

## Loisachstraße 27: Ja zu einer Doppelgarage

**Töging.** Nichts spricht dagegen, am Anwesen Loisachstraße 27 eine Doppelgarage zu errichten – so sah es der Stadtrat und hat für das Vorhaben in der jüngsten Sitzung einstimmig grünes Licht gegeben, indem er dem Antrag auf isolierte Befreiung von den Festsetzungen des Bebauungsplanes stattgab. Wie es hieß, soll die Doppelgarage an der Nordostecke des Grundstückes errichtet werden und sechs mal 5,96 Meter messen. Die Wandhöhe beträgt 2,51 Meter, es soll ein Flachdach errichtet werden. Die Befreiung von den Festsetzungen betrifft die Dachform und die Frage der überbaubaren Grundstücksflächen, weil die Garage leicht außerhalb der Baugrenzen geplant ist. Dennoch könne man dem Vorhaben zustimmen, befand die Verwaltung – dem schloss sich auch der Stadtrat an. – afb

# „Inn-Salzach-Card“ und andere Werbe-Ideen

## Hauptversammlung des Werberings – Neue Wege zur Stärkung der heimischen Betriebe

**Töging.** Acht neue Mitglieder hat der Werbering Töging seit 1. Januar 2014 mehr. Darüber informierte Vorsitzender Romuald Schmidpeter die rund 30 Mitglieder am Montagabend bei der Jahreshauptversammlung im Seminarhaus Netzwerk. Fluktuationsbedingt sei dies unter dem Strich allerdings nur ein Mitglied mehr: Zum Ende des Berichtszeitraumes am 31.12.2014 zählte der Werbering 78 Mitglieder.

Nach wie vor primäres Ziel des Werberings sei es, die Kaufkraft der Töginger Geschäftswelt mittels höherer Kundenfrequenz zu stärken. Über das Jahr verteilt seien es die großen Aktionen des Werberings, die zu einer positiven Außenwirkung der Betriebe führten. Schmidpeter nannte den Stadtball als Garant für gute Werbung, dieser habe sich als klassischer Schwarz-Weiß-Ball zwischenzeitlich zu einem der größeren Events in der Region entwickelt. Gut angenommen von den Bürgern werde auch das Herbstfest, vor allem aber habe sich die jährliche Mut-



**PR-Fachmann Hans Rübü** sucht für Töging neue Wege im Stammkunden-Marketing. Werberings-Vorsitzender Romuald Schmidpeter verfolgt aufmerksam den Vortrag. – Foto: Buchberger

tertags-Aktion zu einem echten Renner entwickelt. Schmidpeter bezeichnete die Losaktion für 100 Abendessen als „beste Marketingstrategie für Bestandskunden“.

Aktuell stünde die Entwicklung einer neuen imagefördernden

Stadtbrochure in Kooperation mit der Stadt auf der Agenda, so Schmidpeter. Es gelte, die positiven Seiten der Kommune zu zeigen und die Lebensqualität in Töging mit seinem vielfältigen Vereinsleben, den Freizeiteinrichtun-

gen, den Kindergärten und Schulen hervorzuheben. Die Mitglieder forderte er auf, sich in die neue Imagebrochure einzubringen.

Positive Zahlen nannte Kassier Herbert Scheibl in seinem Finanzbericht. Knapp 6000 Euro seien dem Werbering nach Abzug der Ausgaben von den Einnahmen verblieben. Mit rund 12 500 Euro habe man am Ende des Berichtszeitraumes einen soliden Guthabenstand zu verzeichnen. Revisor Bernhard Hofer bescheinigte eine sehr ordentliche Buchführung, die einstimmige Entlastung der Vorstandschaft war die Konsequenz.

Bürgermeister Dr. Tobias Windhorst sprach im Grußwort von einem „beeindruckenden Bericht“ des Werberings mit seinen Aktionen, namentlich des Stadtballes. Das „Stadtblatt!“, das zuvor Schmidpeter angesprochen hatte, nannte er ein „wichtiges Organ“, wengleich das Monatsblatt des Werberings nicht mit einer Tageszeitung vergleichbar sei. Klar stellte Windhorst auch, dass die neue Werbestele am östlichen Ortsein-

gang der Stadt keinerlei Kosten verursacht habe. „Im Gegenteil, wir kriegen sogar noch Geld dafür“. Die Stadtbrochure in einer Neuauflage, ausgerichtet auf fünf bis sechs Jahre, sei seiner Meinung nach sehr wichtig. Verteilt werden soll diese nach Erstellung an alle Haushalte.

Hans Rübü, Marketingexperte aus Winhöring, zwei Wochen zuvor beim Impulsabend von Werbering und Arbeitskreis Wirtschaftsförderung an selber Stelle als Referent vor Ort (*Anzeiger* berichtete), sprach sich in dem diesmal stark komprimierten Vortrag zu „Töging blüht auf“ – neben der bereits erwähnten Stadtbrochure – nochmals explizit für eine „Inn-Salzach-Card“ als Kundenkarte für Töginger Unternehmen aus. Dabei schwebte ihm ein „Inn-Salzach-Netzwerk“ der regionalen Kommunen zur effektiven Zusammenarbeit vor. Eine „wichtige Geschichte, die durchaus für Töging Sinn macht“, befand auch Windhorst: Töging sei einfach zu klein für eine eigene Lösung. – mbu