

Kraftvoll und digital ins Jubiläumsjahr 2022

Interview mit Marina Vetter, Geschäftsführerin der Goslar Marketing GmbH – Sie freut sich auf den Neubeginn im historischen Rathaus

Seit Juli vergangenen Jahres leitet Marina Vetter die Goslar Marketing GmbH (GMG) als Geschäftsführerin. Mit ihr rückte eine Frau an die Spitze des für Goslar so wichtigen Unternehmens in Sachen Marketing und Tourismus. Die 41-Jährige hat seit den frühen Anfängen die Arbeit der GMG maßgeblich mitgeprägt. Wofür steht die Tourismus-Expertin? Was möchte sie mit ihrem Team für Goslar erreichen? Und wie sieht sie die Zukunft? Fragen, die Antje Seilkopf für „Wirtschaft im Harz“ stellte.

Was hat Sie bewogen, sich für diese nicht ganz einfache Aufgabe zu bewerben?

Ich liebe Goslar und das, was ich tue. Als der Aufsichtsrat mich gefragt hat, habe ich um ein Wochenende Bedenkzeit gebeten und mit meiner Familie darüber gesprochen. Ich hatte von Anfang an das Gefühl, dass es sich „richtig“ anfühlt. Ich denke, dass man die Dinge, die man besonders mag, besonders gut machen möchte.

Was konkret möchten Sie denn gerne gut machen?

Ich möchte gemeinsam mit meinem Team den Bogen schlagen von der alten Kaiserstadt zur Moderne und Goslar auch verstärkt über digitale Wege erlebbar machen. Da ich jahrelang für das Thema Online-Marketing verantwortlich war und mir in diesem Bereich in den letzten 18 Jahren viel Wissen angeeignet habe, kann ich hier anknüpfen.

Könnten Sie kurz Ihre wichtigsten biografischen Stationen benennen?

Ich habe an der Hochschule Harz in Vernigerode studiert und 2003 den Abschluss als Diplom-Kauffrau gemacht. Eigentlich wollte ich unbedingt in die Großstadt und wurde nur durch Zufall auf das Jobangebot in Goslar aufmerksam. Ich wurde im Gründungsjahr der GMG als Management-Assistentin eingestellt und hatte mit dem ehemaligen Geschäftsführer Michael Bitter einen prägenden Wegbegleiter. Danach war ich Marketing-Leiterin und Prokuristin, bevor ich Geschäftsführerin wurde. Mit meinem Mann und unseren beiden Kindern wohne ich in Goslar, und wir fühlen uns hier sehr wohl.

Was sehen Sie in den 18 Jahren Tätigkeit für die GMG als wichtige Meilensteine an?

Für mich sind der Weihnachts-Wald

und der Nachbau des Huldigungssaals im Rathaus wesentliche Meilenstein-Projekte. 2005 wurden wir vom Deutschen Tourismusverband für unsere neue Website als drittbeste Seite Deutschlands ausgezeichnet. Bis 2012 haben wir für Goslar eine einheitliche Corporate Identity erarbeitet. Unser G mit Krone ist zum Identifikations-symbol geworden. Wir haben zum Beispiel aber auch den Goslar-Einkaufsgutschein und Veranstaltungsformate wie die „Open Stage“ entwickelt.

Der berufliche Start mitten im Corona-Jahr war sicherlich alles andere als einfach, oder?

Ich kann gar nicht genau sagen, wie oft mir im letzten halben Jahr gesagt wurde, dass ich nicht um meinen Job zu beneiden sei. Aber genau das ist ja die Herausforderung. Meiner Meinung nach zeigte sich in dieser schwierigen Zeit der Pandemie die unschätzbare Bedeutung des Tourismus für Goslar umso deutlicher. Der Einzelhandel, die Gastronomie und Hotellerie bilden mit allen weiteren touristischen Leistungsträgern vor Ort ein Netzwerk von Partnern. Wir als Stadtmarketing sind besonders gefordert, durch gute Ideen und neue Projekte eine zukunftsgewandte Aufbruchsstimmung zu erzeugen.

Wie wollen Sie die verschiedenen Akteure in der Stadt zusammenbringen?

Das letzte Jahr war durch Corona und den Geschäftsführerwechsel geprägt. Schon in den ersten Monaten in meiner neuen Position war mir eines sehr wichtig: das Gespräch mit unseren Gesellschaftern, Partnern und Akteuren zu suchen. Zuhören und gemeinsam Ideen entwickeln, Verlässlichkeit zeigen und Ergebnisse liefern – das baut Vertrauen auf. Ich habe das Gefühl, dass wir im letzten halben Jahr wieder näher zusammengedrückt sind.

Was haben Sie getan, um trotz aller Einschränkungen für die Stadt zu werben?

