

Schwerins neues Markenheadline: Gemeinsam für die Zukunft der Stadt!

Schwerin diskutiert eine neue Stadtmarke nach Erhalt des Welterbetitels, um Wirtschaft, Tourismus und Fachkräfte zu fördern.

Die Diskussion über die zukünftige Markenidentität von Schwerin hat durch den Erhalt des Welterbetitels eine neue Dynamik erfahren. Die Stadt möchte nicht nur für Touristen, sondern auch für Unternehmen und Fachkräfte attraktiver werden. Stadtsprecherin Ulrike Auge, die den Prozess koordiniert, betont die Bedeutung eines einheitlichen Markenauftritts.

Gemeinschaftliche Entwicklung der Markenidentität

Um die Entwicklung der Stadtmarke zu fördern, sind im September zwei Arbeitsgruppen geplant. Diese werden unter anderem Vertreter aus den Bereichen Tourismus und Fachkräfte umfassen. Der Ansatz, zahlreiche Akteure in den Prozess einzubinden, zielt darauf ab, ein breites, gemeinsames Verständnis von Schwerins Stärken zu erzielen, so Ulrike Auge.

Schwerins Stärken klar kommunizieren

Laut dem Stadtmarken-Experten Peter Pirck sollen fünf zentrale Attribute im Fokus der Kommunikationsstrategie stehen: das „von Wasser und Geschichte geprägte Stadtbild“, die „Lage zwischen Seen und Metropolen“, ein „attraktives Sport- und Freizeitangebot“, das „Kulturangebot mit Format“ und das Bild einer „familienfreundlichen Stadt“.

Vorteile des Welterbestatus und der Deutschen Einheit

Der Welterbetitel soll nicht nur die Stadtmarke stärken, sondern auch im Rahmen der Feierlichkeiten zur Deutschen Einheit, die in diesem Jahr in Schwerin stattfinden, zusätzliche Aufmerksamkeit generieren. „Die Bilder vom Bürgerfest werden in ganz Deutschland gesehen“, äußert sich Ulrike Auge optimistisch.

Zukunft der Schwerin-Marke

Um die strategischen Überlegungen zur Markenidentität effizient voranzutreiben, soll die Stadt eine Agentur beauftragen, die die beste Kommunikationsstrategie entwirft. Der Fokus liegt darauf, die Vorzüge der Landeshauptstadt gezielt zu vermitteln und ein einheitliches Bild nach außen zu schaffen.

Oberbürgermeister Rico Badenschier (SPD) hat den Wunsch geäußert, dass der Stadtmarkenprozess organisch wachsen soll und viele Akteure sich beteiligt. „Gemeinsam wollen wir das Bild von Schwerin als die lebenswerte Stadt etablieren, die sie ist“, erklärt er und zeigt sich optimistisch hinsichtlich der Ergebnisse, die im kommenden Jahr präsentiert werden sollen.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de