

## Pressemitteilung

### Neue Wege in der Kommunikation

### NetCologne engagiert sich im Gay Marketing

Köln, 11. Juli 2000

Einen ungewöhnlichen Auftritt realisierte das Kölner Telekommunikations-Unternehmen NetCologne für den

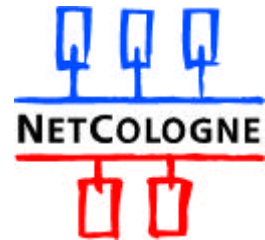
Christopher Street Day (CSD) am 01. und 02. Juli in Köln. NetCologne sponserte den gemeinsamen Wagen des schwul-lesbischen Kölner Stadtmagazins RIK und des Schwulen- und Lesben-Zentrums SCHULZ. Als zentrales grafisches Element für den Wagen und als Anzeigenmotiv entwickelte die Kölner Werbeagentur ZS Communication zusammen mit dem Gay Marketing-Berater Michael Stuber dafür ein Motiv im Stil Keith Harings.

Das Motiv mit den flirtenden und tanzenden Telefonhörern korrespondiert mit dem Motto "Communitycation", das ZS Communication ebenfalls speziell für den CSD entwickelt hat. Das Wort soll sowohl die Einheit im Sinne des CSD-Gedankens ausdrücken wie auch auf den zentralen Aspekt der Kommunikation verweisen. Dieser spielt im Selbstverständnis sowohl von RIK und SCHULZ wie auch bei NetCologne eine herausragende Rolle, jedoch auf eine unterschiedliche Weise. Der Auftritt auf dem CSD führt die verschiedenen Ansätze zusammen.

Der Bezug auf Keith Haring ist nicht zufällig gewählt: Haring entwickelte 1979 das erste Gay-Werbemotiv

überhaupt, eine Anzeige für "Absolut Vodka". Ähnliche Motive entwarf Haring später als Plakat für das Montreux Jazz Festival oder für die

Hülle der CD "Red Hot + Dance", einem sehr erfolgreichen Charity-Projekt in den 80iger Jahren.



Das von ZS entwickelte Motiv im Stil Harings schmückte die beiden Seitenbanden des gemeinsamen Wagens von RIK und SCHULZ. Eingesetzt wurde es außerdem als Anzeigenmotiv für Gay-Medien und für das Programmheft zum CSD. Seit dem letzten Jahr unterstützt NetCologne gezielt schwul-lesbische Initiativen in Köln. Neben der AIDS-Hilfe Köln sind das zur Zeit das SCHULZ und der Sportverein SC Janus.

Das Engagement ist Ausdruck der Philosophie von NetCologne, die gesellschaftliche Vielfalt innerhalb und außerhalb des Unternehmens positiv aufzugreifen und in der Kommunikation unterschiedlichste Zielgruppen anzusprechen. In enger Zusammenarbeit mit Michael Stuber wurde eigens ein Konzept zum Gay Marketing erarbeitet. Dieses ist wiederum Teil des Sponsoring-Konzepts von NetCologne, mit dem für das gesellschaftliche, sportliche und soziale Leben Kölns bedeutsame Initiativen unterstützt werden.

Weitere Informationen:

Brigitte Schultes, Leiterin Unternehmenskommunikation

NetCologne Gesellschaft für Telekommunikation mbH

Maarweg 163, 50825 Köln

Tel. 0221-2222 250, Fax 0221-2222 444,

Mobil: 0173 / 2822072

[bschultes@netcologne.de](mailto:bschultes@netcologne.de)