

**-Plus** [Kommentar](#)

# Marke Osnabrück: Musste die Stadt dafür so viel Geld ausgeben?



Meinung – Wilfried Hinrichs | 16.08.2023, 09:01 Uhr



Osnabrück ist mehr als die Friedensstadt. Das zeigt die Online-Befragung von über 6500 Menschen.

SYMBOLFOTO: FRISO GENTSCH/DPA

**War es klug, 60.000 Euro in einen Prozess zur  
Markenbildung zu investieren? Klare Antwort: Ja. Denn die  
Marketingstrategen dürfen sich im Wettstreit um die besten**

**Köpfe nicht auf ihr Bauchgefühl verlassen. Dafür geht es um zu viel.**

Osnabrück verfügt nun über datengestützte Ergebnisse, die in einigen Details durchaus überraschend sind. Natürlich wissen wir alle um die Bedeutung der Maiwoche und des Zoos für die Außenwirkung, sehen den Rang der Grünen Finger und historischen Altstadt für die Lebensqualität und ermessen das Gewicht einer starken mittelständischen Wirtschaft und guter Hochschulen.

## **Ein Gefühl, durch nichts belegt**

Doch das war bislang eine gefühlte Wahrheit. Ein Erfahrungswert, durch nichts belegt. Nun haben die Marketingstrategen die Gewissheit, dass sie auf dem richtigen Weg sind, wenn sie sich auf diese Juwelen konzentrieren, sie noch intensiver polieren und ganz vorn ins Schaufenster stellen.

### **LESEN SIE AUCH**

---

**-Plus** [Auf der Suche nach der Marke](#)  
**Das macht Osnabrück attraktiv: Altstadt, Maiwoche, Zoo – und Holland**



**-Plus** [Auf der Suche nach einer Marke](#)  
**Jeder ist gefragt: Was macht Osnabrück attraktiv und lebenswert?**



---

Wie wichtig die Präsentation eigener Stärken ist, zeigt die aktuelle [Wanderungsanalyse der Industrie- und Handelskammer](#). Von den jungen Menschen, die zum Studieren nach Osnabrück kommen, wandert ein sehr großer Anteil wieder ab. Und von den jungen Osnabrückern, die für Ausbildung oder Studium in andere Städte ziehen, kehren zu wenige zurück.

## **Zusammen mit dem Landkreis**

Nun wird eine Markenstudie die jungen Menschen nicht sofort umstimmen. Aber sie kann langfristig das Bild von Stadt und Region verbessern – und zwar an exakt den Stellen, die den Menschen wichtig sind. Nach innen und außen muss es stetig wiederholt werden, wie gut es sich hier leben und arbeiten lässt.

Interessant ist auch die Erkenntnis, wie wichtig den Menschen die Natur und das Freizeitangebot im Landkreis ist. Die Konsequenz muss sein, dass sich die Marken-Strategie nicht nur auf die Stadt Osnabrück konzentriert – sondern auch die Stärken des Umlandes in ein gemeinsames Schaufenster stellt.

**ARTIKEL ZUM KOMMENTAR:**

**-Plus** [Auf der Suche nach der Marke](#)

**Das macht Osnabrück attraktiv: Altstadt, Maiwoche, Zoo – und die Niederlande**