

Dachmarke Friesoythe

Markenprozess // Markenkern // Markendesign



elemente



KOMMUNIKATION & BERATUNG

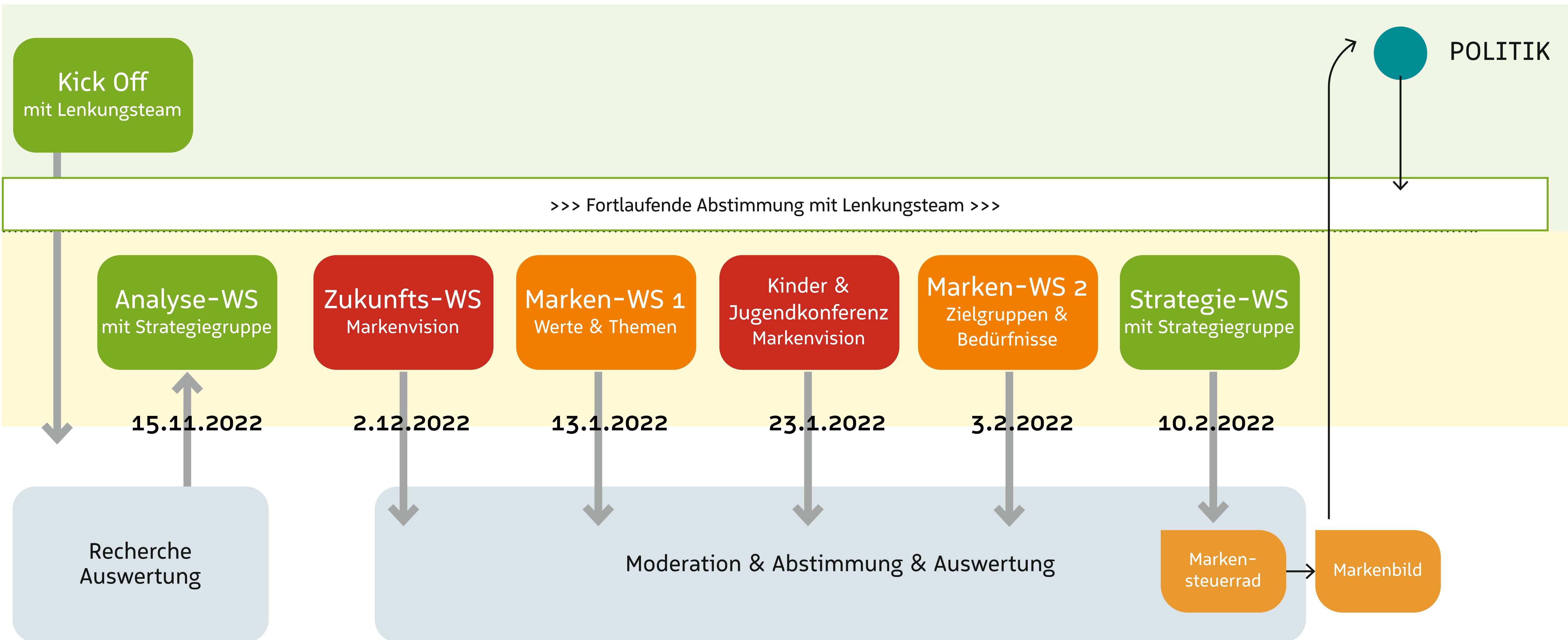
Unser Auftrag:
Durchführung eines
Dachmarkenprozesses für die Stadt
Friesoythe.

Ergebnisoffen

Heute

- Prozess
- Markensteuerrad
- Positionierung &
2 Markendesigns zum Entscheid

Der Prozess



Strategiegruppe: Ist-Analyse & Zielsetzung





- Grundlage:
- ISEK
 - Dorfentwicklung Friesoythe Süd
 - Dorfentwicklung Kanaldörfer
 - Regionales Entwicklungskonzept Soesteniederung
 - Einzelhandelsgutachten
 - ...

