

Markenbildung

&

Stadtstrategie

Stadt Dortmund
Marketing + Kommunikation



Projekt: Marke der Stadt Dortmund



Rückblick

- Marke nutzen, um Dortmunds Zukunft zu gestalten
- Zielsetzung:
 - Roten Faden definieren und Dortmunds Marke nachhaltig stärken
- Gewünschte Wirkung:
 - Größere Sichtbarkeit
 - Gesteigerte Wahrnehmung
 - Besseres Image



Vorgehensweise: Marke der Stadt Dortmund



Vorgehensweise zur Konzeption und Realisierung einer Markenbildung:

- Methodischer Prozess:
 - Dialogorientierte Vorgehensweise
 - Einbindung der Breite der Stadtgesellschaft durch verschiedenste Stakeholder:
 - Implementierung eines Markenboards
 - 3 Stakeholder Workshops
 - 6 Townhall- und Stadtteilformate
 - 21 Immersion Interviews mit Vertreter*innen aller Sektoren
 - Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung

Markenbildungs-Prozess: Übersicht



Quantitative Daten:

- Start des Markenprozesses: 16.06.2023
 - 180 Personen
 - Geführte Gespräche in Interviews und Workshops
 - 1.700 Personen: Teilnahme an bevölkerungsrepräsentativer Onlinebefragung
 - 400 Personen aus Dortmund
 - 300 Personen aus dem Ruhrgebiet
 - 1.000 Personen bundesweit
 - 150 Personen + 45 Personen
 - Informelles Netzwerk
 - Mitarbeitende

Status Quo: Markenbildungs-Prozess



Evaluationsphase abgeschlossen: Ergebnisse werden aktuell gesammelt und ausgewertet

- **Ende Mai 2024: Die neue Marke steht**

Eine Markenplattform hilft dabei, die Marke bzw. das dazu gehörige Narrativ zu aktivieren

- **Herbst 2024: neues Corporate Design steht**

Festsetzung der visuellen und sprachlichen Leitlinien aller Gestaltungselemente

Ausrichtung: Markenbildungs-Prozess



Ziel: Schaffen einer einheitlichen Marke

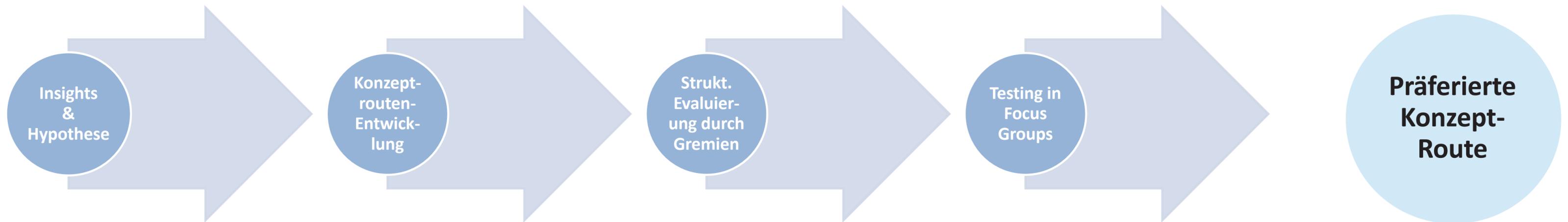
Herausstellen der Stärke unserer Stadt, mit der sich alle identifizieren können

- **Langfristige Ausrichtung der Marke: national und international**
 - DNA als Alleinstellungsmerkmal: Marken-Attribute und Werte
 - Narrativ: inspirierende Marken-Geschichte als Richtschnur für Markenerlebnis
 - Transformativer Charakter durch Leitidee
 - zielgruppenspezifisches Marketing dank Alleinstellungsmerkmale möglich



Die Stadt Dortmund hat sich das Ziel gesetzt, ihre Marke strategisch zu schärfen und weiterzuentwickeln. Dadurch soll die Identität und Attraktivität der Stadt nachhaltig gestärkt werden.

Aktuelle Übersicht: Markenbildungs-Prozess





Multiplikator: Markenbildungs-Prozess

„Starke Marken entstehen von innen.

