

Vom Haben zum Nutzen

Das Archiv als wesentlicher Teil
unserer Identität

Martin Vogg

Die eigene Identität

- Im Moment: **Vortragender**
- Autor (und Redakteur)
- Kulturtheoretiker
- Kulturmanager
- PR-Berater
- Event-Manager
- Tourismusberater
- Regionalberater
- Und Filme mache ich seit einem Jahr auch...

Conclusio: Im Moment ist man nur ein Teil von dem, der man ist

Ohne Gedächtnis

- kann man die einen umgebenden Zeichen nicht deuten,
- komplexe Zusammenhänge nicht begreifen – wodurch sie zur Bedrohung werden,
- im Gegensatz dazu ist man dankbar für einfache Lösungen – auch wenn sie einem schaden,
- und man ist generell leicht manipulierbar
- und vor allem ist man unfähig, fundierte Entscheidungen für seine eigene Zukunft zu treffen.

GUY PEARCE CARRIE-ANNE MOSS JOE PANTOLIANO

MEMENTO

A FILM BY CHRISTOPHER NOLAN



"A diabolical and absorbing experience."
- Roger Ebert, Chicago Sun-Times

Die Identität eines Ortes

Der Ort rüstet sich für die Zukunft

Die Gründung von verschiedenen Arbeitsgruppen hat sich gelohnt: Bei einigen sind bereits erste Teilerfolge sichtbar.



Aus der badischen Zeitung

Der Blick in den Spiegel

Man betrachtet den Ist-Zustand und stellt zum Beispiel fest, der Ort hat:

- geschlossene Geschäfte
- eine fehlende Infrastruktur
- sinkende Einwohnerzahlen
- ein reduziertes Vereinsleben
- ...

Aber:

Der „Ist-Zustand“ ist nicht der „So-ist-es-Zustand“ und so folgt...

Der Blick aus dem Fenster

Man schaut, was hat die Gemeinde, Region im Moment zu bieten. Und dann stellt eine Gemeinde zum Bsp. fest, sie ist die:

größte Zwetschken-Gemeinde

Die größte Zwetschken-Gemeinde ist allerdings nur solange die größte Zwetschken-Gemeinde, solange:

- auf Grund der Positionierung geweckte Erwartungen Außenstehender (Gäste) erfüllt werden.
- möglichst viele Bewohner einen unmittelbaren Nutzen aus der Positionierung ziehen.
- niemand anderer den Anspruch auf diesen Titel erhebt und zum Beispiel eine große Zwetschken-Erlebniswelt errichtet.

Der Blick in die Zukunft

Man setzt auf einen Trend, z.B. Innovation und stellt dann ins „Entwicklungsgebiet“ eines Ortes mit einer einmaligen Investition

- einen Bildungscampus
- ein Innovationszentrum
- oder auch nur ein Betriebsgelände, wo sich innovative Unternehmen ansiedeln können...

und dann

- montiert man reichlich Wegweiser
- führt eine große Eröffnung durch, und
- wartet auf ein Wunder.

Aber statt des erhofften Silicon-Valleys hat man meist bloß ein

Silikon-Wally

Der Blick in die Geschichte

Dort kann man Antworten auf bei der Identitätsfindung entscheidende Fragen finden:

- Wieso gibt es den Ort überhaupt?
- Worin waren seine Bewohner bislang erfolgreich?
- Woran sind seine Bewohner gescheitert?
- Welche Traditionen gibt es, an die sich wieder anknüpfen ließe?
- Welche Potenziale gibt es, die man wieder nutzen könnte?
- ...

Mit Hilfe von Archiven, Museen,...

- erreicht man eine authentische touristische Positionierung.
- kann man wirtschaftliche Schwerpunkte nachhaltiger definieren.
- kann man das Wissen um die eigene Heimat leichter zugänglich machen.

Und bei Unternehmen?

Ist es nicht anders.

Kein Unternehmen war immer schon genauso

- klein
- groß
- erfolgreich
- Innovativ
- International
- ...

Unternehmen haben Geschichte

Und mit ihrer Geschichte haben sie in unterschiedlichen Bereichen Kompetenzen und Know-How aufgebaut:

- Produktion
- Service
- Vertrieb
- Werbung
- Personalwesen
- ...

Das Wissen um die eigene Geschichte

- macht einem die eigenen Stärken und Schwächen bewusst, es ist aber auch ein
- Verkaufsargument

Ein Beispiel

Kunde: P&G

Aufgabenstellung: PR für neue Zahnbürste von blend-a-med

Zielsetzung: Kunde soll die Zahnbürste möglichst viel kaufen – weil sie besser ist als andere Zahnbürsten (weiche, harte Borsten, fein für das Zahnfleisch, von der blend-a-med Forschung entwickelt,...)

Auftraggeber: Ein Brand-Manager

Die Geschichte der...

Zahnpflege.

Vom Kauholz zur neuen blend-a-dent Zahnbürste.

Was wurde bei der Aktion dem Brandmanager bewusst:

- Die lange, erfolgreiche Auseinandersetzung von blend-a-med (blendax) mit dem Thema
- Die Bedeutung des Produkts in der Menschheitsgeschichte
- Die Gleichzeitigkeit von Ungleichzeitigen (Bsp.: Kauholz)

Kurzum: Die Innovationskraft des neuen Produkts

Kurzum

Lernen Sie Geschichte...

Denn die Beantwortung der Frage, woher man kommt, ist wesentlich, um eine Antwort auf die Frage zu finden, wohin man geht.

Und vor allem:

Bereiten Sie Geschichte so auf, dass Sie auf diese zurückgreifen können.

GUY PEARCE CARRIE-ANNE MOSS JOE PANTOLIANO

MEMENTO

A FILM BY CHRISTOPHER NOLAN



"A diabolical and absorbing experience."
- Roger Ebert, Chicago Sun-Times



Das Archiv ermöglicht uns erst
eine eigene Identität.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Martin Vogg