

Bad Schwartau: Neue Marketing-Strategie im Kampf der Städte geplant

[Sebastian Prey](#) 13.12.2023, 18:00 Uhr

Lübecker Nachrichten Online, 13.12.2023



Bad Schwartau. Als „Drei-Generationen-Stadt“ hat sich Bad Schwartau bislang präsentiert. Auf der Homepage der Stadt und auf Briefköpfen wird mit einem geschwungenen Logo in Herzform und dem Zusatz „Heimat für Generationen“ auf die Besonderheit der Stadt aufmerksam gemacht. Das Image hört sich ganz sympathisch an. Doch reicht das, um sich im Wettbewerb mit anderen Städten behaupten zu können?

Weiterlesen nach der Anzeige

Darüber wurde nun im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung in der Krummlandhalle diskutiert. Rund 80 Gäste, darunter Vertreter aus der Wirtschaft (unter anderem Schwartauer Werke, Voltus, Ostseeklinik und Modehaus Matzen), Vereinen, Kirchengemeinden und Politik sind der Einladung von Susanne von Zydowitz (Wirtschaftsförderin der Stadt Bad Schwartau) gefolgt, um unter dem Motto „Gemeinsam für Bad Schwartau“ eine Profilschärfung vorzunehmen. Bürgermeisterin Katrin Engeln (Bündnis 90/Die Grünen): „Ich bin begeistert, dass so viele Menschen gekommen sind, um die Zukunft unserer Stadt mitzugestalten.“



"Gemeinsam für Bad Schwartau" - um die 80 Gäste aus unterschiedlichen Bereichen sind der Einladung der Stadt gefolgt, um an der Profilschärfung der Stadt mitzuwirken. Gemeinsam mit Marketing-Experten wurde eine erste Strategie in der Krummlandhalle entwickelt.

© Quelle: Sebastian Prey

Marketing-Profis aus Hamburg

Unterstützung gab es zudem von zwei Marketing-Profis – Thorsten Kausch von der Firma Stadtmanufaktur und Peter Pirck von der Firma Brandmeyer (beide aus Hamburg). Gemeinsam haben die beiden Firmen nach eigenen Angaben schon viele Städte zwischen Innsbruck und Flensburg beraten. Ihre Botschaft lautet: Es gibt einen Wettbewerb der Städte. Wer erfolgreich sein will bei der Ansiedlung von Firmen, Fachkräften und neuen Bürgern muss sich als Marke positionieren.

Anziehungskraft und Bindungskraft entwickeln

„Es geht hier nicht um einen Slogan oder ein Logo“, erklärte Kausch. Diese Instrumente seien wenig geeignet, um sich als Marke zu etablieren, denn diese seien meist nur der kleinste gemeinsame Nenner, auf den sich eine Stadt einigen konnte. Bei der Positionierung einer Marke gehe es hingegen darum, Anziehungskraft und Bindungskraft zu entwickeln – für die Wirtschaft und Lebensqualität der Menschen. Laut Experte Pirck funktioniert das aber nur, wenn man sich auf bestimmte Stärken fokussiert. „Man muss sich entscheiden und den Mut haben, etwas wegzulassen. Wer für alles oder Vielfalt steht, ist am Ende nix“, erklärte Pirck.



Die Marketing-Experten Peter Pirck (Firma Brandmeyer, links) und Thorsten Kausch (Firma Stadtmanufaktur).

© Quelle: Sebastian Prey

Für welche Markenkerne Bad Schwartau steht, darüber stimmten an dem Abend die Anwesenden via Smartphone-Abfrage ab. Auf die Frage welche Themenfelder die Stadt besonders auszeichnen, landete die geographische Lage zwischen Weltkulturerbe Lübeck und Ostseeküste auf dem ersten Platz. Gefolgt von den Themen Gesundheit, Natur- und Grünflächen, Innenstadt und Handel sowie Sport und Freizeit. Diese Erkenntnis soll nun in weitere Erhebungen einfließen.

Überwiegend positives Feedback

Aus Sicht von Stadtvertreter Andreas Marks (CDU) ging von dem Abend eine Signalwirkung aus. „Wir werden in der Politik das Thema zeitnah angehen, um über das weitere Prozedere zu entscheiden“, sagte Marks, der ein überwiegend positives Feedback bei den Anwesenden registriert hat. „Eine Marke zu entwickeln, ist spannend und macht durchaus Sinn“, sagte auch Anja Hardell von der gleichnamigen Goldschmiede in der Lübecker Straße.

Nächster Schritt: Weitere Bürger-Interviews

Ob und wie es weitergeht mit der Entwicklung einer Marke für Bad Schwartau, die sicherlich auch mit Kosten in sechsstelliger Höhe verbunden

sein wird, wird sich in den nächsten Wochen entscheiden. Laut Thorsten Kausch wäre der nächste Schritt eine Umfrage unter den Einwohnern, um ein möglichst breites Bild zu bekommen, in welche Richtung sich die Marke Bad Schwartau entwickeln soll. „Auf Grundlage dieser Daten könnten wir dann in den nächsten vier bis sechs Monaten eine entsprechende Strategie entwickeln.“

<https://www.ln-online.de/lokales/ostholstein/bad-schwartau-neue-marketing-strategie-im-kampf-der-staedte-geplant-ADRH7EW3Z5HFRFN64VFJWHNAVU.html>