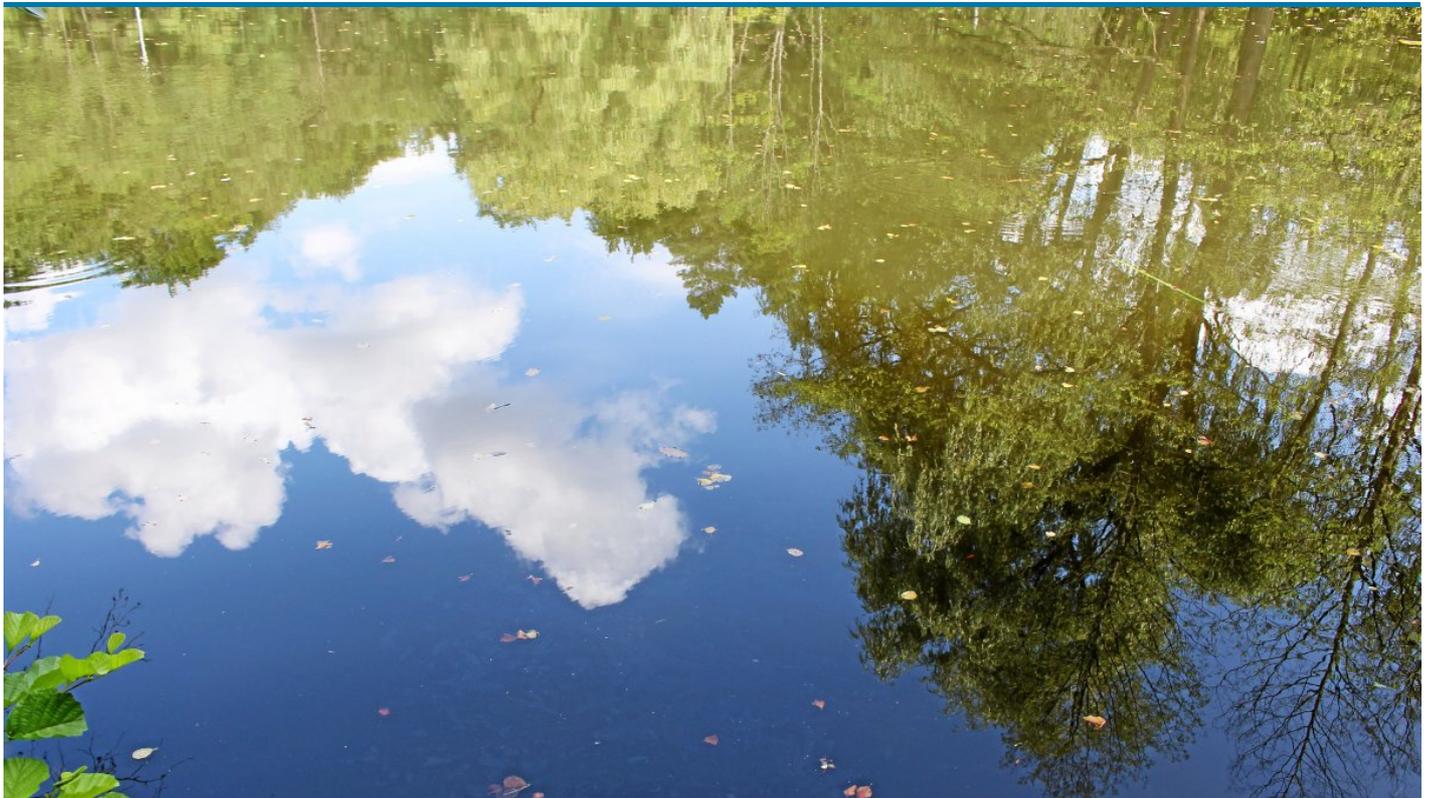


MARKE MENDEN

Umfrage-Ergebnisse: Was Mendener an ihrem Menden lieben

21.09.2022, 15:28 | Lesedauer: 7 Minuten

Thomas Hagemann



Der Himmel über dem Hexenteich in Menden spiegelt sich im Wasser: Die umgebende Natur ist für viele Bürgerinnen und Bürger in Menden ein ganz wichtiger Pluspunkt ihrer Stadt.

Foto: Yasser Aboshaeer

MENDEN. Repräsentative Umfrage soll den Mendener Markenkern herausarbeiten helfen. Das Ergebnis ist nicht nur für Profis eine große Überraschung.

