



Skulptor Tauno Kangro valatud pronkstarvast sai Rakvere linna sümbol, mis võitis populaarsust vanade ja noorte, omade ja võõrate seas. Nüüd otsib linnavalitsus Rakverele ka logo ja tunnuslauset, et eristada maakonnakeskust lihakombinaadist. Sellega valiti tegelema Tallinna reklaamifirma.

Arhiiv

# Rakvere linn otsib identiteeti

**Andres Pulver**

Rakvere linnavalitsusel on kavas hakata linnale identiteeti kujundama ja selleks on appi palgatud Tallinna reklaamifirma Korus.

Rakvere linnakunstniku Jule Käeni sõnul on linnal vaja logo, tunnuslauset ja muud atribuutikat, mida saaks igapäevaselt kasutada ja mille abil saaks linna ka väljapoole müüa.

Linnavalitsus ei ürita aga asjaga ise hakkama saada. Suunatud riigihanke korras valiti abijõuks reklaamiagentuur Korus, palju kavatsetakse konsulteerida ka inimestega. "Ennekoike tahaski teada, mida arva-

vad asjast Rakvere elanikud – millises linnas nad elavad ja millises linnas nad tahaksid elada," rääkis Käen.

Korpuse juhataja Tiia Nõmme sõnul korraldab küsitlusfirma EMOR kompleksuuringu, mille käigus küsitletakse Rakvere elanikke, Rakvere arvamusliidreid, kes Rakveret väljapoole paista lasevad, ja inimesi mujalt Eestist, et selle põhjal leida mingi üks ja eriline motiiv, mis võiks Rakveret iseloomustada.

"Selle põhjal saaks siis koostada lähteülesande logo, tunnuslause ja muu atribuutika väljatöötamiseks," lausus Nõmme ja tõi näiteks, et Tartu linn on en-

da identiteedi leidnud nooruslikkuses ja sellele tuginevad ka linna tunnuslause ja ülikooli sammastega logo.

Nõmme arvates saab lõpptulemus seda parem, mida rohkem inimesi suudetakse avaliku arutellu kaasata. "Siinkohal loodame kindlasti ka ajakirjan-duse abile," lisas Jule Käen.

Rakvere linn paneb mainekujundusprotsessi mängu 250 000 krooni. "See sisaldab uuringu maksumust ja reklaamiagentuuri tööd," selgitas Käen.

Euroopa Liidu struktuuri-fondidelt loodetakse juurde saada üle miljoni krooni, et Rakvere uue sümboolikaga tooteid

valmistada. "Alates pastapliatsitest kuni kas või suusasaabateni," tõi Tiia Nõmme näiteks.

Linnakunstnik lisas, et mingil juhul ei toimu protsess salastatult. "Oleme avatud ja ootame igakülgset tagasisidet, Priimäge küll mängima ei hakka," kinnitas Käen.

Üheks põhjuseks, miks linn mainekujunduskampaniaid käivitab, oli asjaosaliste sõnul ka Rakvere Lihakombinaadi aktiivne reklaamikampania, mis seostab sõna Rakvere automaatselt vorsti või viineritega.

Nii Käeni kui ka Nõmme sõnul peaks Rakvere olema linn, mitte lihakombinaat ja pakku-ma muudki peale vorsti.