



LUDWIGSBURG

# DER MARKENBILDUNGSPROZESS IN LUDWIGSBURG.





UNVERWECHSELBAR. BEGEHRENSWERT. UNVERGLEICHLICH.

## DIE MARKE LUDWIGSBURG

Sich im Wettbewerb der Städte einen Namen machen. Die eigene Identität schärfen. Zur Marke werden. Dieser Prozess ist seit Anfang 2015 im Gang. Gemeinsam mit den Ludwigsburgern – Bürgern, Gremien, Institutionen, Vereinen, Unternehmen – machen wir unsere Stadt unverwechselbarer. Und begehrter.

**April 2015**

Workshop Stadt

**Juni/Juli 2015**

Online-Umfrage  
Bürgerbeteiligung

**Juli 2015**

Workshop Stadt

**Oktober 2015**

Bericht im Gemeinderat

### Ludwigsburg lebt – und verändert sich.

Barockstadt Ludwigsburg. Hochschulstadt Ludwigsburg. Das Schloss. Die Filmakademie. Das Forum am Schlosspark. Die Karlskaserne. Das Blühende Barock. Und blühendes Leben auf den Straßen. In Ludwigsburg hat sich – auch und vor allem dank der nachhaltigen Stadtentwicklung – unglaublich viel getan in den letzten 20 Jahren. Unsere Frage heute:

Passt das Bild in den Köpfen noch zum Bild in der Wirklichkeit? Aus diesem Grund haben wir begonnen, die Marke Ludwigsburg zu aktualisieren. Mit Workshops und einer Online-Umfrage bei den Bürgern.

**Ein Prozess, der inzwischen weit fortgeschritten, aber keinesfalls abgeschlossen ist!**

### Das haben wir im Gefühl.

Rund drei Viertel unserer Entscheidungen treffen wir unbewusst. Emotionen spielen die größte Rolle im Entscheidungsprozess, rationale Gründe folgen im zweiten Schritt. Starke, positiv aufgeladene Marken beeinflussen die Emotionssysteme im Gehirn, die ein Zusammenspiel aus Stimulanz, Dominanz und Balance darstellen. Jeder Reiz von außen wird zunächst durch dieses System bewertet. Und jede vermeintlich rationale Entscheidung dadurch im Vorfeld gelenkt.

Wo die Stärken, Schwächen und der Markenkern von Ludwigsburg liegen, wurde von den Workshopteilnehmern sowie den Bürgern und Bürgerinnen mittels der Online-Umfrage und der Gruppe Nymphenburg auf der Limbic® Map eingeordnet.