Wenn es um Kritik an ihrer eigenen Stadt geht, sind die Mendener gern und feste dabei – was übrigens auch zeigt, wie wichtig ihnen ihre Heimat ist. Das Stadtmarketing hat nun etwas Besonderes gewagt und **mehr als 1000 Menschen online** danach gefragt, was sie gut finden an ihrer Stadt. Heraus kam: Die Mendener schätzen neben der guten Lage – mit dem Sauerland und dem Ruhrgebiet vor der Haustür – vor allem ihren **Mix aus Natur und Stadt**, die vielen Angebote von Events, den Kultur- und Freizeitbereich sowie ganz besonders das soziale Miteinander. Diese Vorteile werden, und das ist alles andere als selbstverständlich, in allen Altersklassen annähernd gleichermaßen hoch bewertet – und auch von ebenfalls befragten Menschen aus dem Umland. Und gerade der Zusammenhalt als Markenkern gilt als **echtes Alleinstellungsmerkmal für Menden**.

Auf der Suche nach der Marke: „Menden verkauft sich unter Wert“

Warum nun diese **Umfrage**? Das Stadtmarketing-Team um Melanie Kersting ist, unterstützt von Bürgermeister und Stadtrat – auf der Suche nach der „**Marke Menden**“. Das soll diesmal viel mehr sein als bloß der nächste Werbespruch: „Menden verkauft sich unter Wert, und wir wollen endlich die Themen und Gegebenheiten nachhaltig ins Schaufenster stellen, die diese Stadt wirklich ausmachen“, sagt Thorsten Kausch, Geschäftsführer der „Stadtmanufaktur“. Das ist die von der Stadt beauftragte Agentur in Hamburg, die sich mit der Brandmeyer Markenberatung von Peter Pirck, ebenfalls aus der Hansestadt, gerade intensiv mit der „Marke Menden“ auseinandersetzt.



In Menden wird nach dem Eindruck von Einwohnern wie Auswärtigen offenbar doch sehr viel geboten: Die Stadtfeste, ganz besonders die Pfingstkirmes (Bild), und viele andere Events machen auch für die Mendenerinnen und Mendener ein Gutteil der Attraktivität ihrer Stadt aus.
Foto: Livia Krimpelbein / WP

Das gemeinsame Ziel: Zu Menden soll möglichst vielen Bürgerinnen und Bürgern etwas Positives und Schönes einfallen, wenn sie auf ihre Stadt angesprochen werden. Das ist, versichern die Macher, weit mehr als ein bisschen Lobhudelei: Die Überzeugung, in einer liebenswerten Stadt zu leben, könne eine starke Bindung schaffen, die dem Wegziehen und dem wachsenden Desinteresse an öffentlichen Belangen entgegenwirkt.

1016 Menschen nehmen sich im Juni 15 Minuten Zeit für die Online-Umfrage

Fürs Stadtmarketing und die Agenturen galt es daher erstmal zu erfahren, was die Mendener wirklich an Menden mögen. Exakt 1016 Menschen nahmen sich in Menden und Umgebung im Juni gut 15 Minuten Zeit, um einen maßgeschneiderten Online-Fragebogen auszufüllen. Um diesen Bogen auszuarbeiten, hatte das Stadtmarketing im Mai 90 Akteure aus unterschiedlichsten Bereichen der Stadt in Workshops zusammengebracht. „In diesem Austausch hat sich wieder gezeigt, wie viel Potenzial in dieser Stadt steckt“, berichtet Melanie Kersting. Mit den Impulsen aus diesen Runden machte sich Kersting mit ihrer Mitarbeiterin Lisa Hellebrandt und den Agenturen an den Fragebogen.

Auch Bürgermeister Schröder zeigt sich vom Ergebnis überrascht

„Das Ergebnis hat mich gleichermaßen gefreut und überrascht“, erklärte Bürgermeister Dr. Roland Schröder dazu jetzt gegenüber der WP. Er unterstütze das Vorhaben, das die Politik auf den Weg gebracht hat, voll und ganz. Dass so viele mitgemacht haben, belegt in Schröders Augen wiederum das hohe Interesse der Mendenerinnen und Mendener an ihrer Heimatstadt.

Belastbare Resultate von Profis auf den Punkt gebracht

Das Ergebnis der repräsentativen Umfrage, die nach Alter und Geschlecht gewichtet wurde, ist nach Überzeugung aller Beteiligten auch belastbar. Peter Pirck von Brandmeyer: „Es galt ja nicht nur zu ermitteln, wie Menden wahrgenommen wird, sondern was konkret Menden attraktiv macht, also die Treiber und konkreten Gegebenheiten dahinter zu identifizieren.“ Dafür mussten die Befragten rund 100 Aspekte bewerten. Mit statistischen Verfahren verdichteten die Experten dann die erhobenen Daten.

