

# „Gemeinsam für Rockenhausen“ –

## Gründe für die identitätsorientierte Standortentwicklung

### DIE GEMEINSCHAFT STÄRKEN

Gemeinsam an einem Strang ziehen. Die Strategie will alle mitnehmen in eine Richtung, die Energie freisetzt und somit den Rahmen für eine Bewegung gibt, die neue Kreativität fordert und fördert. Alle sollen an der Entwicklung der Stadt mitarbeiten – im Großen wie im Kleinen.

### DIE STADT NACHHALTIG STÄRKEN

Die Marke Rockenhausen zeigt auf, was die Stadt und ihr Umfeld einzigartig macht. Die Marke Rockenhausen soll das Image der gesamten Stadt langfristig aufwerten. Es geht darum, sich gegen andere Standorte in Punkto Lebensqualität und Wirtschaftskraft zu behaupten, und die Zukunft der Bewohner in einer lebens- und liebenswerten Umgebung zu sichern.

### WERTSCHÄTZUNG UND WERTSCHÖPFUNG ERHÖHEN

Mit einer klaren Positionierung soll die Wertschätzung und die Wertschöpfung der Stadt erhöht werden. Die Bevölkerung soll stolz sein auf „ihre Stadt“, und diesen Stolz auch nach außen kommunizieren.

### ATTRAKTIVITÄT UND LEBENSQUALITÄT ERHÖHEN

Rockenhausen wird zum Lebensmittelpunkt der Bewohner, zum begehrten Standort der Wirtschaftstreibenden, zum bereichernden Kraftort für Kunden und Gäste sowie zum „place to be“ der Jugend.

### SICHERHEIT FÜR DIE ZUKUNFT GEBEN

Rockenhausen verströmt Optimismus und zeigt das Potential der Stadt für die Zukunft.

### (SELBST)BEWUSSTSEIN STÄRKEN

Eine Stadt, die sich ihrer Stärken bewusst ist, kann diese auch dementsprechend inszenieren und kommunizieren. Sie kennt außerdem die Herausforderungen und kann mit den geeigneten Maßnahmen darauf reagieren.

### IDENTITÄT STÄRKEN – IMAGE AUFBAUEN

Die Identität einer Stadt ist ihr eigentliches Kapital. Sie ermöglicht Orientierung und Vertrauen. Über die Identität transportiert die Stadt ein Lebensgefühl, sie spricht bestimmte Emotionen an. Die Bevölkerung soll sich mit ihrer Stadt identifizieren können. In weiterer Folge zieht sie Kunden, Gäste, Touristen und Wirtschaftstreibende an, weil sie begeistert und Begehren wecken.

### DIFFERENZIERUNG SCHAFFEN

Die Differenzierung beschreibt, durch welche Merkmale sich die Stadt von anderen Standorten unterscheidet. Sie zeigt auf, was die Stadt einzigartig und unverwechselbar macht. Städte haben in der Regel zu viele Eigenschaften und Merkmale. Durch eine fehlende Konzentration entsteht ein Mangel an Profil. Das Profil einer Stadt entsteht letztlich nur durch die Fokussierung auf ausgewählte Merkmale.

### **EINHEITLICHE KOMMUNIKATION**

Eine Marke sichert die einheitliche und zielgruppen-spezifische Kommunikation im Wettbewerb der Standorte für Bürger, Neubürger, Kunden, Gäste, Unternehmen und Investoren. In Zeiten der Informationsflut bestimmt das Gesamtbild einer Stadt die Entscheidungsprozesse dieser Gruppen. Eine einheitliche Kommunikation ist professionell, authentisch, einprägsam und wirkungsvoll.

### **GRUNDSTEIN FÜR WEITERENTWICKLUNG**

Die Positionierung erreicht eine Konzentration der Ressourcen, denn sie liefert Antworten und zeigt auf:

- Was ist einzigartig an der Stadt Rockenhausen im Sinne einer Alleinstellung (USP)?
- Welche Merkmale differenzieren die Stadt deutlich von anderen vergleichbaren Städten und Standorten?
- Welche sind die wichtigsten Attraktivitätsfaktoren der Stadt, die es weiter zu entwickeln, zu forcieren gilt?

### **AUSSAGEKRÄFTIGE DATEN**

Durch die Etablierung der Marke kann ein höherer Nutzen durch stärkere Wahrnehmung (Kosten-Nutzen-Relation) der Stadt bei den Zielgruppen bei insgesamt gleichem Mittelaufwand erreicht werden. „Messbar“ sind Kennwerte in den jeweiligen Handlungsbereichen, die jedoch insbesondere auch von infrastrukturellen und angebotsorientierten Entwicklungen abhängen.

### **SYNERGIEN NUTZEN**

Durch eine gemeinsame Marketingstrategie werden Ressourcen in Hinblick auf dasselbe Ziel ausgerichtet und somit Synergien und Verstärkungen erreicht. Über die branchen- und institutionsübergreifenden Projekte können Mittel gebündelt und in Hinblick auf das jeweils spezifische Projektziel ausgerichtet werden.