

Stadt Bersenbrück

Ansatz zur Neugestaltung des Markenauftritts

Präsentiert am 9. Februar 2016,
Jens Buß und Arnd-Oliver Noack

Inhalt

1. Markenstrategie:

- Positionierung
- Marken-Claim
- Marken-Logo

2. Kommunikation:

- Beispiel-Umsetzungen von Image-Anzeigen und Plakaten
- Beispiel-Umsetzungen Ambient Media Maßnahmen

Die Haben-Seite: Kompetenzen* und Werte der Stadt Bersenbrück**

- Größte Samtgemeinde in Niedersachsen
- Vergleichsweise junge Bevölkerungsstruktur
- **Ausgeprägte Familien- und Bürgerorientierung:**
Eine der modernsten Schullandschaften der Region, günstige Grundstück für Eigenheime, aktiver Wohnungsbau, breites Freizeitangebot (Schwimmbad, Sport, Vereine, Natur etc.), vielfältiger Einzelhandel für alle Alltagsansprüche, gute medizinische Versorgung
- **Erfolgreiche Wirtschaftssituation:**
Über 1.000 Unternehmen, „sensationelles“ Gewerbesteuerergebnis, Niedersachsenpark (größtes Gewerbegebiet in Niedersachsen) mit Wachstumspotenzial, positive Entwicklung des kommunalen Energieträgers (Hase-Energie), geringe Arbeitslosenquote (2015: 4,4%)
- **Boomende Tourismusregion:**
Alfsee mit über 250.000 Übernachtungen, neuer Wellness-Center und germanisches Feriendorf, Naturschutzzentrum, Reggae-Jam-Festival von europaweiter Bedeutung, reizvolle Landschaft, zahlreiche Baudenkmäler, attraktive Samtgemeinden
- **Gute Infrastruktur:**
Gute Anbindung an überregionale Straßen- und Schienennetze, Großstadt-Nähe zu Oldenburg und Osnabrück

* Quellen: Regionalpresse, Website und Printmedien der Stadt Bersenbrück, persönliche Ortskenntnisse

** teilweise inklusive Samtgemeinde

Die RATIONALEN Kernwerte sind:

Die Stadt Bersenbrück ist ...

- „eine junge Stadt mit großer Dynamik.“*
- „Boomtown des Nordkreises.“*

Die Stadt Bersenbrück steht aus Agentursicht für ...

- **Vielfalt** und **Qualität** des Standorts für Familien und Investoren
- Potenzial für die **Zukunft** (Wirtschaft, Einwohnerzahl, Tourismus etc.)

Die **EMOTIONALEN** Kernwerte lassen sich daraus ableiten:

Die Stadt Bersenbrück ist ...

lebenswert

jung

lebendig

aktiv

vielfältig

kreativ

lebenswert

dynamisch

Kurz:

Die Stadt Bersenbrück ist also wirklich ... bunt.

**Doch mal Hand auf`s Herz:
;-)
Wer hätte das gedacht!?**

Eben.

Deshalb präsentiert sich unser neuer Claim sympathisch mit einem Augenzwinkern:

Die Stadt Bersenbrück ist ...

Überraschend bunt.

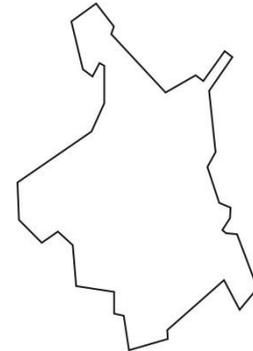
Unser Logo-Vorschlag ist eine Wort-Bild-Marke:



Stadt
Bersenbrück
Überraschend bunt.

Was ist die Idee und Aussage der Bildmarke?

1. Wir visualisieren die geografische Fläche der Stadt



Was ist die Idee und Aussage der Bildmarke?

2. Wir schaffen eine grafische Metapher: Die bunte Vielfalt der Stadt als bunte Aspekte von Lebensqualität und Alltag



Die Image-Anzeigen bestätigen den gewünschten Consumer Insight:

„Ich lebe und arbeite gerne in Bersenbrück ... ich fühl` mich echt wohl, ich bekomme fast alles im Ort, die Kinder sind super versorgt.

Ja, wir sind hier wirklich zu Hause.“

2. Kommunikation

Image-Anzeigen

Sujet 1: Lebensqualität und Soziales

Glück braucht keine Metropolen.
Bersenbrück. Die Stadt der Menschen.



Andiam, si blâtes eturcat untotatè ni volore eatem a idus et aut, quis conem. Del mincilloreni delect pe di aut velique doloriat ut pliginim reicissii ne no-saerum apit, quatit et ut eicium non plaut lam, non expella tiuntur, occae re experum estis des arion repudae pa nonsecupta premporibus es ipit aut enchilum ut hiligrim. Aquaepel im faccumque earit aut voloremat. Ihillaut est aut fuga. Faces aborem quassi consecu litibus expelendus que pa nonsecupta premporibus.

