

Stadtverwaltung · Amt IV/2 · Postfach 1757 · 88396 Biberach an der Riß

**Tourismus & Stadtmarketing**

Theaterstr. 6  
88400 Biberach

Inge Voss  
Telefon 07351/51-494  
Telefax 07351/51-511  
IVoss@Biberach-Riss.de

Zentrale 07351/51-0  
www.biberach-tourismus.de

Donnerstag, 15. November 2012

## **Stadtmarketingprojekt "Markenbildung Biberach"** **Anfrage**

Guten Tag

die Stadt Biberach hat sich entschlossen, einen Markenbildungsprozess unter dem Motto "Marke Biberach – Profil schärfen und selbstbewusst kommunizieren" in Gang zu setzen. Unser Ziel hierbei ist es, Biberach in der Region zu positionieren und ein positives Stadtimage mit Hilfe einer starken Marke nach außen zu transportieren

Prozessbegleitung und eine fundierte Moderation soll durch einen Experten eines externen Beratungsunternehmens übernommen werden. Die Stadtverwaltung hat eine Projektgruppe installiert, welche gemeinsam die Aufgabenstellung für eine Begleitung und Moderation des Markenbildungsprozesses als Grundlage einer Angebotsabgabe erarbeitet hat.

Wir würden uns freuen, wenn Sie an der Abgabe eines Angebotes Interesse hätten. Grundlage hierfür ist das beigefügte Briefing. Die Angebotsabgabe gem. Punkt 4 des Briefings erbiten wir bis zum 20. September 2012.

Wenn Sie noch Fragen haben, melden Sie sich gerne bei mir.

Mit freundlichen Grüßen

Inge Voss  
Leitung Stabstelle Tourismus & Stadtmarketing

Anlage  
Briefing Markenbildung

öffnungszeiten:

Montag bis Freitag 9:30 bis 12.30 Uhr  
Montag bis Donnerstag 14:00 bis 17:00 Uhr

Bankverbindung

Kreissparkasse Biberach 512 BLZ 654 500 70  
Volksbank Biberach 1007 BLZ 654 901 30

Telefonzentrale

07351 51-0

# Briefing Projekt Markenbildung Biberach

## Auftraggeber

Stadtverwaltung Biberach  
Marktplatz 7/1  
88400 Biberach an der Riß

### 1.1 Ausgangslage

Ursprünglich definierte Aufgabenstellung: "Marke Biberach – Profil schärfen und selbstbewusst kommunizieren", angeregt durch eine Initiative des Einzelhandels.

### 1.2 Ziel

Das Augenmerk ist auf "leben, arbeiten, einkaufen, studieren in Biberach" zu richten.

Die Markenbildung soll

- a) unter dem Aspekt einer Positionierung Biberachs in der Region und
- b) der Akquise potentieller Arbeitnehmer und deren Familien sowie zukünftiger Studenten der Hochschule gesehen werden.

### 1.3 Informationen und Zahlen zum Standort

Biberach ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises. Als größte Stadt des Landkreises zählt Biberach mit seinen Teilorten Stafflangen, Ringschnait, Rißegg, Rindenmoos und Mettenberg ca. 32.500 Einwohner. Die Stadt beherbergt aber ca. 23.000 Arbeitsplätze und ist somit eher einer Stadt mit rd. 60.000 Einwohnern zu vergleichen.

Biberach ist Mittelzentrum mit einem Versorgungsbereich von ca. 100 000 Einwohnern. Aufgrund der Lage zwischen den Oberzentren Ulm, Ravensburg und Memmingen (jeweils ca. 40 km entfernt) ist der Wettbewerb im Einzelhandel eine besondere Herausforderung. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer: 105,7 - Zentralitätskennziffer 134,8 – Handelsverkaufsfläche (in m<sup>2</sup>) 66.775 - Anzahl Ladenlokale Innenstadt 301 (EZH Kompendium IHK Ulm 2009).

