

Die Position der Marke

GRUPPE DREI® 1009



STADT **M**ARKDORF

Stadt Markdorf

Standortmarketing
Birgit Bentele
Rathausplatz 1
88677 Markdorf

Tel. 07544 500-238
Fax 07544 500-200

www.markdorf.de



Bernd Gerber
Bürgermeister

VORWORT

Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger,

die Zukunft ist offen für Gestaltung! Diese Aussage gilt in besonderer Weise auch für unsere Stadt Markdorf. Einhelliger Grundkonsens der vergangenen Jahre aller Verantwortlichen in Gemeinderat und Verwaltung war immer das Entstehen zur Förderung des Gemeinwohls in dieser Stadt. Diesen Grundanspruch wollen wir gemeinsam mit Energie und Tatkraft erfüllen. Wir werden mit ganzer Kraft dafür arbeiten, unsere Stadt Markdorf zum Wohle aller Bürgerinnen und Bürger auch in Zukunft weiter nach vorne zu bringen.

Die Ausgangslage dafür ist bestens. Aufbauen können wir auf das feste Fundament einer hervorragenden Stadtentwicklung. Diese positive Entwicklung gilt es in der Verantwortung für künftige Generationen nachhaltig weiter zu tragen. Leben und arbeiten, Wirtschaft und Natur in unserer Stadt nehmen wechselseitig aufeinander Bezug und verlangen nach einer integrierten Betrachtung.

Die Stärken unserer Stadt bleiben ihre aktive Bürgerschaft, unsere gewachsene Wirtschaftsstruktur und die intakte Natur. Dieses vitale und breitaufgestellte Gemeinwesen, eingebettet in die herrliche Naturlandschaft, gilt es weiterhin gemeinsam

zu stärken. Dadurch behält unsere Stadt ihre unverwechselbare Note und gewinnt an weiterem Profil.

Mit einer Positionierung unserer Stadt auf dem Weg in die Zukunft hat sich im Rahmen des Standortmarketingprojektes in einjähriger intensiver Arbeit und Diskussion der Arbeitskreis STARK thematisch beschäftigt. Die entwickelten Ideen und Ansätze für eine nachhaltige Stadtentwicklung sind in der vorliegenden Markenpositionierung ausführlich dargelegt und detailliert beschrieben. In dieser Arbeitsgruppe haben mitgewirkt Vertreter von Handel, Handwerk und Gewerbe, Ansprechpartner von Bildungs- und Kultureinrichtungen sowie von Vereinen, Mitglieder des Gemeinderates und der Verwaltung. Begleitet und erfolgreich moderiert wurde der Prozess von Prof. Doderer und der Agentur Gruppe Drei. Ich danke allen Mitwirkenden für das sehr zeitaufwendige Engagement, die intensive und ergebnisorientierte Zusammenarbeit. Dem Arbeitskreis gratuliere ich sehr gerne zum erarbeiteten Ergebnis in Form dieser Markenpositionierung.

Die vor Ihnen liegende Markenpositionierung spiegelt die ganze Lebendigkeit und Vielfältigkeit von Markdorf wider. Diese differenzierte Ausarbeitung wird nach meiner Überzeugung ein positives Echo in der Öffentlichkeit erfahren und Anerkennung in der Bürgerschaft finden. Dieses Markenleitbild soll uns begleiten bei der Aufgabenstellung zur Förderung des Gemeinwohls in dieser Stadt. Als orientierende Handlungsanleitung wird diese Positionierung Wegsweisung und Richtungsangabe sein.

Sie alle sind herzlich eingeladen Anteil zu nehmen und mitzuhelfen, unsere lebens- und liebenswerte Stadt Markdorf mit gemeinsamer Kraftanstrengung zu unser aller Wohle weiter nach vorne zu bringen!

Herzlichst
Ihr

Bernd Gerber
Bürgermeister
Im Oktober 2009

STADT MARKDORF

...eine Marke mit Biss

Was ist eine starke Standort-Marke?

Eine starke Standort-Marke ist ein bedeutsames Vehikel, um sich in den Augen der Menschen als besonderer, einzigartiger Standort darzustellen und um sich von anderen Städten positiv abzuheben. Städte mit starken Marken haben eine eigene Persönlichkeit. Sie sind emotional und vermitteln den Menschen Sicherheit, Stabilität, Kontinuität und vor allem Geborgenheit. Alle diese Werte basieren auf einer komplexen Angebotspalette, vor allem aber auf einer starken und zukunftsfähigen Wirtschaftskraft vor Ort.

