



# Markenentwicklung

Stadt Melle





# Stadt Betrachtung

Zukunftsprozess Stadtmarke

**Leben  
und  
Wohnen**

**Wirt-  
schaft**

**Natur  
und  
Umwelt**

**Kultur  
und  
Tradition  
en**

**Touris-  
mus,  
Event,  
City-  
Manage  
ment**

**Stadtent  
wicklung,  
Infrastruk  
tur**

**Besonder  
heiten**

**Standortmarketing**



# Entwicklung Logo Stadt Melle



1972

1987

2000

Design ~ 35.000 DM

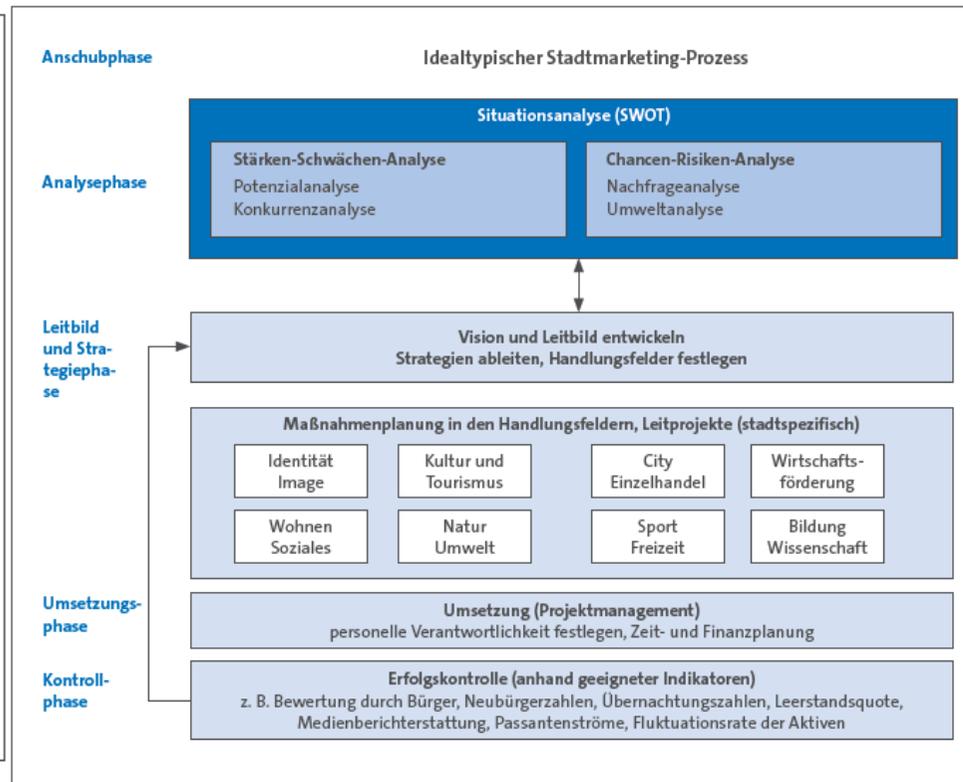
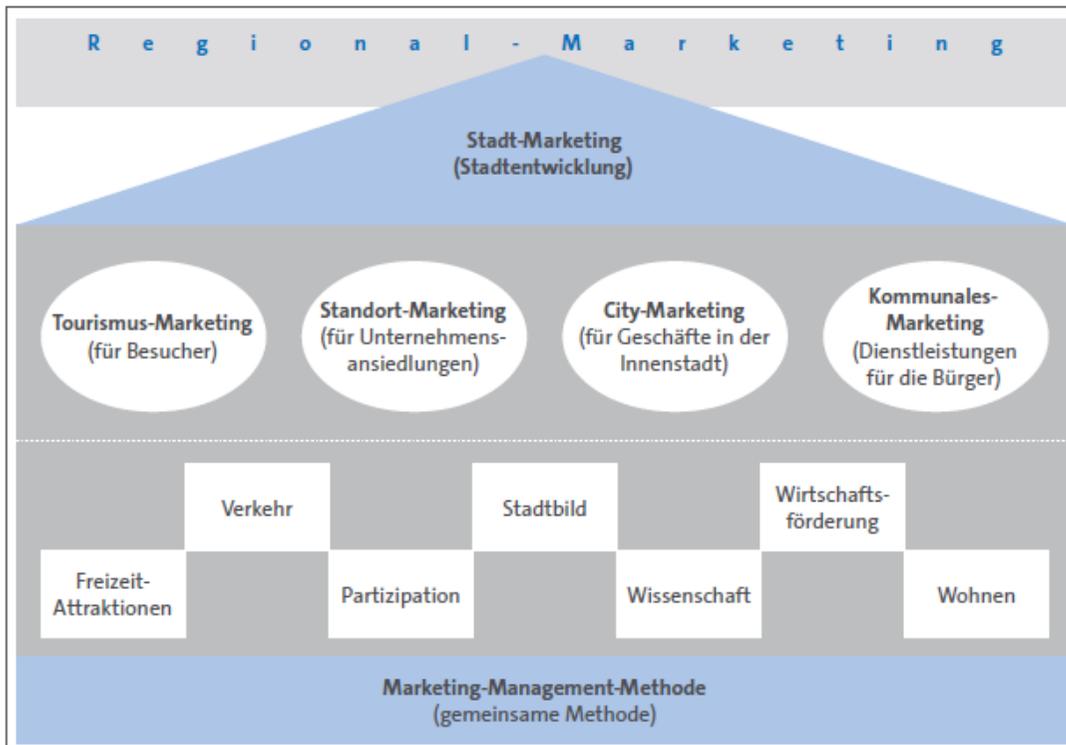
2010

Design ~ 15.000 EURO





# Stadtbetrachtung





# Warum überhaupt Stadtmarke

- Der Stadt ein **Gesicht** geben und die **DNA** verstehen / erkennen
- Die W-Fragen herausarbeiten:
  - Wer sind wir überhaupt?
  - Warum sollte uns jemand gut finden? | Was macht uns aus? | Was macht uns besonders?
- Die Zukunft und **Wettbewerbsfähigkeit** sichern
  - Nachhaltige Sicherung und Steigerung der Lebensqualität der Bürger und der Stadtattraktivität
- **Entscheidungshilfe** bieten – für Einwohner (auch zukünftige), Gemeinderat, Bürgermeister, Gewerbetreibende
- konkrete **Ziele** verfolgen und schrittweise **umsetzen**
- sich aktuellen **Herausforderungen** proaktiv stellen
- **Prioritäten** setzen und **Schwerpunkte** umfassend angehen



# Hilfen werden gesucht und genutzt

- Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land – hat bereits einen Markenrelaunch vollzogen
- Aktuell ist die Stadt Osnabrück im Markenprozess, sowie die Kreisverwaltung
- Mit diesen Institutionen wird Kontaktaufgenommen und gesprochen, um möglichst viel Input für die eigene Planung zu erhalten.