



Stadt Wolfratshausen

Markenhandbuch

Kurzversion

Impressum

Auftraggeber

Stadt Wolfratshausen

Vertreten durch Herrn 1. Bürgermeister
Klaus Heilinglechner
Marienplatz 1,
82515 Wolfratshausen
Tel. 08171/214-0
info@wolfratshausen.de
www.wolfratshausen.de

Prozesssteuerung

Stadt Wolfratshausen – Referat Stadtmarketing

Dr. Stefan Werner
Marienplatz 1
82515 Wolfratshausen
Tel.: 08171/214-420
stefan.werner@wolfratshausen.de
www.wolfratshausen.de/stadtmarketing

Moderation & Prozessbegleitung



Prof. Dr. Joachim Vossen
Ottostraße 19
80333 München
Tel. 0897237022-98
vossen@isr-forschung.de
www.isr-forschung.de

Bearbeitungsstand: September 2022

Die Entwicklung der Dach- marke für die Stadt Wolfratshausen

Die vorliegende Kurzversion des Markenhandbuchs (Markenkonzept) der Stadt Wolfratshausen, gibt einen zusammenfassenden Überblick über die Ergebnisse des durchgeführten Dachmarkenprozesses. Die Langversion gibt einen umfassenden Einblick in den Markenprozess und ist als interne Handreichung insbesondere für all jene gedacht, die direkt mit der Markenkommunikation (Markenführung) beschäftigt sind.

Eine städtische Markenentwicklung dient dem Aufbau einer einzigartigen Position in den „Köpfen“ von Zielgruppen. Zu den zentralen Anforderungen gehört es dabei, die Besonderheiten des Ortes herauszustellen, ihn interessant und wahrnehmbar zu machen,

ihn von anderen Standorten klar zu unterscheiden und damit einzigartig zu machen. Eine leistungsfähige städtische Marke vermittelt ein positives Image nach innen und außen und unterstützt die Stadt in der Entwicklung. Sie ist ein wichtiges Instrument im Wettbewerb der Standorte, der immer stärker zu einem Kommunikationswettbewerb wird.



Die Themenfelder

Aus allen Erhebungen – begonnen mit der Eigenimageabfrage, der Fremdimageanalyse bis zu den Workshops – wurden häufig vorkommende Formulierungen, Begrifflichkeiten und Ideen gesammelt und zusammengefasst und auf ihre „Markenwirksamkeit und „Markenverwendbarkeit“ überprüft. Die

<p>▪ Lebensqualität</p> <p>Veranstaltungen</p> <p>Kultur</p> <p>Ruheoasen für die Seele</p> <p>Tourismus</p> <p>Golf</p> <p>Wohnen, wo andere Urlaub machen</p> <p>Starnberger See</p> <p>Freizeitangebote</p> <p>Man kennt sich</p>	<p>▪ Versorgung</p> <p>Alles nah</p> <p>Gastronomie</p> <p>Kurze Wege</p> <p>Nahversorgung</p> <p>Stressfreies Shopping</p> <p>Inhabergeführter Einzelhandel</p>
<p>▪ Lage/ Topographie / Umfeld</p> <p>Alpenblick</p> <p>Die Stadtgestalt</p> <p>Privilegierte Lage</p> <p>Lage am Fluss</p> <p>Oberland</p> <p>Die Stadt zwischen München und Venedig / Alpen</p>	<p>▪ Tradition / Historie</p> <p>Flößerstadt</p> <p>Tradition</p> <p>Altstadt</p> <p>Zeitgeschichte</p> <p>Brauchtum</p>

entstandenen Themenfelder haben wir anhand von Zukunftstrends weiter ausgewählt und zu Schlüsselbegriffen und Kernassoziationen profiliert.

Positionierungsfelder

Die hieraus entstehenden Kern- oder Markenwerte ergeben einen zukünftigen Wertekanon für Wolfratshausen, im Folgenden aufgeführt nach ihrer Bedeutung und damit Priorität bzw. Intensität ihrer zukünftigen Nutzung.



