

Projektvorschlag

Herr Ivo Gönner
Oberbürgermeister der Stadt Ulm
Rathaus Marktplatz 1
89070 Ulm

Projekt Nr. 08ULM0000
Ihr Ansprechpartner Dr. Jürgen Häusler
Datum 9. Dezember 2008

Initiative Marke Ulm.

Projektvorschlag zur Entwicklung einer Marke für die Stadt Ulm.

Interbrand
Zintzmeyer & Lux AG
Kirchenweg 5
8008 Zürich
Switzerland

Telefon

+41 44 388 78 78

Fax

+41 44 388 77 90

Internet

www.interbrand.com

Projektvorschlag

Datum 9. Dezember 2008
Empfänger Herr Ivo Gönner, Oberbürgermeister der Stadt Ulm
Seite 2

I. Projektbeschreibung

Ausgangslage

Wie viele Kommunen, steht Ulm im Standortwettbewerb um wertvolle Ressourcen. Als eine Stadt mit gewachsener Bedeutung und historischer, kultureller wie ökonomischer „Substanz“, wird Ulm fragmentiert wahrgenommen. Ulm ist vielfältig und komplex. Der Stadt fehlt eine klare Botschaft, es fehlt an einer klaren und differenzierenden städtischen Identität. Dies erschwert es, die Zielgruppen effektiv und effizient anzusprechen sowie die vielen internen Akteure und Interessensgruppen auf gemeinsame Ziele auszurichten.

Zielsetzung

Es wird eine Stadtmarke für Ulm entwickelt, die sich gegenüber anderen Städten und Stadtmarken differenziert und sich bei den angestrebten Zielgruppen attraktiv und glaubwürdig profiliert. Eine Stadtmarke Ulm verdichtet die zahlreichen Facetten der Stadt und ihre charakteristischen Werte, Stärken und Standortvorteile zu einem verständlichen Bild. Sie trägt massgeblich dazu bei, die vielfältigen Akteure und Kräfte zu koordinieren und hinsichtlich gemeinsamer Zielsetzungen zu bündeln. (Zu Analyse, Statusbeschreibung, Vorgehensvorschlag und Zielsetzung vergleichen Sie bitte die beiliegende Präsentation von Interbrand.)

Vorgehen

Die Entwicklung einer Marke, insbesondere im komplexen Umfeld einer Stadt, ist als längerfristiger und komplexer Prozess zu verstehen. Um eine für alle Beteiligten tragfähige Plattform für diesen Prozess einer Markenentwicklung für Ulm zu schaffen und die Marke zukünftig effektiv umsetzen zu können, schlagen wir die Einrichtung einer „Initiative Marke Ulm“ vor. Die Initiative wird langfristig tätig sein. In den ersten 12 Monaten wird sie die inhaltlichen und organisatorischen Grundlagen für die Entwicklung und das Management der Marke Ulm definieren. Die Initiative wird direkt beim Oberbürgermeister angesiedelt. Der Oberbürgermeister stellt die Beteiligung der relevanten Interessengruppen in der Stadt sicher. Interbrand stellt die notwendigen Kapazitäten und Kompetenzen zur Verfügung, um die Basis für die Entwicklung der Marke zu erarbeiten. Dazu steht ein Team mit unterschiedlichen Kompetenzen in Zürich zur Verfügung, ein Projektleiter wird regelmässig in Ulm präsent sein (die Stadt stellt die dafür notwendige Infrastruktur zur Verfügung), Dr. Jürgen Häusler leitet das Projekt und steht insbesondere bei wichtigen Abstimmungsgesprächen vor Ort zur Verfügung. Für die ersten 12 Monate hat die Initiative den Auftrag, die Grundelemente der Marke Ulm auszuarbeiten und einen Organisationsvorschlag für die längerfristige Einrichtung der Initiative Marke Ulm zu machen.