Solche Städte sind aber auch besonders innovativ und abwechslungsreich. Städte mit starken Marken können mit ihrem Flair Menschen emotional begeistern. Dazu gehört auch das Gefühl, von einer intakten Natur umgeben zu sein.

Daraus ergibt sich für Markdorf etwa folgender Markenkern: Markdorf ist eine besonders zukunftsfähige Stadt. Sie ist in vielen Bereichen „vorne dran“. Dabei steht der Mensch immer im Mittelpunkt. In der Summe lässt es sich hier besser leben als anderswo.

Dieser „besser“-Anspruch ist gleichsam der rote Faden für alle Maßnahmen in der Stadt.



Der Standortmarketing-Arbeitskreis „STARK“ diskutiert die Stärken und Schwächen der Stadt Markdorf.

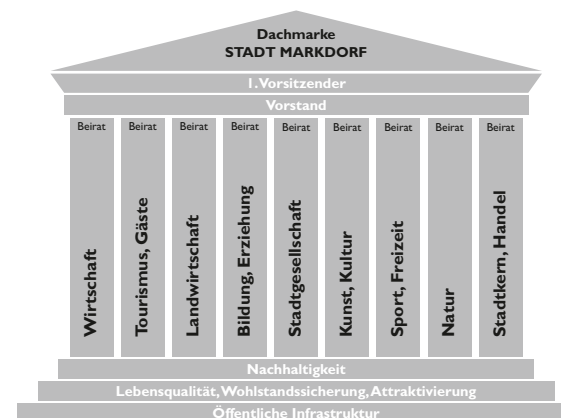


Welche vorrangigen Ziele verfolgt die Marke?

- Steigerung der Lebensqualität
- Steigerung der Einwohnerzahl
- weitere Ansiedlung von Unternehmen aus zukunftsorientierten Branchen
- verstärkte Zuwanderung qualifizierter Fachkräfte
- verstärkter Zufluss von Kaufkraft
- stärkere Identifikation und Innenwirkung der Marke
- stärkere Außenwahrnehmung

Wie erreichen wir diese Ziele?

Den entscheidenden Faktor für ein erfolgreiches und langfristig gesichertes Standortmarketing stellt die **Organisationsplattform** des Standortmarketings vor Ort dar. Akteure aus verschiedensten Gesellschaftsgruppen erkennen, dass die Marke Markdorf das Dach über mehreren Säulen bildet. Dieses Dach lässt jeder Säule ihre Eigenständigkeit und verbindet doch alle mit seiner Schutzfunktion. Mit Säulen sind in diesem Zusammenhang gemeint:



Erst wenn alle erkennen, dass sie schlussendlich als eine Marke Markdorf von außen wahrgenommen werden und dadurch erfolgreich sind, wird eben jene Solidargemeinschaft entstehen, die wirklich Aufmerksamkeit erreichen kann.

MARKE



Leitlinien und Methoden

Leitlinien für eine starke Marke Markdorf

Die folgenden Leitlinien sind einerseits Feststellung, andererseits Zielsetzung für die kommenden Jahre.

Markdorf ist die Stadt...

1. ... mit sehr starker **Wirtschaftskraft** und besonders zukunftsorientierten Arbeitsplätzen
2. ... mit einer besonders aktiven **Tourismuswirtschaft**
3. ... mit einer qualitativ hochwertigen **Landwirtschaft**
4. ... mit überdurchschnittlichen **Erziehungs- und Bildungsangeboten**
5. ... mit einer **engagierten und offenen Stadtgesellschaft mit starker Identität**
6. ... mit vielfältigen **kulturellen Angeboten**
7. ... mit bemerkenswerten **Sport- und Freizeiteinrichtungen**
8. ... mit der Einbettung in eine **intakte Naturlandschaft**
9. ... mit einem **attraktiven Stadtkern und aktiven Händlern**

Was bedeutet dies für Markdorf?

