

Die Stadt soll „aufgemöbelt“ werden

Erstes Marketingforum stößt auf große Resonanz - Viele Ideen gesammelt

Moosburg. Die hohe Anzahl an Teilnehmerzusagen ließ bereits darauf schließen, dass das Thema am Puls der Zeit ist. Quer durch alle Unternehmen und Organisationen zeigte sich die Bereitschaft, an der Gestaltung der heimischen Wirtschaftsregion mitzuarbeiten. Der Funke scheint übersprungen zu sein und die Initialzündung auszulösen, die die „Initiative Regionalmarketing Moosburg“ sich bei der Auftaktveranstaltung am 14. März 2007 gewünscht hatte.

Die Resonanz und ersten Ergebnisse der Auswertung aus hunderten von guten Ideen, Vorschlägen und Prioritäten der etwa 100 Gäste übertrafen die Erwartungen des Projektteams.

Mehr als die Hälfte der Teilnehmer hat am Ende des Abends bereits ihre Mitarbeit angeboten. 95 Prozent erwarten für ihren Aufgabenbereich Impulse oder konkreten Nutzen und bewerteten die Veranstaltung als gut und sehr gut.

Mit dem 1. Moosburger Marketingforum stellte die Initiative sich und ihre Ziele erstmals in der Öffentlichkeit vor. Die Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, die Attraktivität des Wirtschaftsraumes Moosburg innerhalb des boomenden Großraumes München herauszustellen und innovativ weiterzuentwickeln.

Durch koordinierte Marketingkonzepte entstehen nach innen neue Synergien aus den Stärken der Region zum Nutzen von Unternehmen und Bürgern. Nach außen erwecken sie erhöhte Aufmerksamkeit durch Strategie und Präsentation des Standortes aus einem Guss. „Moosburg macht's!“ lautet daher das Motto der Initiative.

Die Auswertung der Beiträge der Forumsteilnehmer lässt die Prioritäten der Bürger und Unternehmer deutlich erkennen: Handlungsbedarf zeigt sich in den Feldern Produkt- und Serviceangebote (40 Prozent), Aufenthaltsqualität der Innenstadt (29 Prozent), soziale Einrichtungen (17 Prozent) und in der strategischen Standortentwicklung (14 Prozent).

Die Wünsche nach Verbesserungen

in Angebot und Einrichtungen quer durch die kommerziellen und nicht-kommerziellen Themen eröffnen Chancen für innovative Konzepte und Angebote. Die Entwicklung der Innenstadt steht für den Handel, ebenso wie für die Bürger, weit oben. Die Stadt einladend zu machen ist ein Hauptanliegen. Das bestätigt den Appell des Initiators und Projektleiters Günther Strehle: „Emotion ist das wichtigste Marketingargument. Damit schaffen wir Identifikation für uns Bürger und stellen unser Angebot attraktiv nach außen dar.“

Mit Abstand als das größte Hindernis für einen angenehmen Aufenthalt und Einkauf in der Innenstadt sahen die Teilnehmer die Verkehrsbelastung. Gleich danach kommt der Wunsch nach Aufwertung des Stadtbildes, das unter tristen Stadteingängen, renovierungsbedürftigen Gebäuden und Leerständen leidet. Auch könnte die Stadt durch einige der eingebrachten Ideen zur Stadtmöblierung „aufgemöbelt“ werden.

Jetzt gilt es diese Impulse umzusetzen. Alle engagierten Bürger und Unternehmer sind aufgerufen mit ihren zündenden Ideen und Fachkompetenzen in der Initiative mitzuwirken. Arbeitskreise zu Themenschwerpunkten wird das Initiativteam im nächsten Schritt ins Leben rufen.

Informationen sind im Internet unter www.irm-moosburg.de zu finden.