

# **Identitätsorientierte Standortentwicklung in Ober-Grafendorf (A)**

**Die Marktgemeinde Ober-Grafendorf (Niederösterreich) wird seit Juni 2014 von der EGGER & PARTNER beraten und begleitet, um eine identitätsorientierte Standortentwicklung aufzubauen. Denn der Wettbewerbsdruck unter den Standorten wird immer größer. Sie konkurrieren um die Ansiedlung von Betrieben und um das Interesse der Kunden und Gäste. Gleichzeitig müssen sie ein attraktiver Lebensraum für die Bevölkerung sein.**

Eine starke Identität und ein positives Image werden für die Standorte zunehmend wichtiger. Es gilt, sich in den Augen der Zielgruppen als unverwechselbar darzustellen und sich eindeutig zu positionieren.

Aus den folgenden Gründen hat die Marktgemeinde Ober-Grafendorf die identitätsorientierte Standortentwicklung „Unser Ober-Grafendorf gestalten“ ins Leben gerufen:

## **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 Marktgemeinde Ober-Grafendorf mitarbeiten – im Großen wie im Kleinen.

## **Gemeinde nachhaltig entwickeln**

Die Positionierungsstrategie zeigt auf, was die Marktgemeinde Ober-Grafendorf und ihr Umfeld einzigartig macht. Sie soll die Identität stärken und das Image der Marktgemeinde langfristig aufwerten. Es geht darum, sich gegen andere Gemeinden und Standorte in Punkto Lebensqualität und Wirtschaftskraft zu behaupten, und die Zukunft der Bewohner in einer lebens- und liebenswerten Umgebung zu sichern.

## **Wertschätzung und Wertschöpfung am Standort erhöhen**

Mit einer klaren Positionierung soll die Wertschätzung und die Wertschöpfung der Marktgemeinde Ober-Grafendorf erhöht werden. Die Bevölkerung soll stolz sein auf „ihr Ober-Grafendorf“, und diesen Stolz auch nach außen kommunizieren.

## **Attraktivität und Lebensqualität steigern**

Ober-Grafendorf 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**

Ober-Grafendorf verströmt Optimismus und zeigt das Potential der Marktgemeinde für die Zukunft.

### **Selbstbewusstsein stärken**

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

### **Differenzierung schaffen**

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

### **Einheitliche Kommunikation**

Die klare Positionierung sichert die einheitliche und zielgruppenspezifische Kommunikation im Wettbewerb der Standorte für Bürger, Neubürger, Kunden, Gäste, Unternehmen und Investoren. In Zeiten der großen Informationsflut bestimmt das Gesamtbild einer Gemeinde die Entscheidungsprozesse dieser Gruppen. Eine einheitliche Kommunikation ist professionell, authentisch, einprägsam und wirkungsvoll.

### **Grundstein für die Weiterentwicklung**

Die Positionierung erreicht eine Konzentration der Ressourcen, denn sie liefert Antworten und zeigt auf: Was ist einzigartig an der Marktgemeinde Ober-Grafendorf im Sinne einer Alleinstellung (USP)? Welche Merkmale differenzieren die Marktgemeinde deutlich von anderen vergleichbaren Gemeinden und Standorten? Welche sind die wichtigsten Attraktivitätsfaktoren der Gemeinde, die es weiter zu entwickeln bzw. zu forcieren gilt?

### **Aussagekräftige Daten und Fakten**

Durch die gezielte Standortpositionierung kann ein höherer Nutzen durch stärkere Wahrnehmung (Kosten-Nutzen-Relation) der Gemeinde 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 Dachstrategie 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.

Die erste Umsetzung im Rahmen der Standortentwicklung „Unser Ober-Grafendorf gestalten“ war die

Schaffung des Dirndltaler Wochenmarktes. Der Wochenmarkt mit 18 Ständen hat sich mittlerweile als attraktiver Einkaufs- und Kommunikationsort für alle Interessengruppen etabliert. Die Visualisierung des Identitätsmusters - sprich das Kommunikationsmuster - der Marktgemeinde Ober-Grafendorf und die Gestaltung eines verkehrsberuhigten Ortszentrums mit einem attraktiven Hauptplatz befinden sich ebenfalls in der Umsetzung.

**EGGER & PARTNER hat 200 Gemeinden, Städte und Regionen in Österreich, Deutschland und der Schweiz erfolgreich betreut. Einen Auszug der Referenzliste „Standortentwicklung“ finden Sie [hier](#)**



- [2017](#)
  - [März 2017 \(3 Einträge\)](#)
  - [Februar 2017 \(1 Eintrag\)](#)
- [2016](#)
  - [November 2016 \(2 Einträge\)](#)
  - [Mai 2016 \(3 Einträge\)](#)
  - [Februar 2016 \(4 Einträge\)](#)
- [2015](#)
  - [Oktober 2015 \(1 Eintrag\)](#)
  - [Mai 2015 \(5 Einträge\)](#)
  - [Januar 2015 \(1 Eintrag\)](#)
- [2014](#)
  - [Dezember 2014 \(2 Einträge\)](#)
  - [November 2014 \(2 Einträge\)](#)

- [Oktober 2014 \(2 Einträge\)](#)
- [September 2014 \(2 Einträge\)](#)
- [August 2014 \(2 Einträge\)](#)
- [Juli 2014 \(2 Einträge\)](#)
- [Juni 2014 \(2 Einträge\)](#)
- [Mai 2014 \(2 Einträge\)](#)
- [April 2014 \(2 Einträge\)](#)
- [März 2014 \(2 Einträge\)](#)

[« Zur News-Übersicht](#)