



BESCHLUSSVORLAGE

VORL.NR. 363/17

Federführung:
Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg

Sachbearbeitung:
Nadine Schuster
Mario Kreh

Datum:
07.09.2017

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Betriebsausschuss Tourismus & Events Ludwigsburg	19.09.2017	NICHT ÖFFENTLICH
Gemeinderat	27.09.2017	ÖFFENTLICH

Betreff: Marke Ludwigsburg - Gestaltungswettbewerb
Bezug SEK: 03 - Wirtschaft und Arbeit

Beschlussvorschlag

Die Verwaltung und die eigens erstellte Kommission zusammengesetzt aus (Vertretern der Fraktionen, externen Marketingexperten sowie den Projektleitungen) empfiehlt dem WKV, die Agentur: „Werbewelt“ als Gewinner des Wettbewerbs: „graphische Umsetzung der Marke Ludwigsburg“ zu benennen. Sie erhält den Auftrag, sämtliche Maßnahmen gemäß der Ausschreibung ab sofort in die Umsetzung zu überführen.

1. Sachverhalt

Am 12.09.2017 stellten vier Agenturen ihre Entwürfe zur graphischen Umsetzung der Marke Ludwigsburg vor. Nach anregenden Diskussionen schloss die Sitzung einstimmig mit der Empfehlung nur einer Agentur die Möglichkeit zu geben sich und ihren Entwurf im WKV am 19.09.17 vorzustellen. Dabei handelt es sich um die Agentur „Werbewelt“ in Vertretung Frau Jasmin Schlaich und Herr Jochen Heller.

Die übrigen drei Agenturen werden nicht mehr im Vergleich aufgezeigt und scheiden somit aus dem Wettbewerb aus.

Wenngleich die Entwürfe der Agentur „Werbewelt“ einen hohen Innovationswert aufzeigen und im gesamtgestalterischen Ansatz überzeugten, bat die Kommission folgende Verbesserungsvorschläge an „Werbewelt“ weiterzutragen und zu bearbeiten. Die überarbeiteten Entwürfe liegen dem Gremium vor und werden durch die Agentur präsentiert.

- I. Bildsprache
- II. Mehrsprachigkeit
- III. Lesbarkeit
- IV. Logo- oder Key Visual Entwicklung für die Unterlinie „Stadt werden!“

2. Rückblick

Nach einem zweijährigem Prozess hat die Stadt Ludwigsburg den Markenbildungsprozess „Marke-Ludwigsburg“ mit der Entwicklung des Markenkerns, der Festlegung der Positionierung sowie der Formulierung des dazugehörigen Claims: „Ludwigsburg inspiriert!“ abgeschlossen.

Am 23.06.17 hat die Stadt Ludwigsburg zu einem beschränkten Wettbewerb aufgerufen, um den Claim sowie das Erscheinungsbild der Marke in seine graphische Gestalt zu überführen. Dazu wurden 10 Agenturen (5 lokale, 5 überregionale) direkt zum Wettbewerb aufgefordert. Vier Agenturen reichten ihre Bewerbungen und erste Entwürfe ein.

Das Auswahlverfahren (dreistündiger Prozess) wurde am 27.07.17 unter der Anwesenheit von Kommissionsmitgliedern (Vertreter der Fraktionen, externe Marketingexperten sowie der Projektleitungen) vollzogen. Zwei von vier Entwürfen wurden ausgewählt und zogen damit in den Wettbewerb ein. Die diskutierten Anregungen und Verbesserungswünsche der Kommission wurden dann am 28.07.17 unter der Beteiligung von Pressestelle, Projektleitung des Stadtjubiläums, Geschäftsstelle Living Lab und dem Stadtmarketing durch persönliche Briefinggespräche an die teilnehmenden Agenturen weitergegeben.

Auf Grund der geringen Anzahl an Bewerbern, entschied die Kommission, weitere Agenturen anzufragen und die Möglichkeit zu eröffnen im „Nachrückverfahren“ am Wettbewerb teilzunehmen. Dies wurde am 28.07.17 in die Wege geleitet.

Zwei weitere Agenturen konnten für den Wettbewerb gewonnen werden und erhielten im Zeitraum vom 10.08.-15.08. persönliche Briefinggespräche. Am 04.09.17 lagen alle Entwürfe der vier teilnehmenden Agenturen vor. Alle Entwürfe waren den Beteiligten im Zeitraum 06.09.-08.09.17 in den Geschäftsräumen von TOURISMUS & EVENTS im Vorfeld zur Sondersitzung zur Ansicht zugänglich gemacht worden.

