

Die Jungen Liberalen fordern die Entwicklung eines klaren Konzepts für das Standortmarketing und die Imagebildung der Stadt Leipzig. Wo die touristische Werbung auf einem guten Wege zu sein scheint, wie steigende Besucher- und Übernachtungszahlen belegen, wird insbesondere das Standortmarketing eher stiefmütterlich behandelt. Perspektivisch ist aber eben dieses besonders wichtig, um Unternehmen in der Stadt anzusiedeln, was notwendig ist, um die Arbeitslosenzahlen zu senken und die Finanzlage der Stadt zu verbessern.

Attraktivität und Bekanntheitsgrad Leipzigs müssen erhöht werden, Voraussetzung dafür dieses Ziel zu erreichen, ist sich über die anzusprechende Zielgruppe und damit auch das möglichst zu erlangende Image klar zu werden. Zudem ist es möglich, die Mittel und Wege, auf denen man dies erreicht, auf ihre Effizienz zu prüfen. Am Ende muss ein Konzept stehen, mit welchem man sowohl eine Ausschreiben, ebenso wie Aqoise von Finanzmitteln aus der profitierenden Privatwirtschaft professionell durchführen kann.

Auch im Bereich des touristischen Marketings gibt es Verbesserungsspielräume, so ist die Beschränkung auf die Vermarktung als „Bach-“ oder „Musikstadt“ sehr begrenzt. Sie spricht zwar ein hoch qualitatives, jedoch zahlenmäßig kleines Publikum an. Bei der existenten Werbestrategie werden junge Menschen kaum angesprochen, obwohl die Stadt mit ihrer lebendigen kulturellen und gastronomischen Szene für diese Personengruppe besonders attraktiv ist. Hier ist auch unbedingt mehr Originalität und Kreativität gefragt, Kooperationen mit den lokalen kreativen Hotspots sollten hier angestrebt und gefördert werden.