

Von „Nur Lieben“ zur Stadtmarke: Reutlingen startet eine gelebte Marke – und kommuniziert künftig wirksamer und effizienter

Reutlingen macht den nächsten Schritt in seiner Stadtkommunikation: Aus der vielfach ausgezeichneten und deutschlandweit bekannten Kampagne „Reutlingen kannst Du nicht mögen. Nur lieben“ wird eine langfristig angelegte, gelebte Stadtmarke. Der Prozess dafür läuft bereits seit 2017 – Reutlingen ist damit heute in der Lage, sein Profil nach innen und außen klar, wirksam und effektiv zu erzählen.

Im Zentrum der weiterentwickelten Stadtmarke stehen drei Stärkenfelder, die Reutlingen künftig unter einem gemeinsamen Dach kommuniziert: starke Wirtschaft, attraktive Lage und Erlebnis Innenstadt. Die Marke übersetzt diese Stärken in eine klare Erzählung darüber, wofür Reutlingen steht – und wie die Stadt im Wettbewerb um Besucherinnen und Besucher, Fachkräfte, Unternehmen und Zukunftsthemen sichtbar bleibt.

Ein prägendes Element der Stadtmarke ist die Liebe auf den zweiten Blick und das neue Logo als Herzzeichen: Es steht für den gemeinsamen Herzschlag Reutlingens und für den Anspruch, dass die Marke nicht nur „gesendet“, sondern von vielen Akteurinnen und Akteuren mitgetragen und mitgemacht wird. Das Herz integriert die drei Stärkenfelder – Natur und Lage werden durch eine stilisierte Achalm in der rechten Herzkammer aufgegriffen, die linke Kammer steht für das Erlebnis Innenstadt, und das digitale Herzmotiv verweist auf die Stärke des Wirtschaftsstandorts. Ein kleines Dach als Überraschungsmoment unterstreicht dabei die Haltung der Marke, dass Reutlingen auf den zweiten Blick noch mehr zu entdecken hat.

Kern des neuen Markenansatzes ist die gleichberechtigte Doppelstruktur: Reutlingen führt die Marke als Institutionenmarke für Stadtverwaltung und städtische Organisationen ein – und gleichzeitig als Mitmachmarke für die gesamte Stadtgesellschaft. Beide Ebenen sind bewusst gleichwertig gedacht: Die Institutionen sorgen für Klarheit, Verlässlichkeit und Wiedererkennung, während die Mitmachmarke Beteiligung ermöglicht und Reutlingen im Alltag sichtbar macht durch Menschen, Vereine, Initiativen, Unternehmen sowie Akteure aus Kultur und Bildung.

Ein zentrales Prinzip dabei: Das Herzzeichen kann im Rahmen der Mitmachmarke in freien Farbkombinationen genutzt werden. So bleibt das Zeichen wiedererkennbar, kann aber je nach Anlass, Absender oder Stimmung individuell interpretiert werden. Das ermöglicht authentische Kommunikation „von innen heraus“ – und macht die Stadtmarke anschlussfähig für alle, die Reutlingen mitgestalten. Hierzu wurde die Website www.nurlieben.de als Mitmachmarkenplattform eingerichtet.

Neben der inhaltlichen Positionierung verfolgt Reutlingen mit der Neuausrichtung der Stadtmarke ein klares organisatorisches Ziel: Kommunikation effizienter und konsistenter zu machen. Dafür wird ein zentrales Markenportal eingeführt, das den Zugang zu Vorlagen, Anwendungen und Materialien bündelt. So können Stadtverwaltung und Institutionen künftig schneller und einheitlicher arbeiten, Abstimmungsaufwand reduzieren und die Kommunikation gezielter auf das Wesentliche ausrichten.

Gerade in Zeiten, in denen Budgets kommunaler Haushalte vielerorts schmaler werden, ist dieser Schritt ein strategischer Vorteil: Reutlingen kann seine Kommunikation bündeln, klarer priorisieren und sich im Wettbewerb mit anderen Kommunen wirksam positionieren – ohne dass jeder Bereich erneut bei Null anfangen muss.

Die offizielle Einführung der weiterentwickelten Stadtmarke wird am 06. Mai 2026 im Rahmen eines öffentlichen Rollout-Events auf dem Marktplatz erlebbar. Der Abend verbindet Gespräche mit Stimmen aus Stadt und Stadtgesellschaft sowie Beteiligungsformate – darunter ein Song, an dem alle Reutlingerinnen und Reutlinger teilhaben können. Ein besonderer Höhepunkt ist der gemeinsame Herzmoment: Auf dem Marktplatz entsteht ein Herz aus über 8.000 Blumen in der Form des neuen Logos. Die Besucherinnen und Besucher sind eingeladen, Blumen mitzunehmen – und so die Stadtmarke ganz konkret in die Stadt zu tragen.

Zitate

Oberbürgermeister Thomas Keck:

„Aus der erfolgreichen ‚Nur Lieben‘-Kampagne machen wir einen dauerhaften Herzschlag für Reutlingen – eine Stadtmarke, die nach innen und außen wirkt.“

Anna Bierig (StaRT – Stadtmarketing und Tourismus Reutlingen GmbH)

„Die Stadtmarke aus dem Dreiklang aus starker Wirtschaft, attraktiver Lage und Erlebnis Innenstadt ist ein System, das Orientierung gibt und gleichzeitig Mitmachen möglich macht – damit Reutlingen nachhaltig und wirksam sichtbar wird.“

Kontakt

Anna Bierig

Geschäftsführerin

Stadtmarketing und Tourismus Reutlingen GmbH

bierig@start-reutlingen.de

07121 93 93 53 00