

Markenbildung, Werbung und Kommunikation

Handlungsfelder	Zielgruppe	Einzelmaßnahmen / Aufgaben	Zeitplan	Zuständigkeit	Fortschritt
Markenbildung	Einwohner BC und Umland Zukünftige Fachkräfte u. deren Familien zukünftige Studenten	"Marke Biberach" - Profil schärfen und selbstbewusst kommunizieren			
		Aufgabenstellung: Die Marke Biberach soll das Image und die vorhandenen Qualitäten unserer Stadt positiv und selbstbewusst transportieren und kommunizieren		4120 - Stadtmarketing 41 - Kulturamt IV - Kulturdezernat	
		Markenbildung Prozessverlauf:			
		• Große BC-Umfrage, Entwicklung Konzept durch imakomm, Aalen - Prof. Held	1. Q. 2015		Vorgestellt im GR 2/2015
		• Entwicklung eines Stadtslogans durch imakomm, Aalen - Dr. Radtke	1. Q. 2015		Vorschlag Slogan wird GR vorgestellt - 1. Quartal 2015
		• Grafische Umsetzung Slogan und Markenkern durch Werbeagentur Pink Pony, Stuttgart	1. Q. 2015		Werbeagentur ist beauftragt
		• Entwicklung und Umsetzung Werbekonzept durch Werbeagentur Pink Pony, Stuttgart	1. Q. 2015		Konzeptentwicklung wird beauftragt - 1. Quartal 2015
		• Kick-Off und Pressekonferenz	Jul 15		Umsetzung Werbekonzept, in Planung mit Agentur Pink Pony, Stuttgart
• Verteilung Merchandise-Artikel	Jun 15				
• Social-Media-Kampagne "Facts über Biberach"	Jun 15				
Corporate Design (CI CD)	Design Manual Stadtverwaltung Einwohner Touristen Wirtschaft Industrie Messebesucher	• Einheitlicher werblicher Auftritt der Stadt - einheitliche Darstellung der städtischen Angebote = Qualitätsmerkmal		Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt
		• Entwicklung eines Corporate Designs (CD) und Design Manuals (Gestaltungshandbuch)	seit 2004	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt
Imagewerbung im öffentlichen Raum	Besucher Gäste Touristen	Vorgezogenes Teilprojekt des Markenbildungsprozesses - Optik und grafische Umsetzung kann dem neuen Werbekonzept angepasst werden.			
		• Imagewerbung Innenstadt - Stadteingangstafeln	1. Q. 2013	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt
		• Imagewerbung POIs - Jordanbad (nachdem dem Jordanbad Werbung in der TG Stadthalle ermöglicht wurde)	2. Q. 2015	Stadtmarketing	beauftragt
		• B30 Schild 2 x StVo 386.3	4. Q. 2014	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt
• B30 Schild 1 x StVo 386.1, genehmigt 1. Quartal 2015	2. Q. 2015	Stadtmarketing	Genehmigung erteilt, Montage 2. Q. 2015		
Werbemöglichkeit im öffentlichen Raum	Stadtverwaltung Alle Veranstalter - auch externe	• Plakate, Transparente, Werbeplakate, Stadteingangstafeln, Toblerone-Ständer u.a. Werbemittel: Neuorganisation der Vergabe und Erweiterung.Ziel: Deutlich verbesserte Möglichkeit, aktuelle Veranstaltungen und Projekte zu bewerben. und Projekte in der Innenstadt zu bewerben	2016	Kulturamt, Stadtmarketing, Ordnungsamt, Bauverwaltung	Geplant für 2016
Stadtwerbung - Öffentlichkeitsarbeit	Stadtprospekte Einwohner Neubürger Existenzgründer andere Städte	• Imagebrochüre	1. Q. 2014	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt; Basics mit laufender Aktualisierung
		• Imagebrochüre Englisch Übersetzung	2. Q. 2014	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt; Basics mit laufender Aktualisierung
		• Stadtprospekte - Informationen (siehe Anlage) (aktualisieren!)	laufend	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt; Basics mit laufender Aktualisierung
	Merchandiseartikel Industrie Handel, Gewerbe Vereinigungen	• Tüten, Schirme	2014	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt;
		• Give-aways, Merchandiseartikel, Souvenirs	2014	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt; laufende Erweiterung u. Aktualisierung
	Imagefilm Messen Studenten Touristen Tagesgäste	• Imagefilm	2007	Stadtmarketing mit Hauptamt, 1013	Projekt wurde 2007 umgesetzt, Erneuerung eventuell durch youtube-Clips ersetzen
		• youtube - Videos zu Aktionen (Schuehaus, Startveranstaltung App, Flashmob Chöre usw)		Stadtmarketing	Projekt läuft - wird laufend aktualisiert
	Internetauftritt TISM	• www.biberach-tourismus.de		Tourismus/Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt; laufende Aktualisierung
		• Twitter Tourismus		Tourismus/Stadtmarketing	laufend
	Messeauftritte Journalistenreisen Interviews Redaktionelle Beiträge		• Print • TV • Radio		Stadtmarketing

