

9. Sitzung



Ausschuss für
Wirtschaftsförderung,
Handwerk, Handel und
Tourismus 18.11.2015

Stadt Hagenow

Roland Masche

Hagenow, den
01.12.2015

Ergebnisdarstellung

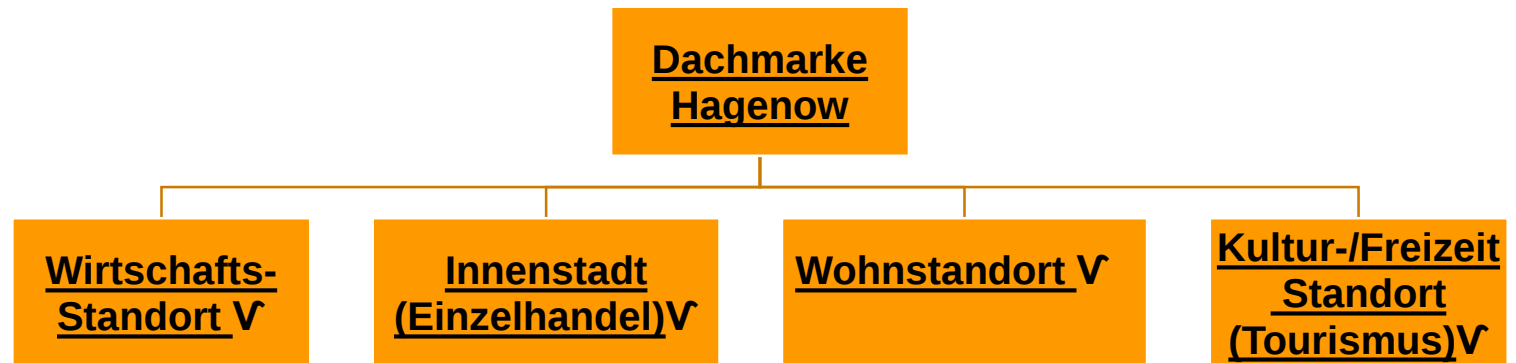
Erarbeitung des Markenprofils der Stadt Hagenow



1. Begriffsklärung Markenprofil
2. Identitätsfindung Hagenow
3. Positionierung Hagenow im Wettbewerb
4. Hagenower Markenbausteine
5. Erste Ideen für die künftige Außendarstellung (fakultativ)

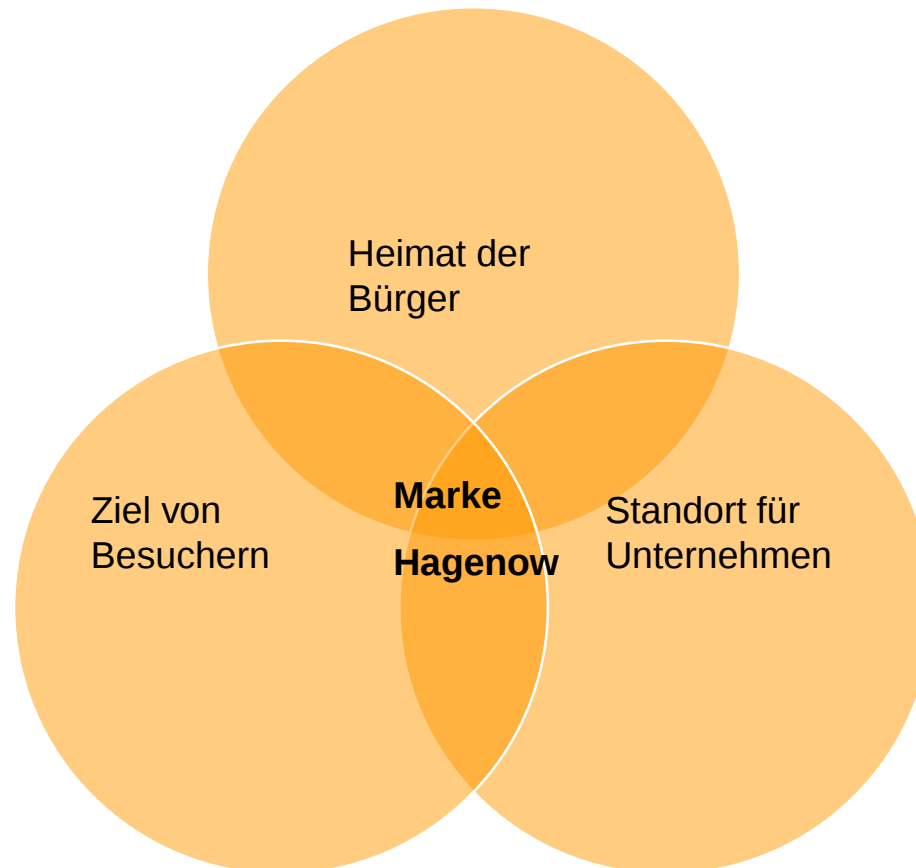


1. Begriffsklärung Markenprofil





Eine Stadt als Marke verstehen

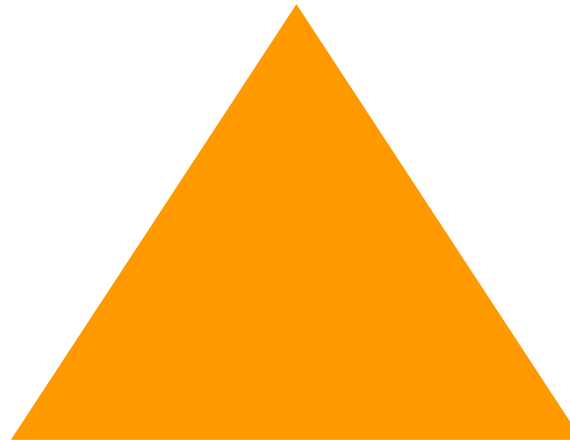




Bestimmung der Markenpersönlichkeit

Herkunft

Tradition, Plattdeutsch



Kompetenzen

*Verbinden, Wandeln, Leben,
Arbeiten*

Charakter

Freundlich, Modern



Die Markenmatrix

Aussagen	Bürger	Unternehmen	Besucher
Herkunft	?	?	?
Kompetenzen	?	?	?
Charakter	?	?	?



