

## Schwerin sucht nach eigener Stadtmarke

Schwerin, 12. November 2019: **Auf dem Marketing-Treff 2019 diskutierten die PMI Schwerin und die Stadtmarketing Gesellschaft gestern Abend die Markenführung in Schwerin. Viele unterschiedliche Botschaften verwirren - das soll sich ändern.**

Gerade sucht Schwerin mit der Kampagne „Naturtalente gesucht! #ArbeiteninSchwerin“ Fachkräfte für die Lebenshauptstadt. Touristen werden mit dem Stadtnamen „Schwerin“, mit Bordeauxrot und etwas Schnörkel für einen Besuch in der Nebensaison umworben. In der Landeshauptstadt angekommen, werden die Gäste am Ortseingang mit „Schwerin macht glücklich“ willkommen geheißen und im Residenzensemble winken ihnen Fahnen entgegen, auf denen es heißt „Ich bin dein Erbe“. Viele Marketingbotschaften von vielen Absendern. Alle haben gemeinsam, dass sie auf Schwerin aufmerksam machen und in unsere Landeshauptstadt locken wollen.

Die Frage, wo sich Schwerin im Hinblick auf ein einheitliches Markenbild befindet, stand gestern Abend im Mittelpunkt des gemeinsamen Marketingtreffs der Marketinginitiative der Wirtschaft (PMI) und der Stadtmarketing GmbH Schwerin. Rund 60 Unternehmer und Partner aus der Wirtschaft, Kultur und Verwaltung waren der Einladung gefolgt.

Als Impulsgeber konnte die Hamburger Marketingikone Holger Jung von der Agentur Jung von Matt gewonnen werden. Er machte klar, dass es mit so vielen unterschiedlichen Botschaften nur schwer möglich sei, Schwerin bekannter zu machen. Hier müsse konsequenter gehandelt werden. Dann könne über die Marke Schwerin auch ein bestimmtes Image aufgebaut werden, ähnlich wie bei bekannten Produktmarken. Er gab aber auch zu bedenken, dass der Prozess in einer Stadt auf Grund der vielen unterschiedlichen Interessensgruppen erheblich schwieriger sei, als beispielsweise in einem Unternehmen.

Von dieser Aussage ließen sich die Teilnehmer der anschließenden Podiumsdiskussion nicht einschüchtern. Neben Holger Jung erörterten Martina Müller, Geschäftsführerin der Stadtmarketing GmbH Schwerin, Carl Kreßmann vom Modehaus Kressmann und Dr. Pirko Kristin Zinnow, Direktorin der Staatlichen Schlösser, Gärten und Kunstsammlungen MV, das Thema. Über eines waren sich alle einig: Schwerin hat sein Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft.

„Schwerin muss endlich mit einer Stimme sprechen. Sonst verschlafen wir den Wettbewerb um Fachkräfte, Investoren, Gäste oder Einwohner. Das kann sich die Stadt nicht leisten. Wir brauchen eine starke Positionierung mit abgestimmten Botschaften, die bei den Leuten ankommen“, warben Martina Müller und Dietrich von Albedyll, Vorstandsmitglied der Marketinginitiative der Wirtschaft (PMI), gemeinschaftlich für eine stärkere Einheitlichkeit bei der Kommunikation.

Dr. Pirko Kristin Zinnow berichtete von ihrer Beobachtung, dass viele Besucher gar nicht wüssten, welche Schätze Schwerin zu bieten hat. Carl Kreßmann betonte die Wichtigkeit von besonderen Veranstaltungen, die auf das Image von Schwerin einzahlen und die Individualität der Stadt unterstreichen.

Die Unternehmerschaft fordert, schnell zu handeln und auch die Strukturen zu schaffen. „In jedem Konzern gibt es einen Markenbotschafter, der die Marke und die Kommunikation koordiniert. Das fehlt in Schwerin. Hier muss dringend eine gemeinsame Lösung von Politik, Verwaltung und Stadtmarketing gefunden werden, die von der Wirtschaft getragen wird. Dafür wird sich die PMI Schwerin auch weiterhin stark machen“, resümierte Hans Gerst, Vorstandsvorsitzender der PMI.

**Über die Marketinginitiative der Wirtschaft (PMI Schwerin):**

*Die Marketinginitiative der Wirtschaft (PMI) hat sich 2013 gegründet und zum Ziel gesetzt, den Bekanntheitsgrad des Standortes Schwerin zu erhöhen. Die beteiligten Unternehmer der Region Schwerin sind sich einig: Ein gesichertes und zukunftsorientiertes Außenmarketing braucht die Kraft der Wirtschaft! Im Wettbewerb um Investoren, Fachkräfte, Gäste, Kunden, Studenten und Einwohnern muss Schwerin eine starke Position einnehmen. Das gemeinsame Netzwerk aus ca. 50 Schweriner Unternehmern und Privatpersonen unterstützt aus Überzeugung dafür fachlich, finanziell und personell die Marketingaktivitäten für die Region Schwerin. Gemeinsam gestalten wir im Marketing-Fachbeirat mit der Stadtmarketing Gesellschaft Schwerin und der Wirtschaftsförderung die Standort- und Tourismusvermarktung.*

**Rückfragen/Infos:**

Marketinginitiative der Wirtschaft – Region Schwerin e. V.

Frau Tanja Brüggemeier

E-Mail: [info@pmi-schwerin.de](mailto:info@pmi-schwerin.de), Tel.: 0385-59 25 268

Info: [www.pmi-schwerin.de](http://www.pmi-schwerin.de)