

FRAGEBOGEN

Menden als Marke: Alle Bürger können bei Umfrage mitmachen



22.03.2022, 15:25 | Lesedauer: 6 Minuten
Corinna Schutzeichel



Wollen aus Menden eine Marke machen: Melanie Kersting (rechts), Geschäftsführerin Stadtmarketing Menden, und Projektassistentin Lisa Hellebrandt.

Foto: Corinna Schutzeichel /
WP Menden

MENDEN. Menden soll zur Marke werden. Aber was genau macht Menden aus? Jetzt fiel der Startschuss für das Projekt. Investiert werden 120.000 Euro.

Startschuss für ein Projekt, das Menden zur Marke machen soll: Zwei Hamburger Agenturen unterstützen das heimische Stadtmarketing dabei, den Markenerker der Hönnestadt zu entwickeln.

+++ Wie Menden zur Marke werden soll und was Menden ausmacht +++

„Für was steht Menden? Was macht Mendens Anziehungskraft aus?“, formuliert Melanie Kersting, Geschäftsführerin Stadtmarketing Menden, die Fragen, deren Antworten in den kommenden Monaten gefunden werden sollen. Ein gutes Image sei für viele Bereiche förderlich. So würden beispielsweise auch Unternehmen vom positiven Ruf einer Stadt profitieren, betont Melanie Kersting. Und auch dem Tourismus könne das Image nutzen: „Menden wird bestimmt keine Tourismus-Hochburg, aber schon alleine auf Tagestouristen kann sich das auswirken.“ Darüber hinaus hofft das Stadtmarketing, den auch in Menden zu verzeichnenden demografischen Wandel abzumildern: „Wir wollen den Abwärtstrend stoppen, wenn nicht gar umkehren.“

Wichtige Schlüsselfunktion für die Weiterentwicklung

Mendens Bürgermeister Dr. Roland Schröder betont, wie wichtig es sei, dass auch Städte heute eine Marke bilden müssen: „Das Projekt Marke Menden hat eine wichtige Schlüsselfunktion für die Weiterentwicklung und das Wachstum der Stadt Menden.“ Indem Mendens Stärken herausgearbeitet werden, „erhöhen wir die Anziehungskraft auf unsere Zielgruppen und stärken somit auch unsere Position im regionalen Wettbewerb“.

Peter Maywald, Aufsichtsratsvorsitzender der Wirtschaftsförderungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft Menden (WSG), unterstützt die Markenfindung ebenfalls: „Wir brauchen endlich eine Marke für Menden, damit wir uns deutlich von anderen Städten und Kommunen abheben und nicht mehr die Stadt für alles sind.“ Damit solle die Hönnestadt unverwechselbar werden. Dabei müsse man zwangsläufig Schwerpunkte setzen und könne es nicht jedem Recht machen: „Natürlich wird man sich auf irgendwas verständigen müssen.“

Hamburger Agenturen machen sich Gesamtbild von Menden

Auf dem Weg zu Menden als Marke haben die beauftragten Hamburger Agenturen – [Brandmeyer Markenberatung](#) und [Stadtmanufaktur](#) – alle Infos und Daten bekommen, um sich ein Gesamtbild von Menden zu machen, erklärt Melanie Kersting. Die beauftragten Agenturen verfügen, so berichtet Kersting, auch über kommunale Erfahrung: „Das war uns besonders wichtig.“

+++ Auch interessant: [So ist die Corona-Situation in Menden und im Märkischen Kreis](#) +++

Im nächsten Schritt sollen Menschen aus Bereichen wie Wirtschaft, Vereinsleben, Handel, Gastronomie und andere im Rahmen von Workshops zusammenkommen. „Dazu erstellen wir eine Stakeholder-Map mit den wichtigsten Treibern in der Stadt“, plant die Geschäftsführerin des Stadtmarketings.

Der Blick auf Menden durch verschiedene Brillen

In den Workshops soll Menden quasi „durch die verschiedenen Brillen“ betrachtet werden, erklärt Melanie Kersting. Hieraus erwächst dann die Basis für einen Fragebogen, mit dem möglichst viele Bürgerinnen und Bürger befragt werden sollen. „Die Bürger müssen wir mitnehmen, sonst wäre das Ganze zum Scheitern verurteilt“, weiß Kersting.

+++ Auch interessant: [Das sind die Pläne für die Kreuztracht 2022](#) +++

Voraussichtlich ab Sommer sollen alle Mendener in einem Fragebogen ihre Meinung zu Menden und verschiedenen Bereichen äußern können. Und auch Auswärtige sollen mitmachen können, um hierdurch den Blick von Außen auf Menden zu bekommen. Was genau und welche Bereiche Thema sein könnten, soll nach den Workshops festgezurrert werden.

Fragebogen online und auf dem Wochenmarkt

Der Fragebogen soll zum einen online – verlinkt über die Seite des Stadtmarketings – verfügbar sein. Zum anderen seien aber auch Vor-Ort-Aktionen wie zum Beispiel ein Stand auf dem Wochenmarkt geplant. Etwa zwei bis vier Wochen soll die Umfrage laufen.

Ziel sei es, möglichst viele Menschen zum Mitmachen zu bewegen. Die Stadt Reutlingen habe bei einer vergleichbaren Aktion zehn Prozent aller Einwohner erreicht: „Das wäre natürlich toll, wenn wir das – oder vielleicht sogar mehr – auch schaffen würden“, erklärt Melanie Kersting. „Je mehr mitmachen, desto valider sind die Ergebnisse.“

Fragebogen soll bis Herbst ausgewertet werden

Bis zum Herbst sollen die Antworten des Fragebogens dann ausgewertet sein. „Daraus leiten wir dann konkrete Handlungsempfehlungen und die Strategie ab“, erklärt Melanie Kersting das weitere Vorgehen. Dann soll klarer werden, welche Themenfelder beachtet werden müssen und im Fokus stehen sollen. Erst dann gehe die Arbeit, Menden zur Marke zu machen, „richtig los“. Sie hoffe, „dass ein Ruck durch die Stadt geht und alle eng zusammenarbeiten“.

+++ Auch interessant: [Hairline Sommer startet Aktion für Geschwister aus der Ukraine](#) +++

Melanie Kerstings Wunsch ist es, auf dem Weg zu Menden als Marke möglichst viele Bürgerinnen und Bürger mitnehmen zu können. Dabei gehe es auch darum, das „Mecker-Gen“ mancher Mendener zu überwinden, wie die Geschäftsführerin augenzwinkernd erklärt: „Jeder Bürger kann zum Markenbotschafter werden. Wie man über seine Stadt denkt, so spricht man auch darüber.“ Menden habe so viele schöne Seiten, die manch Einheimischer nicht (mehr) sieht: „Ich stelle selbst immer wieder fest, dass ich bei machen Sachen gar nicht wusste, was Menden alles hat.“

Rat gibt 120.000 Euro für Projekt frei

Der Rat hat für das Projekt für dieses Jahr insgesamt 120.000 Euro freigegeben, erzählt Melanie Kersting. Fest stehe indes, dass mit dem Geld das Projekt zwar angeschoben wird, dass es aber möglichst langfristig weiterlaufen solle – und hierdurch natürlich auch weitere Kosten entstehen.