Ergebnis

Die „Marke Hagenow“

Wer bin ich, wofür stehe ich und wie zeige ich das im Wettbewerb der Standorte?

Versprechen: Eine Marke definiert eine Leistungserwartung

Identifikation: Eine Marke wirkt als Markierung, in einem „emotionalen“ Netz von Werten und Normen

Verpflichtung: Der Markenkern fungiert als Leitbild und Handlungsanweisung



2. Identitätsfindung Hagenow

Merkmal/Zielgruppe	Herkunft	Kompetenz	Charakter
<i>historische Stätten/ geschichtl. Ereignisse</i>			
hist. Stadtwappen (B,U,T)	christlich	Selbstbehauptung	beschützend
Synagoge/ Kulturzentrum (T, B)	jüdisch	Dialogfähigkeit, Verantwortungs- bereitschaft	offen, tolerant, integrativ
<i>Brauchtum/Sprache</i>			
Fiek`n (B,T)	Kleinbürgertum, Plattdeutsche Sprache	Kommunikationsfähig- keit, Geselligkeit	redselig, humorvoll, mitfühlend, fleißig

B= Bürger; U = Unternehmen; T = Touristen



2. Identitätsfindung Hagenow

Merkmal/Zielgruppe	Herkunft	Kompetenz	Charakter
<i>Kunst und Handwerk</i>			
Tanzsport (B,T)	Gemein-/Vereinswesen	Teamfähigkeit, Kreativität Initiative, Interkulturelle Kompetenz	empfindungsvoll, energiegeladen, einfallsreich, frohsinnig
Stadt der Schuster (B,T)	Zunftwesen	Sorgfalt, Zuverlässigkeit, Problemlösungs- fähigkeit	authentisch, einfallsreich, verbindlich,
<i>Organisationsformen/ Branchen</i>			
Lebensmittel- und Genusswirtschaft (B,U,T)	Bäuerliche Produktion und Verarbeitung	Veredlung, Stoff- und Naturkreislauf, Gesundheit	echt, geschmackvoll, produktiv, vielfältig
Bundeswehr (B,U)	Garnison	Durchsetzungsvermö- gen, Entscheidungs- fähigkeit, High-Tech	konservativ, zuverlässig, gesellig



2. Identitätsfindung Hagenow

Merkmal/Zielgruppe	Herkunft	Kompetenz	Charakter
<i>Gerichte/Produkte</i>			
Die Kartoffel (B,U)	Landwirtschaft, Mecklenburgisch „Der echte Mecklenburger stammt von der Kartoffel ab!“	Verarbeitungskompetenz, Sicherheit (Kartoffel im Keller)	schmackhaft, vielseitig, bodenständig
<i>Architektur</i>			
Historischer Stadtkern (B,T,U)	Ackerbürgerstadt, Kaufmannschaft	Selbstdarstellung, Dauerhaftigkeit, Kreativität	liebvoll, sympathisch, einladend,
<i>Landschaft</i>			
Viezer - Heide (B,T)	durch menschliche Eingriffe geschaffene Natur	Umweltbewusstsein, Freizeitgestaltung	heiter, friedvoll, erholsam, duftend, naturverbindend



2. Identitätsfindung Hagenow

Merkmal/Zielgruppe	Herkunft	Kompetenz	Charakter
<i>Landschaft</i>			
Bekow (B,T)	Kulturlandschaft	Umweltbewusstsein, Freizeitgestaltung	Ruhe ausstrahlend, arten-/ facettenreich, abenteuerlustig
<i>Sonstiges</i>			
Soziale Infrastruktur	Daseinsfürsorge	Sozialkompetenz, Verantwortungs- bewusstsein	altruistisch, familienfreundlich, kinderlieb, generationsüber- greifend, integrativ



Psychographie der Marke Hagenow

Tatkraft, Ideenreichtum,
Wandlungsfähigkeit

Stimulanz

vielfältig, wirtschaftsfreundlich,
bürgernah,

Dominanz

Kultur, Genuss,
Lebensfreude,
Entfaltung

Balance

sympathisch, risikoscheu,
vertraut, gemütlich,
übersichtlich,
ruhig, gepflegt

Förderung, Unterstützung
Pragmatismus

HGN

Heimat, Vertrautheit, Nähe,
Miteinander



3. Positionierung Hagenow im Wettbewerb

Überregional

(Abgrenzung zu Metropolen)

- ländlich, kleinstädtisch
- ruhig, übersichtlich
- persönlich, empathisch
- naturnah

Regional

(Abgrenzung zu Ludwigslust, Wittenburg, Zarrentin)

- Schlossstadt, Drehkreuz, Lebenswertes Zentrum, natürliche Idylle (Ludwigslust)
- Grafschaft, Herzoginsitz, Eisenindustrie, Mehlmuseum, „Glücksfänger“, Oetker
- Kloster, Biosphärenreservat, Pahlhus, innerdeutsche Grenze
Schaalsee



Hagenower Markenbausteine

~~Wirtschaftsfreundliche Kommune~~

unternehmensorffene Kommune

Historische Bürgerstadt mit Atmosphäre

Kulturelles Kleinod auf dem Weg in die Metropolen