



BESCHLUSSVORLAGE

VORL.NR. 224/16

Federführung:
Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg

Sachbearbeitung:
Schuster, Nadine
Schumacher, Holger

Datum:
04.07.2016

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Betriebsausschuss Tourismus & Events Ludwigsburg	04.10.2016	NICHT ÖFFENTLICH
Gemeinderat	26.10.2016	ÖFFENTLICH

Betreff: Markenhandbuch zum Markenbildungsprozess "Marke Ludwigsburg"
Bezug SEK: 03 - Wirtschaft und Arbeit

Bezug:

Anlagen: Anlage 1- Verlaufsplan mit Ausblick
Anlage 2 - Entwicklungsphase der Marke
Anlage 3 - Markenhandbuch der Stadt Ludwigsburg

Beschlussvorschlag:

1. Dem Markenhandbuch mit den Inhalten „Markenkern und Positionierung“ wird zu- gestimmt.
2. Der weiteren Vorgehensweise bis Ende 2016 wird zugestimmt.

Sachverhalt/Begründung:

Die Stadt Ludwigsburg startete zu Beginn des Jahres 2015 einen Markenbildungsprozess zur Entwicklung der „Marke Ludwigsburg“. (s. Anlage 1). Übergeordnetes Ziel ist es, eine Dachmarke zu entwickeln, die im Wettbewerb der Städte um Touristen, Einwohner und Wirtschaftsunternehmen der Stadt Ludwigsburg ein markantes, eindeutiges Profil geben und eine noch größere Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt herbeiführen soll.

Gemäß einer dauerhaften Etablierung und langfristigen Ausrichtung des Stadtmarketings ist die Markenentwicklung als ein Instrument im Gesamtkontext des Stadtmarketings zu sehen und reiht sich ein, als eine Maßnahme zur Attraktivitätssteigerung der Stadt Ludwigsburg. Die Markenentwicklung vollzieht mehrere Entwicklungsphasen über einige Jahre hinweg (s. Anlage 2). Die Erstellung des Markenhandbuches (s. Anlage 3) ist als ein methodischer Schritt und erstes sichtbares Zeichen im Prozess einer Markenentwicklung erforderlich.

Das Markenhandbuch stellt in komprimierter Art und Weise die Stärken und Qualitäten der Stadt Ludwigsburg dar. Es beschreibt eine eindeutige Identität mit typischen Charaktereigenschaften, die auf Werten und Kompetenzen beruhen, die konkret und ursächlich etwas mit der Geschichte der Stadt zu tun haben.

Das Markenhandbuch soll die „Marke Ludwigsburg“ auf lebendige Art und Weise, unseren „Marken-Botschaftern“, allen Menschen, die sich für die Entwicklung der Stadt Ludwigsburg engagieren, vermitteln. Denn die Idee einer Marke ist die „Verfassung“ einer Identität.

Mit der Beschlussfassung zum Markenhandbuch wird den Inhalten des Markenhandbuchs (Markenkern und den Positionierungsansätzen) positiv zugestimmt, sowie der weiteren Vorgehensweise bis Ende 2016.

Wie im Markenhandbuch auf Seite 13 beschrieben, geht es **nicht** um den Beschluss einer finalen Positionierung der Stadt Ludwigsburg, sondern lediglich um die Zustimmung des Markenhandbuchs als Orientierungsrahmen.

Um allerdings ein eindeutiges und unverwechselbares Bild nach Außen hin ausdrücken zu können, empfiehlt es sich im Laufe der Zeit, eine Einigung auf eine Positionierung herbeizuführen.

Unterschriften:



Nadine Schuster

Holger Schumacher

Finanzielle Auswirkungen?				
☐ Ja	☒ Nein		Gesamtkosten Maßnahme/Projekt: EUR	
Ebene: Haushaltsplan				
Teilhaushalt		Produktgruppe		
ErgHH: Ertrags-/Aufwandsart				
FinHH: Ein-/Auszahlungsart				
Investitionsmaßnahmen				
Deckung		☐ Ja ☐ Nein, Deckung durch		
Ebene: Kontierung (intern)				
Konsumtiv			Investiv	
Kostenstelle	Kostenart	Auftrag	Sachkonto	Auftrag

Verteiler: DI,DII, DIII, alle FBLs, PR, Hr. Spear



LUDWIGSBURG

NOTIZEN