Ziele/Aufgaben der Marke

Dörfer und
Kernstadt
vereinen – nicht
verschmelzen

Wir-Gefühl
schaffen

Attraktivität für
Familien steigern

Profilierung als
interessanter und
gut erreichbarer
Wohnstandort

Schaffung/Sicherung
eines investitions-
und
wirtschaftsfreundlichen
Klimas

Ausbau als
bedeutender
Arbeitsplatzstandort /
Fachkräftesicherung

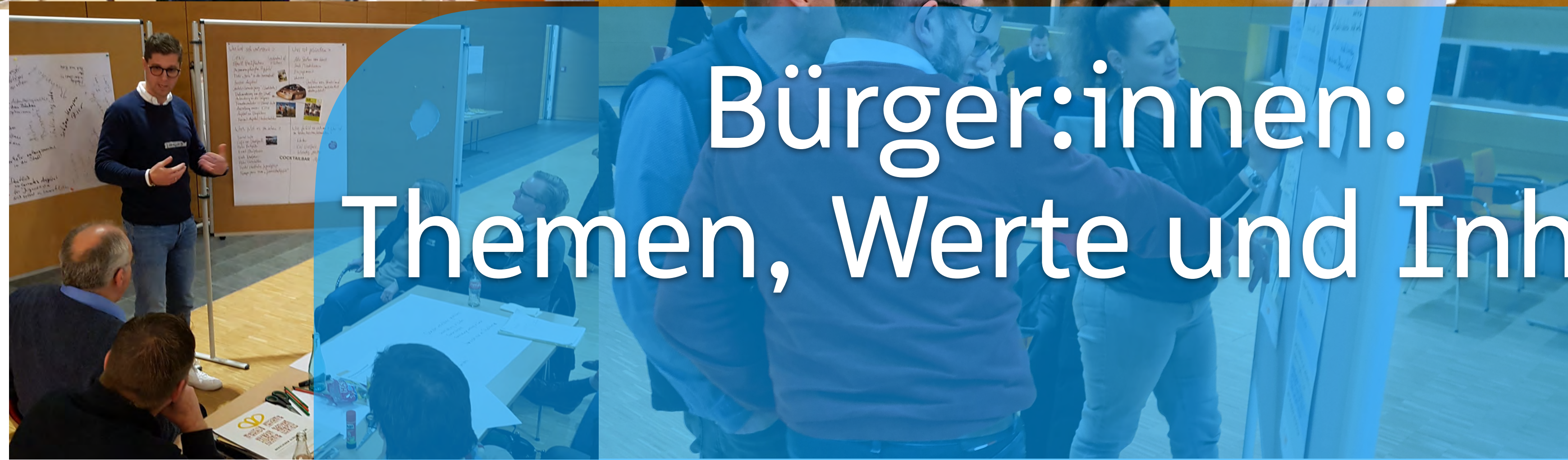
Medizinische
Versorgung
zukunftsfest machen