Die Schulstadt Biberach verfügt über sieben Gymnasien. Täglich besuchen ca. 15.000 Schüler und Studenten aus dem Kreisgebiet und dem weiteren Umland die Bildungseinrichtungen der Stadt.

Die Hochschule Biberach hat ca. 2.000 Studenten. Fakultäten: Architektur, Bauingenieurwesen, Betriebswirtschaft, Biotechnologie.

Die Anzahl der jährlichen Übernachtungen liegt bei 120.000, durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei 2,1 Tagen. Die attraktiven Kulturangebote in Biberach, der Freizeitwert in Oberschwaben sowie die Nähe zu den Aktiv- und Freizeitgebieten Allgäu, Bodensee und Schwarzwald sind weitere Standortvorteile.

## 2. Aufgabenstellung

Entwicklung einer Marke oder Dachmarke, die als Imageträger ein spezifisches Bild nach außen transportiert. Dadurch soll

## Briefing Projekt Markenbildung Biberach

- 2.1 das vordergründige Image einer Provinzstadt korrigiert werden
- 2.2 Biberach als
  - 2.2.1 attraktive Einkaufs- und Handelsstadt
  - 2.2.2 attraktiver Hochschulstandort
  - 2.2.3 attraktiver Wohn- und Wirkungsort für Fach- und Führungskräfte im Wettbewerb der Regionenkonsolidiert und weiterentwickelt werden
- 2.3 der Bekanntheitsgrad und das Interesse bei (angehenden) Akademikern, potentiellen zukünftigen Mitarbeitern (und deren Familien) für die ortsansässigen Unternehmen und Besuchern aus dem Umland (Radius max. 2 PKW-Stunden) gesteigert werden
- 2.4 das Mittelzentrum Biberach in seiner unverwechselbaren, eindeutigen Identität (USP) gegenüber den Oberzentren Ulm und Ravensburg positioniert werden

### 3. Welche Leistungen sollen erbracht werden?

#### **Modul A - Analyse und Konzeption der Marke und Markenstrategie** (ab Beginn 2013)

- 3.1 Entwicklung einer Marke oder Dachmarke, eines USP bzw. einer Kernaussage ("Biberach steht für ...") zum Thema "Leben, studieren, einkaufen und arbeiten in BC"
- 3.2 Entwicklung imagebegleitender Maßnahmen/Strategien (Moderationsprozess mit einer Entscheidergruppe, anschließend verwaltungsinterner und –externer Kommunikationsprozess mit den betroffenen Akteuren)
- 3.3 Expertenbefragung (optional)

#### **Modul B – Konzeption der graphischen Umsetzung der Marke** - Entwicklung der Werbekonzeption (ca. Mitte 2013 im Anschluss an Modul A)

- 3.4 Einbeziehen der vorhandenen Corporate Designs und der vorhandenen grafischen Umsetzung
- 3.5 Prüfung und Bewertung des vorhandenen städtischen Logos und Claims sowie der Logos weiterer Gruppierungen mit der Frage, inwieweit diese einbezogen werden können.
- 3.6 Entwicklung und Umsetzung der konzeptionellen Ergebnisse in gestalterische Resultate

#### **Modul C - Umsetzung der Kommunikationsstrategie (u.a. Mediaplanung)** - (ab 2014)

- 3.7 Entwicklung und Umsetzung der Kommunikationsstrategie (optional)

### 4. Angebotsgestaltung - wir erbitten:

- 4.1 Ein Kostenangebot notwendiger und optionaler Bausteine (jeweils separat Modul A , B) mit detaillierter Preisgestaltung
- 4.2 Kosten der Moderation und Prozessbegleitung
- 4.3 Einen Planungs- und Terminierungsvorschlag der einzelnen Arbeitsschritte
- 4.4 Eine Darstellung Ihres möglichen Projektteams bzw. Vorschläge, mit welchem externen Partner Baustein B umgesetzt werden könnte.