Schlüsselbegriffe: Fluss, Strom, Bewegen, Beweglich, Dynamik, Kraft, Macht, Veränderung,

Grundlage für die besondere Situation Wolfratshausens waren immer schon Loisach und Isar. Wasser und damit Bewegung, Kraft und Dynamik spielen in diesem Kontext eine zentrale Rolle. Diese Eigenschaften lassen sich eng mit Wolfratshausen verbinden. Die Stadt sollte in ihrem Selbstverständnis mit ihren tatsächlich vorhandenen vielfältigen Projekten und Maßnahmen *ein aktives Zentrum im Oberland darstellen und dies auch glaubwürdig kommunizieren.*

*Schlüsselbegriffe: **Mut, Kraft, Geschick, Zähigkeit, Ausdauer, Standhaftigkeit, Gleichgewicht, Gelassenheit, Zielgerichtet***



Eng verbunden mit der Stadt sind seit jeher die Flößer. Ihre Arbeit wurde durch Mut Ausdauer und Geschicklichkeit geprägt. Diese Eigenschaften und Traditionen lassen sich vorteilhaft auf den Charakter der Menschen und

damit der Stadt übertragen. Die Flößerstadt zeichnet sich durch diese Eigenschaften aus.



Schlüsselbegriffe: Verbinden, Vernetzen, Partizipieren, Teilhaben – Stadtkultur (Urbanität) trifft Oberland, Schnittpunkt

Städtischer Raum in der Vernetzung alpiner Kulturlandschaft und urbanem Zentrum. Wolfratshausen stellt seit jeher die Verbindung zwischen dem Alpenraum und dem urbanen Zentrum München her. Seit dem 12. Jh. legten Flöße in großer Zahl von Wolfratshausen in Richtung München ab. Hierdurch entstand eine intensive Verbindung zwischen Alpenwelt und urbanem Zentrum, das für beide Seiten äußerst nutzbringend war. Es entwickelte sich eine intensive Vernetzung zwischen den Standorten und wahrscheinlich auch durch die kulturelle Kontaktfläche ein kultureller Austausch bzw. eine Schnittfläche. Hierdurch entwickelte sich das eigenständige städtische Zentrum Wolfratshausen mit einem eigenen Profil, das heute einen eigenen markanten und authentischen Charakter hat.

*Schlüsselworte: **Voralpen, Pittoresk, Romantik, Tracht, Tradition, Gemütlichkeit, Geselligkeit, Gastlichkeit, der Biergarten***



