Switzerland), René Gubelmann (Künstler), Martina Meier (Restaurant Heimat) und Margrith Stähli (Initiantin Dietiker Wäppli).

Was bekannt gemacht werden soll

Mit der Anfang November erschienenen Imagebroschüre will Dietikon die vielen verborgenen Schönheiten der Stadt bekannter machen und stärken. Texte

und Bilder heben auf zwanzig Seiten die Grünräume und Parks mitten im Siedlungsgebiet hervor, veranschaulichen das pulsierende Leben im Bezirkshauptort mit seinen erstklassigen Verkehrsverbindungen und porträtieren das vielfältige Kultur- und Vereinsleben.

Im nächsten Jahr sollen als weiteres Werbemittel für Dietikon noch Kurzvideos mit dem Duo Lapsus erscheinen. Ab wann und wo die Videos zu sehen sind, steht noch nicht fest. In einem ersten Video, das der «Dietiker» schon anschauen konnte, nehmen die beiden Komiker Peter Winkler und Christian Höhener einige Vorzüge Dietikons auf die Schippe und lassen sich eine überraschende Schlusspointe einfallen. Die Dietikerinnen und Dietiker dürfen gespannt sein. ■

Infos

Die Imagebroschüre kann auf der Website der Stadt Dietikon – www.dietikon.ch – heruntergeladen oder auf Hochglanzpapier gedruckt per E-Mail bei cinzia.marti@dietikon.ch bestellt werden.

