





Ziele Standortmarketing

Die Standortmarke Dormagen positiv aufladen!

- Identifikation der Einwohner stärken
- Attraktivität bei externen erhöhen
- Möglichst viele Akteure für Mitmachkampagne gewinnen



Zielgruppen

1. Unternehmen und Einwohner in Dormagen
2. Unternehmen/Investoren in Deutschland
3. Junge Familien in der Region
4. Touristen/Besucher in NRW



Positionierung über ...

Sachthema

- Sportstadt
- Hightech-Standort
- Stadt des Mittelalters
- Natur Pur
- Mittendrin (Lage)
- Ur
- ...

+

Emotion

- Familienfreundlich
- Glücksstadt
- Starke Gemeinschaft
- Ehrlich und offen
- Heimat
- ...

Dies sind nur Beispiele!!! :hkeit

Ansprache/Tonalität

Die Kampagne soll

- frisch + positiv sein um das Standortimage zu verbessern
- Spaß machen um viele zum Mitmachen zu begeistern
- ehrlich sein um zu überzeugen
- mutig sein um Aufmerksamkeit zu erzeugen
- überraschen um in Erinnerung zu bleiben

Lipper sind bodenständig.

Aber mit unseren Produkten sind wir weltweit unterwegs.

Wir sorgen für Internationalität.

Die Industrie in Lippe steht für exzellente Technik und hohes Know-how. Dafür sind unsere Mitarbeiter ständig weltweit unterwegs und doch zu Hause in Lippe. Übrigens: Unsere Exportquote beträgt über 48 Prozent. Besser als der NRW-Durchschnitt. Mehr erfahren unter: www.industrie-lippe.de

Industrie
Zukunft in Lippe

Lipper sind Eigenbrötler.

Aber trotzdem nicht gern allein.

Wir sorgen für Lebensqualität.

Schließlich sind auch Lipper nicht gern einsam. Deshalb fördert die Wirtschaft in Lippe viele Kultur- und Freizeitangebote. So hat Lippe richtig was zu bieten. Das wissen nicht nur die Lipper, sondern auch die jährlich sechs Millionen Besucher der Region, die hier Kultur, Bildung, Sport, Erlebnis und Erholung genießen. Mehr erfahren unter: www.industrie-lippe.de

Industrie
Zukunft in Lippe



Dachmarke

Dachmarke

BOCHUM

Absenderlogos

Stadtverwaltung Bochum

STADT BOCHUM

Stadt, Unternehmen

BOCHUM Marketing

BOCHUM Wirtschaftsentwicklung

BOCHUM Name des städt. Unternehmens

Freie Marke

BO

Markenarchitektur



Beteiligung

- schafft Akzeptanz
- motiviert zum Mitmachen

1. Transparenz über Prozess	Öffentlichkeit	Webseite/Presse
2. Einbindung Wirtschaft	Gewerbevereine	Beirat
3. Einbindung Politik	Ratsfraktionen	Stadtrat
4. Einbindung Interessenvertr.	Inst. / Vereine	Veranstaltung
5. Einbindung Bevölkerung	Öffentlichkeit	noch offen



WWW.HANDWERK.DE

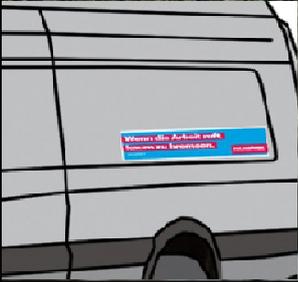
Unser Leben ohne das Handwerk: Frühstückshörnchen.

Ohne das deutsche Handwerk wären wir heute ganz schön alt aus. Selbst das Frühstück müssten wir selber fangen. Andererseits: Frühsporn hat noch keinem geschadet. Überzeugen Sie sich selbst: www.handwerk.de

INDIVIDUALISIERBARE WERBEARTIKEL



DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT VON NEBENAN.