Ziele/Aufgaben der Marke

Wir-Gefühl
schaffen

Dörfer und
Kernstadt
vereinen – nicht
verschmelzen



Entwürfe für Markenvisionen

Stadt am Wasser:
Bad Friesoythe

Die Stadt der
Jungen und Alten

Nachhaltiges
Friesoythe

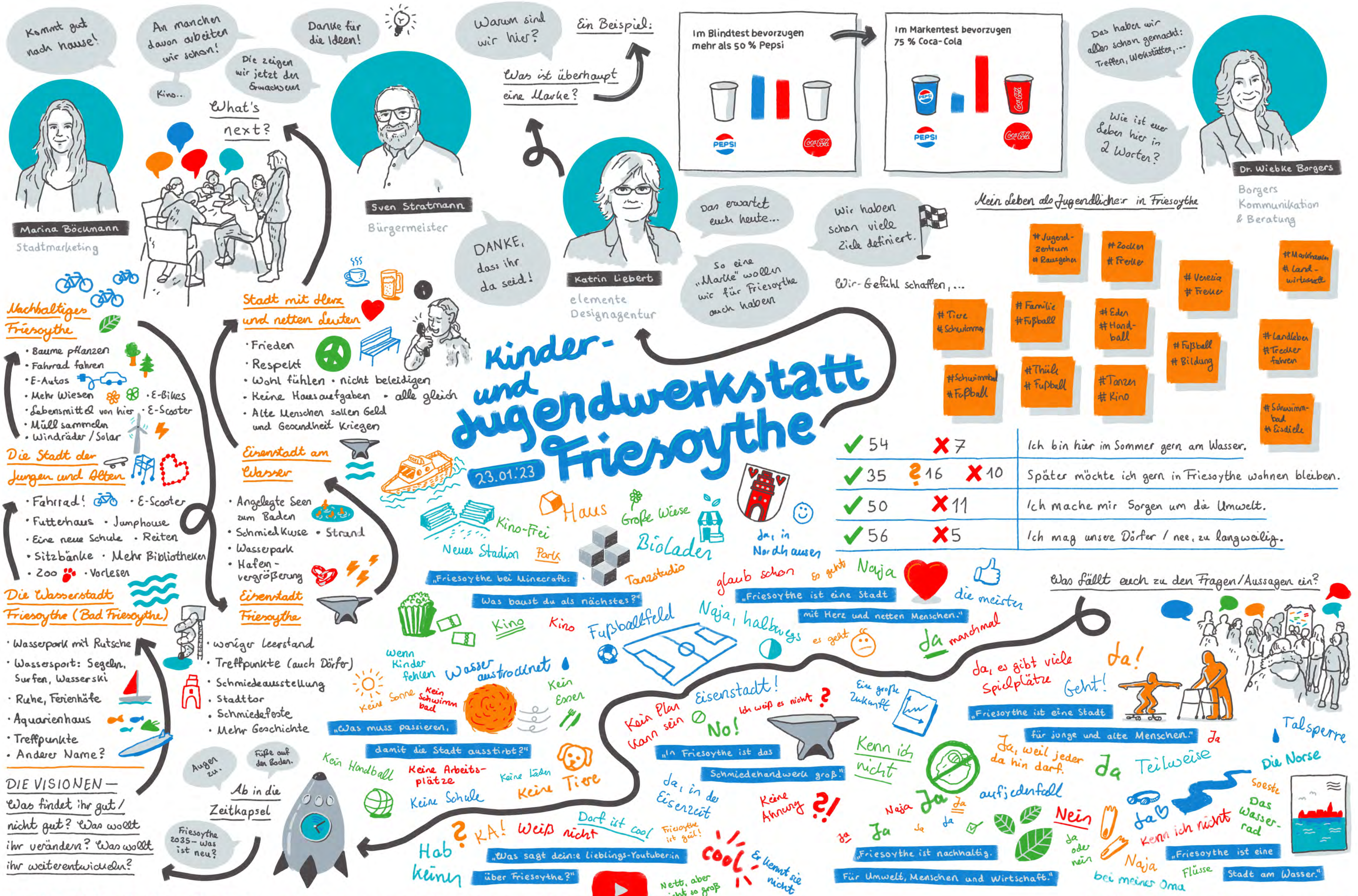
Eisenstadt

Eisenstadt
am Wasser

Stadt mit Herz
und netten
Leuten



Kinder & Jugendliche: Realitätscheck





Strategiegruppe: Bewertung & Ergebniszusammenfassung

Unsere Matrix: Das Markensteuerrad nach F.-R. Esch.

Marken-
Nutzen

Marken-
Werte

Marken-
Treiber

Marken-
Bild

Markenziele

**Wir-Gefühl
schaffen**

**Dörfer und Kernstadt
vereinen – nicht
verschmelzen**

Profilierung als
interessanter und
gut erreichbarer
Wohnstandort

Attraktivität für
Familien steigern

Medizinische
Versorgung
zukunftsfest machen

Schaffung/Sicherung
eines investitions- und
wirtschaftsfreundlichen
Klimas

Ausbau als bedeutender
Arbeitsplatzstandort /
Fachkräftesicherung

Markentreiber

Markenwerte

Jung

Jung, Jung, Jung

Familie

Familie, Familie, Familie, Familie, Familie,
(Große) Familie, Familie, Familie, Familie,
Familie, Familie, Familie, Familie

Gemeinschaft

Gemeinschaft, Gemeinschaft, Große
Gemeinschaft, Gemeinschaft, Gemeinschaft,
Gemeinschaft

Heimat

Heimat, zu Hause sein, Heimat, Heimat

Innovationskraft

Natur

Natur, Natur, Natur, Natur, Natur, Natur, Natur

Tradition

Tradition, Tradition

Offenheit

offen

Bunt / Lebendig

Markenbild

Die Markentreiber

Wasser

Erlebbarer Wasserwelten // Wasser verbindet // Wasser als Begegnungspunkt // Flüsse & Kanäle // Soester // Thülsfelder Talsperre

Natur

Natur // Vielfältige Naturlandschaften // Natur, Wälder, Talsperre // Natur // Natur in der Stadt

Radwegenetz

Vielfalt der Dörfer (Diversität)

