

Harmonie der Widersprüche

Coburg bringt's zusammen: Stadtmarketingkonzept zeigt Gegensätze im Einklang

COBURG

Auf der Oberfranken-Ausstellung präsentiert sich Coburg in einem „neuen Gewand“, wie es Oberbürgermeister Norbert Kastner bei der Präsentation des neuen Stadtmarketingkonzepts bezeichnete. Unter dem Motto „Coburg bringt's zusammen“ möchte sich die Veststadt mit „Werte und Wandel“ im 21. Jahrhundert weiterhin traditionsbewusst geben, doch moderner als je zuvor.

Bezeichnend für Coburg ist das Gegensätzliche. Fachwerk und Hightech, Tradition und fortschrittliches Denken. Vor der Wende ähnelte Coburg bedingt durch die Lage im Zonenrandgebiet einer grauen Maus, erst allmählich entwickelte es sich in den 90er Jahren zu einer Stadt mit modernem Selbstbewusstsein.

So kreierte die Stadtführung 1994 durch „Werte und Wandel“ einen prägnanten Werbeslogan, der noch heute richtungsweisend ist. „Werte und Wandel hat sich ebenso wie das dazugehörige Logo bei den Bürgern etabliert“, erklärte Oberbürgermeister Norbert Kastner.

Doch das alleine sollte noch nicht genügen. „Werte und Wandel“ wurde nun pünktlich zum Beginn der Oberfranken-Ausstellung mit Inhalten unterfüttert, wie es Stefan Hinterleitner, Pressesprecher der Stadt, beim gestrigen Pressegespräch treffend erklärte. Die große Bandbreite Coburgs zeige

sich in der Synthese scheinbarer Gegensätze, das sei Coburgs herausragende Eigenschaft. „Coburg bringt's zusammen“: Das Widersprüchliche ist verbunden zu einer Einheit.

Vier Hauptbereiche wurden für das Stadtmarketing-Konzept entwickelt: Leben und Arbeiten findet Ausdruck im Themenkomplex „Tradition und Innovation“. Alles rund um die Agenda 21 in der Stadt Coburg ist zusammengefasst unter „Ökologie und Ökonomie“. „Verwaltung und Verpflichtung“ steht für eine neue Verwaltungsreform. „Samba und Sinfonie“ drückt die kulturelle Vielfalt aus.

„Wir haben keine Alpen
und kein Meer, aber dafür
eine herzogliche Historie“

**Oberbürgermeister Norbert
Kastner über den Reiz der
Veststadt**

Für jedes Themengebiet wurde ein Falblatt entwickelt, das auf der Oberfranken-Ausstellung in der alten Angerturnhalle erhältlich ist. Hier wird alles rund um das neue Stadtmarketingkonzept vorgestellt.

Die einzelnen Themengebiete sind in kleinen Ausstellungsnischen veranschaulicht. „Die Darstellung der Falblätter und der Präsentation ist jung, frisch und sympathisch, gerade

so, wie sich auch das Stadtbild Coburgs präsentiert“, sagte Reinhard Steinmetz aus Karlstadt, verantwortlich für die Umsetzung des Marketingkonzepts.

Überregionale Aktivitäten

„Es sollte vor allen Dingen einfach wirken“, fügte er hinzu. Und Kastner sagte beim Durchblättern entschlossen: „Hier ist nichts verbraten, was nicht tatsächlich vorhanden ist“.