Vor dem Hintergrund des Markenanspruchs der Stadt Markdorf haben alle Maßnahmen markenkonforme Charakterzüge zu tragen:

1. nicht angestaubt
2. innovativ und überraschend
3. möglichst einzigartig
4. nicht kleinbürgerlich/spießig
5. nicht gut gemeint, sondern gut gemacht
6. gut oder gar nicht
7. für Gäste interessant
8. Außen- und Innenwirkung

Markdorf verfolgt seine Marketingziele mit intelligenten Methoden:

1. durch konsequente Markenführung
2. durch konsequentes Innenmarketing
3. durch einen aktiven und permanenten Dialog aller lokalen Akteure
4. durch abgestimmte Maßnahmen im Jahreslauf
5. durch einen einheitlichen und modernen Markenauftritt
6. durch regelmäßige abgestimmte werbliche Aktivitäten in unterschiedlichsten Medien (Medienmix)
7. durch markenkonforme Events

Markenkern und Markenwelt

Der Markenkern Markdorfs wird durch die zukunftsfähige Wirtschaftskraft der Stadt gebildet. Sie ist die Primärebene des Markenkerns. Ihr schließen sich in der Sekundärebene an: Sport- und Freizeit, Natur und Ökologie, die Landwirtschaft, der Tourismus, die Innenstadt mit Handel und Gastronomie, Erziehung und Bildung, Kultur und Kunst sowie die offene Stadtgesellschaft.



Markenposition Wirtschaft

Sehr starke Wirtschaftskraft und besonders zukunftsorientierte Arbeitsplätze

Markdorf ist eine Stadt mit sehr starker Wirtschaftskraft und besonders zukunftsorientierten Arbeitsplätzen. In diesem Sinne ist das Thema Wirtschaft der zentrale Markenkern der Stadt Markdorf in der Außenwirkung.

Marketing-Leitsätze Wirtschaft:

- Die Marke Markdorf steht vorrangig für „Wirtschaftsstandort“.
- Die Marke Markdorf steht für ein wirtschaftsfreundliches Klima.

Handlungsansatz:

Die zukunftsorientierte Wirtschaft ist zentraler Markenkern und sie ist in Markdorf von einem hohen Qualitätsniveau bestimmt. Das erkennt der Besucher zuerst an den gepflegten Industrieanlagen und an der innovativen Architektur in den Gewerbegebieten. Die Marketingmaßnahmen der einzelnen Unternehmen tragen ebenfalls dazu bei. Die Wirtschaft Markdorfs sollte sich zukünftig stärker in das Standortmarketing einbringen. Sie sollte aktiv dazu beitragen, dass der Wirtschaftsstandort Markdorf im Sinne eines attraktiven Lebensortes für Fachkräfte wahrgenommen wird. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Markenposition Tourismuswirtschaft

Markdorf verfügt über eine aktive Tourismuswirtschaft und ist engagierter Teil der Ferienlandschaft Gehrenberg-Bodensee

Die Stadt Markdorf bietet ihren Gästen qualitativ hochwertige touristische Angebote. Schwerpunkte sind die Nähe zum See, die äußerst zentrale Lage, die einmalige Landschaft rund um den Gehrenberg, das mittelalterliche Flair der Stadt und die offene, herzliche Art der Markdorfer.

Marketing-Leitsätze Tourismuswirtschaft:

- Markdorf ist Gastgeber für Jung und Alt.
- Markdorf ist sympathisch, offen, herzlich und freundlich.
- Markdorf bietet interessante touristische Programme und Pauschalen.
- Markdorf forciert eine gezielte Vermarktung der Vor- und Nachsaison.
- Unsere Gäste schätzen die Attraktivität der Stadt und das hohe Maß an Natur-Erlebnis-Qualität.

Handlungsansatz:

Die Tourismuswirtschaft ist in Markdorf von hohem Qualitätsniveau bestimmt. Die touristische Infrastruktur sorgt in Zukunft für eine komfortable Information und Orientierung. Wir aktivieren das historische Potenzial in unserer Stadt mit themenorientierten Veranstaltungen und der aktiven Einbeziehung des besonderen mittelalterlichen Flairs, den wir haben. Die gepflegten und modernen Unterkünfte bleiben in ihrem Charakter authentisch. Die Tourismuswirtschaft Markdorfs wird sich künftig stärker in das Standortmarketing einbringen. Die Markdorfer Unternehmen werden aktiv als Kommunikationsmittler für unser touristisches Angebot genutzt. Details regelt ein Maßnahmenkatalog.



