

## Gemeinderatsdrucksache Nr.: 063/2016

<b>Federführung:</b> SG 5.2 - BE, Stadtwerbung, Touristik	<b>Datum:</b> 02.06.2016
<b>Verfasser:</b>	<b>AZ:</b> 709.9

<b>Beratungsfolge:</b> Technischer Ausschuss Gemeinderat	<b>Termin:</b> 22.06.2016 20.07.2016	<b>Art der Beratung:</b> Vorberatung - nö - Beschlussfassung -ö -
--	--	---

<b>Zuständigkeit nach:</b>	§ 2 der Hauptsatzung
----------------------------	----------------------

### Stadtmarketingkonzept: Positionierung / Markenmanual und Markenvisualisierung (Logo-Entwürfe)

#### Anlagen:

1. Stadtmarketing: Positionierung / Markenmanual
2. Stadtmarketing: Markenvisualisierung mit Logo-Entwürfen (**VERTRAULICH!**)

### Antrag zur Beschlussfassung

1. Den Ausführungen zur Positionierung der Stadt Geislingen an der Steige wie in *Anlage 1* dargestellt wird zugestimmt.
2. Die Logo-Variante Nummer .....wird ausgewählt.
3. Das Markenmanual mitsamt den abgeleiteten kommunikativen Handlungsempfehlungen bildet den Rahmen für alle weiteren (kommunikativen) Schritte der Stadtverwaltung Geislingen an der Steige.
4. Das neue Corporate Design der Stadtverwaltung Geislingen an der Steige wird ausgehend von der beschlossenen Logo-Variante aufgebaut und in Zukunft konsequent bei entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen verwendet.

## I Ausgangslage - Rückblick - Problemstellung

Betroffene Themenfelder und Leitsätze des Maßnahmenplans aus MACH5

### **10. Stadtmarketing**

*Geislingen ist in der Innen- und Außenwahrnehmung eine vielfältige attraktive Stadt.*

**Das Thema Stadtmarketing muss als Querschnittsthema verstanden werden und wirkt somit positiv auf alle weiteren Themenfelder ein. Vorrangig hat es auf folgende weiteren Themenfelder direkten Einfluss.**

### **2. Einkaufen**

*Ich kaufe in Geislingen an der Steige – weil ich freundlich, persönlich und individuell bedient werde und die perfekte Mischung finde aus inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten mit einem vielfältigen Sortiment. Die Einkaufsstadt ist gut erreichbar und bietet eine attraktive Fußgängerzone in historischer Altstadt.*

### **3. Wirtschaft & Hochschule**

*Geislingen ist mit seiner guten Infrastruktur und zentralen Lage inmitten zweier starker Wirtschaftsregionen ein attraktiver Standort mit hoher Lebens- und Freizeitqualität für Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Als Hochschulstadt bietet Geislingen seinen Studierenden und Absolventen gute Rahmenbedingungen und Perspektiven.*

### **4. Tourismus, Kultur & Freizeit**

*Die Stadt ist bekannt für ihre Steige und die WMF. Einzigartig: Die fünf Täler und die Albhochfläche mit einer touristisch gut erschlossenen Natur und einer besonderen Gastronomie sowie attraktiven Übernachtungsmöglichkeiten. Geschätzt – überregional bekannt: Das vielfältige Kultur-, Sport- und Freizeitangebot der Kommune, von Vereinen und Privaten.*

Für die Stadt Geislingen an der Steige nannten Bürgerinnen und Bürger, der Gemeinderat, die Ortsvorsteher/innen sowie die Stadtverwaltung zahlreiche markante Attraktivitäten bereits im MACH5-Prozess. Diese und jene von GRUPPE DREI im Rahmen des Stadtmarketingprozesses ermittelten Werte, Eigenschaften und Exzellenzen fließen zusammen und ergeben letztendlich die „**Positionierung.**“

Der aktuelle Stadtmarketingprozess gliedert sich in drei Phasen:

Am Anfang stand die Analysephase. Sie wurde abgeschlossen durch Fertigstellung des Analysepapiers, welches den Mitgliedern des Gemeinderats und den Ortsvorsteher/innen bereits überlassen wurde. Aktuell befinden wir uns in der Strategie- und Positionierungsphase, in der die Agentur GRUPPE DREI nun die vorliegende Positionierung / Markenmanual (Anlage 1) sowie die Markenvisualisierung mit Logo-Entwürfen (Anlage 2 – vertraulich) ausgearbeitet hat.

