

„Kreis Gütersloh muss eine Marke werden“

Wirtschaftsforum der Wirtschaftsinitiative

■ **Kreis Gütersloh** (NW). Wie kann der Kreis Gütersloh sich als Marke positionieren? Und wie im Wettbewerb der Regionen bestehen? Darum ging es am Mittwoch beim Wirtschaftsforum der Wirtschaftsinitiative Kreis Gütersloh. Rund 150 Unternehmer waren der Einladung in die Räume der Bertelsmann AG gefolgt.

Sie hörten zunächst den Impulsvortrag von Henning Rabe, Leiter Corporate Marketing bei der Claas KGaA mbH. „Der Kreis Gütersloh muss vom Standortmarketing zum Standpunktmarketing kommen und eine Marke werden“, sagte Rabe. Dabei sei eine Marke selbstverständlich mehr als ein Logo. Eine Region müsse Geschichten erzählen können, Symbole, Sehenswürdigkeiten und Events nach außen tragen. Und dabei reiche eine einzelne Kampagne nicht aus.

Ein Standpunkt, den der Kreis Gütersloh vertreten kann, ist unbestritten die Wirtschaftskraft durch große und bekannte Unternehmen, aber auch der starken Mittelstand. Auch wenn der Kreis Gütersloh bei der „Weltmarktführerdichte“ bundesweit nur im Mittelfeld landet. Das machte der Münchener Managementexperte Prof. Bernd Venohr in seinem Vortrag „Das Geheimnis der Weltmarktführer“ deutlich. Nach seiner Definition zählen im Kreis Gütersloh Claas, Bertelsmann,

Miele, Hörmann, Plasmatreat und die Firma Hermann Sewerin zu den Weltmarktführern.

„Wie wird der Kreis Gütersloh denn eigentlich in Berlin wahrgenommen?“ fragte Moderator Andreas Liebold in der anschließenden Diskussionsrunde die beiden Bundestagsabgeordneten Heiner Kamp und **Ralph Brinkhaus**. „Wenn wir Besuchergruppen im Bundestag haben, die den Kreis Gütersloh nicht kennen, können wir ihnen die Region mit vielen bekannten Unternehmen oder Produkten näher bringen“, sagte Kamp. „Ich wurde in diesem Zusammenhang mal gefragt, was das denn für eine Region sei, wo man sich über die Unternehmen definiert“, ergänzte Brinkhaus.

Doch wie überzeugt man Menschen, die die Vorzüge des Kreises noch nicht kennen, dass es sich hier hervorragend arbeiten und auch leben lässt? „Die Mitarbeiter müssen sich wohlfühlen, dann ergibt sich ein virales Marketing durch Menschen“, sagte Martin Schildmacher, Vorstand der Firma Modus Consult aus Gütersloh. Heinrich Splietker, Geschäftsführer der Splietker Baugesellschaft aus Rheda-Wiedenbrück, sieht besonders auf das Handwerk schwierige Zeiten zukommen, wenn es darum geht, Nachwuchskräfte zu finden. „Wenn wir junge Menschen aus anderen Regionen anziehen wollen, muss der Kreis attraktiv sein.“



Der Kreis im Wettbewerb: Darüber diskutierten (v. l.) Sven-Georg Adenauer, Thomas Sterthoff, Henning Rabe, Alexander Höner, Volker Ervens, Prof. Bernd Venohr, Martin Schildmacher und Gerd Hoppe.