



Die Workshop-Teilnehmer sollen die Stärken und positiven Eigenschaften Vorarlbergs zu einer Marke weiterentwickeln.

VLK/HOFMEISTER

Die Suche nach Gemeinsamkeit

Vorarlberg soll zur Marke werden. 30-köpfiger Kreis arbeitet nun am Zukunftsbild.

DORNBIRN Montag, 10.30 Uhr, Raiffeisenforum Dornbirn: Pfarrer trifft auf Unternehmer, Landwirtin auf Künstler. Der Anlass? Nach der Entscheidung, dass Vorarlberg zur Marke werden soll, wurde nun der Markenbildungsprozess gestartet. Neben der Nürnberger Agentur Brand Trust, die das Projekt federführend verantwortet, sind auch 30 Vorarlberger aus unterschiedlichsten Bereichen dabei. Sie kommen aus der Wirtschaft, aus Kultur, Landwirtschaft, Wissenschaft und Politik, sie sind Gerichtspsychiater, Sportler oder Seelsorger. Ihre Aufgabe? Sie treffen sich zu insgesamt sechs Workshops, denken zusammen und arbeiten am Markenkern. Für Markenentwickler Klaus-Dieter Koch war es wichtig, dass es kein rein politischer Prozess wird, sondern einer, „der aus der Mitte des Landes heraus entwickelt wird“. So könne man auch sicherstellen, dass Themen wie Wirtschaft oder Tourismus nicht einseitig betrachtet werden.

Am Anfang der Zusammenarbeit, das war vor gut zwei Jahren, stand allerdings eine ganz andere Frage, die Klaus-Dieter Koch dem Landeshauptmann stellte: „Wieso überhaupt etwas ändern, wenn doch eh alles gut ist?“ „Ich habe lange überlegt, den Prozess einzuleiten, und mich gefragt, ob es Sinn macht. Aber die Zeit ist nun reif, die Kräfte zu bündeln“, sagt Markus Wallner. Wohlwissend, dass es in der Vergangenheit immer wieder Überlegungen in die Richtung gab, die dann aber verworfen wurden.

Fachkräfte und Gäste

Für ihn geht es darum, die Stärken und positiven Eigenschaften Vorarlbergs unter ein Dach zu bringen. Man sei ein Land voller Spitzenleistungen in Export, Wachstum, Ehrenamt, Finanzen, Landschaften, Kultur und Architektur. Aber die Welt werde insgesamt immer unberechenbarer und instabiler. Daher müsse man am Ball bleiben und handeln. Das heißt, die eige-

ne Identität und die Werte festzuhalten und sich der Stärken auch gegenüber anderen sicher zu sein. Schließlich buhlen auch Regionen in der Nachbarschaft um Fachkräfte und Gäste. Darum gehe es bei der Marke nicht um eine Statusquo-Beschreibung, sondern um ein Zukunftsbild und darum, wie Vorarlberg von innen wie außen wahrgenommen werden soll. Weniger Logo, sondern mehr Wertedach mit Antworten auf Fragen wie „Wofür steht das Land? Was macht es attraktiv, wodurch grenzt es sich ab?“.

TEILNEHMER

Bertram Batlogg, ETH Zürich; **Herwig Bauer**, Poolbar Festival; **Hildegard Burtscher**, Landwirtin; **Markus Compoj**, Bergbahnen Brandnertal; **Cenk Dogan**, Student/Musiker; **Evelyn Fink-Mennel**, Landeskonservatorium; **Kurt Fischer**, Bürgermeister Lustenau; **Thomas Gabriel**, Molindo GmbH; **Harald Gfader**, Künstler; **Reinhard Haller**, Gerichtspsychiater; **Arthur Kanonier**, TU Wien; **Verena Konrad**, Architekturinstitut; **Christian Leidinger**, die Koje; **Hanno Loewy**, Jüdisches Museum; **Heidi Lorenzi**, Institut für Sozialdienste; **Bertram Martin**, Martinshof; **Helmut Mennel**, illwerke vkw; **Hans-Peter Metzler**, Bregenzener Festspiele; **Monika Paterno**, aha; **Hubert Rhomberg**, Rhomberg Gruppe; **Markus Schairer**, Polizei/Olympiazentrum; **Stefan Schiefer**, Liebherr-Werk Nenzing; **Christine Schwarz-Fuchs**, Buchdruckerei Lustenau; **Gerhard Stübe**, Festspielhaus; **Ruth Swoboda**, inatura; **Sabine Tichy-Treimel**, Dornbirner Messe; **Hans Tinkhauser**, Pfarrer; **Claudia Vögel**, HTL Bregenz; **Joschi Walch**, Hotel Rote Wand; **Daniel Wüstner**, Rauch Fruchtsäfte

Sorgen, dass nicht „etwas Fantastisches“ dabei herauskommt, macht sich Koch indes nicht. „Die Frage ist vielmehr, bleibt am Ende etwas zurück? Nicht nur eine Nabelschau, sondern ein großer Entwurf für die Zukunft.“ Denn die Liste an Prozessen, von denen letztlich nichts als Kosten übriggeblieben, ist lange genug. Bis Juli dauern die Workshops, im September soll das Thema „festgeklopft“ sein, wie Koch es formuliert. Dann soll sie stehen, die große, gemeinsame Vorstellung von Vorarlberg. **VN-REH**