Bilderpool - Datenbank	Stadtverwaltung Journalisten Unternehmen Vereine	● Bilderdienst mit Bildmaterial von Tourismus & Stadtmarketing		Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt; laufende Aktualisierungen - Anfragen von Journalisten und Betrieben werden laufend mit aktuellem Bildmaterial bedient
Biberach-App					
Information Imagewerbung Wegweisung	Einwohner Neubürger Umland Touristen Studenten	● www.bc-app.de - kostenlos, 8.000 Downloads	2. Q. 2014	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt; laufende Aktualisierungen durch Stadtmarketing
Werbung für Aktionen und Aktuelles	Einzelhändler Gastronomie Kulturschaffende	● Präsentationen Einzelhandel, Gastronomie, Betriebe und Einrichtungen mit Bildern	3. Q. 2014	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt
		● Aktionen über Biberach-App - das neue Tool bewerben	1. Q. 2015	Stadtmarketing	Projekt ist umgesetzt, Bewerbung des Aktions-Tools bei den Einzelhandelsverbänden per Mailing, Presse und durch Info-Veranstaltungen sowie Einzelberatungen

Willkommenskultur - Neubürger

Handlungsfelder	Zielgruppe	Einzelmaßnahmen	Zeitplan	Zuständigkeit	Fortschritt
Neubürgertag	Neubürger	<ul style="list-style-type: none"> ● Stadtführung, Bustour in Stadtteile, Gewerbegebiete, Freizeiteinrichtungen ● Begrüßung durch OB ● Infomappen / Infotaschen an jeden Neubürger bei Anmeldung ● Gutscheineheft 	1. Q. 2015 1. Q. 2015	Stadtmarketing	Projekt 2015 umgesetzt Projekt 2015 umgesetzt laufend, Ausgabe durch Einwohnermeldeamt
		<ul style="list-style-type: none"> ● Gutscheineheft - Spezialedition für Großfirmen für neue Mitarbeiter und Mitarbeiter mit Migrationshintergrund ● "New in Town" - Initiieren eines Neubürgerstammtisches 	2. H. 2015	Stadtmarketing	Projektumsetzung hängt abschließend von Gutscheinen BiberCard ab Projekt kann bei Bedarf hergestellt werden - Voranfrage z. B. von Lieberr liegt vor
Willkommensbüro IHK	Studenten Firmen Unternehmen Hochschulen	<ul style="list-style-type: none"> ● Kontakte zum "Wellcomebüro" der IHK Ulm herstellen: Ziel Vernetzung mit BC Unternehmen ● Angebot von Spezial-Stadtführungen mit und ohne Rahmenprogramm und Informationsmodul für Firmen und deren Mitarbeiter, Hochschulen, BePo usw. 	1. Q. 2015	Stadtmarketing Erstkontakt Stadtmarketing & Tourismus	Kontakt mit Wellcomebüro IHK wurde von Stadtmarketing hergestellt -- Wifö Umsetzung laufend - jeweils auf Anfrage

