

„Attraktiv und erfolgreich in die Zukunft“

Günther Strehle stellt Regionalmarketing-Konzept für den Wirtschaftsraum Moosburg vor

Moosburg. Bei der Stadtratssitzung am Montag, 24. Juli, um 19 Uhr im Großen Sitzungssaal des Rathauses wird Günther Strehle seine Vorstellungen zum Thema "Regionalmarketing Wirtschaftsraum Moosburg" vorstellen und erste konkrete Schritte vorschlagen, wie sich Moosburg in der öffentlichen Wahrnehmung als unverwechselbare Stadt und attraktiver Standort für potenzielle Investoren präsentieren könnte.

Moosburg ist nach den Worten Strehles ein Mittelzentrum mit einer Vielzahl kleiner und mittelständischer Betriebe in der Stadt selbst und im Hinterland, das bis weit in die Hallertau hinein reicht. Die Veränderungen der Märkte und der Erwartungen von Kunden und Bürgern hätten sich in den letzten Jahren auf die Entwicklung vieler Branchen ausgewirkt. Die richtige Positionierung des Wirtschaftsraumes für die Zukunft sei daher eine entscheidende Aufgabe von Politik und Wirtschaft.

Mit seiner Initiative „Regional-

marketing Moosburg" strebt Günther Strehle ein übergreifendes Konzept an. Ziel sei es, die Attraktivität und Wirtschaftskraft des Standortes Moosburg und seiner Wirtschaftsregion zu stärken, und zwar sowohl aus ökonomischer Sicht für Unternehmer und Investoren, als auch hinsichtlich der Lebensqualität für Bürger, Beschäftigte und Besucher.

„Ein Marketingkonzept soll alle Interessengruppen in einer gemeinsamen zielgerichteten Entwicklung und Präsentation ihrer Stärken bündeln“, so Strehle weiter. Dadurch werde nach innen eine hohe Identifikation der Bürger und Gewerbetreibenden geschaffen, die sich in Synergien für innovative Angebote und Bindung der Kunden auswirken werde. In der Außenwirkung zeige die Region ein unverwechselbares Profil und bleibe im Vergleich mit konkurrierenden Städten und regionalen Netzwerken unterscheidbar.

Der Nutzen soll für alle erkennbar werden, betont Strehle und hat dabei



Günther Strehle (Foto: mü)

einen besseren Bürgerservice, die Belebung der Innenstadt bis hin zu neuen Arbeitsplätzen durch Investoren, mehr Besucher durch Veranstaltun-

gen und Tourismus bis hin zu enger kooperierenden Gewerbebetrieben im Visier.

Alle gesellschaftlich und ökonomisch wichtigen Interessengruppen der Stadt Moosburg und ihres Wirtschaftsraumes müssten hierzu eine gemeinsame Strategie entwickeln und umsetzen. Strehles Initiative soll dabei helfen, die dafür nötigen Strukturen und Verantwortlichkeiten zu definieren und Aktivitäten zu starten. Erste Schritte dazu seien die Entwicklung einer überzeugenden Vision und ein klares politisches Signal, um dann in einer Arbeitsgemeinschaft konkrete Ideen und Pläne zu entwickeln und zu verwirklichen.

Günther Strehle hat langjährige Erfahrung aus Industrie und Mittelstand in Marketing und Projektmanagement von Innovationsentwicklungen. Als selbstständiger Innovationsmanager unterstützt er vor allem kleine und mittelständische Unternehmen von der innovativen Idee bis zu deren Realisierung. -mü-

Slogan lautet „Moosburg macht's“

„Regionalmarketing Wirtschaftsraum Moosburg“ im Stadtrat vorgestellt

Moosburg. Mit dem „Regionalmarketing Wirtschaftsraum Moosburg“ befasst sich seit einiger Zeit ein Team, bestehend aus Josef Birnkammer, Susanne Heilingbrunner, Jürgen Appel, Jürgen Kopp, Johann Fischer und Günther Strehle. Letzterer stellte am Montag im Stadtrat erste Ergebnisse der Teamarbeit vor, darunter eine Werbebroschüre fürs Gewerbegebiet Degernpunkt, die die bisherige Loseblattsammlung ablösen soll.

Strehle sagte, Städte müssten auf stark verändertes Kundenverhalten reagieren und sich wie Unternehmen präsentieren, sprich, sich aktiv vermarkten. Beispielgebend sei etwa das „Ingolstadt Village“, das Kunden aus zwei Stunden Autoentfernung anziehe, weil mit Erlebnis-einkaufen geworben werde.

Emotionen seien heutzutage das wichtigste Thema, um Kunden anzulocken, so Strehle.

Die Initiativgruppe habe sich zum Ziel gesetzt, Wahrnehmung für das Thema zu schaffen. Man habe sich das Motto „Moosburg macht's“ gegeben. Strehle: „Das heißt: Nicht reden, sondern tun, und das sollte auch die Politik mittragen.“

Anton Neumaier erinnerte an das seinerzeitige Cima-Gutachten, das viele gute Ansätze aufgezeigt habe, an das sich viele aber nicht gehalten hätten. Zudem sei Moosburg mit seiner Lage zwischen Freising und Landshut nicht mit Ingolstadt vergleichbar. Neumaier: „Wo wir ansetzen müssten, ist bei der Landesplanung, die Städte unserer Größe klar benachteiligt.“

Gerd Beubl mahnte, die Bedürfnisse der jungen Leute abzufragen, denn mit Zithermusik im Amtsgerichtsgarten etwa locke man keine Jugend

zum Altstadtfest - „auch wenn's mir persönlich gut gefallen hat“. Manches gehöre modernisiert, so Beubl.

Damit etwas voran geht, entschied sich der Stadtrat einstimmig, für die Werbebroschüre für Degernpunkt mit einer Auflage von 1000 Stück 3500 Euro locker zu machen. Mit Maibaum und Trachtlern, aber auch mit Flughafen- und Autobahnnahe will man hiermit auf die Attraktivität Moosburgs aufmerksam machen.

Weitere 5000 Euro wurden bereitgestellt, damit sich die Stadt Moosburg auf der Landshuter Messe „Bayern Bau 06“ mit einem Messestand beteiligen kann. Denn, wie sagte Bernd Hofer so schön:

„Manchmal muss man das Geld aus dem Fenster werfen, damit es zur Tür wieder ereinkommt.“

-ka-