*Wenn wir Dortmunds Marke stark und wertvoll machen wollen, müssen wir von innen anfangen, in einem koordinierten Prozess mit sämtlichen Stakeholder*innen der Stadt.“*

START MARKETING





Projekte/Kampagnen

Dortmund-Wimmelbild

IGA 2027

63%-Wanderung

Herzensorte

Erweiterung
Konzept
Weihnachtsstadt

Reisen für Alle

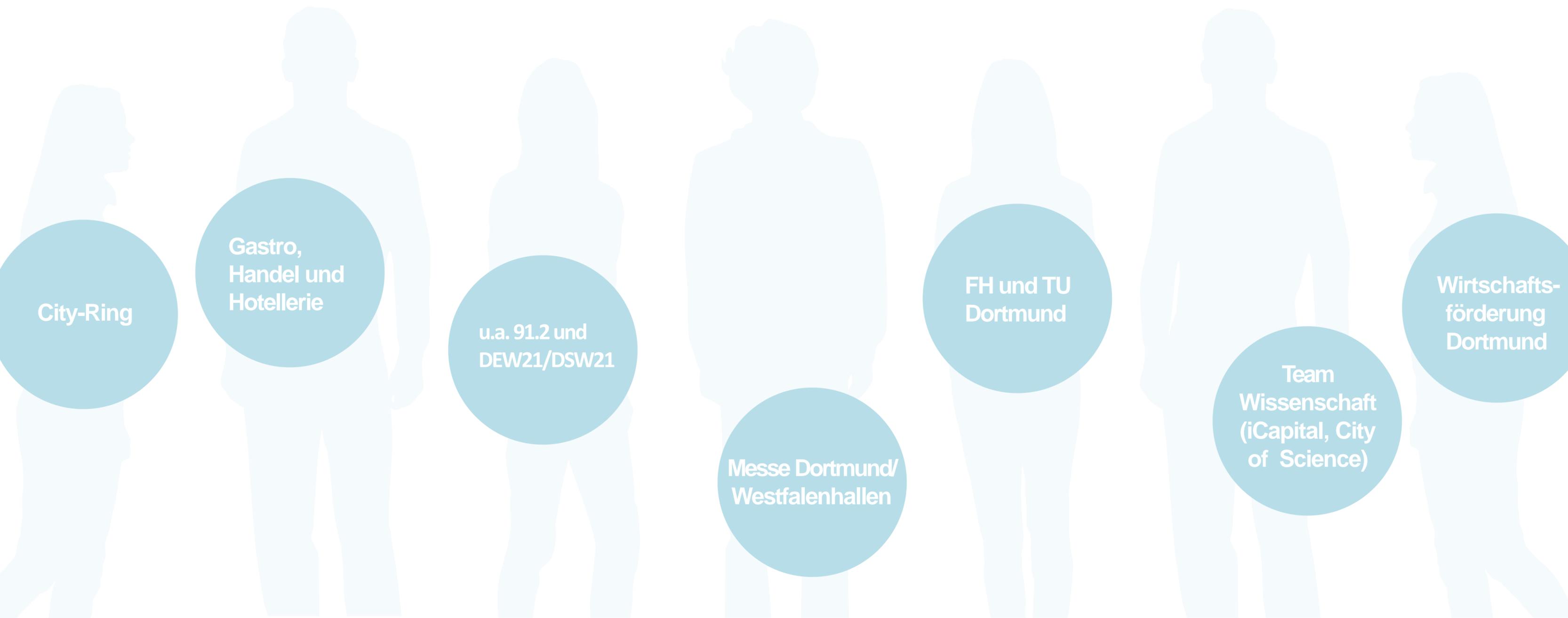
Data Hub

UEFA EURO 2024

Belebung und
Bespiegelung der
Kampstraße

Visitor Center

Ausbau Netzwerk und Zusammenarbeit innerhalb der Stadt Dortmund



City-Ring

Gastro,
Handel und
Hotellerie

u.a. 91.2 und
DEW21/DSW21

Messe Dortmund/
Westfalenhallen

FH und TU
Dortmund

Team
Wissenschaft
(iCapital, City
of Science)

Wirtschafts-
förderung
Dortmund

Dortmunder Stadtgespräch gemeinsam zur Stadtstrategie

Dortmunder Stadtgespräch: gemeinsam zur Stadtstrategie

Vorgehen

- Entwicklung einer integrierten Stadtstrategie im Rahmen von organisierten Stadtgesprächen, um einen Austausch über aktuelle und künftige Herausforderungen zu ermöglichen.
- Strategie soll einerseits als Dach für bestehende strategische Leitlinien fungiert und andererseits Raum für Neues zulassen.

