

Pressemitteilung aus der hafenheimat Neustadt in Holstein, Juni 2019

(brh) Stadtmarketing stellt hafenheimat-Markenhandbuch vor

Am 22. März 2016 wurde die Schutzmarke „hafenheimat Neustadt in Holstein“ von der Stadt Neustadt in Holstein beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldet. Zusammen mit dem Schiffchen und dem Schriftzug ist die Wort-Bild-Marke seit nunmehr drei Jahren das Erkennungszeichen des Neustädter Stadtmarketings. In den ersten Jahren wurde die Strategie verfolgt, das Logo hafenheimat Neustadt in Holstein in Kombination mit dem Schiffchen überall im Ort bekannt zu machen und mit dem Ort Neustadt in Holstein zu verknüpfen. Das Stadtmarketing-Logo wurde 2016 für die Zielgruppen des Stadtmarketings entwickelt, also für die Einheimischen, die Gewerbetreibenden und die Multiplikatoren.

Schritt 1: Bekanntmachen des neuen Logos im Stadtbild

Zunächst wurde das Logo auf den Fahrzeugen des Tourismus-Service angebracht, die Begrüßungsschilder an den Ortseingängen wurden umgestaltet und das Wassertaxi heißt nun hafenheimat-Shuttle. Darüber hinaus ließen die Stadtwerke Neustadt in Holstein einige Stromverteilerhäuschen mit dem hafenheimat-Logo bemalen und sorgten so mit dafür, dass das Logo sich in den Köpfen verankerte. Auch der Gewerbeverein Neustadt in Holstein griff das hafenheimat-Motiv bei der Umsetzung der neuen Winterbeleuchtung auf.

Schritt 2: Hafenheimat-Produkte & Streuartikel

In einem zweiten Schritt verfolgte man die Strategie Streuartikel und Verkaufsartikel mit dem hafenheimat-Logo zu produzieren, um diese für die verschiedenen Anlässe des Stadtmarketing nutzen zu können. Streuartikel oder Verkaufsartikel mit eigenem Logo gab es bislang nicht und auch der Bürgervorsteher und der Bürgermeister benötigen kleine Präsente und Aufmerksamkeiten, die sie zu verschiedenen Gelegenheiten überreichen können und freuten sich daher über das Vorhaben des Stadtmarketings. So wurden in den vergangenen Jahren Artikel wie Leinenbeutel, Anleitungen zum Schiffchen-Basteln, kleine und größere Auto-Aufkleber, Schlüsselbänder, Kulis, Tassen, Bretter, Magneten, Pins, Dopfer-Flaschen, Lichttüten und Cappies mit dem hafenheimat-Logo produziert, die insgesamt auch gut angenommen werden. Je mehr das Logo in die Verbreitung kam, desto größer war auch die Nachfrage nach diesen Artikeln, so dass es für fast alle Produkte schon eine zweite Auflage gibt. Der Vertrieb erfolgt über das Stadtmarketing direkt oder über lokale Partner wie die Tourismus-Agentur Lübecker Bucht und Einzelhändler in der Innenstadt.

Schritt 3: Zusammenarbeit mit Partnern vor Ort

Von Anfang an war klar, dass die hafenheimat auch von Partnern vor Ort genutzt werden sollte. Ob es nun das Logo war, das für Internetseiten zur Verfügung gestellt wird oder wenn es darum geht, spezielle hafenheimat-Produkte zu entwickeln. So kamen in den vergangenen Jahren einige Gewerbetreibende auf das Stadtmarketing zu und entwickelten in enger Abstimmung spezielle hafenheimat-Produkte, für die sie mit der Stadt einen Lizenzvertrag abgeschlossen haben. So sind dies: Das Geschäft „ZwergNase“, das hafenheimat-Kissen bestickt und hafenheimat-Lätzchen bedruckt, die „Druckerei Svenja Muchow“, die hafenheimat-Feuerkörbe anbietet, das „Fachgeschäft Schlüter“, das hafenheimat-Geschirr-Handtücher im Programm hat und das Geschäft „Tee und Schenken“, das ab sofort einen speziellen hafenheimat-Tee zum Verkauf anbietet. Weitere Produkte befinden sich derzeit in Abstimmung. Es gibt aber auch Produkte, die das Stadtmarketing selbst entwickeln und anbieten möchte, so sind dies u.a. Trinkgefäße aller Art, die bestehende Produktpalette und Textilien. Diese hafenheimat-Artikel sollen auch in Zukunft vom Stadtmarketing selbst bearbeitet werden. Darüber hinaus wird das Logo natürlich auch in Printprodukten eingesetzt und beim Sponsoring den Sponsoring-Partnern zur Verfügung gestellt.

