

Als Vorzeige-Ort etablieren

20.04.2010

Baiersbronn will sich mit Standortmarketing bis 2020 strategisch verbessern

„Baiersbronn 2020“ – so Zukunfts-weisend nennt sich ein diese Woche startender Standortentwicklungsprozess. Dieser soll die Gewähr, die Grundlagen dafür schaffen, dass der touristische Premium-Ort auch in den kommenden Jahren seine Attraktivität wahrt. Ein attraktiver Wohn- und Arbeitsort garantiert nämlich Wohlstandssicherung.



Baiersbronn. Gestern haben der Bürgermeister und der Tourismusdirektor, Norbert Beck und Patrick Schreib, das neue Baiersbronner Zukunftsprogramm angestoßen. Die Vorbereitungen für das Standortmarketing-Konzept laufen freilich schon seit Spätsommer 2009. Für die „objektive“, unparteiische Moderatoren-Rolle in dem mehrstufigen Prozessverlauf wird auftragsgemäß Prof. Alexander Doderer sorgen. Doderer ist geschäftsführender Gesellschafter von „Gruppe Drei“. Die Agentur aus Villingen-Schwenningen hat sich auf „strategische Kommunikation“ spezialisiert.

Auftakt für ein neues

Stadtmarketing in der Tourismus-„Metropole“ Baiersbronn

Bereits diese Woche, am Donnerstag, 22. April, sind die Bürger zur großen Auftaktveranstaltung in den Rosensaal eingeladen (Beginn um 19 Uhr; siehe auch [den kleinen Kasten](#)).

(von links):
Tourismudirektor Patrick Schreib,
Bürgermeister Norbert Beck
und der
Kommunikationsfachmann Prof. Alexander Doderer.

Strategische Gemeindeplanung hat in Baiersbronn eine gewisse Tradition. 1995 wurde ein Kurort- und Gemeindeentwicklungsplan aufgelegt. Vor acht Jahren wurde das Trendsetting-Konzept des „Wanderhimmels“ geboren. Und jetzt, so befindet Bürgermeister Beck, sei es wieder an der Zeit für eine Neuausrichtung. Eine, die den ambitionierten Arbeitstitel „Baiersbronn 2020“ trägt. Der Bürgermeister hält es für verkehrt, sich auf erarbeiteten Sterne-Lorbeeren im Gourmet-Dorf auszuruhen. „Es ist wieder an der Zeit, die Bevölkerung wach zu rütteln, die Einwohner für die Entwicklung der Gemeinde zu interessieren.“

Bild: sis Beck und Schreib wollten gestern nicht absichtsvoll tiefstapeln. Zugegebenermaßen habe sich die Feriengemeinde in den vergangenen 20 Jahren „hervorragend entwickelt“. Und Prof. Alexander Doderer erkennt gar in Baiersbronn eine der seltenen „Leuchtturm-Gemeinden“, die in ihrer privilegierten Vorreiterposition anderen lässig den Rang ablaufen. Baiersbronn, sagt Doderer, besitze die „Kraft einer Marke“, nehme eine „ganz besondere Rolle“ ein, es „unterfüttert den Schwarzwald mit ganz positiven Aspekten“.

Doch alle Drei zeigten sich gestern beim Pressetermin auch einig, dass im Zeitalter der „mobilen Gesellschaft“, in einer Ära des Umbruchs – mit einer zusehends schrumpfenden Gesellschaft, mit „Binnenwanderungen“ und Zuzug in die Metropolen – auch erfolgsverwöhnte Gemeinden vor neuen Problemen stehen. Stichwort: „Nichts muss so bleiben!“ Unter Kommunen und Städten – feststellbar auch im kleinräumigen Kreis Freudenstadt – hat sich in den letzten Jahren ein Standortwettbewerb heraus geschält. Da kann selbst eine erreichte Spitzenposition anfechtbar sein. Beck bekümmern hier Einwohner-Verluste von „mehreren Hundert“.