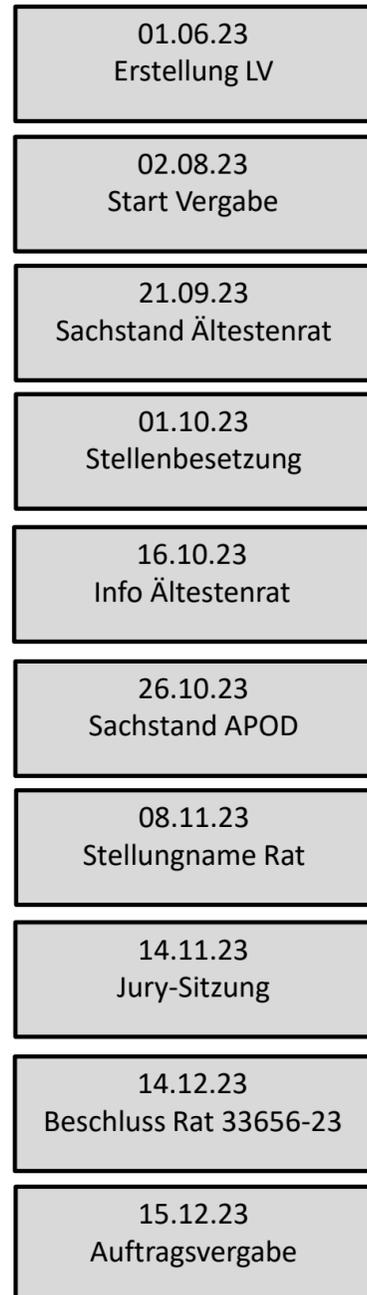
Ziel

- Bestehende Akteur*innen stärker miteinander verknüpfen und Anforderungen aus gesellschaftlichen Transformationsprozessen konsensorientiert diskutieren
- Aus gemeinsam entwickelten Ausgangs- und Zielbildern soll eine integrierte Gesamtstrategie erarbeitet werden