Die Angebotsabgabe ist erbeten bis: **20. September 2012.**

## Briefing Projekt Markenbildung Biberach

**Für die Präsentation der Unternehmen ist der 10. Oktober 2012 vorgesehen. Wir bitten Sie, diesen Termin bereits jetzt vorzumerken.**

Gerne stehen wir für ein vertiefendes Briefing-Gespräch zur Verfügung um Fragen zu beantworten bzw. Angaben weiter zu präzisieren. Nehmen Sie hierzu gerne Kontakt mit uns auf. Alle Angaben in den Briefing-Unterlagen und in Gesprächen sind vertraulich zu behandeln. Dies gilt auch für die Zeit nach dem Auswahlverfahren.

Biberach, den 3. September 2012

Tourismus & Stadtmarketing  
Inge Voss

## Beratungsunternehmen - Anfrage zur Begleitung Markenbildungsprozess Biberach im September 2012

Ifd. Nr.	Beratung/Agentur/Institut	Gesprächspartner Chef	PLZ	Stadt	Straße	Anrede Brief	Anrede Adresse	Mail	Web	Tel.	mobil
1	e5 marketing GmbH	Norbert Hoffmann	60487	Frankfurt a. Main	Am Weingarten 25	Herr Hoffmann	Herrn	<a href="mailto:hoffmann@e5marketing.de">hoffmann@e5marketing.de</a>	<a href="http://www.e5marketing.de">www.e5marketing.de</a>	069 713 778-10	0170 31 31 226
2	Heinze und Partner	Frank Heinze	44139	Dortmund	Gutenbergstraße 34	Herr Heinze	Herrn	<a href="mailto:heinze@heinze-und-partner.de">heinze@heinze-und-partner.de</a>	<a href="http://www.heinze-und-partner.de">www.heinze-und-partner.de</a>	0231 395750	
3	Gruppe 3 GmbH - Standortmarketing	Prof. Alexander Doderer	78048	VS-Villingen	Robert-Bosch-Straße 9	Herr Prof. Doderer	Herrn	<a href="mailto:info@gruppedrei.com">info@gruppedrei.com</a>	<a href="http://www.gruppedrei.com">www.gruppedrei.com</a>	077 218421-0	
4	Egger & Partner	Thomas Egger	A-4040	Linz	Keimlgutgasse 11	Herr Egger	Herrn	<a href="mailto:egger@partner.co.at">egger@partner.co.at</a>	<a href="http://www.egger-partner.at">www.egger-partner.at</a>	43(0)732 716811-0	43(0)664 2231770
5	imakomm Akademie GmbH - Institut für Marketing und Kommunalentwicklung	Dr. Peter Markert	73431	Aalen	Ulmer Straße 130	Herr Dr. Markert	Herrn	<a href="mailto:info@imakomm-akademie.de">info@imakomm-akademie.de</a>	<a href="http://www.imakomm-akademie.de">www.imakomm-akademie.de</a>	073361 52829-0	
6	isr Institut für Stadt- und Regionalmanagement, Büro München	Prof. Dr. Joachim Vossen	80333	München	Ottostraße 19	Herr Prof. Vossen	Herrn	<a href="mailto:vossen@isr-forschung.de">vossen@isr-forschung.de</a>	<a href="http://www.isr-forschung.de">www.isr-forschung.de</a>	0890237022-98	0151 50428583
7	Die Regionauten GbR	Felix Pfäfflin	78462	Konstanz	Blarerstr. 56	Herr Pfäfflin	Herrn		<a href="http://www.die-regionauten.de">www.die-regionauten.de</a>	07531 369 8943	
8	Kohl & Partner	Werner Taurer	80686	München	Valpichlerstraße 49	Herr Taurer	Herrn	<a href="mailto:werner.taurer@kohl.at">werner.taurer@kohl.at</a>	<a href="http://www.kohl.at">www.kohl.at</a>	089 58977374	0664 3373213