Mein Zuhause

Stadt Bersenbrück
Überraschend bunt.

Sujet 2: Bildung und Schule

Aller Anfang leicht gemacht.
Bersenbrück. Die Stadt der Perspektiven.



Andiam, si blâtes eturcat untotatè ni volore eatem a idus et aut, quis conem. Del mincilloreni delect pe di aut velique doloriat ut pliginim reicissii ne no-saerum apit, quatit et ut eicium non plaut lam, non expella tiuntur, occae re experum estis des arion repudae pa nonsecupta premporibus es ipit aut enchilum ut hiligrim. Aquaepel im faccumque earit aut voloremat. Ihillaut est aut fuga. Faces aborem quassi consecu litibus expelendus que pa nonsecupta premporibus.

Meine Zukunft

Stadt Bersenbrück
Überraschend bunt.

2. Kommunikation

Image-Anzeigen

Sujet 3: Freizeit und Sport

Langeweile wohnt woanders.
Bersenbrück. Die Stadt der Möglichkeiten.



Andiam, si bates eturest untotote ni volore eatem a idus et aut quis conem. Del minculloreni delest pe di aut velique doloriat ut pligrimim reiciosi ne no-saerrum apit, quatit et ut eicium non plaut lam, non expella tiuntur, occae re experum estis des arion repudae pa nonseupta premporibus es ipit aut erchil lum ut hilgimim. Aquaepel im faccumque earit aut voloremnat. Ihillaut est aut fuga. Faces aborem quassi consecu litibus expelendus que pa nonseupta premporibus.

Mein Freiraum

Stadt Bersenbrück
Überraschend bunt.

Sujet 4: Kunst und Kultur

Lebe nach Lust und Laune!
Bersenbrück. Die Stadt der Inspiration.



Andiam, si bates eturest untotote ni volore eatem a idus et aut quis conem. Del minculloreni delest pe di aut velique doloriat ut pligrimim reiciosi ne no-saerrum apit, quatit et ut eicium non plaut lam, non expella tiuntur, occae re experum estis des arion repudae pa nonseupta premporibus es ipit aut erchil lum ut hilgimim. Aquaepel im faccumque earit aut voloremnat. Ihillaut est aut fuga. Faces aborem quassi consecu litibus expelendus que pa nonseupta premporibus.

Meine Kultur

Stadt Bersenbrück
Überraschend bunt.

2. Kommunikation

Image-Anzeigen

Sujet 5: Wirtschaft und Beruf

Hier gibt's die Mittel. Und die Wege.
Bersenbrück. Die Stadt der Ideen.



Anilam, si blates eturest untotote ni volore eatem a idus et aut quis conem. Del mncillores delest pe di aut velique dolotat ut pligrinin reicissi ne no-saerrum apit, quatit et ut eicium non plaut lam, non expella tiuntur, occae se experum estis des arion repudae pa nonsecupta premporibus es ipit aut enchilum ut hiligrim. Aquaepeel im faccumque carit aut voloremat. Ihillaut est aut fuga. Faces aborem quasi consecu litibus expelendus que pa nonsecupta premporibus.

Meine Chance

Stadt Bersenbrück
Überraschend bunt.

Sujet 6: Stadt-Geschichte

So spannend kann ein alter Hut sein.
Bersenbrück. Die Stadt der Tradition.



Anilam, si blates eturest untotote ni volore eatem a idus et aut quis conem. Del mncillores delest pe di aut velique dolotat ut pligrinin reicissi ne no-saerrum apit, quatit et ut eicium non plaut lam, non expella tiuntur, occae se experum estis des arion repudae pa nonsecupta premporibus es ipit aut enchilum ut hiligrim. Aquaepeel im faccumque carit aut voloremat. Ihillaut est aut fuga. Faces aborem quasi consecu litibus expelendus que pa nonsecupta premporibus.

Meine Geschichte

Stadt Bersenbrück
Überraschend bunt.

2. Kommunikation

Image-Plakate (2 Beispiele)

Glück braucht keine Metropolen.
Bersenbrück. Die Stadt der Menschen.



Mein Zuhause



Stadt
Bersenbrück
Überraschend bunt.

Lebe nach Lust und Laune!
Bersenbrück. Die Stadt der Inspiration.



Meine Kultur



Stadt
Bersenbrück
Überraschend bunt.

2. Kommunikation

Ambient Media: Ortsschild



2. Kommunikation

Ambient Media: Verkehrskreisel



Hinweis:

Die Ansicht berücksichtigt derzeit nicht die gartenarchitektonische Ausgestaltung der Kreisel-Anlage.

Wir schlagen an dieser Stelle vor, ein Arrangement von bunten Blumenbeeten, angelegt in Kreis- oder Ellipsenform, mit einem Materialmix aus farbigen Steinen zu kombinieren.