Aufgaben Agentur

- Standortprofil fokussieren
- Dachmarkenkonzept (Logofamilie)
- Slogan
- Corporate Design Stadtverwaltung und Tochtergesellschaften
- Formate für Mitmachkampagne
- Start-Maßnahmen für Hauptzielgruppen

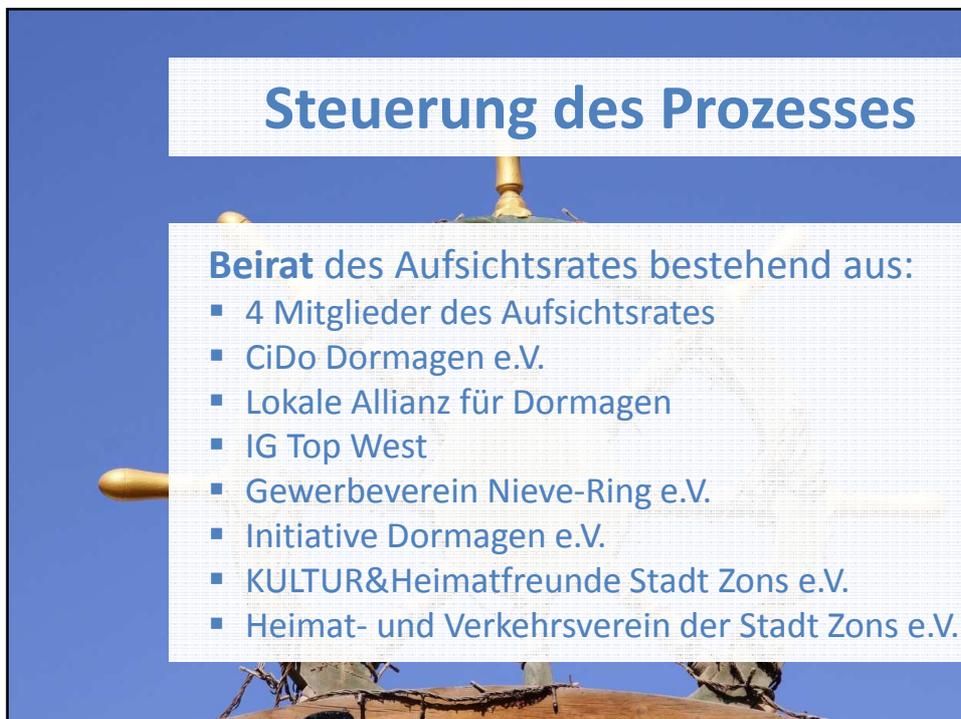




Meilensteine

- Wettbewerb und Auswahl Agentur
- Abstimmung Konzeptvarianten
- Konzeptvariante auswählen
- Entwicklung Kampagne und Maßnahmen
- Konzept u. Maßnahmen beschließen

Insgesamt mind. 6 Sitzungen,
daher Gründung eines **Beirates** für Standortmarketing



Steuerung des Prozesses

Beirat des Aufsichtsrates bestehend aus:

- 4 Mitglieder des Aufsichtsrates
- CiDo Dormagen e.V.
- Lokale Allianz für Dormagen
- IG Top West
- Gewerbeverein Nieve-Ring e.V.
- Initiative Dormagen e.V.
- KULTUR&Heimatfreunde Stadt Zons e.V.
- Heimat- und Verkehrsverein der Stadt Zons e.V.



Wie soll es weiter gehen

- Ausarbeitung Wettbewerbs-Unterlagen
- 1. Beiratssitzung Anfang April

The image shows a calendar on a wooden surface. A white text box is overlaid on the calendar, containing the title 'Wie soll es weiter gehen' and a list of two items. The calendar itself shows the months of May, June, July, August, September, October, November, and December.



Willst du mit mir gehen?

ja nein vielleicht

NACH DORMAGEN

The image shows a handwritten note on a blue grid background. The note asks 'Willst du mit mir gehen?' and has three response options: 'ja' (checked), 'nein', and 'vielleicht'. A white text box with the text 'NACH DORMAGEN' is overlaid on the bottom right of the note.



**Stadtmarketing- und
Wirtschaftsförderungsgesellschaft
Dormagen**

**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!**

Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dormagen mbH
Unter den Hecken 70 - 41539 Dormagen - 02133 / 257-416 - michael.bison@swd-dormagen.de

Bildquellen: Dobler, Stadt Dormagen, handbuch-bochum.de, meschede.de, design-tagebuch.de, wikipedia.de