

Vorstellung neue Markenpositionierung für die Bereiche Tourismus, Stadtmarketing und Standortmarketing

Gremium:	Finanz- und Wirtschaftsausschuss	Öffentlichkeitsstatus:	öffentlich
Tagesordnungspunkt:	2	Zuständigkeit:	Referat 2
Sitzungsdatum:	14.01.2025	Stadt Landshut, den	11.12.2024
Sitzungsnummer:	21	Ersteller:	Herr Luger

Vormerkung:

Nach der erfolgreichen organisatorischen Neuausrichtung des Verkehrsvereins Landshut, die in der Gründung des Wirtschafts- und Tourismusclubs (WTC) Landshut e.V. als von der Stadt unabhängige Interessenvertretung der regionalen Wirtschaft mündete, stand für das Amt für Wirtschaft, Marketing und Tourismus als nächster Schritt die Neuausrichtung der Marke Landshut für die Bereiche Tourismus, Stadtmarketing und Standortmarketing an.

Das vom Verkehrsverein geprägte „Zeit für Landshut“ war sowohl als Slogan als auch als gestaltete Wort-Bild-Marke nicht mehr zeitgemäß und sollte durch eine moderne Marke ersetzt werden.

Darum hat das Amt für Wirtschaft, Marketing und Tourismus in Kooperation mit dem WTC Landshut einen Markenworkshop mit Mitgliedern des Stadtrats durchgeführt, um eine neue Markenpositionierung der Stadt Landshut zu erarbeiten und festzulegen.

Der Markenworkshop gliederte sich in zwei Abendtermine im LINK Gründerzentrum. Die Termine fanden am 16.10.2024 und am 13.11.2024 statt.

Am 16.10.2024 wurden folgende Themen bearbeitet:

- Einführung in die Logik einer Marke
- Stakeholder-, Wettbewerbs- und Leistungsanalyse für die Stadt Landshut
- Ableitung der Markenkernwerte für die Stadt Landshut

Bis zum zweiten Termin wurden durch die externe Workshopleitung (Markenexperte Dr. Dominik Erhardt, SBC Consulting) und das Amt für Wirtschaft, Marketing und Tourismus folgende Vorschläge entwickelt:

- Landshuts Markenkernwerte:
 - o unverkennbar mittelalterlich
 - o leidenschaftlich traditionell
 - o mitreißend
 - o gemeinschaftlich
 - o lebendig
 - o nachhaltig unternehmerisch
 - o authentisch
- Aus diesen Markenkernwerten leitet sich das Positionierungsstatement der Stadt Landshut (interner Leitspruch, an dem sich Projektplanung und -umsetzung orientieren) ab:
„Die engagierte Gemeinschaft Landshuts zieht mit dem authentischsten Mittelaltererlebnis der Welt Besucher in den Bann, stärkt den Wohlstand durch nachhaltiges Unternehmertum und bietet eine verlässliche und (er-)lebenswerte Heimat mit großem Zusammenhalt.“

- In einem nächsten Schritt wurde der Markenclaim/Slogan der Stadt Landshut (öffentliche Werbung) entwickelt, der folgenden Leitsätzen folgt:

Der Markenclaim...

- leitet sich aus dem Positionierungsstatement ab,
- drückt die Essenz der Differenzierung aus,
- weckt positive Assoziationen und emotionalisiert,
- bleibt im Ohr – ggf. auch ausländischen Stakeholdern,
- kann geschützt werden,
- hat kein „Verfallsdatum“,
- lässt sich universell einsetzen.

Dieser Claim...

- Richtet sich primär an externe Stakeholder
- Muss nicht selbsterklärend sein
- Macht neugierig

Ergebnis: „Landshut hallooo!“

- Umsetzung der Positionierung im Markendesign (Logo und Gestaltungsbeispiele):
 - Die drei ooo von „Landshut hallooo!“ können je nach Thema durch passende Motive ersetzt werden (Riesenräder für die Dult, Buchskranzerl für die Landshuter Hochzeit, Pucks für Eishockey, Gemüsesorten für Wochenmarkt usw.)
 - In der Grundform kann das Logo „Landshut hallooo!“ mit verschiedenen Themen kombiniert werden („Landshut hallooo! Spitzensport“, „Landshut hallooo! Kultur“, „Landshut hallooo! Shopping“, „Landshut hallooo! Natur“ usw.)
 - Aus den drei ooo von „Landshut hallooo!“ ergibt sich ein Design mit Kreisen, das auffällig und flexibel zugleich ist

Am 13.11.2024 wurden diese Vorschläge mit Mitgliedern des Stadtrats und Vertretern des WTC diskutiert und angenommen. Damit fungiert das Positionierungsstatement als interner Leitfaden und der Markenclaim/Slogan als Marke der Stadt Landshut für die Bereiche Tourismus, Stadtmarketing und Standortmarketing. Das Design (Gestaltung mit Kreisen und den entsprechenden Schriften) kann zudem als Vorlage für die Öffentlichkeitsarbeit anderer Ämter dienen.

Beschlussvorschlag:

Vom Bericht des Referenten wird Kenntnis genommen.

Anlagen:

Zusammenfassung Markenworkshop