Maßgeschneiderte Maßnahmen mit größtmöglicher Sichtbarkeit

Denn auch das gilt: Es sollen nur die ganz wesentlichen Pluspunkte herausgestellt werden. Selbstverständlich habe Menden viel mehr zu bieten, doch raten die Experten eindringlich zur Fokussierung auf die größten und überzeugendsten Stärken. So lasse sich das Profil der Stadt Menden durch einen wiedererkennbaren Markenauftritt und maßgeschneiderte Maßnahmen mit größter Sichtbarkeit umsetzen.

Bürgerinnen und Bürger spielten dabei eine entscheidende Rolle – als „Botschafter für ihre eigene Stadt“.

Starkes „Wir-Gefühl“ zeichnet Menden ganz speziell aus

Die Gemeinschaft und das soziale Miteinander als besonderes Aushängeschild für eine Stadt – das hat Marketing-Profi Peter Pirck „in meinen vielen Berufsjahren noch in keiner Stadt so ausgeprägt erlebt wie in Menden“. Neben der wunderschönen Natur und einer vorzüglichen Lage wird dieser Aspekt des Zusammenhalts von der Bürgerschaft in Menden ganz besonders hochgehalten – und das in allen Altersklassen. „In Menden engagieren sich die Menschen stark für ihre Mitmenschen und die Stadt. Gemeinschaft und Wir-Gefühl sind also nicht bloß Worthülsen, sondern gelebte Realität“, stellt der Bericht zur Umfrage nüchtern fest. Und das werde auch von außen so gesehen.

Ehrenamt: Karitative Vereine wie SKFM und Mendener in Not genießen Hochachtung

Mit mehr als 8 von 10 Punkten ganz oben stehen dabei karitativ tätige Vereine wie der SKFM, Mendener in Not oder Aktiv für Lendringssen sowie die überall in der Stadt geleistete ehrenamtliche Arbeit. „Dass man sich gegenseitig hilft“ ist eine Mendener Eigenschaft, die nicht erst die Flutereignisse des letzten Jahres bewiesen haben. Kirchen und kirchliche Einrichtungen fallen hierbei in der Wahrnehmung der Bürgerschaft allerdings deutlich ab – mit nur 5,8 von 10 möglichen Punkten. Wobei etwa der SKFM als katholischer Verein für soziale Hilfen stark kirchlich geprägt ist.

+++ Lesen Sie dazu auch: [Wunschbaum für Senioren wird vorbereitet](#) +++

Hexenteich und Hönne: Mendener lieben ihre idyllischen Gewässer

Die höchsten Zustimmungswerte genießen die Waldflächen und Gewässer wie zum Beispiel der Hexenteich und die Hönne, die zu ausgiebigen Freizeitaktivitäten in der Natur einladen. Aber auch die zahlreichen historischen und Identität stiftenden Gebäude in Menden verleihen der Stadt in den Augen der Bürger besonderen Charme und haben hohe Punktzahlen erzielt – hier insbesondere das von vielen als „Wohnzimmer“ empfundene Ensemble aus der St.-Vincenz--Kirche und dem altem Rathaus.

Von Pfingstkirmes bis Mendener Sommer: Veranstaltungs-Reigen kommt an

Darüber hinaus werden die zahlreichen Stadtfeste, allen voran die Mendener Pfingstkirmes, von den Bewohnerinnen und Bewohnern in Menden ebenso positiv wahrgenommen wie von den auswärtigen Befragten. Das gilt auch für Menden à la Carte, für den Mendener Sommer, für Kulturveranstaltungen und Schützenfeste sowie für das Angebot an Vereinen und Freizeitgestaltung. Auch im Sportangebot sehen viele Umfrageteilnehmer eine echte Stärke der Stadt Menden.

Aus den Ergebnissen wird jetzt der Markenauftritt für Menden entwickelt

Die Ergebnisse der Umfrage sollen für das Stadtmarketing jetzt richtungsweisend sein: „Auf uns kommen nun einige Arbeitspakete zu, wie die Ausarbeitung von Handlungsfeldern, allen voran der Markenauftritt, die Überprüfung und Neuausrichtung von vorhandenen Maßnahmen, die Analyse von verzahnenden Themen, die Verstärkung von Netzwerken sowie die Erarbeitung von Steuerungsprozessen. Kurz gesagt: Stadtmarketing 2.0“, erklärt Melanie Kersting.

Die ausführlichen Ergebnisse stehen [hier](#) zur Ansicht und zum Download bereit.