

PRESSEMITTEILUNG

Kempten (Allgäu), 13. März 2026

Markenprozess der Stadt Kempten (Allgäu): Beirat für Tourismus und Stadtmarketing befasst sich mit Positionierung und neuem Erscheinungsbild

Die Stadtmarketing Kempten GmbH hat mit der ausführenden Agentur GRUPPE DREI GmbH im Beirat für Tourismus und Stadtmarketing am 12. März den aktuellen Stand des Markenprozesses der Stadt Kempten (Allgäu) vorgestellt. Im Mittelpunkt standen dabei nicht nur das neue visuelle Erscheinungsbild und die neue Wort-Bild-Marke, sondern insbesondere die zuvor entwickelte Positionierung der Stadt, die auf einem umfassenden Partizipationsprozess basiert. Der Beirat hat sich klar positiv für die neue Marke ausgesprochen und empfiehlt dem Stadtrat, diese in der Sitzung am Donnerstag, 26. März, zu beschließen.

Der Markenprozess: breit angelegt, transparent, beteiligungsorientiert

Der Markenprozess der Stadt Kempten (Allgäu) baut auf einer breit angelegten Befragung von Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen sowie Institutionen auf. In Workshops, Interviews und Dialogformaten haben die Akteure zentrale Stärken, Identitätsmerkmale und Zukunftsperspektiven der Stadt herausgearbeitet. Die nun präsentierten Ergebnisse greifen diese Erkenntnisse systematisch auf.

Aus diesem Beteiligungsprozess ging eine klare Positionierung der Stadt als Grundlage der künftigen Dachmarke und des visuellen Erscheinungsbilds hervor. Sie beschreibt den Markenkern, die Werte sowie das Leistungsversprechen der Stadt Kempten – nach innen wie nach außen. Darauf aufbauend wurden die neue Wort-Bild-Marke und das neue Corporate Design gestaltet, welche diese strategische Ausrichtung visuell übersetzen.

Die Wort-Bild-Marke bündelt und visualisiert dabei charakteristische Eigenschaften der Stadt und bringt die im Markenprozess herausgearbeiteten Attribute klar zum Ausdruck: **einladend, nahbar, menschlich, authentisch, persönlich, einzigartig und individuell.**

„Die neue Marke zeigt, wer wir sind und was wir wollen. Mit der Beschreibung ‚Wo pulsierende Stadt auf Allgäuer Herzlichkeit trifft‘ gibt sie auch ein Versprechen für die Zukunft. Diese Haltung und unsere Werte werden in der visuellen Umsetzung deutlich. Mit der neuen Marke können wir uns nach innen und außen klar, selbstbewusst, authentisch und zeitgemäß präsentieren“, erklärt Oberbürgermeister Thomas Kiechle. Ekaterina Avdosyev, Geschäftsführerin der Stadtmarketing Kempten GmbH ergänzt: „Der Prozess hat gezeigt, wie groß das Engagement und die Identifikation mit unserer Stadt sind. Diese Energie spiegelt sich nun auch in der visuellen Erscheinung der Stadt Kempten wider.“ Der Vorsitzende des Beirats für Tourismus und Stadtmarketing, Joachim Saukel, resümiert die positive Diskussion: „Wir haben jetzt etwas an der Hand, das uns gemeinsam als Stadt in die Zukunft trägt – individuell und mutig. Jeder ist dazu eingeladen, die erarbeitete Positionierung mitzutragen.“

Die Positionierung bildet das strategische Fundament für die Stadt Kempten (Allgäu) und gibt die Richtung für ihr zukünftiges Handeln vor. Sie schafft die verbindliche Grundlage für ein konsistentes Auftreten und sorgt dafür, dass strategische Entscheidungen, Kommunikation und visuelles Erscheinungsbild aufeinander abgestimmt sind. Ihre Wirkung entfaltet sie in allen Handlungsfeldern – von Tourismus und Kultur über Stadtentwicklung, Wirtschaft und Handel bis hin zur Verwaltungskommunikation. So entsteht ein klarer inhaltlicher, emotionaler und visueller Rahmen,

der eine gemeinsame Sprache für Projekte, Angebote und Kampagnen schafft, Kempten im Wettbewerb der Städte stärkt, neue Zielgruppen anspricht und die Identifikation der Menschen vor Ort fördert.

Positive Empfehlung des Beirats

Der Beirat für Tourismus und Stadtmarketing sprach sich positiv für die vorgestellte Positionierung, die neue Wort-Bild-Marke sowie das neue Corporate Design aus. Aus Sicht der Mitglieder bieten sie eine zeitgemäße, authentische und zukunftsorientierte Grundlage, um Kemptens Profil als Lebens-, Wirtschafts-, Kultur- und Tourismusstandort klarer und einheitlicher zu kommunizieren. Besonders hervorgehoben wird, dass die Entwicklung auf einem breit angelegten Beteiligungsprozess basiert und die vielfältigen Perspektiven aus Stadtgesellschaft, Wirtschaft, Kultur, Handel und Tourismus berücksichtigt werden. Vor diesem Hintergrund empfiehlt der Beirat dem Stadtrat, die neue Positionierung und das visuelle Erscheinungsbild zu beschließen und deren Umsetzung konsequent voranzutreiben.

Wie geht es weiter?

Am Donnerstag, 26. März, wird die neue Stadtmarke im Stadtrat vorgestellt und diskutiert. Die Entscheidung des Stadtrats bildet einen zentralen Meilenstein im Markenprozess, denn dort entscheidet sich, wie dieser weitergeht – und ob die Marke künftig in den verschiedenen Handlungsfeldern der Stadt verankert und durch konkrete Projekte und Maßnahmen mit Leben gefüllt wird.

Bildmaterial zur Veröffentlichung



Bildunterschrift:

Carolyn Deberling (GRUPPE DREI GmbH), Joachim Saukel, Oberbürgermeister Thomas Kiechle und Ekaterina Avdosyev freuen sich über die Ergebnisse des Markenbildungsprozesses

Bildnachweis:

Stadtmarketing Kempten GmbH, Lea Stäsche

Download unter:

<https://tvabs.getbynder.com/share/9FDA1063-375B-4E1B-A6E51D7F22AEEE2D/>

Pressekontakt

Ekaterina Avdosyev

E-Mail: ekaterina.avdosyev@stadtmarketing-kempten.de

Telefon: 0831 960955-0

Pressekontakt

Ekaterina Avdosyev

E-Mail: ekaterina.avdosyev@stadtmarketing-kempten.de

Telefon: 0831 960955-0