

„Die Stadt Deggendorf darf ihre Chancen nicht verschlafen“

Tourismus-Beraterin nimmt Stellung zum GfK-Gutachten

Deggendorf (mes). Das GfK-Gutachten hat gezeigt: In der Stadt besteht an einigen Stellen Handlungsbedarf. Nun hat Marketing-Beraterin Maike Sander das Gutachten, das vor drei Jahren die Situation von Tourismus und Einzelhandel untersucht hat, noch einmal genau unter die Lupe genommen und festgestellt: Deggendorf hat großes Potenzial, das Stadtmarketing aber könnte besser sein. Die DZ wollte von Maike Sander wissen, worauf es ankommt und wie die Stadt sich besser präsentieren kann.

Frau Sander, was läuft in Deggendorf falsch?

Zunächst einmal muss ich sagen, dass sich in Deggendorf in den letzten Jahren sehr viel getan hat. Woran die Stadt aber in erster Linie noch arbeiten muss, ist ihre Positionierung. Deggendorf wird von außen zum Teil als verschlafen und bieder wahrgenommen. Was die Stadt braucht, ist ein klares Image. Außerdem mangelt es am Informationsfluss, denn wer im Umland wohnt, weiß oft gar nicht, welche Veranstaltungen angeboten

werden. Und für Touristen fehlen Anreize, die sie in die Stadt locken.

Was können die Verantwortlichen tun, um die Lage zu verbessern?

Wichtig ist zunächst, dass sich alle Beteiligten über ein klares Konzept einig sind: Wie soll die Stadt nach außen wirken? Regensburg und Passau zum Beispiel machen das sehr gut vor. Auch ein lebendiges Marketingkonzept muss sein. Mein

Mehr Aktionen und Veranstaltungen

Vorschlag: Es sollte eine Koordinationsstele geschaffen werden, so dass die einzelnen Arbeitskreise stets auf dem laufenden sind. Ganz wichtig ist auch, dass regelmäßig Bilanz gezogen wird und dass das Konzept flexibel ist und nicht nur auf dem Schreibtisch, sondern auch in der Realität Bestand hat.

Welche konkreten Maßnahmen schlagen sie vor?

Der Einzelhandel würde von mehr Aktionen in der Innenstadt nur profitieren. Egal, ob es nun ein Weinfest ist

oder eine andere vergleichbare Veranstaltung. Das müsste mindestens einmal im Monat passieren. Auch den Touristen könnte mehr geboten werden. Alleine der Vergleich der Veranstaltungskalender von Deggendorf und Straubing lässt Deggendorf blass ausschauen. Außerdem müssen die Hotels besser ausgeschildert werden, und auch die Tourist-Info ist ziemlich versteckt. Die Informationen müssen zu den Leuten kommen und nicht umgekehrt. Deshalb wäre es von Vorteil, an mehreren Orten gebündelte Veranstaltungskalender auszulegen. Das würde dann auch die Menschen aus dem Umland wieder anlocken.

Wo sehen Sie Deggendorf im zehn Jahren?

Die Stadt hat gewaltiges Potenzial. Aber es muss eben auch etwas getan werden. Wenn die Chancen nicht verschlafen und Deggendorf die Kurve kriegt, wird es sich zu einer hochattraktiven Stadt entwickeln, von der auch die Menschen aus dem Umland, Urlauben und Geschäftsreisende profitieren.