

Dorfentwicklung Runkel - Das neue Marketingkonzept

RUNKEL. Nach einer intensiven Vorbereitungs- und Erarbeitungsphase ist kürzlich der Entwurf des neuen Marketingkonzeptes der Stadt Runkel im Clubraum der Runkeler Stadthalle der Öffentlichkeit vorgestellt worden.

André Haußmann, Chef der Marketing Effekt GmbH aus Bad Vilbel, hat gemeinsam mit der Arbeitsgruppe Marketing, die sich aus ehrenamtlich tätigen Bürgern, Unternehmern und Lokalpolitikern aus Runkel zusammensetzt, im Rahmen des Dorfentwicklungsverfahrens das Marketingkonzept im Zeitraum von Juni 2017 bis Januar 2018 erarbeitet. Das neue Stadtmarketingkonzept soll das positive Image von Runkel festigen und ausbauen. Das ist angesichts der demografischen Entwicklung und des Standortwettbewerbs zwischen den Kommunen

unserer Region laut Haußmann ein unbedingtes Erfordernis. Denn die Konkurrenz sei groß. Und so solle ein Marketingkonzept dazu beitragen, dass sich Runkel von anderen Kommunen positiv abhebt. Das Konzept ist eingebettet in die Maßnahmen des laufenden Dorfentwicklungsverfahrens, das vonseiten des Landkreises Limburg-Weilburg (Amt für den ländlichen Raum) und dem Büro SP PLUS aus Bad Nauheim begleitet wird.

Grundlage für das neue Marketingkonzept von Runkel war eine Befragung von Bürgern der Stadt und der Stadtteile sowie von Unternehmern. Nachdem die Frage „Wo stehen wir jetzt?“ geklärt war, ging es um das „Wo wollen wir hin?“. Es wurden Ziele und Zielgruppen erarbeitet.



André Haußmann präsentierte den Entwurf des neuen Marketingkonzeptes für die Stadt Runkel.



(Foto: Hartmut Khd)

Aufmerksam verfolgten die Besucher die Ausführungen zum neuen Marketingkonzept der Stadt Runkel

Positionierung und Strategien waren die Antworten auf die Frage „Wie kommen wir dahin?“ Die geografisch günstige Lage von Runkel mit der Nähe zur A 3, B 49 und zur ICE-Anbindung Limburg sei zum Beispiel ein enormer Standortvorteil, betonte Haußmann. Dies und andere Alleinstellungsmerkmale gelte es besser zu vermarkten.

Durch regelmäßige Kulturevents soll das Leben in der Stadt aufgewertet und die Attraktivität und der Bekanntheitsgrad der Stadt und ihrer Stadtteile gesteigert werden. Verschiedene Kampagnen zur Verbesserung des Images der Stadt und zur Vermarktung als attraktivem Wohnstandort und zukunftsfähigem Gewerbe- und Tourismusstandort sind geplant.

Erforderlich sei auch eine einheitliche Präsentation, ein einheitliches Erscheinungsbild der Stadt nach außen - neudeutsch die „Corporate Identity“ - vom Briefumschlag über die Homepage bis zu den Willkommensschildern an den Ortseingängen. Es bedürfe auch einer Überarbeitung des städtischen Logos und des aktuellen Slogans „Runkel ist sehenswert“ – denn dieser sei austauschbar.

André Haußmann betonte, die Kommunikation mit den Bürgern von Runkel und die Außendarstellung müssten ausgeweitet werden. Das etwa alle vier Wochen erscheinende Stadtmagazin von Runkel, das „Runkeler Blättchen“, stelle eine feste Säule für Mitteilungen der Stadt, des öffentlichen Lebens in Runkel und vor allem für die Vereine dar.

„Moderne Kommunikation ist jedoch keine Einbahnstraße“, so der Fachmann. Er empfahl, im Rahmen des Marketingkonzeptes u.a., die Homepage der Stadt interaktiver zu gestalten sowie eine Präsenz der Stadtverwaltung Runkel in sogenannten sozialen Medien wie zum Beispiel Facebook einzurichten.

Forts. nächste Seite

Das sind die Marketingziele der Stadt Runkel:

- Attraktivität der Stadt/Stadtteile für Besucher/Gäste erhöhen
- Erhöhung des Images der Stadt als attraktiver Wohnstandort
- Stärkung der Innenentwicklung in den Stadtteilen
- Stärkung der wirtschaftlichen Basis
- Stärkung der Position im Wettbewerb der Kommunen
- Entwicklung des Kultur- und Tourismusstandortes
- Steigerung der Identität der Bevölkerung mit Runkel
- Verbesserung der Kommunikation und Kooperation

Das neue Marketingkonzept



Sabine Hemming-Woitok, die Sprecherin des Arbeitskreises, der das Marketingkonzept erarbeitet hatte.

Nachdem die Arbeitsgruppe Marketing in vielen Zusammenkünften das Konzept erarbeitet hatte, sind jetzt vier Teams gebildet worden, die sich mit der Realisierung des Konzeptes unter folgenden Themenschwerpunkten befassen:

- Team Marketing (inkl. Kommunikation und Vereine)
- Team Tourismus, Freizeit und Kultur
- Team Innenentwicklung (Arbeiten und Wohnen) und
- Team Projekt-Finanzierung

Sabine Hemming-Woitok (Sprecherin der AG Marketing) betonte, auch hier seien alle Bürger zur Mitarbeit eingeladen. Interessierte melden sich unter sabine.hemming@gmx.net. Bürgermeister Friedhelm Bender bedankte sich ausdrücklich bei allen, die sich ehrenamtlich an der Ausarbeitung des neuen Marketingkonzeptes beteiligt hatten sowie bei André Haußmann. Er sei überzeugt, so Bender, dass die neue Marketingstrategie die Stadt und alle Stadtteile voranbringen werde.

Zur Konzeption, Koordination und Umsetzung aller Marketingaktivitäten bedürfe es einer Halbtagsstelle bei der Stadt Runkel, betonte André Haußmann. Denn die Realisierung sei ehrenamtlich Tätigen nicht zuzumuten, da viel Arbeit anstünde. Diese Person sei „Treiber der geplanten Marketingaktivitäten und Schnittstelle zu den örtlichen Akteuren (z. B. Vereinsvertreter und Unternehmer) vor Ort“.

Haußmann wird das Marketingkonzept am Mittwoch, 21. März (19.30 Uhr), auch den Mitgliedern der Stadtverordnetenversammlung vorstellen. Zu diesem Termin ist die Bevölkerung ebenfalls herzlich eingeladen.

Die komplette Präsentation ist zu finden auf der Homepage der Stadt Runkel www.runkel-lahn.de (Oben rechts bitte Stichwort „Stadtmarketing“ eingeben oder im Menü den Unterpunkt ‚Dorfentwicklung‘ anklicken).

(PS)