Projektvorschlag

Datum 9. Dezember 2008
Empfänger Herr Ivo Gönner, Oberbürgermeister der Stadt Ulm
Seite 3

II. Projektphasen und Arbeitsschritte

a) Entwicklung der Markengrundlagen

- Analyse der bestehenden Organisationen/Institutionen und der bestehenden Marken und Markenauftritte zur Stadt Ulm
- Entwurf einer Markenidee (Positionierung, Vision, Mission, Werte und Kommunikationsthemen)
- Entwerfen der Grundsätze zur Anwendung der Marke als Kommunikationsplattform
- Aufbereiten einer Konzept-Präsentation
- Abstimmungsmeetings: Präsentation, Abstimmung und Festlegung der Markenidee und ihrer Anwendung in der Kommunikation (Workshops mit dem Leitungsgremium)
- Nachbereitung und Dokumentation der Arbeitsergebnisse

b) Ausarbeitung des visuellen Markenauftritts

- Entwickeln der Grundelemente des visuellen Auftritts (Logo, Schriften, Farben etc.)
- Aufbereiten einer Konzept-Präsentation
- Abstimmungsmeeting mit dem Leitungsgremium
- Anpassungen, Ergänzungen und Feingestaltung der Marken-Grundelemente
- Festlegen der zu realisierenden Medien und Anwendungen (Touchpoints) und Erstellen einer entsprechenden Planung
- Abstimmungsmeeting mit dem Leitungsgremium

c) Entwicklung eines Organisationsmodells zum Management der Marke

- Festlegen der zu involvierenden Gremien und Organe
- Vorschlag zur Projektorganisation
- Vorschlag zur Festlegung der Aufgaben und Ablaufprozesse zur Entwicklung und Steuerung der Marke Ulm
- Vorschlag zur Finanzierung

d) Projektmanagement

- Laufendes Projektmanagement für die genannten Projektphasen
- Vorbereiten und durchführen von regelmässigen Meetings (Jour Fixe)
- Erstellen von Unterlagen für die Koordination (Zeitpläne, Charts, etc.)
- Laufende Beratung

Projektvorschlag

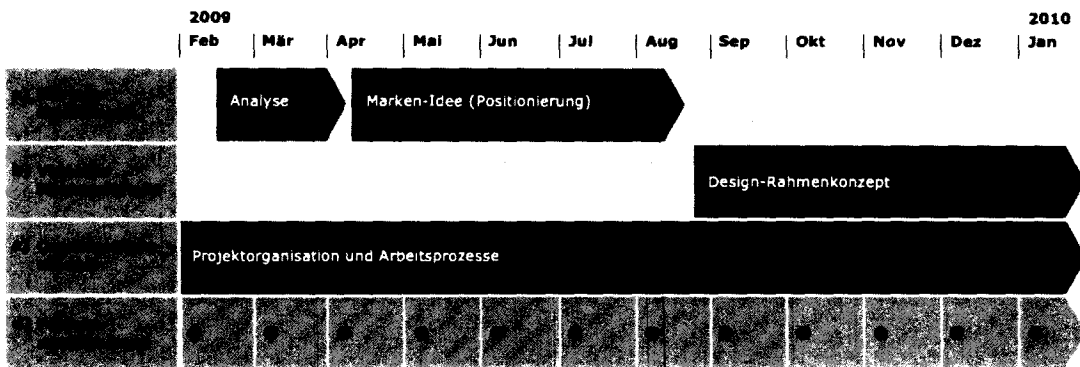
Datum 9. Dezember 2008
Empfänger Herr Ivo Gönner, Oberbürgermeister der Stadt Ulm
Seite 4

Arbeitsergebnisse

- Entwickelte Markenidee mit Markenvision, Markenmission, Markenwerten und Kommunikationsthemen (Teilaufgabe a).
- Entwickeltes Design-Rahmenkonzept für den visuellen Auftritt (z.B. Logo, Typografie, Farben, Layoutprinzipien, prototypisch gestaltete Auswahl von Medien und Anwendungen) (Teilaufgabe b).
- Vorschlag für die Projektorganisation (Organisationsmodell) der Initiative Marke Ulm mit klar definierten Arbeitsprozessen, Rollen und Verantwortlichkeiten (Teilaufgabe c).
- Projektmanagement und laufende Beratung während der genannten Projektphasen (Teilaufgabe d).

