

„Original“ als Marke



Rottweil ist das Original. Das ist die zentrale Aussage im neuen Tourismuskonzept der Stadt und soll als Marke installiert werden. Der Gemeinderat hat dies bei einer Gegenstimme beschlossen.

Zuvor hatte Martin Schobert von St. Elmos Tourismusmarketing das Konzept mit dem R im Kreis und das dafür unter Beteiligung vieler Mitwirkender aus der Stadt erarbeitete Tourismushandbuch ausführlich vorgestellt.

Das fand im Rat ganz überwiegend positives Echo. OB Ralf Broß beispielsweise lobte: „Es besticht durch seine Einfachheit!“ Man habe „viel Geld in die Hand genommen“, Profis bezahlt und ein gutes Ergebnis bekommen, sagte Ira Hugger (Grüne) dazu. Arwed Sassnick (SPD+FfR) lobte „ein faszinierendes Opus, Hut ab!“ Sein Fraktionskollege Dr. Jürgen Mehl: „Die Marke ist gelungen ... originell.“ Allerdings sei ihm auf dem Weg zur Sitzung aufgefallen, dass auch eine Tiefkühlfirma sich „Das Original“ nenne.

Kritik kam nur von Rasmus Reinhardt (CDU): „Ich bin einer, der sehr viel mit Worthülsen arbeitet. Aber hier habe ich meinen Meister gefunden!“ Er warnte, dass eine eingetragene Marke teuer werden könnte und dass dann auch Rechtsstreite drohten. Als es aber zur Abstimmung kam, blieb seine Gegenstimme die einzige, drei aus seiner Fraktion (Monika Hugger, Hans-Peter Alf und Günter Posselt) enthielten sich.



Das Original.

„Original“ als Marke

Nun wird, basierend auf dem Markenhandbuch, das Marketingkonzept weiter ausgearbeitet.