Identifikation mit den Dörfern // Lebendige Dörfer

Moderne Innenstadt

gepflegte, ordentliche Stadt / moderne, sanierte Innenstadt // *kurze Wege -> Stadtkern*

Junge Stadt

Junge Bevölkerung // Junge Stadt

Starkes Heimatgefühl

Vereine

Lebendiges Vereinsleben // Vereine und Ehrenamt // Engagement + Vereinsleben „groß“ // Vereine & Ehrenamt // Ehrenamt // Kinder gut im Verein untergebracht

Große Tradition

„Alte“ Stadt mit Werten + Tradition

Schmieden

Viele Schmieden // Nördlichste Stadt des europäischen Schmiederinges

Eisen

Rasenerzvorkommen > Eisenstadt

Breit aufgestellte mittelständische Wirtschaft

Handwerk

Viel Handwerk // Solides Handwerk, starker Mittelstand

Erneuerbare Energie

Guter Standort für erneuerbare Energien (Wind, Wasserstoff & Biomasse) // Großes Strom(Energie)angebot

Förderung moderner Technologien

Einzelhandel

Einkaufsmöglichkeiten in Friesoythe; Stadtzentrum mit funktionierendem Einzelhandel und kaum Leerstand // Starker (inhabergeführter) Einzelhandel // Starker Einzelhandel

Landwirtschaft

Familiäres Umfeld

Familiäre Strukturen (Kinderbetreuung, Bildungsangebote, bezahlbares Eigenheim, junge Bevölkerung) // familienfreundlich // Familiäres Umfeld

Transferleistung:

