

# Die größere Idee

Markenexperte Klaus-Dieter Koch über einen Prozess, der auch an der Komfortzone kratzt.



Markenexperte Klaus-Dieter Koch: Ende 2018 soll der Markenbildungsprozess für Vorarlberg abgeschlossen sein. WB

**NÜZIDERS** Vorarlberg soll zur Marke werden. Eine Ankündigung, der Taten folgen. Der Umsetzungsprozess ist voll im Gange und ein Fall für Markenexperten Klaus-Dieter Koch, der dafür engagiert wurde. Der Gründer und Managing-Partner der Markenberatung BrandTrust weiß nicht nur wie man so etwas anstellt, sondern auch, wieso es so wichtig ist, sich nach außen klar zu positionieren. „Damit ein Land an seiner Zukunft arbeiten kann“, sagt Koch im VN-Gespräch. „Viele kennen Vorarlberg nur vom Durchfahren. Deshalb muss man stärker zeigen, für was das Land steht. Den Touristen, der Arbeitskraft, dem Investor oder dem Tagungsgast. So wie das Silicon Valley, das jeder sofort mit Technologie in Verbindung setzt“, erklärt Koch.

Einfach ist das allerdings nicht, Vorarlbergs Eigenschaften zu einer Marke zu verdichten. „Wer ans Piemont denkt, denkt ans Essen. Das ist leichter“, findet Koch. Die Vielschichtigkeit Vorarlbergs sei da Fluch und Segen zugleich. Denn bei der zentralen Frage, was Vorarlberg besser als alle anderen kann, sagt der Markenexperte: „Es gibt ziemlich vieles, was in Vorarlberg gut

gelingen ist.“ Wenn Vorarlberg nur einen Berg und einen See und sonst nichts hätte, wäre es einfacher. Nur ist das nicht der Fall. Die Vielfalt zieht sich nämlich durch alle Berei-

che. „Es gibt genauso Industrie wie Handwerk, es gibt 17 Weltmarktführer, die aber aus unterschiedlichen Branchen kommen, es gibt Natur, Kultur und Freizeitmög-

lichkeiten in unterschiedlichsten Ausprägungen, man ist hier gerne bescheiden, aber genauso steht man dank exportstarker Wirtschaft für Weltoffenheit, und es gibt Urbanität genauso wie Dörflichkeit. Und alles auf kleinem Raum“, so Koch. Zudem sei auch das Leben der Bevölkerung vielschichtiger geworden. Man muss nur an die Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder Themen wie work-life-balance denken. Gut also, dass Klaus-Dieter Koch Widersprüche mag. „Von diesen Spannungsfeldern träumt jeder Markenmacher.“

Für den Markenbildungsprozess hat er sich nun eine „Gefolgschaft“ aufgebaut. Vertreter aus allen Bereichen, von Kultur, Soziales, Natur bis zur Wirtschaft, mit teils unterschiedlichen Sichtweisen sind an Bord. Menschen, die Lust haben, den Prozess mitzugestalten. Ein Prozess, der laut Koch jenseits von Politik und Wahlkampf, von Ideologien und Parteien geführt werden soll und der auch an der Komfortzone kratzt. Denn die Tatsache, dass im Land so vieles gut läuft, führe auch dazu, dass viele wollen, dass alles so bleibt wie es ist. Für den Nürnberger Brand-Trust-Chef geht es aber um die Zukunft. Und deshalb sei eine Marke auch nicht wie ein Zuckerguss, den man drübergießt, sondern bringe auch Veränderungs-schmerz mit sich.

Am Ende gehe es darum, eine gemeinsame Partitur zu schreiben. „Jeder spielt sein Instrument, aber darüber steht ein Gesamtbild, eine konkrete, größere Idee für Vorarlberg. Eine Idee, die die Bevölkerung durchdringt, die Orientierung gibt, die auch nicht jeder toll finden muss, an der man sich also auch nicht beteiligen darf“, betont Koch und blickt kurz nach Bayern.

## Jeden erreichen

Seit dort nämlich die Staatsregierung ihre Industriebeteiligungen verkaufte und die Milliarden in Hightech- und Zukunftsoffensiven steckte, hat sich die Metapher „Laptop und Lederhose“ geprägt. Ein Ausspruch des damaligen Bundespräsidenten Roman Herzog, der damit Bayern als Land würdigen wollte, in dem Innovation und Tradition kein Widerspruch sind. „Das ist deshalb schön, weil es jeden erreicht hat“, sagt Koch. Und wie sagte Victor Hugo: „Nichts ist mächtiger als eine Idee zur richtigen Zeit.“

## HANNA REINER

hanna.reiner@vn.at  
05572 501-682



## TREFFPUNKT: NÜZIDERS

Unternehmertreff des Wirtschaftsbundes im Autohaus Rudi Lins

## Marke Vorarlberg im Fokus

Beim Unternehmertreff des Wirtschaftsbundes stand der Markenentwicklungsprozess im Mittelpunkt. Rund 300 Unternehmer folgten der Einladung von WK-Präsident **Hans-Peter Metzler** und Wirtschaftsbund-Dir. **Jürgen Kessler** ins Autohaus Lins nach Nüziders. Neben NR **Karlheinz Kopf**, LAbg. **Monika Vonier** und LAbg. Bgm. **Christian Gantner** folgten Wirtschaftstreibende wie **Michaela Altenberger** (Alpenhotel Montafon), **Gerhard Berkmann** (Transporte), Ofenbauexperte **Rudolf Gort** oder **Christoph Längle** (SCRA) dem Vortrag von **Klaus-Dieter Koch**.



WB-Direktor Jürgen Kessler, Landesstatthalter Karlheinz Rüdiger, WK-Präsident Hans-Peter Metzler und Gastgeber Rudi Lins jun. WB



Autoexperte Rudi Lins und Kiesunternehmer Herbert Zech.



Unternehmer Sandro Preite (Verputz) mit Yasmin.



Bürgermeister Peter Neier (l.) und Seilbahner Markus Compoj.