

# Die Neuausrichtung von Bad Oldesloe

# Die vier Phasen des CI-Prozesses

- Analyse des Ist-Zustandes
- Erarbeitung der zukünftigen Ausrichtung  
(Positionierung/Selbsteinschätzung geht voraus)
- Konzipieren und Ausgestalten der Instrumente  
(Verhalten, Kommunikation, Design)
- Verankerung in der Organisation/Stadt

# Stärken/Potentiale:

- Interessante Historie
- Strategisch günstige Lage
- Wasser- und Naturnähe
- Innenstadt und Fußgängerzone
- Schul- und Bildungsangebote
- Traditioneller Dienstleistungsstandort

# Die Vier Leitwerte:

Bad Oldesloe – die lebendige und mobile Stadt mit hoher Wirtschaftskraft

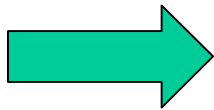
Bad Oldesloe – die Bildungsstadt mit kultureller Identität

Bad Oldesloe – die Stadt im Grünen mit hohem Freizeit- und Erholungswert

Bad Oldesloe – die familienfreundliche Stadt der Generationen mit Tradition

# Chancen:

- Naherholung
- Gesundheit/Wohlfühlen
- Entspannung
- Familienfreundlichkeit



prägen dabei das zukünftige Bild der Stadt

# Kernaussage

Die „weichen“ Faktoren – Natur, Familie, Entspannung – prägen das zukünftige Profil von Bad Oldesloe.

In Verbindung mit der strategisch günstigen Lage und der Historie sind das die selbstähnlichen Merkmale für Bad Oldesloe.

Deshalb die erarbeitete

**Kernaussage:**

# Kernaussage:



# Nutzen:

- Förderung der Identifikation mit der eigenen Stadt
- Mobilisierung von privatem Engagement
- Gewinnung von Entscheidern und Multiplikatoren,
- Umsetzung der vorgeschlagenen Projekte und Maßnahmen
- Verbesserte Koordination der einzelnen Aktivitäten
- Initiierung neuer Projekte
- Verbesserte Außendarstellung der Stadt

# Vorgehen/Umsetzung:

1. Grundsatzbeschluss der städtischen Gremien zur Neuausrichtung von Bad Oldesloe beginnend WPA
2. Kommunikation der Kernaussage/Ausrichtung (Implementierung)
3. Definition und Ansprache der gewünschten Zielgruppe(n) (Marketingansatz)
4. Aufbau eines Monitoring für Maßnahmen und Veranstaltungen

# Das CD-Manual



## I Wozu benötigt man ein CD-Manual?

Das CD-Manual liefert die Grundlage zur durchgängigen, nachhaltigen Umsetzung des visuellen Erscheinungsbildes.

Es ermöglicht die konsequente Umsetzung des Gestaltungs-Konzeptes innerhalb eines definierten CD-Rahmens.

Um mittel- oder gar langfristig einen einheitlichen Auftritt nach innen und außen zu gewährleisten, ist es erforderlich, allen beteiligten Mitarbeitern oder externen Partnern diese Gestaltungs-Richtlinien zu vermitteln.

Anwendungsbeispiele konkretisieren den visuellen Rahmen.

Um die angestrebte Profilierung zu erreichen, sollten Abweichungen von den im Manual fixierten Gestaltungs-Richtlinien und Anwendungs-Beispielen vermieden werden, .

Wenn neue oder geänderte Anforderungen es erforderlich machen, müssen die Gestaltungs-Richtlinien überprüft und entsprechend aktualisiert werden.

Das Bad Oldesloe CD-Manual umfasst im ersten Schritt die Definition des neuen Logos mit dem Claim.

Das CD-Manual - Bereich Logo - teilt sich auf in:

## II DIE GRUNDLAGEN

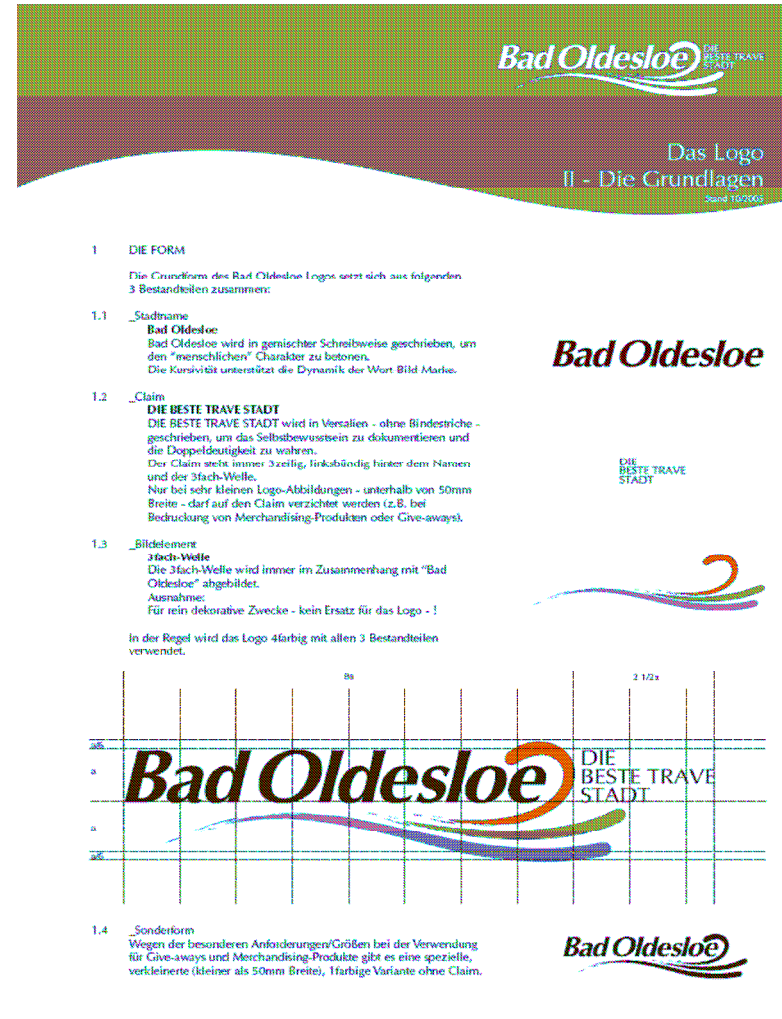
- 1 Die Form
- 2 Die Farbe
- 3 Die Schrift
- 4 Die Tonalität und

## III DIE ANWENDUNG

- 5 Formulare, Briefbogen, Visitenkarte
- 6 Broschüren
- 7 Anzeigen
- 8 Veranstaltungskalender
- 9 Plakate
- 10 Internet
- 11 Merchandising-Produkte

## IV ANHANG

- 12 Urheberrechte
- 13 Nutzungsrechte



# Instrumente der Corporate Identity