Auszug aus vorliegendem Positionierungspapier (Anlage 1):

*„...In Zeiten zunehmenden Standortwettbewerbs sind Kommunen, Städte und Gemeinden aufgerufen, ihren Bürgerinnen und Bürgern, ihren Gästen, aber auch einem zunächst abstrakten „Markt“ zu signalisieren, wo ihre jeweiligen und speziellen Stärken liegen und was sie als Standorte insgesamt, als Lebens- und Arbeitsorte im Besonderen auszeichnet.“*

*Dabei geht es selbstverständlich auch um Differenzierung und Alleinstellung, in Abgrenzung zu anderen, benachbarten Kommunen in einem definierten Umland.*

*Zu benennen sind in einer Positionierung dieser Art weniger die Elemente der Standardversorgung wie technische Infrastruktur, Baugebiete, Arbeitsangebote, Bildungs- und Kulturangebote, wie sie in jeder vergleichbaren Kommune vorzufinden*

wären. In einer Positionierung dieser Art geht es vielmehr um ein zugespitztes Profil, das überdurchschnittliche Standortattraktivitäten in den Mittelpunkt der Betrachtung rückt, diese nach tatsächlich erlebbarer Qualität und Nachhaltigkeit prüft und priorisiert.“

## **II Zielvorgabe**

### Betroffene strategische Ziele des Maßnahmenplans aus MACH5

10.1 Erarbeitung einer Stadtmarketingkonzeption

10.2 Die Alleinstellungsmerkmale Steige und WMF werden innerhalb des Stadtmarketings hervorgehoben

Das Stadtmarketing als Querschnittsthema wirkt positiv auf alle weiteren strategischen Ziele ein. Vorrangig auf die strategischen Ziele der Themenfelder Einkaufen, Wirtschaft & Hochschule sowie Tourismus, Kultur & Freizeit.

Auszug aus vorliegendem Positionierungspapier (Anlage 1):

„...Die vorliegende Positionierung der Stadt Geislingen an der Steige hat vorrangig zum Ziel, für die kommenden 5 bis 10 Jahre eindeutige, einfache und prägnante Botschaften nach außen zu kommunizieren, die andere Standorte in der Raumschaft so nicht kommunizieren, die also Geislingen zu einem gewissen Alleinstellungsmerkmal verhelfen.“

## **III Programme – Produkte / Prozesse – Strukturen**

Wenn den vorliegenden schriftlichen Ausführungen zur Positionierung der Stadt Geislingen an der Steige grundsätzlich zugestimmt wird, müssen die abgeleiteten kommunikativen Handlungsempfehlungen als Rahmen für alle weiteren (kommunikativen) Schritte der Stadtverwaltung Geislingen an der Steige verstanden werden.

Die beauftragte GRUPPE DREI hat, abgeleitet aus der Positionierung, verschiedene Logos entworfen, die dem Gremium vorgestellt werden. Eines davon soll vom Gemeinderat als das neue Stadtlogo ausgewählt und beschlossen werden.

Wie im gesamten Stadtmarketingprozess stand auch bei der Ausarbeitung des Markenmanuals sowie der Markenvisualisierung die ausführende Agentur GRUPPE DREI in engem Austausch mit der Stadtverwaltung.

Im Zuge der Logo-Auswahl favorisiert die Verwaltungsspitze mehrheitlich die Varianten 1 und 2. Variante 1 bewegt sich sicher näher am bisherigen Auftritt, ist historisch herzuleiten und moderner als das bestehende Logo. Variante 2 ist nochmals moderner und visualisiert deutlich den Markenkern Steige („WMF-Stadt an der Steige“).

Sobald die Beschlussfassung auf eines der vorgestellten Logos fällt, wird ausgehend davon das neue Corporate Design der Stadtverwaltung Geislingen an der Steige in einem Corporate Design-Manual ausgearbeitet und in Zukunft konsequent bei entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen verwendet.

## **V Ressourcen**

Die Positionierung der Stadt und die daraus abgeleiteten Entwürfe für ein neues Stadtlogo sind im Gesamtauftrag der GRUPPE DREI bereits enthalten und finanziert.

Erste Kommunikationsmaßnahmen, bei denen das neue Stadtlogo bzw. Corporate Design eingesetzt wird:

Geschäftsausstattung (Briefbögen, Visitenkarten), eine Anzeige dreispaltig sowie der Entwurf für eine Imagebroschüre DIN lang sind bereits im Auftrag der Agentur enthalten und verursachen deshalb keine zusätzlichen Kosten.

Margit Schrag  
Fachbereichsleitung

Stephan Durant  
Sachgebiet 5.2