

SÜDKURIER Medienhaus -

URL:

<http://www.suedkurier.de/region/bodenseekreis-oberschwaben/markdorf/art372484,3823297,0>

Kritischer Blick gefragt

22.06.2009 00:00

Doderer stellt Standortmarketing-Konzeption vor

Kritischer Blick gefragt

In der Stadthalle präsentierte Professor Doderer die aktuellen Planungen des Standortmarketings und die Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Stark“ sowie die weiteren Schritte für das Projekt. Durchaus interessante Fakten, die Doderer allerdings vor mehrheitlich leeren Stuhlreihen ausführte.



Was soll das Standortmarketing für Markdorf bringen? Dies erläuterte Professor Doderer in der Stadthalle.
Foto: Schopf

Markdorf – Unter dem Titel „Stark im Gespräch“ hatte die Arbeitsgemeinschaft „Stark“ des Standortmarketings in die Stadthalle eingeladen. Es waren auch starke Gespräche – allerdings mit wenigen Besuchern. Professor Doderer stellte die Konzeption des Standortmarketings vor: Die Marke Markdorf müsse geschaffen werden. Was sie bedeuten würde, stehe nun fest: Der innovative Wirtschaftsstandort im Mittelpunkt, darauf aufbauend Kultur, Bildung, Tourismus, Landwirtschaft und weitere Themenfelder. Der Wirtschaftsstandort würde deswegen im Mittelpunkt stehen, weil er die Basis für alle Aktivitäten sei. „Ohne eine funktionierende Wirtschaft gibt es keine Bildung, Kultur oder ähnliches“, ist sich Doderer sicher. Die verschiedenen Themenfelder seien aber gleichberechtigt und es würde für alle Themen gleichermaßen geplant.

Seit der Auftaktveranstaltung des Standortmarketings im Januar hat sich der Arbeitskreis „Stark“ – eine Abkürzung für Standortmarketing-Arbeitskreis – gebildet und mehrmals zur Planung getroffen. Die Mitglieder der „Stark“-Arbeitsgruppen überlegen, wie man die Stadt attraktiver gestalten kann, welche Veranstaltungen oder Verschönerungen Besucher anlocken und wie man die Stadt auch für die Bewohner lebenswerter machen kann. „Markdorf ist schon gut – aber man kann es noch besser machen“, betonte Doderer mehrfach.

Alle Bestrebungen des Standortmarketings sollen nun in einer Organisation zusammengefasst werden. Welche Form diese Organisation später haben wird, eventuell ein Verein, steht noch nicht fest. Diese Organisation soll einmal Markdorf als Marke positionieren, die Kräfte in der Stadt bündeln und die Marketing-Projekte umsetzen.

Dabei wolle man das Rad nicht neu erfinden. „Das Dixiefest mit dem Tag der Wirtschaft war eine tolle Geschichte. So etwas wollen wir natürlich nicht aufgeben. Aber warum sollte man so etwas nicht vielleicht öfter machen?“, stellte Doderer fest. Es müsse in der Region einfach klar sein, „Markdorf, da muss ich hin“.

Doderer rief die Markdorfer dazu auf, ihre Stadt mehr mit den Augen eines Besuchers zu sehen. „Es gibt gepflegte Ecken, aber leider auch ungepflegte“, so der Professor. Dabei sprach er erneut die teils lieblose Gestaltung von Schaufenstern an. „Es gibt Schaufenster, die mehr als ein halbes Jahr nicht umdekoriert wurden. Das verzeiht der Kunde nie. Er wird nichts sagen – aber auch nicht mehr kommen“, appellierte Doderer an die Einzelhändler.

Eine Besucherin kritisierte bei der anschließenden Gesprächsrunde das Vorgehen von Doderer, dass er die Negativbeispiele bildlich darstelle. „Die darauf abgebildeten bekommen sie doch so nie ins Boot fürs Standortmarketing“, so der Vorwurf. Doderer entgegnete, es sei sein Job den Finger in die Wunde zu legen und die Defizite klar anzusprechen. Klaus Wosnitzka ärgerte sich darüber, dass man bisher zu wenig über die Arbeit der „Stark“-Gruppen gehört habe. Doderer versprach, dass man künftig besser aus den Sitzungen der Arbeitsgruppen informieren würde. Denn für das Standortmarketing sei jeder Bürger mit seinen Eindrücken, Wünschen und Ideen gefragt.

matthias schopf

Alle Rechte vorbehalten.

Copyright © 2008 SÜDKURIER GmbH Medienhaus - Alle Rechte vorbehalten.

Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung durch das SÜDKURIER Medienhaus