Der fachliche Blick auf das
Markensteuerrad

1. Konkurrenzanalyse
2. Bewertung
3. Reduktion & Verdichtung

Verbundenheit zwischen allen Friesoyther Bürger:innen

Tolerante und vielfältige Gesellschaft

Familienfreundlichkeit

investitions- und
wirtschaftsfreundliches Klima

Attraktiver Wohnstandort

Arbeiten vor Ort

Gute
medizinische
Versorgung

**Marken-
Nutzen**

Tradition

Heimat

Familie

Gemeinschaft

Natur

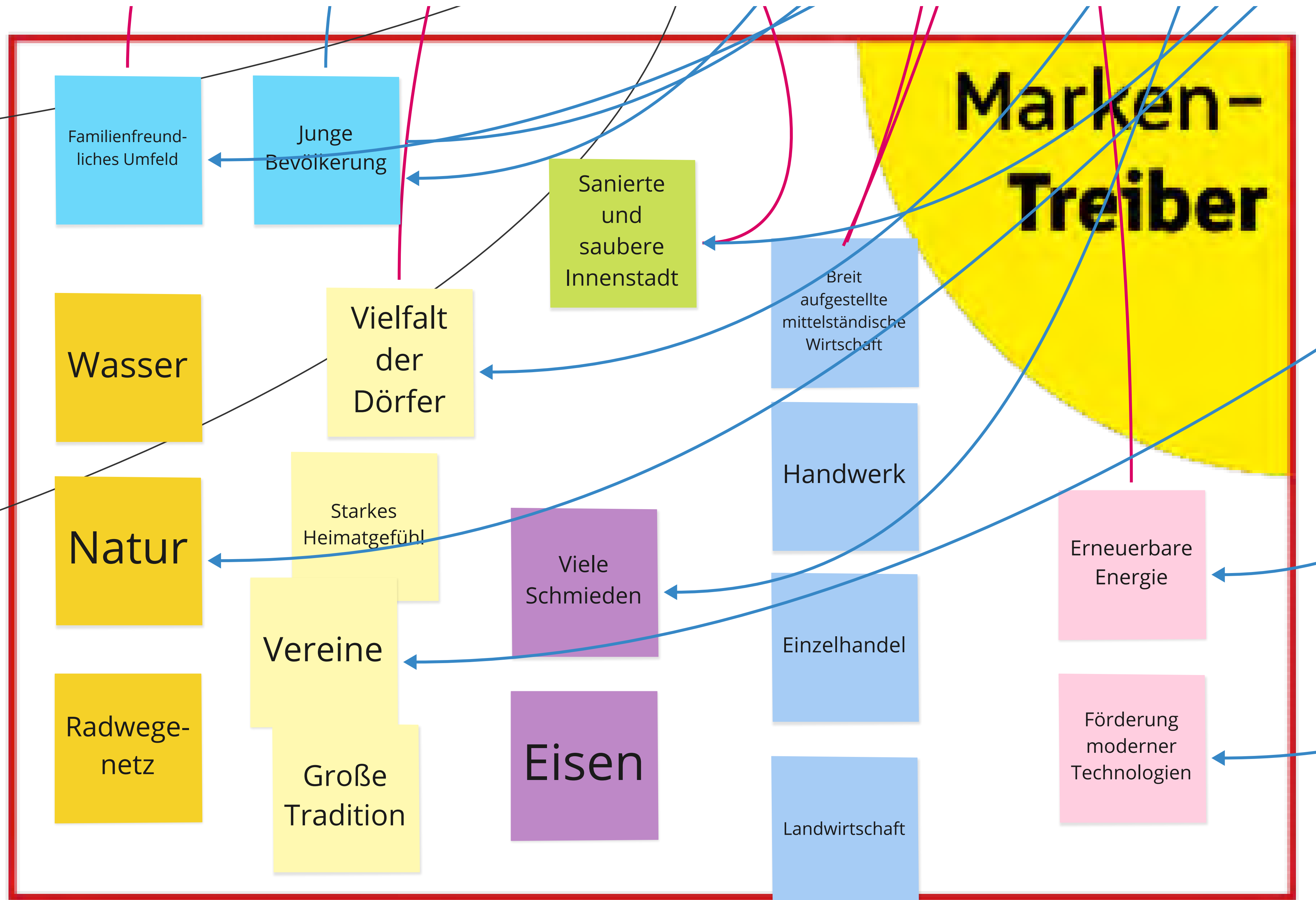
Lebendigkeit

Innovationskraft

**Marken-
Werte**

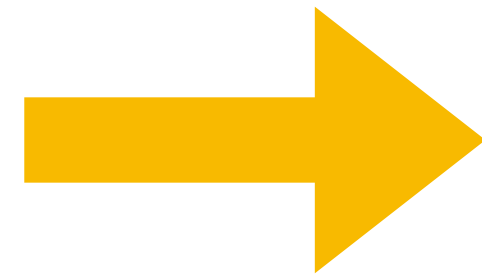
Jung

Offenheit



Familienfreund-
liches Umfeld

Junge
Bevölkerung

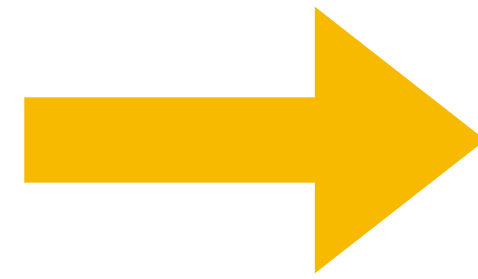


**Familienfreundliche,
junge Stadt**

Wasser

Natur

**Radwege-
netz**



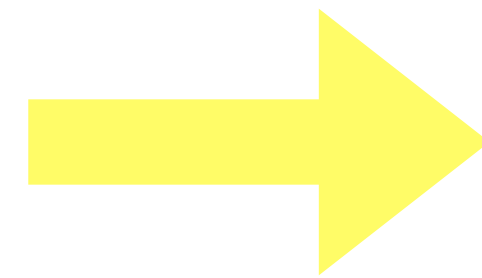
Erlebbare Natur am Wasser

**Vielfalt
der Dörfer**

**Starkes
Heimat-
gefühl**

Vereine

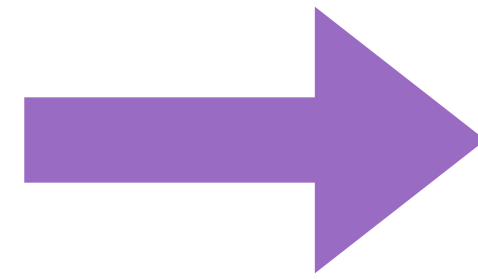
**Große
Tradition**



**Dörfliche
Vielfalt &
Brauchtumsfeste**

Viele
Schmieden

Eisen



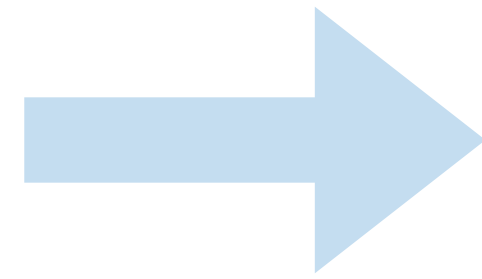
Schmiedehandwerk

Breit
aufgestellte
Mittelständische
Wirtschaft

Handwerk

Einzelhandel

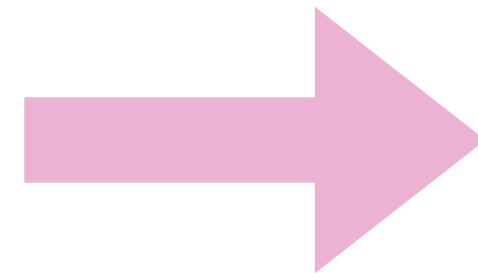
Landwirtschaft



**Breit aufgestellte
mittelständische
Wirtschaft**

Erneuerbare
Energien

Förderung
Moderner
Technologien



Zukunftstechnologien

Dörfliche Vielfalt

**Brauchtums-
Feste**

**Erlebbare Natur
am Wasser**

**Familienfreundliche,
junge Stadt**

**Schmiede-
Handwerk**

**Breit aufgestellte
mittelständische
Wirtschaft**

Zukunftstechnologien

**Marken-
Treiber**

Transferleistung:

Entwicklung von
7 Kernbotschaften für die
Markenkommunikation.

Kernbotschaft 1

Friesoythe lebt von seinen Gegensätzen: Feuer und Wasser, Schmiedekunst und Wasserstoff, Tradition und Technologie, Gemeinschaft, Geborgenheit und Weite. In diesem Spannungsfeld gestalten wir eine gute Zukunft.

Kernbotschaft 2

Friesoythe ist Heimat. Jedes unserer Dörfer ist unverwechselbar, gemeinsam bilden wir ein Ganzes.

Kernbotschaft 3

