

Kurort will Profil deutlich schärfen

Kommunalpolitiker und Tourismus-Praktiker arbeiten an Strategiekonzept

BAD SALZSCHLIRF

Was macht Bad Salzschlirf als Urlaubsziel und Kurort besonders und einzigartig? Welches Profil muss der Ort entwickeln, um auf Gäste eine noch stärkere Anziehungskraft zu entwickeln? Über diese Fragen grübeln jetzt Politiker, Hoteliers und Berater.

Von unserem Mitarbeiter
VOLKER NIES

„Wir müssen herausarbeiten, was uns auszeichnet. Daraus wollen wir eine Marke entwickeln – die Marke Bad Salzschlirf“, berichtet der Bad Salzschlirfer Bürgermeister Matthias Kübel (CDU). Ziel dieser Arbeit sei es, die Identität nach innen und außen zu schärfen und damit noch klarer und möglichst noch erfolgreicher in der Tourismus-Werbung aufzutreten.

Auf Einladung des Vereins „Gesundheitswirtschaft Osthessen“, dessen Geschäftsführer Eitel J. Vida das Treffen moderierten, berieten Kommunalpolitiker und örtliche Hoteliers, unterstützt von Experten, über die Entwicklung des Ortes und stellten sich die Fragen: Wie kann der Ort besser wahrgenommen werden? Wie kann er seine Stärken deutlicher machen? „Das Bild muss authentisch sein. Der Gast muss das, was wir herausstellen, auch tatsächlich bei uns finden“, sagt der Bürgermeister.

Bad Salzschlirf müsse wie eine Marke entwickelt und bekannt gemacht werden. „Diese Marke verbindet dann alle An-



Der gepflegte optische Eindruck des Kurortes ist eine Stärke von Bad Salzschlirf.

Foto: Volker Nies

bieter in unserem Ort“, erklärt Kübel. „Die Marke kann aber nur tragen, wenn sie von allen mitgetragen wird.“ Ziel müsse es sein, dass ein potenzieller Gast beim Hören des Stichworts „Bad Salzschlirf“ gleich eine Marke vor Augen habe, etwa „Kurort mit Jugendstil“.

Das Außenbild der Kurortes sei heute zu uneinheitlich, urteilt Vida. „Es gibt viele sehr tüchtige Hoteliers in Bad Salzschlirf. Aber sie treten nicht gebündelt genug auf“, sagt Vida.

Die Arbeit wird jetzt in sieben Arbeitsgruppen fortgesetzt. Im Mittelpunkt steht die Gruppe mit dem Ziel „Alleinstellungsmerkmale durch Stärken-Schwächen-Analyse“. Die weiteren sechs Gruppen haben die folgenden Ziele: Erfassung und Ausbau der medizinischen Kompetenz; Identifikation als Ziel der Verbesserung der Bad Salzschlirf-internen Zusammenarbeit; Entwicklung der Dachmarke Bad Salzschlirf, Erarbeitung von konzeptkon-

formen Rahmenprogrammen und Angeboten, Entwicklung eines Mobilitäts-Konzeptes sowie Erarbeitung von Zielgruppen-Angeboten.

In sechs Wochen sollen alle sieben Arbeitsgruppen Ergebnisse vorlegen. Bad Salzschlirfer Bürger, die mitarbeiten wollen, können ihr Interesse in der Gemeindeverwaltung melden.

„Wir haben uns vorgenommen, das Gesamtkonzept noch in diesem Jahr vollständig zu entwickeln, damit wir uns im

Jahr 2014 bereits neu darstellen können“, berichtet Kübel. Die sich jetzt engagierenden Bürger sollen einen ausgereiften Vorschlag für ein Standortkonzept entwickeln und auch gleich konkrete Maßnahmen vorschlagen.

Das letzte Wort über das neue Profil und die neue Marke Bad Salzschlirf sollen die Bad Salzschlirfer Gemeindevertreter haben. Alle Fraktionen waren bereits beim jüngsten Treffen vertreten.