Vitale Innenstadt - Lebensraum Innenstadt

Handlungsfelder	Zielgruppe	Einzelmaßnahmen	Zeitplan	Zuständigkeit	Fortschritt - Anmerkungen
Vitale Innenstadt					
Belebung durch Veranstaltungen, passend zum Stadtprofil	Besucher Einwohner Gäste	<ul style="list-style-type: none"> ● "Erlebnisraum" Innenstadt Einheitliche Kommunikation und gemeinsame Bewerbung aller größerer Veranstaltungen in der Innenstadt (verschiedener Anbieter) mittels eines Printmediums - Arbeitstitel "Erlebnisraum Innenstadt" - Ziel: Darstellung des vorhandenen Angebots als Grundlage für neue Veranstaltungen - siehe auch Anlage	3. Q. 2015	Stadtmarketing	Projekt noch nicht begonnen, 1. Absprachen mit AG Citymarketing am 12. Mai 2015 geplant: Für Besucher attraktive Veranstaltungen (outdoor) in der Innenstadt werden in einem Printmedium und im Internet präsentiert.
Aufenthaltsqualität Innenstadt	Besucher Einwohner Gäste	"Biberach - die Stadt mit dem besonderen Service" (= Basics) <ul style="list-style-type: none"> ● "Schirm, Charme, Biberach" - Leihschirmaktion - Umsetzung des Service und Bewerbung ● Nette Toilette (Wickelmöglichkeiten) ● Barrierefreies Innenstadterlebnis ● Eine Stunde kostenlos Parken - Bewerbung durch Stadtmarketing Offene, flexible Kinderbetreuung an Samstagen - Umsetzung BiberCard	3. Q. 2014 2. Q. 2015 2015 laufend seit 2014	Stadtmarketing Stadtmarketing Stadtmarketing mit I/1 Stadtmarketing Umsetzung BiberCard Zuschüsse durch SM	Umgesetzt, Einzelhandel ist zur Kooperation gefragt Projekt muss aktualisiert werden Projekt umgesetzt (Broschüre), Schulung EZH steht aus Bewerbung durch Stadtmarketing; Projekt umgesetzt
Einzelhandel*					
Regionale Kundenbindung	Einzelhandel Gastronomie Innenstadtakeure Einwohner Kunden/Besucher	Bonuskarte Biberach - <ul style="list-style-type: none"> ● hier: BiberCard - Förderung Unterstützung, Weiterentwicklung des regionalen Kundenbindungssystems	laufend	Kooperation mit BiberCard e.V.	Projekt laufend

Onlinehandel eCommerce	Einzelhändler Gastronomen Dienstleister	Impulsvorträge, Seminare durch Experten anbieten oder vermitteln: <ul style="list-style-type: none"> • Cross-Channel Marketing im B2C Bereich • eBusinessLotse Oberschwaben Weingarten (IHK) 	nach Absprache		Projekt noch nicht begonnen
Qualitätsoffensive für Einzelhandel (auch für Gastronomie)	Bürger Einwohner Umland Touristen	Mögliche Werkzeuge: <ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungsreihen - Impulsvorträge • Kundenbewertungen • Kundenbefragung • Zertifizierung • Serviceoffensive - Ghostshopper 		Stadtmarketing in Kooperation mit AG Citymarketing	Projekt noch nicht begonnen
"WIBC" (Werbegemeinschaft & BiberCard e.V.)	Bürger Einwohner Umland Touristen Nutzer ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> • Öffnungszeiten vereinheitlichen • Lieferservice organisieren • Schaufensterbeleuchtung optimieren • Unterstützung von Veranstaltungen WIBC 	nach Absprache	Stadtmarketing in Kooperation mit AG Citymarketing	noch nicht begonnen
Kooperation Stadtmarketing und "WIBC"	Werbegemeinschaft BiberCard Gastronomie Stadtmarketing	Quo vadis Stadtmarketing: <ul style="list-style-type: none"> • herstellen, pflegen und neu generieren von gemeinsamen Projekten und Aktionen mit den Innenstadtakteuren • Sitzungen 2 x jährlich • gemeinsamer Finanz-Pool 	laufend	Kulturamt/Stadtmarketing	laufend
Einzelhandel Nebenlagen	Einzelhändler Gastronomen Dienstleister in Nebenlagen	<ul style="list-style-type: none"> • Besatz der Nebenlagen: Erhebung liegt vor (Stadtmarketing, Werbegemeinschaft, BiberCard, IHK) 	seit 2012	Stadtmarketing	Erhebung liegt vor
Leerstände - Branchenmix	Immobilienbesitzer Interessenten für Ladengeschäfte Existenzgründer	<ul style="list-style-type: none"> • Immobilienbörse "Platz da..." - Homepage BC • pers. Vermittlung 		Stadtmarketing	Projekt laufend - aktuelle Erhebung der Leerstände Innenstadt im April 2015
Erreichbarkeit					
BC-App	Bürger Einwohner Umland Touristen Einzelhändler Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> • Orientierung und Information • Bewerbung von Aktionen (BC Aktions-Tool) 	Jul 14 1. Q. 2015	Stadtmarketing	Projekt ist abgeschlossen - laufende Aktualisierung erforderlich
Parkhäuser	Bürger Einwohner Umland Touristen Einzelhandel Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> • Erste Stunde kostenloses Parken - Bewerben u. a. an Stadteingangstafeln, in Prospekte, im Internet 	laufend	Stadtmarketing	Projekt ist abgeschlossen
Aufenthaltsqualität und Optik im Stadtraum Optimierung der Attraktivität der innenstadtnahen Plätze				siehe 61 und III	

*Kooperationsprojekte mit WIBC - siehe Arberitsgruppe "Citymarketing"