



## Die Marke Münsingen

Der Aufbau einer starken Marke dauert Jahrzehnte, das Vernichten kann in einigen Monaten bewerkstelligt werden. Münsingen muss sich jetzt entscheiden, „Im Zentrum der Interessen“ oder „Im Zentrum des Lärms“.

Wer vor fünfzig Jahren irgendwo in der Schweiz ein Bahnbillet - *Münsingen einfach* - kaufte, der musste mit einem bedauernden Lächeln des Schalterbeamten rechnen. Münsingen war das Dorf der Irrenanstalt. Die Anstalt hat sich zu einem modernen Spital dem PZM gewandelt und Münsingen einfach bedeutete in den letzten Jahren, man zog mit seiner Familie in eine Kleinstadt mit hoher Lebensqualität und hochqualifizierten Arbeitsplätzen am Ort. Die Marke Münsingen hiess „Im Zentrum der Interessen“.

Heute besteht das Risiko, dass Münsingen den Interessen einiger Interessierten geopfert wird und die Marke zum „Im Zentrum des Lärms“ herabgestuft wird. Jede Marke hat auch einen Wert. Der Wertverlust der Marke Münsingen wird enorm sein. D.h. der volkswirtschaftliche Schaden übersteigt den Nutzen der wenigen Nutzniesser beträchtlich. Münsingen und seine Bürger/Innen müssen sich bewusst sein, was das für die Gemeinschaft und den Einzelnen bedeutet. Eine Marke hat nicht nur monetäre Aspekte sondern auch und vor allem emotionale. Ist sie einmal herabgestuft und im freien Fall, dann kann man ihr Verschwinden aus den Toplisten verfolgen. Der geplante Südanflug (GNSS) über Münsingen wird genau diesen Effekt haben. In der Zukunft heisst es - *ab Münsingen einfach* -. Die Immobilienwerte sinken und potente Steuerzahler werden die Gemeinde verlassen. Eine Stadt ohne Lebensqualität hat keinen Wert und wird sich in allen Belangen negativ entwickeln. Der Preis ist hoch, der Nutzen tief und anderswo. Münsingen muss sich dessen bewusst sein.