Markenposition Landwirtschaft

Qualitativ hochwertige Landwirtschaft prägt Markdorf und seine Ortsteile

Markdorf ist eine Stadt mit traditionsreicher und qualitativ hochwertiger Landwirtschaft. Diese erzeugt regionale Produkte auf höchstem Niveau und steht für nachhaltige Landschaftspflege.

Marketing-Leitsätze Landwirtschaft:

- Markdorf versteht Landwirtschaft als Pfleger der Kulturlandschaft.
- Markdorf versteht sich auch als Herkunftsmarke regionaler Produkte.
- Die Marke Markdorf steht in diesem Zusammenhang für naturnahe Produkte.

Handlungsansatz:

Die Landwirtschaft ist in Markdorf von einem hohen Qualitätsniveau bestimmt. Sie vertreibt ihre Erzeugnisse in die ganze Welt. Sie erkennt den Trend zu Produkten mit regionalem Herkunftsnachweis. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Markenposition Erziehung und Bildung

Überdurchschnittliche Erziehungs- und Bildungsangebote prägen Markdorf

Markdorf ist eine Stadt mit überdurchschnittlich vielfältigen und qualitativ hochwertigen Kinderbetreuungs-, Erziehungs- und Bildungsangeboten.

Marketing-Leitsätze Erziehung und Bildung:

- Markdorf betrachtet Erziehung und Bildung als besonders wichtigen Bestandteil des Markenkerns.
- Die Marke Markdorf steht für umfassende Bildungsmöglichkeiten in jeder Form und für jedes Alter.
- Die Marke Markdorf verknüpft andere Schwerpunkte – wo möglich – mit Bildung.

Handlungsansatz:

Erziehung und Bildung ist Teil des Markenkerns der Stadt Markdorf. Damit greift die Marke eine wichtige Voraussetzung für zukunftsorientierte Arbeitsplätze auf und setzt die Erziehung und Bildung aller Generationen in einen direkten Zusammenhang zum erfolgreichen Wirtschaftsstandort. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Markenposition Stadtgesellschaft

Markdorfs engagierte und offene Stadtgesellschaft mit starker Identität

Die besondere Stärke von Markdorf als hochwertiger Wohn- und Lebensstandort wird von den Einwohnern/-innen seit vielen Jahren direkt erlebt. Die Bevölkerung Markdorfs verfügt über eine entsprechend hohe Identifikation mit ihrer Stadt und ist außergewöhnlich motiviert und engagiert.

Marketing-Leitsätze Stadtgesellschaft:

- Markdorfs engagierte Stadtgesellschaft kennzeichnet die Marke und macht sie vital.
- Das Wir-Gefühl der Markdorfer Stadtgesellschaft lässt auch mutige Marketingmaßnahmen zu.
- Markdorf beachtet die Gefahr von „Insidermarketing“ und strebt stärkere Außenwirkung an.

Handlungsansatz:

Die engagierte Stadtgesellschaft ist Bestandteil des Markenkerns der Stadt Markdorf. In ihr spiegeln sich Generationen, Lebensstile und Werte. In ihrer Komplexität soll sie aber für Außenstehende noch stärker erlebbar werden. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Markenposition Kultur

Markdorf hat kulturell etwas zu bieten

Kultur, Kunst, Musik, Theater, Kleinkunst, Brauchtum... und nicht zu vergessen: die kulturellen Aktivitäten der Bildungseinrichtungen – Markdorf hat in diesem Bereich viel zu bieten. Die Marke Markdorf möchte originäre Angebote mit eigenem Charakter verfolgen.

Marketing-Leitsätze Kultur:

- Markdorf kreiert besonders pfiffige und innovative kulturelle Angebote.
- Markdorf setzt den Schwerpunkt im kulturellen Bereich primär auf Qualität. Humor ist erlaubt.

Handlungsansatz:

Die Kultur-Akteure der Stadt berufen einen runden Tisch ein und einigen sich auf bestimmte markdorfspezifische kulturelle Schwerpunkte. Sie erkennen dabei, dass der Kulturstandort Markdorf nur als Ganzes von Besuchern/-innen wahrgenommen werden kann und jede gemeinsame Maßnahme allen Beteiligten Vorteile bringt. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Markenposition Sport und Freizeit

Markdorf verfügt über bemerkenswerte Sport- und Freizeiteinrichtungen

Markdorf wartet mit vielseitigen und modernen Sport- und Freizeiteinrichtungen auf. Damit betont die Stadt ihren Anspruch, ein Standort mit hohem Freizeitwert zu sein. Die Vielfalt der Einrichtungen wirkt nicht nur nach innen, sondern eröffnet auch viele Möglichkeiten, als Austragungsort wahrgenommen zu werden.

