

Die städtische Marke als fester Bestandteil der Standortentwicklung und städtischer Kommunikation

Die Einführung einer Marke bedeutet die Nutzung eines schlagkräftigen Instruments zur Verbesserung der Profilierung, Wahrnehmbarkeit und Identifikation mit „meiner“ Stadt.

Für die Stadt Germering bieten die entwickelte Marke und die damit verbundene Markenführung wichtige Vorteile. In den letzten Jahren hat sich der Handlungs- und Wettbewerbsdruck für die Städte verstärkt. Die sich zunehmend verschärfende Konkurrenz zwischen den Standorten, z.B. um hochqualifizierte Arbeitskräfte, erfordern neue Lösungsstrategien und Konzepte für einen erfolgversprechenden Wettbewerb. Mit der Nutzung der städtischen Marke Germering verfügt die Stadt Germering nun über ein wesentlich höheres kommunikatives Potential. Die bisher entwickelten Maßnahmen in Form von Visionen und Leitbildern haben unterstützend natürlich nach wie vor ihre Gültigkeit und Berechtigung.

Marken verkörpern Qualität, Verlässlichkeit und Erfolg. Sie werden gerne in Anspruch genommen, weil sie ihre Nutzer und Träger von anderen differenzieren und zur Aufwertung des eigenen Images beitragen. Dies gilt auch für Städte.

Gut ausgearbeitete städtische Marken helfen auch bei der Orientierung. Die Angebotsvielfalt und Angebotsbreite seitens unserer Städte kann in der Wahrnehmung städtischer Zielgruppen schnell zu Profillosigkeit und Austauschbarkeit führen. Eine städtische Marke leistet hier eine Lese- und Interpretationshilfe, indem sie die Stärken und Lebensqualität der eigenen Stadt sowohl für ihre Bewohner*innen als auch für außenstehende Interessentengruppen klar herausarbeitet und pointiert kommuniziert.

Marken schaffen Orientierung und Vertrauen

Erfolgreich entwickelte städtische Marken übermitteln den Bürgern klare Informationen, verkörpern Qualität, Verlässlichkeit, Erfolg und Überschaubarkeit. Sie bilden in einer immer komplexer und komplizierter werdenden Welt einen Anker inmitten der Informationsflut und damit eine Entscheidungshilfe.