Friesoythe ist Tradition und Innovationskraft. So gestalten wir den Weg in eine nachhaltige Zukunft mit Erfindergeist und Offenheit für Technologie.

Kernbotschaft 4

Friesoythe schafft Verbundenheit. Wir leben Gemeinschaft in der dörflichen Vielfalt mit unseren Festen, Vereinen und familiären Strukturen.

Kernbotschaft 5

Friesoythe ist familienfreundlich: eine junge und lebendige Stadt mit kurzen Wegen, guten Schulen und Kitas, erschwinglichem Wohnraum, Einkaufsmöglichkeiten vor Ort und reichem Freizeitangebot.

Kernbotschaft 6

Friesoythe ist gut für die Work-Life-Balance:
Hier findet man Erholung in der Natur, kann
seine Freizeit am Wasser verbringen,
Gemeinschaft im Verein erleben und bei den
Festen nette Menschen treffen.

Kernbotschaft 7

Friesoythe richtet sich auf Zukunft aus.
Wir fördern nachhaltige Energie und
Zukunftstechnologien. Unsere mittelständische
Wirtschaft steht auf breitem Fundament, und
wir holen attraktive Arbeitsplätze in die Stadt.

Verbundenheit zwischen allen Friesoyther Bürger:innen

Tolerante und vielfältige Gesellschaft

Familienfreundlichkeit

investitions- und
wirtschaftsfreundliches Klima

Attraktiver Wohnstandort

Arbeiten vor Ort

**Marken-
Nutzen**

Tradition

Heimat

Familie

Gemeinschaft

Natur

Lebendigkeit

Innovationskraft

**Marken-
Werte**

Jung

Offenheit

Dörfliche Vielfalt

**Brauchtums-
Feste**

**Erlebbare
Natur am
Wasser**

**Familienfreundliche,
junge Stadt**

**Marken-
Treiber**

Schmiedehandwerk

**Breit aufgestellte
mittelständische
Wirtschaft**

**Zukunfts-
technologien**

**Marken-
Bild**

Transferleistung:

Die Positionierung:

Was unterscheidet Friesoythe?



Friesoythe ist
NICHT (nur)
Eisen!



Friesoythe ist
NICHT (nur)
Wasser!



Friesoythe ist
NICHT (nur)
Tradition!



Friesoythe ist
NICHT (nur)
Friesoythe

Friesoythe **verbindet**
lebendige
Gegensatzpaare.

Friesoythe ist Friesoythe & seine Dörfer





Friesoythe ist
Feuer & Wasser





Friesoythe ist
Tradition & Innovation

Die Claims:

- * Stadt der Dörfer
- * Friesoythe verbindet