



In Oberkirch wird über ein Innenstadtentwicklungskonzept diskutiert.

Foto: Stephan Hund

Stadt-Marke entwickeln

Bei einem Frühstück für Oberkircher Gewerbetreibende informierte die Stadt Oberkirch über ihren Markenentwicklungsprozess. Dabei wurde über die Vision Oberkirch 2035 diskutiert.

Oberkirch (red/rüd). Im Rahmen des regelmäßig für Oberkircher Gewerbetreibende stattfindenden Handelsfrühstücks informierten Bürgermeister Christoph Lipps und Wirtschaftsförderin Nadine Meier über den inzwischen gestarteten Markenentwicklungsprozess. Mit diesem einher geht auch die Erstellung eines Innenstadtentwicklungskonzepts. Ermöglicht wurden beide Projekte durch das Bundesförderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“.

Im Rahmen des Markenentwicklungsprozesses soll zunächst herausgearbeitet werden, wofür Oberkirch steht, um auf dieser Grundlage einen Stadtslogan und ein Logo mit entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen entwickeln zu können. Auf diesem Weg werden auch die „Oberkircher Akteure“ wie Gewerbe, Vereine, Tourismus mitgenommen, schließlich sollen sich diese selbst mit „ihrer“ Stadt und „ihrer“ Innenstadt identifizieren, teilt die Stadtverwaltung mit. Dabei sei der Prozess von zentraler Bedeutung, da nur durch die gemeinsame Erarbeitung ein neuer Aufbruch gelingen könne.

Neues Miteinander

Auch für das Innenstadtentwicklungskonzept wird gemeinsam mit den Oberkircher Akteuren ein Leitbild entwickelt, um ein „Neues Miteinander“ zur Stärkung der Innenstadt zu definieren. Geplant sind für beide Prozesse mehrere Sitzungen von interdisziplinär besetzten Projekt- und Themengruppen, die den Einkaufs-, Erlebnis- und Lebensstandort Oberkirch abbilden sollen.

Den Auftakt bildete ein Handelsfrühstück, in dessen Rahmen die Gewerbetreibenden erstmals mit diesem Prozess befasst wurden. Dabei stand zunächst die Frage im Raum, was die Alleinstellungsmerkmale für Oberkirch aus der Sicht der Gewerbetreibenden sind. Im Weiteren wurde über die Vision einer erfolgreichen Oberkircher Innenstadt 2035 diskutiert. Die

dabei im Rahmen des Austauschs entwickelten Anregungen werden nun in beide

Prozesse eingespeist und bilden damit Anknüpfungspunkte bei der Entstehung der neu-

en (Innen)-Stadt-Marke und des Innenstadtentwicklungskonzepts.