

Marke Billerbeck
Wofür stehen wir?
Was zeichnet uns aus?

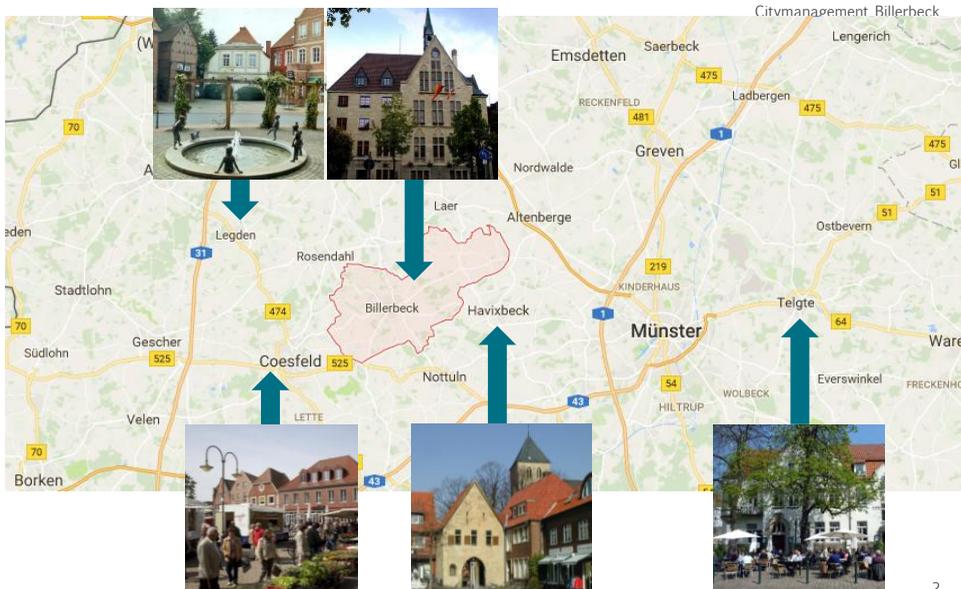


Dr. Wolfgang Haensch
Birte Rötzeimer

Workshop in der Alten Landwirtschaftsschule
12. November 2016

- Stadtentwicklung
- Marketing
- Regionalwirtschaft
- Einzelhandel
- Wirtschaftsförderung
- Citymanagement
- Immobilien
- Organisationsberatung
- Kultur
- Tourismus

Markenworkshop
Wie positionieren wir Billerbeck?



Fotos: www.baumberge-touristik.de www.wila-legden.de, www.muensterland-tourismus.de

Markenworkshop

Wie positionieren wir Billerbeck?

cima.

- „The City, that never sleeps“



Markenworkshop

Wie positionieren wir Billerbeck?

cima.

- „The sleeping City“



Markenworkshop

Wie positionieren wir Billerbeck?

cima.

- „The City, that can sleeps“



Markenworkshop

Eine Stadt als Marke verstehen!

cima.

Ausgangsfrage:

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

und später ganz pragmatisch:

Ist „Billerbeck – Perle der Baumberge“ weiterhin der geeignete Stadtlogan?



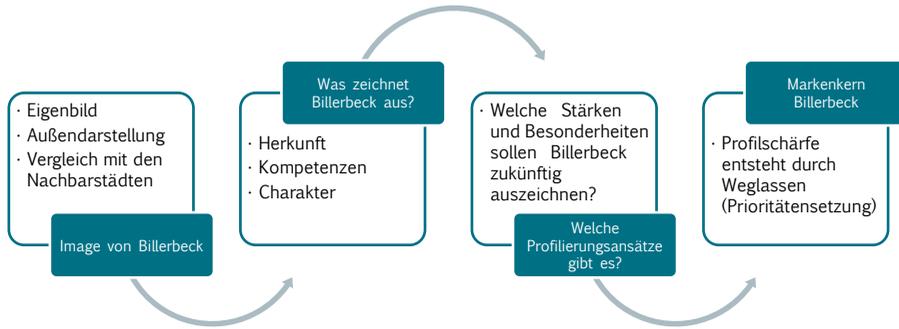
- Versprechen:** Eine Marke definiert eine Leistungserwartung an das Produkt (hier die Stadt Billerbeck).
- Identifikation:** Eine Marke wirkt als Markierung, die in ein emotionales Netz von Werten und Normen eingeflochten ist.
- Verpflichtung:** Der Markenkern fungiert als Leitbild und Handlungsanweisung.