Um die Möglichkeit der Vergleichbarkeit zu wahren, haben alle Agenturen folgende Informationen und Referenzen aufgezeigt und wurden somit zum Wettbewerb zugelassen:

- Profil, Leistungsspektrum und Historie der Agentur (max. 1 DIN A4-Seite, Schriftgröße Arial, 11pt.)
- Motivation der Bewerbung (max. 1 DIN A4-Seite, Schriftgröße Arial, 11pt.)
- Nennung von mindestens drei Referenzen der letzten 5 Jahre zu vergleichbaren erfolgreichen Projekten. Davon mindestens eine Referenz erwünscht aus dem Bereich Stadtmarketing mit beispielhaften Arbeitsproben (max. 2 DIN A4-Seiten, Schriftgröße Arial, 11pt.)
- Strategie – Kurzbeschreibung der Vorgehensweise zum Projekt. (max. 1 DIN A4- Seite, Schriftgröße Arial, 11pt.)
- Skizze – Groblayout Plakat und Anzeige (max. 1 DIN A4- Seite, Schriftgröße Arial, 11pt.)
- Schließlich eine Kampagne für das Jubiläumsjahr 300 Jahre Stadtrecht mit dem Titel „Stadt werden!“.

3. Ergebnis und Verfahren der Sitzung am 12. September 2017

Jeder Agentur wurde ein Zeitfenster von 30 Minuten eingeräumt, von denen bis zu 20 Minuten als reine Präsentationszeit zu Verfügung standen. Die verbleibenden 10 Minuten waren für Rückfragen durch die Kommission an die Agentur vorgesehen.

Für die abschließende Empfehlung orientierte man sich an fünf Kriterien (siehe Tabelle) die eine Vergleichbarkeit zu allen Agenturen ermöglichte.

- **Gesamteindruck der Agentur** (Professionalität, Vortrag, Gesprächskultur)
- **Strategie zur Markenetablierung** (Aufzeigen langfristiger Planung und Durchführung)
- **gestalterische und kreative Umsetzung** von "Ludwigsburg inspiriert!"
- **Kampagnenfähigkeit** (z.B. zum Jubiläum)
- **Alleinstellungsmerkmal** (in Abgrenzung zu anderen Kommunen)

Die Kommission entschloss sich für den Entwurf auf Grund folgender Bewertung:

	Agentur III: Werbewelt, Fr. Schlaich, Hr. Heller, Stuttgart
Gesamteindruck der Agentur	hohe Professionalität
Strategie zur Markenetablierung	gesamtstrategisches Konzept klar erkennbar
gestalterische und kreative Umsetzung von "Ludwigsburg inspiriert!"	gute Ansatzpunkte, hohes Entwicklungspotential
Kampagnenfähigkeit	sehr gut gegeben
Alleinstellungsmerkmal	hohe Innovationskraft
Ausschlaggebendes Argument	zeitgeistentsprechendes Gesamtkonzept, hoher Innovationswert

4. Ausblick

Zur graphischen Umsetzung der ersten Kommunikationslinie und Implementierung des neuen Markenbildes werden im Jubiläumsjahr 2018 „Stadt werden!“ alle Kommunikationsmittel auf das neue Markenbild abgestimmt und ausgerichtet. Das Jubiläum „Stadt werden! 300 Jahre Erhebung Ludwigsburgs zur Stadt und zur dritten württembergischen Residenz“ mit seinem Teilprojekt „Literartage Baden-Württemberg“ dient somit als erste umfassende Kommunikationsmaßnahme und zur Einführung des Markenbildes. Das Leitthema „Stadt werden!“, das einen stetigen Entwicklungsprozess von und in der Stadt impliziert und das die aktuelle Bedeutung von „Stadt“ und Urbanität betont, schlägt sich visuell in Verbindung zum neuen Markenclaim nieder. Hierzu wird eine spezifische Werbelinie, durchaus auch ein eigenes temporäres Erscheinungsbild für „Stadt werden!“ unter Berücksichtigung der neuen Stadtmarkenposition „Ludwigsburg inspiriert!“ entwickelt und multimedial umgesetzt. Ende 2017 startet die Bewerbung des Jubiläums über On- und Offline-Kanäle, erste Drucksachen wie Programmankündigungen werden publiziert und verteilt, eine Jubiläums-Homepage wird online gehen.

Die Anpassung auf die touristischen Publikationen wie z. B. Venezianische Messe und Weihnachtsmarkt wird spätestens Mitte 2018 geschehen.

In Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle Living Lab wird ebenfalls die gestalterische Anpassung in Form eines neuen Key Visuals bzw. eine neue Gesamtkommunikation zeitnah umgesetzt.

Nadine Schuster

Mario Kreh

Finanzielle Auswirkungen?				
<input checked="" type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein	Gesamtkosten Maßnahme/Projekt:		60.000,00 EUR
Ebene: Haushaltsplan				
Teilhaushalt		Produktgruppe 57.50		
ErgHH: Ertrags-/Aufwandsart				
FinHH: Ein-/Auszahlungsart				
Investitionsmaßnahmen				
Deckung		<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, Deckung durch		
Ebene: Kontierung (intern)				
Konsumtiv			Investiv	
Kostenstelle	Kostenart	Auftrag	Sachkonto	Auftrag
89205300	42710030			

Verteiler: DI,DII,10, 20,41



LUDWIGSBURG

NOTIZEN