Sämtliche Arbeitsergebnisse werden dokumentiert und als PDF-Dokumente zur Verfügung gestellt.

III. Projektplan



- ◆ Kickoff/Projektbeginn (noch festzulegen)
- Jour Fixe

Projektvorschlag

Datum 9. Dezember 2008
Empfänger Herr Ivo Gönner, Oberbürgermeister der Stadt Ulm
Seite 5

IV. Aufwand

Für die Erfüllung des Auftrages unterstützt Interbrand die Initiative Marke Ulm und stellt dazu ein Projektteam im Interbrand Office Zürich zusammen. Dieses Projektteam bereitet die jeweiligen Entscheidungsgrundlagen vor und übernimmt die Ausarbeitung und Ausführung der oben beschriebenen Projektarbeiten. Für die Koordination und Steuerung des Markenprojektes vor Ort stellt Interbrand für die ersten 12 Monate einen Projektleiter zur Verfügung, der wöchentlich ein bis zwei Tage vor Ort in Ulm das Markenprojekt betreut, koordiniert und steuert. Geleitet wird das Projekt von Dr. Jürgen Häusler.

Für die Ausarbeitung der hier beschriebenen Aufgaben und Arbeitsschritte ist seitens Interbrand für die ersten 12 Monate mit dem folgenden Aufwand zu rechnen:

Honorar

| | | |
|---|---------|----------|
| Entwickeln der Markengrundlagen | ca. EUR | 40'000.- |
| Ausarbeiten des visuellen Markenauftritts | ca. EUR | 55'000.- |
| Vorschlag eines Organisationsmodells | ca. EUR | 5'000.- |

Total Honorar **ca. EUR 100'000.-**

Materialkosten

| | | |
|---------------------------------|---------|---------|
| Pauschal, 5% vom Honoraraufwand | ca. EUR | 5'000.- |
|---------------------------------|---------|---------|

Reise- und Aufenthaltskosten (nach Aufwand)

| | | |
|-----------------------------|---------|---------|
| Fahrtkosten (Bahn und Taxi) | ca. EUR | 9'500.- |
| Hotelübernachtungskosten | ca. EUR | 5'500.- |

Gesamttotal **ca. EUR 120'000.-**

Nachbemerkung:

Für die Weiterentwicklung im Rahmen der Initiative Marke Ulm sind die weiteren Projekte und Aufgaben noch zu definieren. Typischerweise sind das die folgenden:

- Dokumentation und Produktion der Marken-Grundelemente (reproduzierbare Daten)
- Entwickeln und Ausgestalten der (noch zu definierenden) Medien und Anwendungen (z.B. Geschäftsdrucksachen, Broschüren, Anzeigen, Internetauftritt, Gebäudekennzeichnung)
- Umsetzungsplanung
- Planung und Umsetzung eines Launch-Events
- Begleitung und Supervision der Umsetzungen

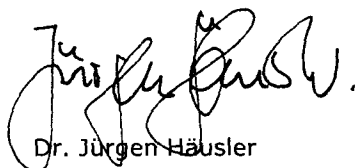
Projektvorschlag

Datum 9. Dezember 2008
Empfänger Herr Ivo Gönner, Oberbürgermeister der Stadt Ulm
Seite 6

Die hier genannten Preise sind Schätzungen auf Basis des heutigen Wissensstandes und vergleichbarer Projekte. Sie verstehen sich zuzüglich Zulieferungen Dritter nach Aufwand sowie der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Verrechnung erfolgt periodisch (monatlich) nach effektiv angefallenen Leistungen. Sollten diese unvorhergesehenerweise das Angebot übersteigen, informiert Interbrand den Auftraggeber vorab.

Wir danken für das entgegengebrachte Vertrauen.

Mit freundlichen Grüßen
Interbrand



Dr. Jürgen Häusler



Dr. Thomas Deigendesch

Auftrag erteilt:

Name _____

Ort, Datum _____

Unterschrift _____