Ablauf des Workshops

In vier Schritten zum Markenkern



Citymanagement Billerbeck



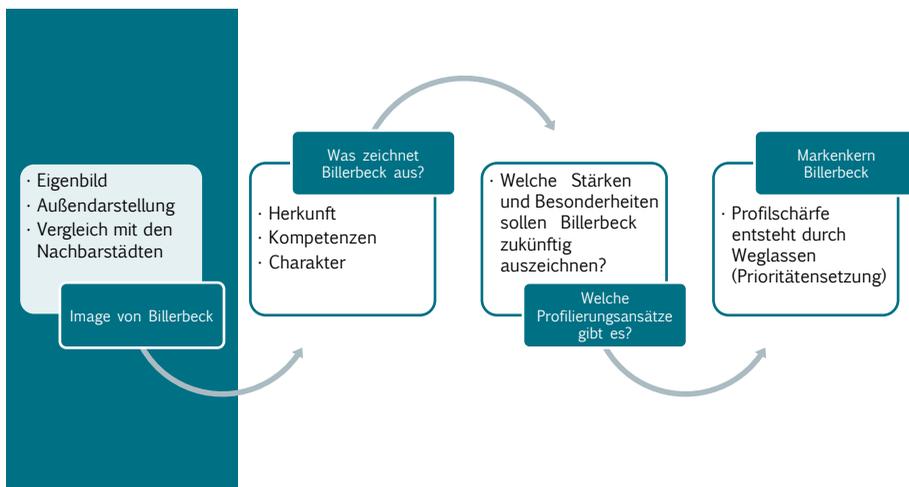
7

Ablauf des Workshops

In vier Schritten zum Markenkern



Citymanagement Billerbeck



8

Image einer Stadt Denken Sie an Hamburg!



Citymanagement Billerbeck



Fotos: Hamburg Marketing GmbH



9

Image einer Stadt Denken Sie an Rothenfels!



Citymanagement Billerbeck



Andreas Hermsdorf/ pixelio.de



Wolfgang Dirscherl/ pixelio.de



Christa Nöhren/ pixelio.de



10

Image einer Stadt

Suche nach der Marke

cima.

Citymanagement Billerbeck



Haben wir keine spezifischen Assoziationen mit einer Stadt, füllen wir das Bild dieser Stadt mit subjektiven Meinungen, zum Teil mit Vorurteilen und Unwissenheit aus.

- Somit stellt jede Stadt eine Marke dar: die Frage ist nur, ob man diese strategisch nutzt oder dem Zufall überlässt.
- Heute sind wir auf der Suche nach der Marke Billerbeck.



Voerde
... junge Stadt am Niederrhein

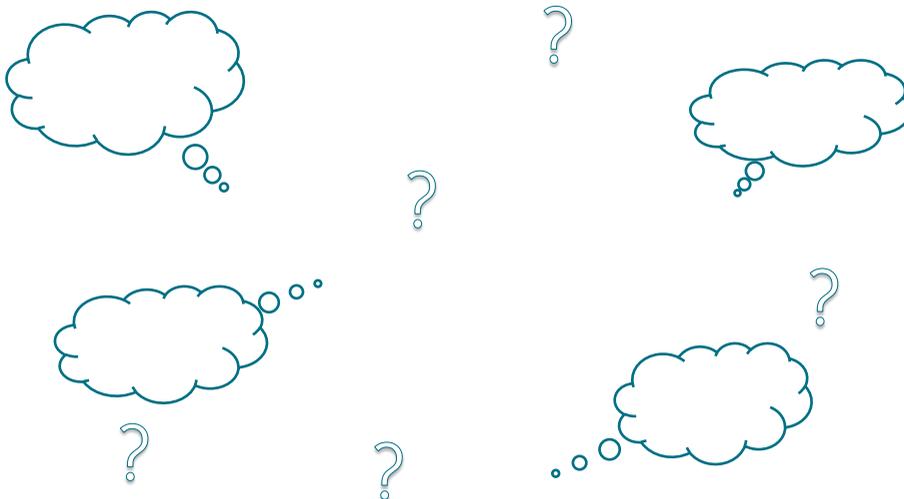
11

Image von Billerbeck

Wofür steht Billerbeck?

cima.

