



Das neue Logo von Martin Acht „I like Limburg – Heimatliebe“ soll ein Statement für Limburg sein. Foto: in Concas

# „Liebeserklärung an Limburg“

So will ein Limburger Einzelhändler auf die neue Konkurrenz Factory Outlet reagieren

ANP 23.7.15

Wenn das Fashion Outlet Montabaur am 30. Juli seine Pforten öffnet, stehen die Einzelhändler in der Umgebung vor einer großen Herausforderung. Auch die Limburger Kaufleute machen sich Gedanken, wie sie ihre Kundschaft und neue Besucher auch in Zukunft von den Vorzügen des Einkaufs in der Domstadt überzeugen können.

**Limburg.** „I like Limburg“ ist eine Idee von Martin Acht. Der 60-jährige Geschäftsführer des Limburger Bekleidungsgeschäfts Vohl & Meyer hat das Logo, „eigentlich ein Statement“, für Limburg gestaltet, das zunächst 5000 Ökotex-Naturbaumwolltaschen schmücken soll (die Taschen gibt es ab sofort bei Vohl & Meyer), „aber auch auf Luftballons, Buttons, T-Shirts und alles Mögliche andere passt!“

Acht stammt aus einer Limburger Kaufmannsfamilie und ist seinem Handwerk nach wie vor treu

verbunden. Das Logo mit den drei Großbuchstaben trägt im stilisierten Herz zunächst den Schriftzug Vohl & Meyer. „Jeder Unternehmer kann natürlich seinen eigenen Schriftzug verwenden“, ermutigt Martin Acht alle kaufmännischen und städtischen Mitstreiter und gibt die Daten für das Logo gerne weiter. Unterhalb von Herz und Buchstaben steht das Wörtchen „Heimatliebe“.

„Wer seine Heimat liebt, ist fest mit der Region verwurzelt“, definiert der Initiator diese Aussage, „er lebt hier, er radelt hier, er feiert hier, er geht hier auf den Markt und er fühlt sich hier wohl. Also kauft er auch hier ein!“

Martin Acht ist überzeugt, dass das Logo eine Steilvorlage für die Einkaufsstadt Limburg wird und hat deshalb die Vorstellung der neuen Einkaufstaschen mit mehreren Limburg-Aktionen verknüpft. Dazu gehört die Postkarte „Liebeserklärung an Limburg“, die ab sofort bei Vohl & Meyer ausgegeben

wird. Hier kann jeder Kunde aufschreiben, was er an der Stadt besonders schätzt. Die Liebeserklärungen werden anschließend von einer Jury ausgewertet. Die fünf schönsten Bekenntnisse zur Domstadt werden mit Einkaufsgutscheinen von Vohl & Meyer im Wert von 500 Euro, 400 Euro, 300 Euro, 200 Euro und 100 Euro belohnt.

## Wette mit Bürgermeister

Gleichzeitig gibt es eine Wette von Martin Acht mit Bürgermeister Martin Richard (CDU), wie viele Liebeserklärungen abgegeben werden. Verliert der Bürgermeister, wird er jeweils persönlich einen Betrag an die Lebenshilfe und die Leberecht-Stiftung spenden und zudem einen fünf Kilometer langen Marsch an einem Sonntagvormittag ab dem Freibad anbieten. Jeder Teilnehmer wird gebeten, ebenfalls fünf Euro an eine der beiden oben genannten Hilfsorganisationen zu spenden. Martin Acht wird, wenn er verliert, an einem Samstag eine

selbst gekochte Suppe in der Fußgängerzone ausschenken. Der Reinerlös wird auf Leberecht und Lebenshilfe verteilt.

Am Samstag, 1. August, werden in der Zeit von 10 bis 16 Uhr in der Fußgängerzone in einem Zelt vor Vohl & Meyer die Baumwoll-Einkaufstaschen zugunsten der Leberecht-Stiftung unserer Zeitung und am Samstag, 22. August, zugunsten der Lebenshilfe verkauft.

Vor dem Familienunternehmen steht am Samstag, 25. Juli, von 10 bis 18 Uhr auch eine Fotobox. Wer möchte, kann sich dort mit einer „I like-Limburg-Tasche“ fotografieren lassen. Oder er lässt sich im Urlaub mit der Limburg-Tasche fotografieren, weil „Heimatliebe“ auch zu Urlaubsfreuden passt. Die Bilder werden ins Netz gestellt.

Die Bilder, die anschließend am meisten angeklickt wurden, gewinnen. Einkaufsgutscheine winken auch hier im Wert von jeweils einmal 500, 400, 300, 200 und 100 Euro. aic