

Donnerstag, 21. März 2019

# Presseinformation

Thema:

Neue Markenbotschaften



## Angesagte Vielfalt in Bruck an der Mur

**Mit neuen Markenbotschaften will sich Bruck an der Mur als lebenswerte Stadt im Zentrum der Steiermark positionieren. Die Bewerbung der Stadt und ihrer Beteiligungen erfolgt künftig unter dem kommunikativen Dach „Angesagte Vielfalt“.**

Im Zuge der Verwaltungsreform „Haus Bruck“ wurde mit Jänner des Jahres eine eigene Stabstelle Stadtkommunikation im Rathaus installiert. Darin wurden die Kommunikationsagenden der Stadt Bruck und ihrer Beteiligungen wie Stadtwerke GmbH und Standort und Marketing GmbH sowie des Tourismus gebündelt. In der Stadtkommunikation wird der **gesamte Außenauftritt** des "Hauses Bruck" abgestimmt und dessen **Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit** koordiniert. Ziel ist es, die Bürgerinnen und Bürger ganzheitlich und übergreifend abgestimmt in hoher Qualität über das Angebot, die Dienstleistungen und die Inhalte der Stadt Bruck zu informieren.

Als eine der ersten Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Kommunikation wurden in einem Beteiligungsprozess, der von Kommunikationsprofi **Martin A. Schoiswohl** begleitet wurde, neuen Markenbotschaften für Bruck an der Mur erarbeitet. *„In Zeiten eines stetig zunehmenden Standortwettbewerbs ist eine eindeutige Standortpositionierung und die damit verbundene Abgrenzung gegenüber anderen Gemeinden ein wichtiger Erfolgsfaktor für eine lebenswerte Stadt und einen attraktiven Wirtschaftsraum“*, meint Bürgermeister **Peter Koch**.

Die Städte und Gemeinden konkurrieren um qualifizierte Arbeitskräfte und öffentliche sowie auch private Investitionen mit anderen Standorten. Darüber hinaus stehen sie in Konkurrenz als Lebens-, Arbeits- und Freizeitraum wie auch als Tourismusort. Zahlreiche Gemeinden weisen allerdings ähnliche Standortfaktoren auf. Eine Differenzierung durch einen hohen Bekanntheitsgrad und ein positives Image gewinnen somit zunehmend an Bedeutung.

*„Das Markenkonzept ist einer der effektivsten Wege, um diese Aufmerksamkeit zu erreichen. Die Standortpositionierung in Form einer Marke ermöglicht es, den USP in Hinblick auf die Wettbewerbsvorteile klar zu kommunizieren. Kommunikation wird somit im Rahmen des Standort-Marketing-Mix zu einem wesentlichen strategischen Erfolgsfaktor“*, so **Christian Mayer**, Leiter der Stadtkommunikation. *„Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, klare Markenbotschaften zu erarbeiten, mit denen wir uns von anderen Städten unterscheiden oder abheben“*, so Mayer.

[www.bruckmur.at](http://www.bruckmur.at)

Donnerstag, 21. März 2019

# Presseinformation

Thema:

Neue Markenbotschaften



Dass die Bezirksstadt Bruck an der Mur auch in Zukunft eine wichtige Rolle in der Region einnehmen wird, das soll sich künftig auch in der Außenwahrnehmung manifestieren. Dazu wurden drei Kernbotschaften sowie ein kommunikatives Dach erarbeitet.

## Die 3 Kernbotschaften im Überblick:

**Bruck an der Mur ist die Stadt im Zentrum**

**Bruck an der Mur ist die Stadt am Fluss**

**Bruck an der Mur ist die Stadt zum Wohleben**

Die Stadt bietet ein **reichhaltiges Angebot an Dienstleistungen und Services**, das es in dieser Zahl und Breite nur selten gibt: von der **durchgehenden Kinderbetreuung** und einem breit gefächerten **Bildungsangebot** (einzige Försterschule) über **touristische Highlights** (Naturschutzzentrum Weitental, einzigen Binnenhafen der Steiermark) und kulturelle Glanzlichter (Murenschalk) sowie einem **modernen Veranstaltungsmanagement (EVA)** bis hin zum **Sozial- und Gesundheitswesen (REHA Bruck)**.

Dies soll sich künftig unter dem kommunikativen Dach „**Angesagte Vielfalt**“ auch in der Kommunikation widerspiegeln.