

# Bei Social Media präsenter werden

Haselünne geht neue Wege bei der Werbung für den Korn- und Hansemarkt

**Daniel Gonzalez-Tepper**

**D**eutlich mehr Bilder, Videos und Informationen über den Korn- und Hansemarkt in Haselünne gibt es künftig bei Facebook und Instagram. Der Vorstand hat die Aufgabe in neue deutlich jüngere Hände gegeben.

Die beiden neuen Social-Media-Beauftragten des Korn- und Hansemarktes heißen Lea Pohlmann und Svenja Homes. Die 30 und 24 Jahre alten Haselünnerinnen kennen das beliebte Stadtfest seit Kindesbeinen an. Es findet in diesem Jahr vom 9. bis 11. September statt und wird das 20. sein seit der ersten Ausrichtung 1983. 2020 fiel der Korn- und Hansemarkt wegen Corona aus.

„Ich bin schon als ganz kleines Kind im Bollerwagen beim mittelalterlichen Umzug dabei gewesen“, berichtet Svenja Homes. Die 24-Jährige spielt seit gut zehn Jahren Trompete in der Burgmannskapelle und ist seitdem auch in den Umzug und anderen Aktivitäten der Kapelle während der dreitägigen Veranstaltung einge-



Bespielen ab sofort die Social-Media-Profile des Korn- und Hansemarktes in Haselünne: Lea Pohlmann (links) und Svenja Homes.

Foto: Daniel Gonzalez-Tepper

bunden. Ihr Vater Ralf Homes ist kooptiertes Vorstandsmitglied beim Verein Historischer Korn- und Hansemarkt Haselünne e. V. und dort vornehmlich für die Organisation des Umzugs zuständig.

## **Seiten sollen Emotionen transportieren**

Beruflich mit Werbung und Marketing zu tun hat Lea Pohlmann. Die 30-Jährige ist

Mediengestalterin und seit mehreren Jahren für die Firma Esders in Haselünne tätig. „Ich freue mich jedes mal aufs neue, beim Korn- und Hansemarkt alte Freunde wiederzutreffen, die aus ganz Deutschland oder darüber hinaus für das Wochenende nach Haselünne kommen“, erklärt Pohlmann.

Beide wurden Anfang des Jahres vom Vorstand des Vereins gefragt, ob sie die

Aufgabe übernehmen wollen und sagten zu. „Facebook und Instagram sind hervorragend dafür geeignet, Emotionen zu transportieren“, sagt Uwe Hilm, Vorsitzender des Vereins.

Da viele Besucher und insbesondere Handwerker und Schausteller, die die Stände und Programmpunkte des Marktes bestücken, nicht aus dem Emsland stammen würden, könnten diese über soziale Netzwerke schnell

erreicht werden. „Das funktioniert oft besser, als über unsere Internetseite oder E-Mails“, erklärt Hilm.

Die Facebookseite des Korn- und Hansemarktes gibt es bereits seit Januar 2014. Der erste Post informierte über den Gewinn beim Wettbewerb „Schönstes Stadtfestes europaweit“. Seit wenigen Wochen gibt es nun auch eine Seite bei Instagram.

Erste Aktivitäten der beiden Social-Media-Beauftragten waren bereits erfolgreich. Beide riefen zum Beispiel unter dem Motto „Vorfreude“ dazu auf, Selfies (also Selbstporträts) zu veröffentlichen und die Seite des Korn- und Hansemarktes zu verlinken. „Die Resonanz war sehr groß, wir haben viele tolle Motive sehen dürfen“, sagt Lea Pohlmann.

In den kommenden Wochen werden auf den beiden Seiten unter anderem Bilder und Videos der bisherigen 19 Korn- und Hansemärkte veröffentlicht. Außerdem werden beide einige Handwerker vorstellen, die im September dabei sein werden. Weitere Themen und Aktionen auf den Seiten sind noch in Planung.