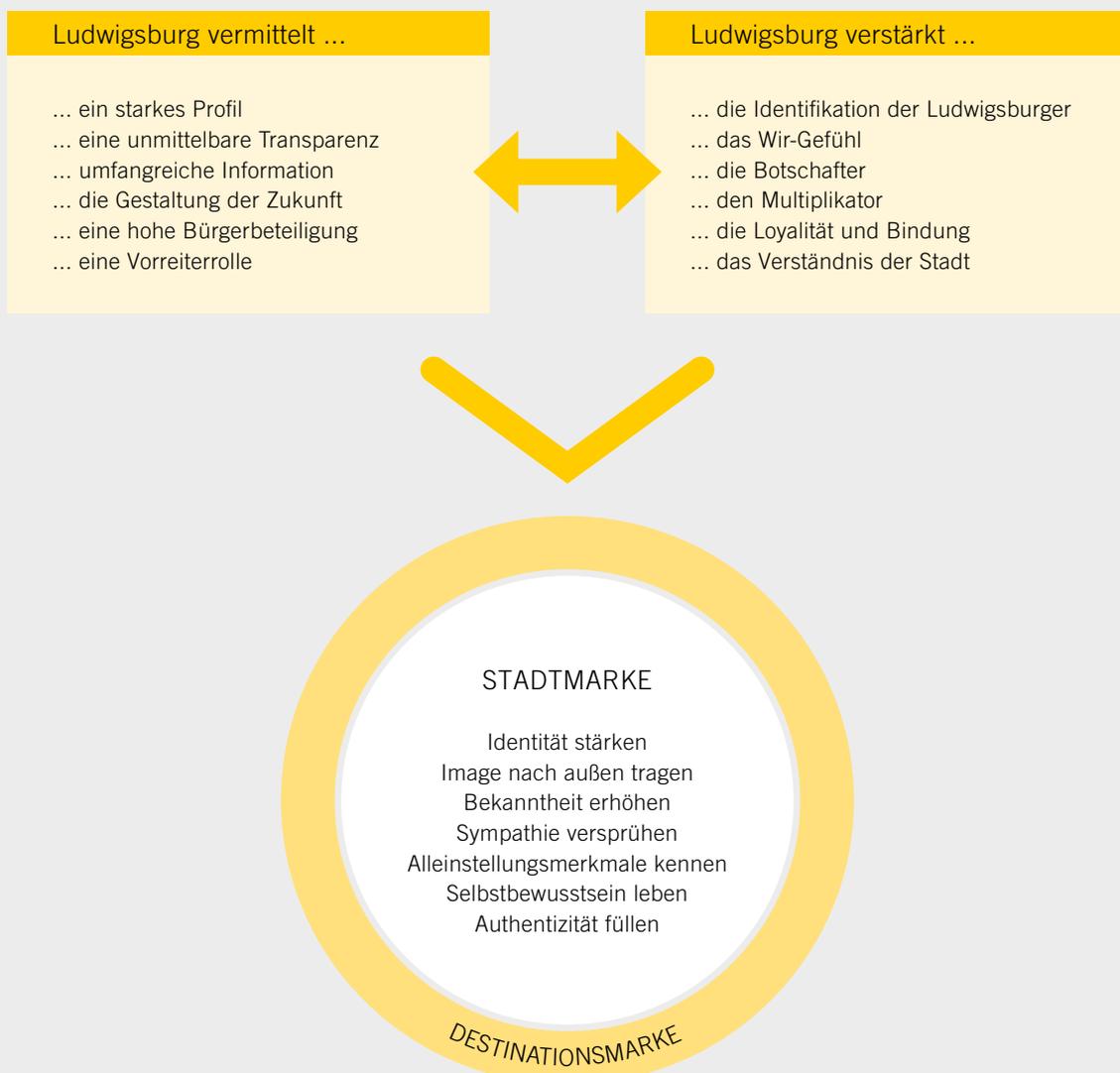




VERMITTELN. VERSTÄRKEN. POSITIONIEREN.

## DIE MARKE LUDWIGSBURG

Eine Marke kann nur auf dem aufbauen, was schon vorhanden ist. Diese Qualitäten müssen wir vermitteln, um damit die Identifikation der Ludwigsburger – Bürger, Gremien, Institutionen, Vereine, Unternehmen – zu verstärken. Das führt zu einer deutlicheren Positionierung der Stadt und zum Kern der Marke.



Der definierte Markenkern „Ludwigsburg ist Lebenslust und Ideenfreude“ gibt uns dabei den Rahmen, in dem wir uns bewegen. Er ist das Ziel, auf das wir unser Handeln richten. Er hilft, Projekte zu bewerten, zu priorisieren und zielorientiert umzusetzen.

**Denn entscheidend ist nicht nur, WAS wir tun, sondern, WIE wir es tun.**



LUDWIGSBURG

**Anfang 2016**

Bürgerbeteiligung

**Frühjahr 2016**

Workshop Stadt

**Mitte 2016**

Markenbuch

**Ende 2016**

Vermittlung der  
Marke nach innen

**Zukunft**

Umsetzung  
der Marke nach außen

Zukunft

Unsere zukünftigen Schritte können Sie auch im Internet weiter verfolgen:

**[www.marke-ludwigsburg.de](http://www.marke-ludwigsburg.de)**

