

SPD Stadtratsfraktion | Rathaus | 90403 Nürnberg

SPD-Rathausfraktion fordert intensivere Beschäftigung mit dem Nürnberg Image

Stadträtin Daniela Hüttinger mahnt größere Anstrengungen bei der Zusammenarbeit für Nürnbergs Image an. Bei einer aktuellen Standortumfrage der IHK Nürnberg für Mittelfranken wurde von Unternehmern beanstandet, dass mehr für Nürnbergs Image getan werden müsse.

Um Touristen, Fachkräfte und Unternehmen für Nürnberg zu interessieren, sei es wichtig, die Stadt Nürnberg gut und mithilfe eines einheitlichen positiven Images darzustellen. „In der Stadt Nürnberg arbeitet unter Federführung des Presse- und Informationsamtes die „AG Stadtmarketing“ an der Abstimmung des Nürnberg Image“, erklärt die Stadträtin. In dieser Arbeitsgruppe werden Begriff und Strategien bis hin zum einheitlichen Logo für die Stadt definiert, um die Identität und Vorzüge Nürnbergs in einem einheitlichen Bild zusammenzuführen und national wie international nach außen zu vermitteln. Pfeiler des Bildes seien Urbanität und Lebensqualität, Innovation und Tradition.

Steigende Übernachtungszahlen und Qualitätsumfragen im touristischen Bereich sowie Erfolge der Messe ließen darauf schließen, dass die Arbeit zur Imagepflege durchaus erfolgreich sei, meint die Stadträtin. „Es gibt überall in der Stadt große Bemühungen der Zusammenarbeit, um ein einheitliches und positives Image der Stadt nach außen zu tragen“, stellt Hüttinger fest.

„Wir müssen uns fragen, warum unter den Unternehmern Unzufriedenheit mit den Bemühungen um unser Image herrscht“, meint Hüttinger. Unternehmen seien auf ein positives Bild der Stadt angewiesen, um für Fachkräfte und Kunden zu werben. „Trifft das Bild etwa nicht die Selbstwahrnehmung der Nürnbergerinnen und Nürnberger?“ fragt Hüttinger. Oder hapere es nur an der Kommunikation?

Diese Fragen möchte die Stadträtin von der Verwaltung untersuchen lassen. „Wir möchten wissen, was noch getan werden kann, um die Abstimmung in der Stadt und der Metropolregion weiter zu verbessern.“ Außerdem wolle man wissen, wie Firmen und Betriebe in den Entwicklungs- und Kommunikationsprozess um die Imagebildung einbezogen werden können. „Vielleicht lässt sich die Identifikation mit unserer Stadt erhöhen und damit das Image für Kunden- und Fachkräftegewinnung der Unternehmen nutzbar machen.“

Dabei ist für Hüttinger aus den Erfahrungen des touristischen Bereichs erwiesen: „Wir brauchen keine Angst haben, als verstaubt dazustehen. Tradition und Innovation widersprechen sich nicht. Im Gegenteil: Wir sind stark durch die Tradition der Innovation!“ behauptet Hüttinger. „Ebenso wenig widersprechen sich Urbanität und Mittelalter“, sagt sie. Unsere Touristen sagen uns: „Flanieren, Shoppen und Weggehen im Angesicht unserer mächtigen Burg ist klasse!“ Dieses Bild habe nichts mehr mit dem alten Butzenscheibenimage zu tun.

Nürnberg, 27. Oktober 2014