

Potsdam, 04.09.2023

Heinrich-Mann-Allee 107  
14473 Potsdam

## Pressemitteilung

Chef vom Dienst  
Hausruf: (03 31) 8 66 – 12 51  
(03 31) 8 66 – 13 56  
(03 31) 8 66 – 13 59  
Fax: (03 31) 8 66 – 14 16  
Internet: [www.brandenburg.de](http://www.brandenburg.de)  
E-Mail: [presseamt@stk.brandenburg.de](mailto:presseamt@stk.brandenburg.de)

### **Motzen, Protzen oder Kotzen: Schöne Orte brauchen keine schönen Namen – Landesmarketing wirbt mit „Brandenburg-Monat“ – Vor-Ort-Aktionen, Werbung, jwd-Shop**

Brandenburgs Landesmarketing erweitert den gestern zu Ende gegangenen BRANDENBURG-TAG in Finsterwalde zu einem „Brandenburg-Monat“. Im Rahmen der jwd-Kommunikationsoffensive sollen im Zeitraum bis zum Tag der Deutschen Einheit am 3. Oktober in Hamburg kompakt und auf gewohnt humorvolle Art und Weise die Vorzüge des zuzugsstärksten Bundeslandes in Deutschland präsentiert werden. Im Mittelpunkt eines Maßnahmen- und Medienmix stehen dabei neun Brandenburger Orte mit vermeintlich kuriosen Namen – und natürlich deren Oberhäupter. Einen Einblick in die geplante Kampagne gibt es auf dem Instagram-Kanal [#unser.brandenburg](https://www.instagram.com/unsere.brandenburg).

Der für Landesmarketing zuständige Staatssekretär Benjamin Grimm betont zum Start: „Im Brandenburg-Monat zeigen wir erneut selbstbewusst, was hinter der vermeintlichen Provinz steckt. Ob Protzen Open Air oder Trecker-Treff in Knoblauch, Motzener See oder Kotzener Havelradweg, ob beim Bau von Gemeindezentren oder der Unterstützung von Rückkehrerinitiativen – im zuzugsstärksten Bundesland liegen auch außerhalb des Speckgürtels Natur und Kultur, Engagement und Entwicklung, Zusammenhalt und Zukunft dicht beieinander. Ich freue mich besonders darüber, dass uns diesmal die **Ortsvorsteherinnen und Ortsvorsteher** von Kackrow, Knoblauch, Kotzen, Motzen, Pitschen-Pickel, Protzen, Ranzig, Sargleben und Sauen unterstützen. **Sie geben der Kampagne ein Gesicht und tragen die Idee ins Land.**“

Neben Aktionen vor Ort und im Netz werden im weiteren Kampagnenverlauf u.a. Hörfunkspots in den Ballungsräumen Berlin-Brandenburg, Köln, Stuttgart, München und Hamburg ausgespielt. In Berlin und Hamburg ist die Kampagne mit Großflächen-Plakaten präsent. Guerilla-Aktionen sind auch geplant.

Die neue Kampagne ergänzt die vor einem Jahr gestartete jwd-Kommunikationsoffensive. Die geht seit dem BRANDENBURG-TAG nicht mehr nur ins Ohr, sondern auch auf die Brust. Ab sofort können in Anlehnung an den erfolgreichen Kampagnenspot mit „jwd - jeder will dahin“ gebrandete Shirts, Hoodies oder FINCH-Mützen in einem Shop des Anbieters Spreadshirt erworben werden. Dieser ist über die Kampagnenwebseite erreichbar.

Weitere Informationen: [es-kann-so-einfach-sein.de](http://es-kann-so-einfach-sein.de)