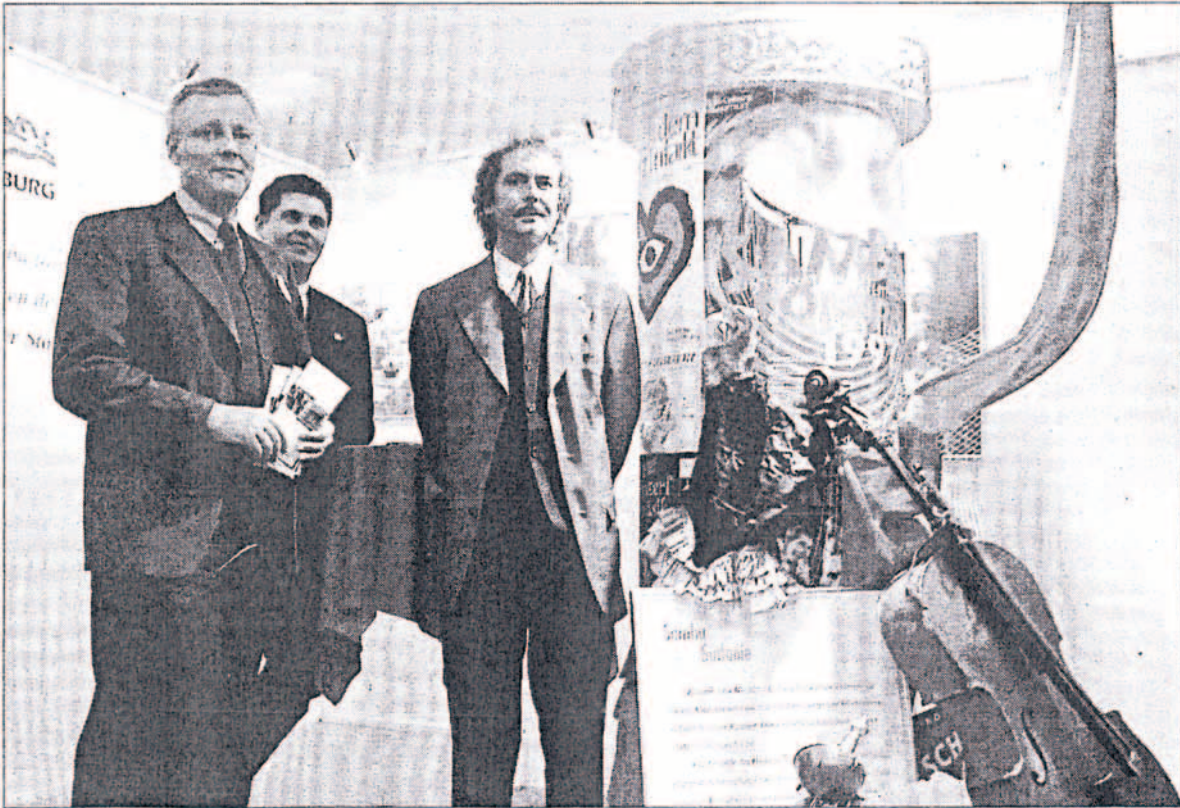
Der Oberbürgermeister besann sich auf die traditionelle Vergangenheit: „Wir haben keine Alpen, kein Meer, aber dafür eine herzogliche Historie.“ Das sei im Stadtbild architektonisch ersichtlich, und auch sicherlich im Bewusstsein der Coburger verankert. Kastner möchte mit der neuen Marketing-Präsentation zunächst eigene Bürger erreichen, aber auch nach außen treten. Bei überregionalen Kongressen in Coburg könne man zukünftig mit der Präsentation auch Gäste erreichen und positiv überraschen.

Coburg sei eine dynamische Stadt, so Norbert Kastner. „Durch das Samba-Festival sind wir bekannt geworden“. Und auch die wirtschaftliche Kraft sei beachtenswert. „Brose baut sein neues Forschungs- und Entwicklungszentrum hier in Coburg, nicht etwa in Hallstadt“, stellt er anerkennend fest. „Und auch die HUK ist hier bei uns, obgleich sie woanders Grundstücke umsonst bekommen konnte.“ cha

Was die Presse über uns zu berichten weiß...

veröffentlicht in „Coburger Tagblatt“, 12. Oktober 1999 (2)

009



Coburg soll auch im kommenden Jahrhundert nicht die letzte Geige spielen: Oberbürgermeister Norbert Kastner, OB-Chauffeur Kai Bartlan und Reinhard Steinmetz (von links) haben die Präsentation des Stadtmarketingkonzepts in der alten Angerturnhalle maßgeblich mitgestaltet.

Foto: C. Hauptmann