

Die Markenpersönlichkeit von Albstadt lautet: Albstadt ist die Wohlfühlstadt, in der man richtig gut, zufrieden und glücklich leben und arbeiten kann. Die Formulierung drückt genau das aus, warum die Albstädter Bürgerinnen und Bürger so gern in ihrer Stadt leben. Die beiden Kernaussagen „Hohe Lebens- und Wohnqualität“ und „Erstklassige Work-Life-Balance“ sind dabei die wichtigsten Erfolgsbausteine (oder Markentreiber), die in den kommenden Jahren konsequent und nachhaltig in den Mittelpunkt der Kommunikation gestellt werden.

Die Kampagne Albstadt. Leben. Weit über normal.

Werbung kann, ohne Zweifel, sehr effektiv das Image einer Stadt, die Einwohner-, Investoren- und die Besucherzahlen steigern, wenn gewisse Voraussetzungen erfüllt werden. Entscheidend für die Werbewirkung sind zudem drei Faktoren: Das Nutzenversprechen muss für die Zielgruppen relevant sein, es muss glaubwürdig sein und es muss verhaltensmotivierende Emotionen auslösen.



Im Juli 2018 startete die Kampagne „Albstadt. Leben. Weit über normal.“ So lautet der neue Markenslogan der Stadt, der das besondere Lebensgefühl von Albstadt selbstbewusst, merkfähig, fokussiert und mit einem Augenzwinkern auf den Punkt bringt.

Die Anzeigen- und Plakatomotive sprechen die zentralen Motive relevanter Zielgruppen mit unterschiedlichen Schwerpunkten an. Optisch greifen graphische Elemente der Kampagne zudem die topografische Lage und die Farben der Natur in und um Albstadt auf. Sie fließen als grafische Elemente in die Kampagne ein und lassen sich flexibel einsetzen. Gerade in Filmen, Videoclips und anderen digitalen Anwendungen bieten sie moderne, bewegliche Umsetzungsmöglichkeiten.



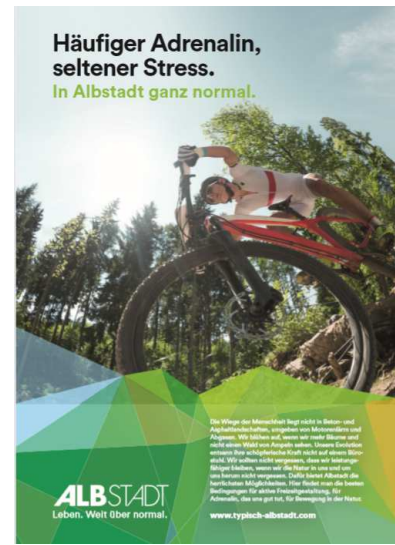
Auch digital wird Albstadt zeitnah „weit über normal“.

Die Kommunikations-Kampagne von Albstadt wird in den kommenden Monaten und Jahren sukzessive, konsequent und langfristig auch in digitalen Medien kommuniziert.

Ein wichtiger Baustein wird dabei die Übertragung des neuen Markenauftritts auf eine neue, moderne und bürgerfreundliche Website der Stadt sein. Albstadt nutzt die Chancen, die digitalen Medien für eine moderne, nach vorn orientierte Stadt bieten. Dazu wird neben der Internetseite ein Leitfaden für die zukünftige Kommunikation der Stadt entwickelt. Der Fokus liegt dabei auf der elektronischen Kommunikation.

So kommuniziert Albstadt demnächst auch in einem Internet-basierten Portal interessante Geschichten rund um Albstädter Bürger und Geschehnisse. Auch die immer populärer werdenden Social Media-Kanäle werden dabei eine wichtige Rolle spielen.

Der Prozess für die digitale Agenda von Albstadt wurde bereits gestartet. Dazu wurde ebenfalls in einer Bürgerbefragung die Erwartungen und Bedürfnisse der Albstädter an eine digital führende Zukunftskommune analysieren und konsequent aufgreifen. Eine digitale Agenda wird zur Zeit erarbeitet.



Kurz-Lebensläufe



Michael Röck ist seit 2005 als Pressesprecher und persönlicher Referent des Oberbürgermeisters und unter anderem für Kommunikation und Marketing der Stadt Albstadt verantwortlich. Nach dem Studium zum Dipl.-Verwaltungswirt (FH) arbeitet er seit 2001 bei der Stadtverwaltung Albstadt.



Detlev Bernhart war 20 Jahre in führender Position bei Ogilvy & Mather und BBDO für große Marken wie Henkel, Bayer, American Express, Ferrero u.a. in der internationalen Betreuung verantwortlich, davon einige Jahre in New York.

Ludwig Silbermann startete seine Kommunikationslaufbahn bei Leo Burnett, wo er für Marken wie Philipp Morris/Marlboro und New Products, MM Sekt, Black & Decker und Storck tätig war. Seit 1986 ist er selbständig und war u.a. an der Markenentwicklung von Jack Wolfskin beteiligt.

Beide sind seit 2004 Geschäftsführer und Gründer der Agentur Château Louis und arbeiten für Marken wie BASF, Börlind, LBBW, Merziger, stellenanzeigen.de, V-Bank, WGV Versicherungen, und viele mehr

www.chateaulouis.de **Telefon: 07141-2999 332**



Dr. Ralf Mayer de Groot leitet seit 2007 das internationale MAYER DE GROOT Marketing-Research and Consult Netzwerk. Betreute Unternehmen und Marken erhielten in den letzten Jahren über 40 Auszeichnungen (Marken Awards, Produkt des Jahres etc.) Er war von 1999 bis 2006 Vorstand bei Konzept & Analyse. Zuvor arbeitete er u.a. für die MARS-Gruppe international sowie als Geschäftsführer bei der Mediaagentur Carat und beim Institut Target Group. Seine berufliche Laufbahn begann er bei der Werbeagentur Scholz & Friends. Er ist Autor vieler Fachartikel und Bücher, gefragter Sprecher bei Kongressen und Dozent an Universitäten.

mdq.mayerdegroot.com **Telefon: 06198-50 29 21**