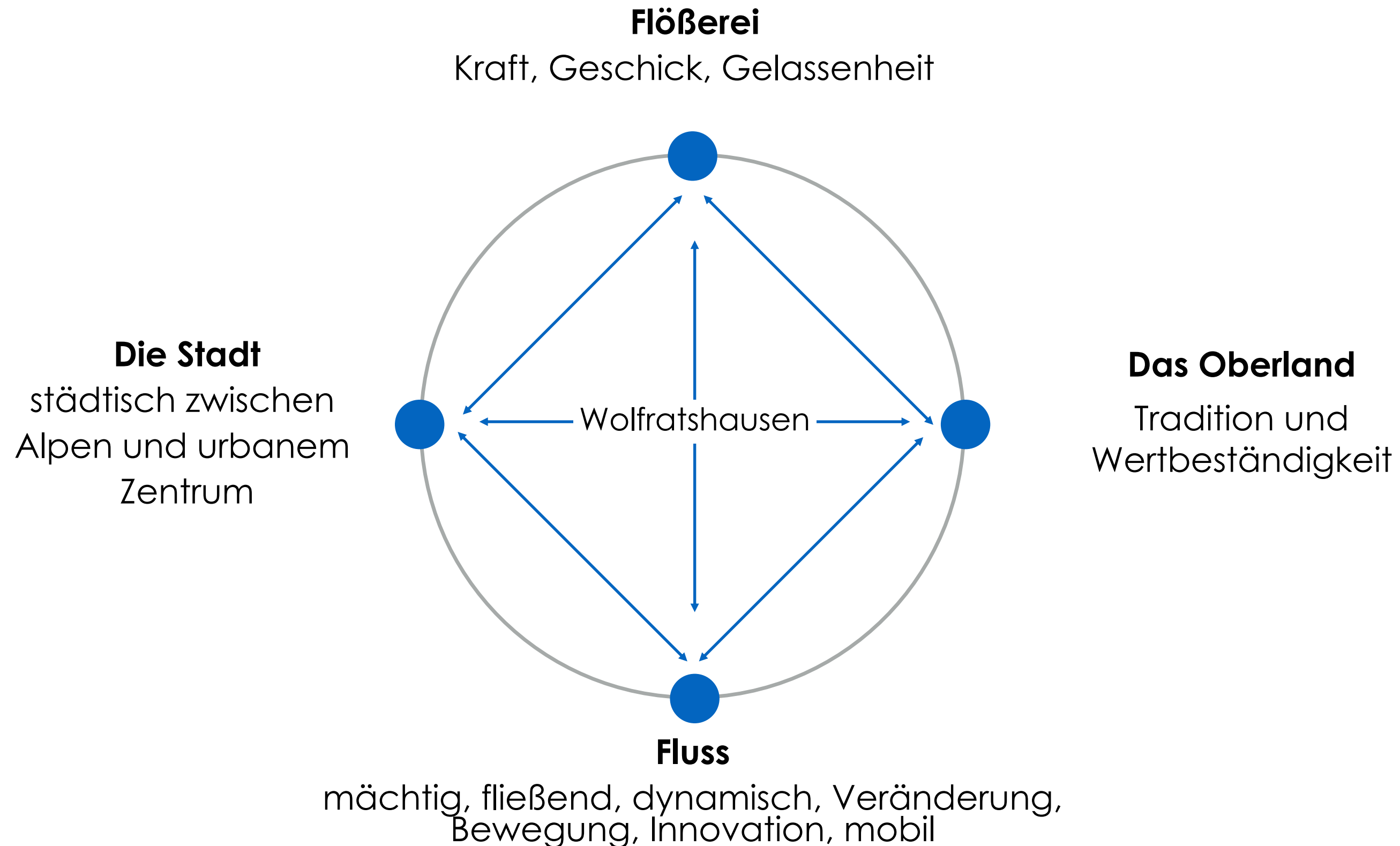
Der Mythos Bayern (Oberbayern) Leben. Konnotationen des Klischees nutzen. Romantik des Oberlands, Wälder, Berge, Seen – Paradiese, bewohnt von „Burschen und Dirndl“ in farbenfroher Tracht und Wolfratshausen mittendrin.

Dieses Klischee kommt nicht von ungefähr. So sahen die Maler im 19. Jahrhundert das Alpenvorland. Ihre Gemälde schmückten die Weltausstellungen und Wohnzimmer des Bürgertums weltweit. Auf Postkarten gedruckt brachten sie Bayern massenhaft in die Welt. Auch heute sind diese Bilderwelten noch äußerst stark in den Köpfen präsent und sollte mit Wolfratshausen eng verbunden werden.



Die Positionierungsfelder von Wolfratshausen

Das Spannungsfeld an Eigenschaften



Was prägt unsere Identität, wer bin ich?

Das dynamische Zentrum im Oberland

Wolfratshausen verbindet beide Welten. Die Qualitäten der Urbanität auf der einen Seite und das Oberland, die einmalige landschaftliche Schönheit und Souveränität (des bayerischen) auf der anderen Seite. Die Stadt selbst verbindet dabei dynamisches, städtisches Leben und die Gelassenheit und Schönheit und Beständigkeit der Voralpen.

Sie schafft damit die Voraussetzungen für ein anregendes, dynamisches Zentrum, das in einem stabilen, ausgleichenden, traditionellen Kontext eingebettet ist. Kultur und Natur, Modernität und Tradition, Innovation und Wertbeständigkeit treffen hier aufeinander und schaffen die besondere, einmalige Mischung. Der Stadt gelingt die

Balance zwischen Stadt und Land, zwischen Modernität und Tradition.