Weil diese Abwanderung mit Standortfragen zu tun hat, wollen sich die Entscheidungsträger in Baiersbronn jetzt kritischen Fragestellungen aussetzen:

- Ist unsere Gemeinde in der Außenwirkung wirklich attraktiv?
- Besitzt Baiersbronn eine Magnetwirkung mit größerer Reichweite?

- Wird Kaufkraft gebunden und zusätzlich auch angelockt?
- Wie stabil ist überhaupt der Wirtschaftsstandort Baiersbronn?

Diese Frageführungen deuten es schon an: Es geht längst nicht nur um die touristischen Qualitätsverbesserungen. Der „ganzheitliche Ansatz“ dieser Zukunfts-Offensive will alle Lebensbereiche einer Überprüfung unterziehen: Kultur, Bildung, Arbeitswelt, sämtliche Wirtschaftssektoren. Die Ziele des Programms „2020“ werden sein, Arbeitsplätze zu erhalten, die Wirtschaftskraft auszubauen, die „Wertschöpfung zu steigern“ (Patrick Schreib). Im Standortmarketing-Prozess sollen dafür klare Handlungsaufträge formuliert werden. Einen kann sich Beck zum Beispiel schon lebhaft vorstellen. Denn, „wir haben auch Schwächen. Ich denke hier in Teilen an das Ortsbild.“

Damit Standortmarketing nicht akademisch abgehoben den Baiersbronnern überstülpt wird, wird Prof. Doderer die Einwohner zum Mittag „motivieren, die Leute abholen“. Sie sollen sich aktiv beteiligen und ihren Wunsch-„Erlebnisraum“ Baiersbronn in der Zukunft mal umreißen. Doderers Bürgerbeteiligungsmodell, das rund ein halbes Jahr in Anspruch nehmen wird, ist ein neuartiges. Eins, das auf Transparenz und Effektivität setzt. Die US-Methode nach dem „bottom-up“-Verfahren nimmt Abstand von den früheren umständlichen Serien-Termin-Setzungen. Das hat häufig Kräfte gebunden und auch erschöpft. An dessen Stelle treten so genannte „Large Scale“-Events – mit großen Teilnehmer-Foren, auch „Mega-Workshops“ bezeichnet. Diese werden in sechs bis sieben Stunden (Doderer) den gesamten Vorschläge-Rahmen abarbeiten und helfen dabei noch festlegen, „wie das Ganze kommuniziert wird“.

Am Ende dieses geballten Schnellverfahrens sollen laut Doderer „15 bis 20 Top-Maßnahmen“ stehen, welche den Zukunfts-Rahmen für Baiersbronn abstecken.

Hochbedeutsam für Baiersbronn's künftige erfolgreiche touristische Marken-Rolle, so klang gestern an, wird dabei das „Innen-Marketing“ sein. Wie trägt jeder Einzelne zum positiven Gesamtbild bei? Wie kann jedem der Einwohner das Bewusstsein für das allgemeine Ganze vermittelt und kommuniziert werden?

Neues Standortmarketing in Baiersbronn

Die Auftaktveranstaltung für die aktive Gestaltung der Zukunft in der Tourismusgemeinde findet am kommenden Donnerstag, 22. April, um 19 Uhr im Rosensaal statt. Bürgermeister Norbert Beck wird dann eine hoffentlich zahlreiche Bürgerschaft begrüßen und erläutern, wozu „Standortmarketing“ eigentlich dient. Wie sich Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken eines Standorts wie Baiersbronn herausarbeiten und bewerten lassen, das werden dann der Kommunikations-Strategie Prof. Alexander Doderer und Tourismusdirektor Patrick Schreib darlegen. Schlussendlich ist dann auch noch ein Gedankenaustausch in gemütlicher Runde geplant.

Fatal error: Call to undefined function smarty_modifier_eregi() in /home/fneckar/smarty/templates_c/% %69^694^694022E6% %standard-artikel.tpl.php on line 93