Dortmunder Stadtgespräch: Prozessphasen

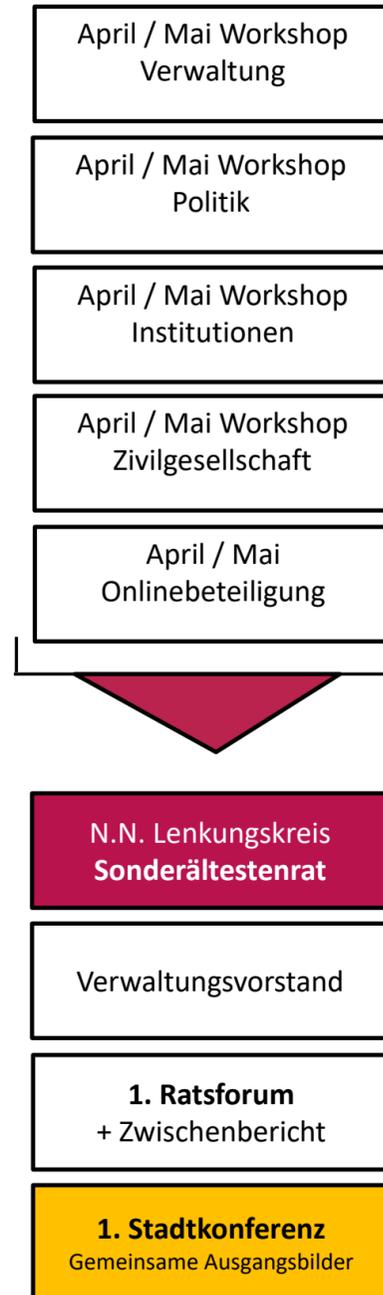
Phase 0: Vorbereitung



Phase 1: Bestandsaufnahme



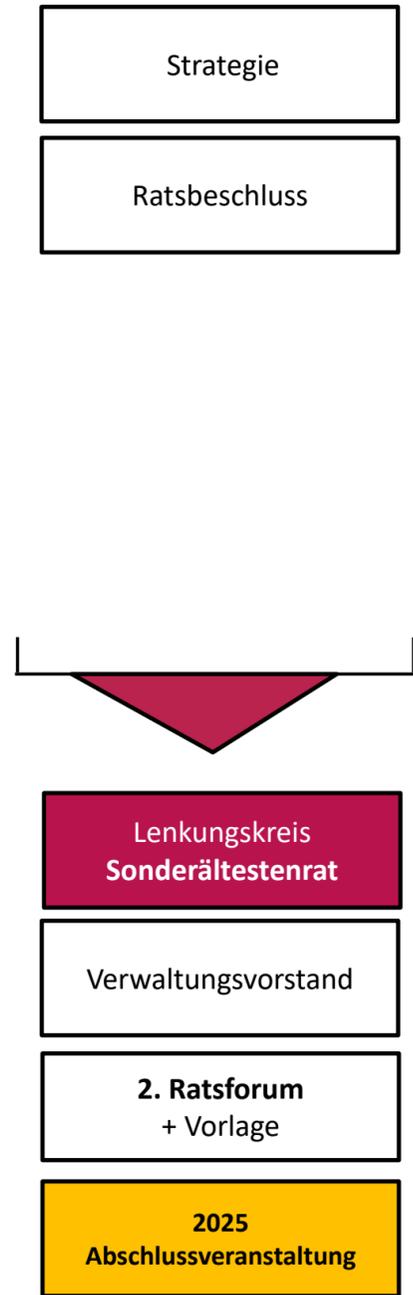
Phase 2: Ausgangsbilder



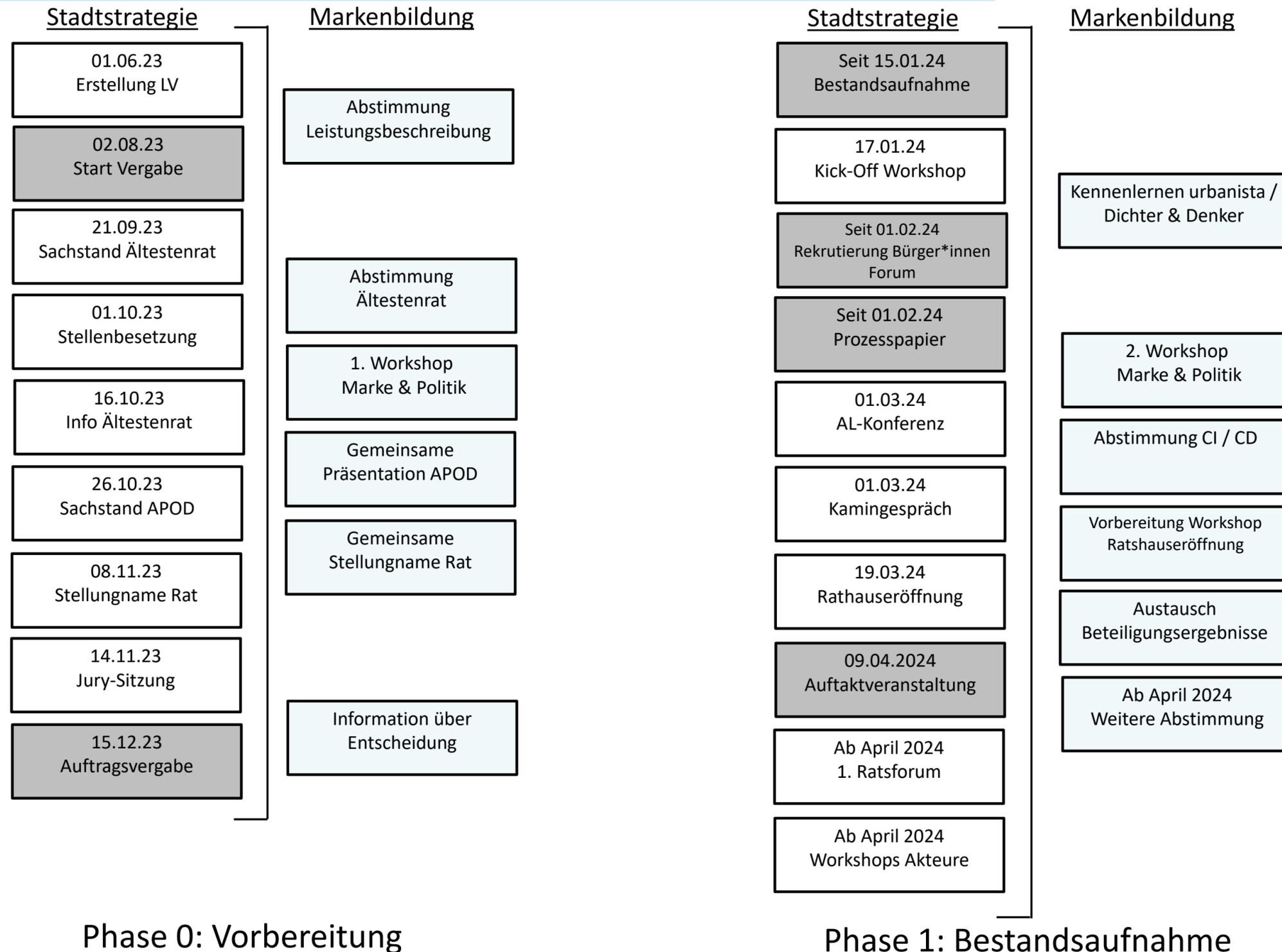
Phase 3: Zielbilder



Phase 4: Stadtstrategie



Dortmunder Stadtgespräch: Abstimmung



Dortmunder Stadtgespräch: Projekttablauf

