

Biberach, 24.01.2014

Informationsvorlage

**Drucksache
Nr.**

Beratungsfolge			Abstimmung		
Gremium	öffentlich	Sitzungsdatum	Ja	Nein	Enth.
Gemeinderat	Ja	03.02.2014			

Markenbildungsprozess Biberach – Sachstand und Präsentation durch Prof. Dr. Holger Held (imakomm Akademie GmbH)

I. Information

Die Stadt Biberach hat im Jahr 2012 beschlossen, einen Markenbildungsprozess unter dem Motto “Marke Biberach – Profil schärfen und selbstbewusst kommunizieren“ in Gang zu setzen. Ziel ist, Biberach in der Region zu positionieren. Hierfür gilt es, mittels einer starken Marke ein positives Stadtimage zu entwickeln und nach außen zu transportieren. Deshalb hat die Stadtverwaltung eine Projektgruppe* installiert, um gemeinsam mit der imakomm AKADEMIE Ahlen ein Markenkonzept zu erarbeiten.

[*Mitglieder der Projektgruppe gem. Drs. 200/2012: OB Norbert Zeidler, BM Christian Kuhlmann, KD Dr. Jörg Riedlbauser; Uli Prestle (Bibercard); Prof. Dr. Thomas Vogel, Annette Schober-Knitz (Hochschule); Dr. Bernd Radtke (IHK Ulm); Gustav Eisinger, Friedrich Kolesch (Werbegemeinschaft); Projektleitung: Inge Voss (Tourismus& Stadtmarketing)]

Flankiert wurde dieses mit einer Befragung von Bürger/innen, Unternehmen und Studierenden sowie einer Facebook-Befragung unter Jugendlichen in der Zeit vom 12. August bis 09. September 2013.

Die Umfrage führte zum Ergebnis, dass Biberach in den Segmenten “Tradition“ und “Wachstum“ stark, hinsichtlich der Segmente “Innovation“, “Weltoffenheit“ sowie “Internationalität“ schwach aufgestellt ist. Überdies wurden fehlende Ausgahmöglichkeiten und sonstige Freizeitangebote für alle Altersklassen kritisch angemerkt.

In den Sitzungen mit der Projektgruppe (welche einmalig um Vertreter aus den Bereichen der Banken, Großunternehmen, Kliniken, Kultureinrichtungen, Schützendirektion, Schulen, Medien, Stadtwerke, TG und anderer Vereine sowie der Wielandstiftung erweitert wurde) und auf der Grundlage der Befragung hat die imakomm AKADEMIE als derzeitigen Stand des Markenbildungsprozesses drei Markentreiber herausgearbeitet, mit denen Biberach identifiziert wird:

- Bildung/Wissenschaft
- Wirtschaftskraft/Wachstum
- Geschichte/Kulturleben.

Die Schnittmenge dieser drei Markentreiber als Markenkern ließ sich während des Prozessverlaufs nicht weiter herauskristallisieren. Die Agentur imakomm hat daher angeregt, zur Annäherung an einen solchen Markenkern diese drei Bereiche mit jeweils zwei sogenannten “Leucht-

turmprojekten“ zu untersetzen, die beispielhaft in der Präsentation von Prof. Dr. Holger Held genannt werden.

Dr. Jörg Riedlbauer
Kulturdezernent

Anlagen

- 1 Papier von Prof. Dr. Holger Held zur Präsentation der imakomm Akademie GmbH in der GR-Sitzung am 03.02.14