

SÜDKURIER Medienhaus -

**URL:**

<http://www.suedkurier.de/region/bodenseekreis-oberschwaben/markdorf/Die-Marke-Markdorf-steht;art372484,3972447,0>

## **Die Marke Markdorf steht**

07.10.2009 00:00

Standortmarketing stellt Zwischenbilanz vor – Hausaufgaben für den Handel

## **Die Marke Markdorf steht**

Mit breiter Brust präsentierten die Verantwortlichen für das Standortmarketing für Markdorf gestern ihre Zwischenbilanz: „In der attraktiven Bodenseeregion gibt es nur einen Standort mit so hervorragenden Bedingungen für den Dreiklang von Wirtschaft, Familie und Bildung.“ So lautet die so genannte Markenpositionierung, mit der die Stadt künftig in ihrer Außenwirkung auftreten möchte.



Foto:

Markdorf – 17 Seiten umfasst die Dokumentation „Die Position der Marke – Stadt Markdorf“, die die Akteure des Standortmarketing – Professor Alexander Doderer und Heike Friedrich von der beauftragten Agentur Gruppe Drei sowie Bürgermeister Bernd Gerber und die Koordinatorin bei der Stadt, Birgit Bentele, sowie Mitglieder der Arbeitsgruppe „Stark“ – gestern vor der Presse vorstellten. Detailliert aufgelistet ist auf den 17 Seiten die bisherige Arbeit der rund 35 Bürger aus allen Bereichen der Gesellschaft umfassenden „Stark“-Gruppe sowie die in „Methoden“ und „Handlungsansätzen“ gegliederten Aufgaben für die nächste Zukunft – in acht Bereichen, von der Wirtschaft über den Tourismus, die Landwirtschaft, Bildung und Kultur, Freizeit sowie Handel.

Die Standortbestimmung, die die „Stark“-Gruppe unter Doderers Moderation erarbeitet hat, stellt sich insgesamt positiv dar. Zwar verkaufe sich die Stadt „bislang unter Wert“, doch sei sie in Vielem „vorne dran“, heißt es. Denn: In Markdorf lasse es sich „in der Summe besser leben als anderswo“. Festgemacht wird diese Analyse an einer „zukunftsfähigen Wirtschaftskraft“, die vorrangig für die Marke Markdorf stehen müsse, und – neben anderen Faktoren – einem überdurchschnittlichen Tourismus-, Bildungs- und Vereine-Angebot.

Diese Stärken gelte es nun auszubauen und zu positionieren, hieß es gestern. Nach dieser Standortbestimmung sollen bis Jahresende konkrete Umsetzungen vorgenommen werden. Ein Slogan für Markdorf (das vorläufige Markenmotto lautet: „Markdorf – Innovation, Qualität, Zukunft“) soll kreiert werden, Feste und Aktivitäten in der Stadt gehen auf den Prüfstand und werden überarbeitet, darunter auch der Weihnachtsmarkt, der laut Doderer in der jetzigen Form keine Zukunft hat. Außerdem soll ein Standortmarketingverein, der bis Jahresende gegründet sein soll, alle Kräfte, von der Aktionsgemeinschaft über den Wirtschaftskreis bis zu Langs und Zankers Netzwerkabende, bündeln.

Jeder der acht Bereiche bekommt in der 17-seitigen Markenpositionierung seine Hausaufgaben. So sollen sich die Unternehmen stärker in das Standortmarketing einbringen, die Kultur-Akteure künftig an einem Strang ziehen und der Einzelhandel bestehende Defizite beseitigen. Der Handel bekommt von der „Stark“-Gruppe, der wohlgerne auch Händler angehören, Einiges ins Stammbuch geschrieben. Im „Bereich Flair und Erlebnisqualität“ weist die Innenstadt Defizite auf. Es müsse künftig aber mehr Frequenz und somit Kaufkraft angelockt werden. Die Händler müssten sich deshalb auf einheitliche Kernöffnungszeiten einigen, Schulungen zur Verbesserung der Qualität belegen und „umgehend“ einen runden Tisch einberufen, an dem sie sich auf kundenorientierte Standards einigen.

Alle Akteure sprachen gestern von einer „Grundlage“. Sie werde, so Doderer, ein „nachhaltiges Standortmarketing“ der Stadt ermöglichen. „Stark“-Mitglied Dietmar Bitzenhofer sprach vom „Fundament“, das gelegt worden sei. Man habe etwas auf den Weg gebracht, das Zukunft habe, sagte Helmut Bauhuis vom BUND. Gerber und Doderer sprachen der „Stark“-Gruppe einen herzlichen Dank aus.



Die Marke Markdorf soll sich über den starken Wirtschaftsstandort (links) definieren. Hervorragend, gemessen an der Region, seien die Bedingungen für Familien – Beispiel: das „Leihoma-Projekt“ des Mehrgenerationenhauses (Bild Mitte). Tradition (rechts) mit Zukunft könnte ein Leitsatz sein. Bilder: Zanker/Büschel:

Foto:

Druckansicht



Foto:



Foto:

Druckansicht

**Helmar Grupp**

Alle Rechte vorbehalten.

Copyright © 2008 SÜDKURIER GmbH Medienhaus - Alle Rechte vorbehalten.

Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung durch das SÜDKURIER Medienhaus