Sie entwickelt sich zwischen Beständigkeit und fließender Dynamik und entwickelt somit den Charakter und die Tradition der Flößer und der Flößerstadt weiter.

Was bieten wir an – was können wir besonders gut

Wolfratshausen verfügt über eine Vielzahl von städtischen Angeboten, angefangen von der attraktiven Stadtstruktur, der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit, den vielseitigen Dienstleistungen bis hin zum Einzelhandel und der breit aufgestellten Kultur sowie Gesundheitsangeboten.



Viele der Angebote Wolfratshausens entsprechen den Erwartungen, die man an eine Stadt stellen darf. Einige ragen jedoch als sogenannte „Points of Difference“ über das durchschnittliche Leistungsmaß hinaus und müssen für die Positionierung der Stadt stärker in Wert gesetzt werden.

Zu den Premiumaspekten gehören dabei die Einbettung in die umgebende Landschaft des Oberlandes, das Flößertum und die direkte und sehr gute

Anbindung an die Landeshauptstadt München.

Diese Leistungen müssen prominent in der zukünftigen Markenführung kommuniziert werden. Wichtig ist, dass ein klar wahrnehmbarer Nutzen für den potenziellen Kunden durch eine oder mehrere Eigenschaften nachweisbar sind.

Wie bin ich – der Markencharakter

Die Frage wie bin ich repräsentiert die Markentonalität, die Persönlichkeitseigenschaften. Welche Reaktionen, welche Emotionen sollen mit der Marke Wolfratshausen verknüpft werden, wie soll sie erlebt werden und wie sollen sie nachher sinnlich wahrnehmbar in der Kommunikation gestaltet werden.

Die zentralen Persönlichkeitsmerkmale der Marke Wolfratshausen sind



Flößfahrt auf der Aar.
Nach dem Original-Gemälde von K. Knabl.

angelehnt an den Charakter der Flößer. Diese Merkmale charakterisieren Stadt und Menschen. Energische, anpackende, das gemeinsame Ziel verfolgende „Flößer“, die das Risiko nicht scheuen und zusammenhalten. Sie halten das Gleichgewicht auch in schwierigen Situationen und jeder kann sich auf den anderen verlassen.

Schlüsselbegriffe wie dynamisch, kraftvoll, mächtig im Fluss, zielgerichtet gehören zu den Eigenschaften.

Gleichzeitig verkörpert und vereint die Stadt die „romantische Erzählung“ des



bayerischen und modernen, innovativen städtischen Standorts u. a. gekennzeichnet durch die vorteilhafte Anbindung zur Landeshauptstadt. Schlüsselbegriffe wie Oberland, Romantik, Tradition, wertbeständig, städtisches Zentrum, vernetzt, Innovation und Offenheit gehören in diesen Kontext.

Die Marke Wolfratshausen vereint die Gegensätze von **Beständigkeit** und **Veränderung**.

Das Markenerscheinungsbild – wie trete ich auf?

Das Markenbild von Wolfratshausen wird durch eine Fülle von sinnlich wahrnehmbaren Eindrücken und Bildern geprägt, die einen Beitrag zur Marken-



bekanntheit (wiedererkennen, erinnern, assoziieren) bzw. zum

Markenimage leisten. Es geht darum, wie die Marke durch Sehen, Hören, Riechen, Schmecken und Fühlen zum Ausdruck kommt. Alle „Kanäle“ müssen bespielt werden.

Die Eindrücke können durch persönliche Kommunikation, durch Massenkommunikation oder auch durch die Gestaltung des öffentlichen Raums, durch Gebäude, Internetauftritte und Produktangebote transportiert werden. Hierdurch entstehen Wahrnehmungsmuster, die mit Wolfratshausen verbunden werden. Bilder spielen dabei eine zentrale Rolle.

