

Medieninformation

Gemeinde Domat/Ems setzt auf ein offensives Standortmarketing

Die Gemeinde Domat/Ems gibt sich unternehmerisch. Ein Businessplan, ein Markenkonzept und ein neues Erscheinungsbild mit Logo, das künftig anstelle des Gemeindepappens für Domat/Ems werben wird, sollen die Gemeinde vermehrt ins Gespräch bringen und sie im Wettbewerb um Geschäfts- und Wohnansiedler stärken.

Gemeinden sind politische Gebilde und müssen sorgsam verwaltet werden, so eine weitverbreitete Meinung. Ohne aktives Marketing gehts kaum mehr, dies, die Quintessenz einer Studie zur Zukunft der Gemeinden, die Wirtschaftsförderung, Wohnortmarketing und Finanzmanagement als Triebfedern für die erfolgreiche Entwicklung sieht. "Wir haben den zweiten Weg gewählt, denn wer im Wettbewerb steht, muss auch Marketing betreiben", mit diesen Worten eröffnete der Emser Gemeindepräsident Peter Wettstein heute morgen die Medienkonferenz, an welcher Domat/Ems seine Marke präsentierte. Wettstein wies auf die fast zwei Jahre lange, tiefgründige Auseinandersetzung mit der Marke Domat/Ems hin und bemerkte in Anspielung auf die Bündner Markendiskussion: "Das heisst natürlich nicht, dass man ab morgen in unserer Gemeinde nicht auch unterschiedliche Meinungen bezüglich unserem neuen Logo haben wird".

Ein Businessplan als Leitfaden

Gemeindevizpräsident Gion Jörg präsentierte den Medien einen Businessplan, in welchem die Ziele und Strategien der Gemeinde festgehalten sind. So soll die Ansiedlung kleinerer und mittlerer Betriebe aus zukunftsorientierten Branchen forciert werden. Ebenso will man Domat/Ems als Wohnort für Familien mit Wunsch nach einem Eigenheim propagieren. Neun Stossrichtungen mit 35 konkreten Massnahmen füllen das Strategiepapier, das sofort realisierbares wie die Integration von Neuzuzüglern, aber auch schwierige Brocken wie die Reduktion von Lärmimmissionen beinhaltet. Ein spezielles Augenmerk gilt der Verbesserung der Vermarktung von Domat/Ems als Wirtschaftsstandort. "Wir Medienbericht Markenauftritt Domat/Ems - 24. April 02 Seite 2 haben so viele Vorzüge, diese werden wir jetzt verstärkt herausstreichen und offensiv nach aussen tragen", betonte Jörg bei der Aufzählung der Massnahmen zur besseren Vermarktung von Domat/Ems und hob namentlich die vorhandenen Landreserven und die schnelle Abwicklung von Bewilligungsverfahren heraus.

Die Marke Domat/Ems

Kann eine Gemeinde eine Marke sein? Diese eingangs mit einem Marketingleitsatz beantwortete Frage, unterstrich der Emser Gemeindepräsident bei der Vorstellung der Markenidentität Domat/Ems nochmals. Eine Gemeinde müsse wie ein Unternehmen ihr Produkt gut kennen, wissen wie sie sein wolle und daraus gezielt und koordinierte Massnahmen aufbauen, sagte Wettstein. Wie Domat/Ems diesen "in sich gehen Prozess" angegangen ist und was daraus werden soll, erläuterte er mit Auszügen aus dem Markenkonzept. So sind der leben



dige Dorfgeist, die anziehende Landschaft, die gute Verkehrserschliessung und die attraktiven Sport- und Freizeitmöglichkeiten eigentliche Erfolgspositionen, Dorfbild und Verkehr die Achillesfersen. Künftig will man das etwas konservativ behaftete Bild korrigieren und frischer, cooler, jugendlicher, moderner auftreten. Mit diesem Bild, eingepackt in offensive Marketing- und Werbemassnahmen, will die Gemeinde jüngere Berufstätige mit Familien, vitale Senioren und Betriebe mit grösstmöglicher Wertschöpfung anlocken. Zusammengefasst attestiert die Arbeit Domat/Ems eine attraktive Hardware und eine Software die von Offenheit, Vielseitigkeit und Weitsichtigkeit getragen wird. Diese Message werde nun in einem frischen, modernen Look - dem neuen Markenbild mit Logo - nach aussen getragen, strich der Gemeindepräsident heraus.

Das neue Logo

Wie sich Domat/Ems künftig beim Kunden einbrennen will, erläuterte Gemeinderat Jürg Carisch. Mit einem Logo, das Emotionen auslöst und das Interesse für Domat/Ems weckt. Das Logo muss sich von anderen Gemeindelabel differenzieren und dem Ort Domat/Ems, wie auch allen Geschäften und Einwohner/Innen als eigentlicher Leitstern dienen. Carisch der Mitglied der Jury beim Logo Ideewettbewerb war, sprach von einem schwierigen Balanceakt, weil schliesslich alle Bevölkerungsgruppen irgendwie aufgenommen sein wollen. Noch wichtiger sei aber, dass die Botschaft, die wir vermitteln möchten nach aussen dringt und auf Interesse stösst, betonte Carisch der überzeugt ist, dass Medienbericht Markenauftritt Domat/Ems - 24. April 02 Seite 3 das Siegerprojekt der Agentur Süsskind dies enthält und von der Emser Bevölkerung gut ausgenommen wird. Gemeindepräsident Peter Wettstein war es schliesslich vergönnt, den Schleier zu lüften und das neue Emser Logo erstmals in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Grosse Auftritte stehen bevor

Abschliessend orientierte Gemeindeglied Albert Hollenstein über die Markenumsetzungsschritte und die Werbemassnahmen. Lanciert wird der Markenauftritt Anfang Juni bei der Standespräsidentenfeier, kurz zuvor erscheint in einem Tageszeitungscombi eine Sonderbeilage mit einem Gemeindeportrait. An einem weiteren Event, der Tour de Suisse Etappenankunft, will Domat/Ems auch national auf sich aufmerksam machen. "Dann kriegt die Sache richtig Schub", meinte der Emser Gemeindeglied und zählte Massnahmen auf wie; ein Domat/Ems Prospekt, Annoncen in Liegenschaftsanzeigern, Publireportagen in Wirtschaftszeitungen, Sponsoring und PR Aktionen, die in den nächsten zwei Jahren realisiert werden sollen.

Domat/Ems, 24. April 2002