Im Zusammenhang mit der Produktentwicklung und den verschiedenen Marketingaktivitäten tauchten in den vergangenen Jahren immer wieder bestimmte Fragestellungen auf: Wie soll das Logo platziert werden, auf welchem Hintergrund darf das Logo eingesetzt werden, welche Farben passen besonders gut und welche gar nicht, darf das Logo verändert werden etc. .

Wichtig ist auch folgende Fragen zu beantworten: An welche Zielgruppen richtet sich das Stadtmarketing und welche Werte und Emotionen werden mit der Marke „hafenheimat Neustadt in Holstein“ angesprochen? Wen hat das Stadtmarketing mit der Marke „hafenheimat Neustadt in Holstein“ im Blick?

All diese Fragestellungen bei der täglichen Arbeit zeigten ganz klar auf, dass es ein festes Regelwerk in Form eines Markendhandbuches geben sollte, um zum einen die Marke hafenheimat markenkonform anwenden zu können und zum anderen alle mitzunehmen, wenn es darum geht, die hafenheimat Neustadt in Holstein noch besser in den Köpfen der Einheimischen zu verankern. Gleichzeitig soll die Marke erlebbar und sympathisch sein und ein „Wir –Gefühl“ oder ein „Fan-Gefühl“ vermitteln.

Neu ab Juni 2019: Das hafenheimat-Markenhandbuch

In Kooperation mit der Kieler Agentur „marktrausch“, die bereits bei der Logoentwicklung mit eingebunden war, wurde in den vergangenen Monaten ein Markenhandbuch entwickelt, das alle Aspekte der Marke zusammenfasst und in einer übersichtlichen Art und Weise abbildet. So gibt es neben einer emotionalen Einleitung und dem Markenversprechen Informationen darüber, welche Schriftarten und Farben mit der hafenheimat eingesetzt und kombiniert werden können. Darüber hinaus gibt es Beispiele dafür, wie mit grafischen Elementen und markennahen Botschaften die Wirkung noch verstärkt werden kann. Zusammen mit einer Markenvereinbarung bildet das Markenhandbuch die Grundlage für die Kooperation mit externen Partnern, die das hafenheimat-Logo nach Abschluss des Vertrags nutzen dürfen. Das Markenhandbuch und die Markenvereinbarung stehen ab sofort zum Download unter www.hafenheimat-neustadt.de bereit.

Bürgermeister Mirko Spieckermann, der gemeinsam mit Andrea Brunhöber (Stadtmarketing) und Vera Heß (Werkleiterin Tourismus-Service) das neue Markenhandbuch (oder auch CD-Manual) vorstellt, freut sich über dieses neue Marketinginstrument, das die Marke hafenheimat für alle auf anschauliche Art und Weise erklärt und darüber, dass die hafenheimat so gut von der einheimischen Bevölkerung angenommen wird. Die Marke hafenheimat Neustadt in Holstein drücke genau das aus, wofür die Europastadt stehe: Neustadt in Holstein sei für viele „ein Ort des persönlichen Glücks, geliebtes Zuhause und (Wahl)heimat“. „Die Stadt sei ein Ort, in dem man sich wohlfühlen kann und gerne zuhause ist“.

Weitere Informationen erteilt Stadtmarketing-Koordinatorin Andrea Brunhöber unter 04561 5399117 oder marketing@stadt-neustadt.de

Kontakt: Stadtmarketing Neustadt in Holstein, Dünenweg 7, 23730 Neustadt in Holstein, 04561/5399117 oder marketing@stadt-neustadt.de