Wir haben im Rahmen einer Imagekampagne unter dem Slogan „Goslar ist gut“ für Urlaub in Goslar geworben. Neben Videos, Bildern und Radiowerbung gab es auch eine groß angelegte Social-Media-Kampagne, die enorme Reichweiten gebracht hat. Wir haben im letzten Jahr außerdem mit Aktionen rund um „lokal kaufen & genießen“ in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung und Akteuren der Stadt während des ersten Lock-



GMG-Geschäftsführerin Marina Vetter hat die unausweichliche weitere Digitalisierung fest im Blick.

Foto: Epping

downs gepunktet und sehr viel positives Feedback dafür erhalten.

Das klingt gut, doch mit welchen Pfunden wuchern Sie im Interesse der Stadt?

Goslar ist als Weltkulturerbe eine sehenswerte Stadt mit zahlreichen kulturellen Angeboten und mit dem Harz vor der Tür gleichzeitig naturnah gelegen. Wandern und weitere Outdoor-Aktivitäten stehen höher denn je im Kurs. Neben Familien wurden damit Individualreisende und kleinere Gruppen angesprochen, die sich in dieser sehr speziellen Zeit hier eben auch sicher gefühlt haben. Genau diese Themen haben wir in unseren Kampagnenvideos, die man sich unter www.goslar.de ansehen kann, visualisiert.

Wie haben sich die Besucherzahlen entwickelt, sprich: Zeigten die Kampagnen Wirkung?

Obwohl der Reiseverkehr zeitweise komplett zum Erliegen kam, hat sich Goslar touristisch gesehen über den Sommer hinweg gut vom coronabedingten Lockdown im Frühjahr erholt. Von Juli bis Oktober 2020 konnten die Übernachtungszahlen der Kernstadt laut Gästebeitragsstatistik im Durchschnitt mit plus 25 Prozent zum Vor-

jahr sogar deutlich gesteigert werden. Einen besonders großen Zuwachs konnte man bei den Übernachtungen in Ferienwohnungen und auf den Campingplätzen erkennen.

Die Stadt plant digital eine Menge – wie sehen Sie goslar.de?

Die digitale Entwicklung geht rasend schnell, und so werden wir in diesem Jahr die Website mit der Stadtverwaltung überarbeiten. Wir möchten, dass goslar.de die Bedürfnisse und Erwartungen aller Nutzergruppen erfüllt: Bürger, Touristen und Geschäftsleute sollen sich an die Hand genommen fühlen und auf einen Klick finden, was ihnen weiterhilft. Die Inhalte der Website sollen künftig auch über digitale Assistenten wie Alexa oder Chatbots auslesbar sein und zusätzlich auf digitalen Infostelen und Monitoren in der Stadt zur Verfügung stehen.

Gibt es weitere konkrete Pläne für die GMG?

Der für den Sommer avisierte Umzug der Tourist-Information und unserer Büros in das historische Rathaus wird ein weiterer großer Schritt sein. Parallel konzipieren wir die Präsentation des Huldigungssaals im Rathaus neu. An neuer Wirkungsstätte werden wir unsere Öffnungszeiten ausweiten und

künftig täglich von 10 bis 17 Uhr erreichbar sein.

Konsequente Digitalisierung, der Umzug und Neubeginn im Rathaus – es scheint ein aufregendes erstes Jahr zu sein?

Mit Sicherheit – und darauf freue ich mich. Auch auf das Stadtjubiläum, das wir im Jahr 2022 feiern. Für die Planung und Umsetzung aller Aktionen für das 1100-jährige Jubiläum der Stadt Goslar wurde der GMG die Hauptverantwortung übertragen. Derzeit erfolgt die Konzeption des Festjahres und des Marketingauftrages, der bereits erfolgt ist. Es sollen wunderbare Veranstaltungen und begleitende Aktionen zu erleben sein.

Können Sie für die GMG aus dem Corona-Jahr etwas mit in die Zukunft nehmen?

Krisen mobilisieren unglaubliche Kräfte, und die nutzen wir. Ich wünsche mir und bin davon überzeugt, dass Goslar gestärkt aus dieser schwierigen Zeit hervorgeht. Persönlich nehme ich wahr, dass die Bedeutung des Tourismus für die Stadt spürbar ins Bewusstsein gerückt und die Akzeptanz unserer Arbeit deutlich gestiegen ist. Gemeinsam können wir viel für Goslar erreichen.

WiReGo
Wirtschaftsförderung Region Goslar GmbH & Co. KG

Unternehmensservice

Existenzgründung

Ansiedlung

Innovation

Ihr Partner in Wirtschaftsfragen

Unser **Serviceangebot** im Landkreis Goslar –
Fachliche Beratung zu den folgenden Themen:

- Investition
- Digitalisierung
- Fachkräfte
- Nachfolge
- Innovation
- Gründung
- Finanzierung und Fördermittel
- Gewerbeimmobilien- & Standortvermittlung

Nutzen Sie das **kostenfreie Angebot** Ihrer Wirtschaftsregion Goslar!