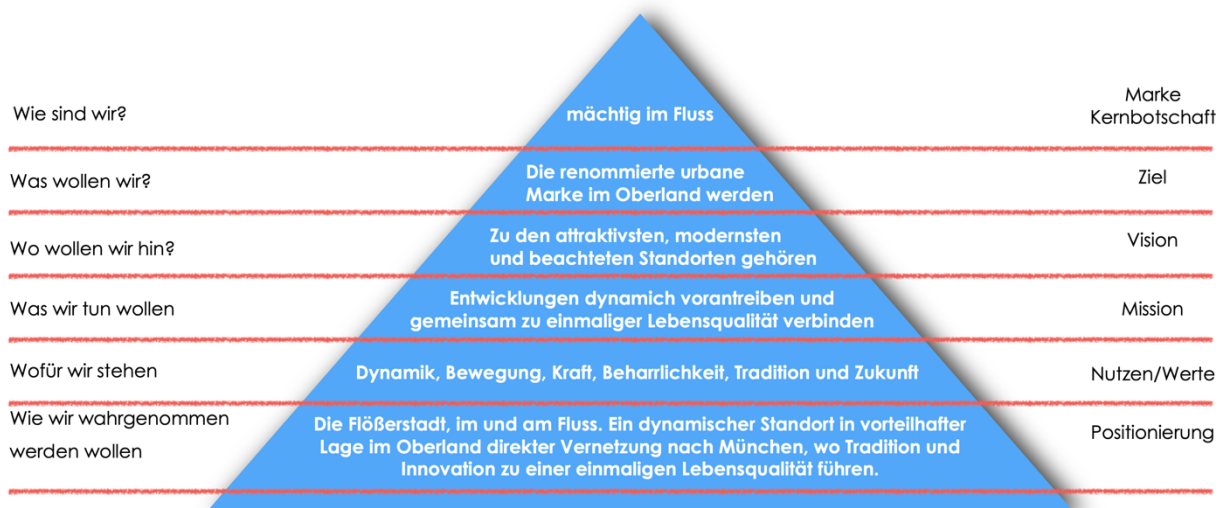
Konkret geht es darum, festzulegen sichtbare Zeichen zu setzen, die die Marke klar und unmissverständlich konnotieren. Sie hinterlassen ein Hinweisschild im Kopf der Zielgruppen.

Wenn die weichen Faktoren dann u. a. mit dynamisch, kraftvoll, innovativ

beschrieben werden können, dann muss die Inszenierung der Marke Wolf-ratshausen in der Kommunikation diese Faktoren zum Ausdruck bringen.

Die Markenpyramide

Aus Teilbereichen des Markensteuer-rads wird komprimiert eine Markenpy-ramide abgeleitet, die zentrale Werte und Ziele der Marke verdeutlicht. Die



Pyramide verdeutlicht die Ableitung der Kernbotschaft und setzt sie in Ziele und Eigenschaften um, bis hin zum wahrgenommenen Image, das am

Ende die gewünschte Sicht auf den Standort und damit das Fremdbild bestimmt. Zwischen der Kernbotschaft „mächtig im Fluss“ und der gelungenen Positionierung am Schluss, stehen Eigenschaften und die Art und Weise wie wir z. B. in Wolfratshausen Dinge „angehen“ (dynamisch, gemeinsam, mit Kraft und Beharrlichkeit). Das bedeutet im täglichen Kontext die Marke auszufüllen und authentisch zu vertreten.

Die Wortmarke und das Markenversprechen

Die Flößerstadt – mächtig im Fluss!

ist das Markenversprechen und die Positionierung der Stadt Wolfratshausen. Es ist zentraler Bestandteil der Markenidentität und elementar für ein

erfolgreiches Auftreten am Markt. Aus dem Markenversprechen lassen sich alle wesentlichen Botschaften ableiten. Die Flößerstadt ist ein städtischer Standort mit einer großen Tradition im Oberland, hat mit dem Flößertum eine enge thematische Verbindung zum Fluss und u. a. auch durch ihre Vergangenheit eine starke Verbindung zur Landeshauptstadt München.