

City Branding macht Kommunen zu Marken

Neues Image am Fahnenmast

Vom Kohlenpott zur Kulturhochburg – das Ruhrgebiet und die dortigen Städte haben den Imagewandel geschafft. Ein Beispiel für ein erfolgreiches City Branding, wie Fachleute den Prozess nennen. Berlin will ebenfalls nicht mehr „arm, aber sexy“ sein. Doch auch für kleinere Kommunen führt im harten Kampf um Einwohner, Investoren und Touristen kein Weg an einer Markenstrategie vorbei.

Entscheidend für den Erfolg des City Branding: ein einprägsamer Auftritt, etwa mit den passenden Fahnen. „Ein Slogan, den man sich gut merken kann, ist wichtig, entscheidend ist aber vor allem das, was man sehen kann“, sagt Florian Englmaier, Geschäftsführer von Fahnen Kössinger aus Schierling bei Regensburg. „Ein einprägsames Symbol für die Stadt, sei es das Wappen oder eine moderne Grafik, ist oft das erste, was Neuankömmlinge in einem Ort erblicken. Besonders in Erinnerung bleibt dabei eine schöne Fahne etwa vor dem Rathaus.“

Ein erfolgreicher Branding-Prozess lässt nach Einschätzung von Experten eine Kommune zu einem Ort werden, den man gerne besucht und in dem man gerne lebt. City Branding muss daher weiter gehen als das übliche Stadtmarketing. An erster Stelle steht die Einbindung der Bevölkerung: Wird der Prozess nicht von Einwohnern und der örtlichen Wirtschaft getragen, kann er seine gewünschten positiven Effekte nicht zeigen.



Zu einem erfolgreichen City Branding gehören auch Fahnen, zum Beispiel vor dem Rathaus oder an den Ortseingängen.

Mit Werbebroschüren und einem guten Internet-Auftritt ist es daher nicht getan. „Ban-

ner, Fahnen, Wimpel und Arbeitskleidung für die kommunalen Angestellten gehören

für uns dazu“, sagt Englmaier. „Wir raten unseren Kunden, daran zu denken, dass das Image einer Kommune dann glaubwürdig transportiert wird, wenn auch an vermeintlich unwichtige Kleinigkeiten gedacht wird.“

Fahnen Kössinger versteht sich als Dienstleister für den perfekt auf die Kommune zugeschnittenen Auftritt und begleitet seine Kunden bei der Entwicklung eines neuen Auftritts ganzheitlich. Ein abteilungsübergreifender Ansprechpartner stellt sicher, dass alle Fragen beantwortet werden können. „Unsere Stärken sind Kenntnisse in Grafik, Logogestaltung, Verarbeitung und das besondere Gefühl für Bilder“, sagt Englmaier. Ob Siebdruck oder digitaler Druck – das Unternehmen bietet seinen Kunden die jeweils passende Technik für den gewünschten Einsatz. Zudem verfügt das Traditionsunternehmen über eine eigene Stickerei, sodass auch besonders hochwertige repräsentative Fahnen oder aufgestickte Embleme auf der Arbeitskleidung möglich sind. Dank der flexiblen Produktion sind sowohl Einzelstücke als auch Großaufträge mit ein paar tausend Stück möglich.

Kennwort: Fahnen



EXTREM STARK

Zur **DEMOPARK 2015** fahren wir **GROSSES** für Sie auf.



FREIGELÄNDE
STAND
D-455

www.STEMA.de
MADE IN GERMANY

Kennwort: **Stema**