Marketing-Leitsätze Sport und Freizeit:

- Markdorf setzt seine Sport- und Freizeiteinrichtungen gezielt als Sympathiefaktoren ein.
- Markdorf vermarktet diese Einrichtungen bei Multiplikatoren und Zielgruppen jeden Alters.

Handlungsansatz:

Bestehende Sportveranstaltungen sollen in Zukunft auf ihre Außenwirkung hin überprüft werden. Eventuelle neue Veranstaltungen werden markenkonform geplant. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Markenposition Intakte Natur

Markdorf ist von besonders intakter Naturlandschaft umgeben

Markdorf mit seiner bevorzugten Lage am Südhang des Gehenberges mit Blick auf den Bodensee und auf das Zentral-alpenmassiv, inmitten von Obstplantagen und intakter Naturlandschaft besitzt einen besonders großen Erholungs- und Entspannungswert. In einer Epoche, die von Beschleunigung gekennzeichnet ist, gewinnt Markdorf in diesem Bereich durch seine Entschleunigungsfaktoren zunehmend an Bedeutung.

Marketing-Leitsätze Natur & Ökologie:

- Markdorf weiß um den Wert seiner Naturlandschaft und vermarktet diese besonders touristisch.
- Markdorf vernetzt die Themen Landschaft, Natur, Ökologie, Landwirtschaft und Freizeit in Zukunft besser und entwickelt daraus innovative Produkte.

Handlungsansatz:

Die Außenwirkung der Naturlandschaft ist vor dem Hintergrund ähnlich attraktiver Wettbewerber kein zentraler Bestandteil des Markenkerns Markdorf. Die Positionierung der Stadt als schwerpunktmäßig naturnahe Lebenswelt ist nicht angeraten, wohl aber in Kombination mit den Attributen Bildungs-, Wohn- und Entspannungsort. So gesehen sollten die Naturthemen in Zukunft verstärkt auf ihren Erlebnisfaktor hin ausgerichtet werden. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Markenposition Attraktiver Stadtkern mit aktiven Händlern

Markdorf lockt in Zukunft mehr Menschen an

Markdorf mit einem nicht unwesentlichen Einzugsgebiet möchte in Zukunft mehr Frequenz und damit Kaufkraft in die Innenstadt locken. Dazu soll der bestehende historische Stadtkern mit seinen angrenzenden modernen Einkaufsstraßen weiter attraktiv gemacht werden.

Marketing-Leitsätze Stadtkern/Handel/Gastronomie:

- Markdorf unternimmt noch stärkere Aktivitäten, Besucher in die Stadt zu leiten.
- Markdorfs Händler einigen sich auf einheitliche Kernöffnungszeiten.
- Der Erlebnisraum Innenstadt wird attraktiver und stärker auf Besucher ausgerichtet (Erlebniswert).
- Markdorf punktet mit Fachkompetenz und Freundlichkeit.

Handlungsansatz:

Die Akteure der Innenstadt berufen umgehend einen runden Tisch ein und einigen sich auf bestimmte kundenorientierte Standards (City Commitment). Sie erkennen, dass der Erlebnisraum Innenstadt nur als Ganzes von Kunden wahrgenommen werden kann und jede gemeinsame Maßnahme allen Beteiligten Vorteile bringt. Details regelt ein separater Maßnahmenkatalog.



Das zentrale Versprechen der Marke Markdorf lautet:

„In der attraktiven Bodenseeregion gibt es nur einen Standort mit so hervorragenden Bedingungen für den **DREIKLANG** von **Wirtschaft, Familie und Bildung.**“

Getragen wird diese Ausrichtung von den Themen: Technologie, Toleranz, Innovation und Qualität. Diese sollen nach innen zukunftsweisende Hintergründe für ein nachhaltige Qualitätsausrichtung in allen Bereichen der Marke Markdorf sein. Sie bilden auch die Voraussetzung für nachhaltiges qualitatives Wachstum.

Daraus ergibt sich konsequent das Markenmotto nach innen:

MARKDORF

INNOVATION.
QUALITÄT.
ZUKUNFT.