Citymanagement Billerbeck



12

Wettbewerbsanalyse
Münsterland – COE – Baumberge



Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse
Billerbeck



Citymanagement Billerbeck

11.447 Einwohner

Perle der Baumberge

billerbeck.de



Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse
Billerbeck | www.billerbeck.de



Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse
Ascheberg



Citymanagement Billerbeck

15.044 Einwohner



ascheberg.de



GEMEINDE ASCHEBERG
Ascheberg · Herbern · Davensberg



ASCHEBERG MARKETING E.V.
ASCHEBERG · HERBERN · DAVENSBERG

Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse
 Ascheberg | www.ascheberg-tourismus.de



Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse
 Coesfeld



Citymanagement Billerbeck

35.923 Einwohner

coesfeld.de



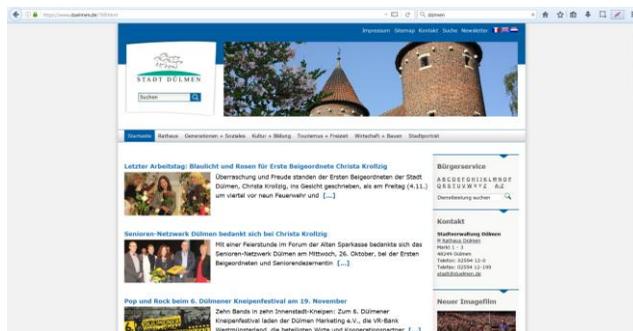
Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014



45.903 Einwohner

[Dülmen: Eine – für Alle]
Dülmen Marketing e.V.

duelmen.de

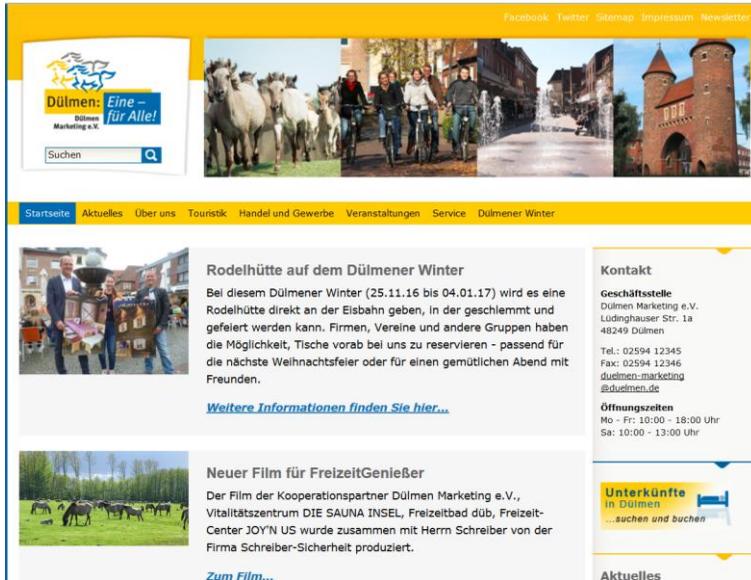


Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse
Dülmen | www.duelmen-marketing.de



Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse
Havixbeck



Citymanagement Billerbeck

11.579 Einwohner

Vielfältig natürlich

havixbeck.de



Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse
Havixbeck | www.havixbeck.de



Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse
Lüdinghausen



Citymanagement Billerbeck

23.921 Einwohner

luedinghausen.de



Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse

Lüdinghausen | www.luedinghausen-tourismus.de

cima.

Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse

Nordkirchen

cima.

Citymanagement Billerbeck

<p>9.677 Einwohner</p>	
<p>[Schlossgemeinde] Zusatzbezeichnung</p>	
<p>www.nordkirchen.de</p>	

Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse
 Nordkirchen | www.nordkirchen.de



Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse
 Nottuln



Citymanagement Billerbeck

19.390 Einwohner

einfach lebenswert

nottuln.de

Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse
Nottuln | www.nottuln.de



Citymanagement Billerbeck



Wettbewerbsanalyse
Olfen



Citymanagement Billerbeck

12.273 Einwohner

ein gutes Stückchen Münsterland

olfen.de

Quelle Einwohner: it.nrw; Stichtag: 31.12.2014

Wettbewerbsanalyse

Olfen | www.olfen.de

cima.

Citymanagement Billerbeck

The screenshot shows the website for Olfen. The navigation menu includes: UNSERE STADT, RATHAUS & BÜRGERSERVICE, WIRTSCHAFT & BAUEN, FREIZEIT & BILDUNG, TOURISMUS, and MEDIEN. The main content area features the headline "SCHÖN, DASS SIE BEI UNS SIND. WAS INTERESSIERT SIE AM MEISTEN?" followed by four circular icons: "Olfen Aktuell", "für Touristen", "für Bürger", and "Olfen Kalender". Below this, there is a section titled "für Touristen" with a sub-section "FLOSSFAHREN" (Rafting) and an image of a wooden rafting structure on a river.

Wettbewerbsanalyse

Fazit

cima.

Citymanagement Billerbeck

The screenshots show: 1) The Olfen website (top), 2) The website for Coesfeld (middle), and 3) The website for Dülmen (bottom), which features a "Herzlich Willkommen!" (Warm Welcome!) message.

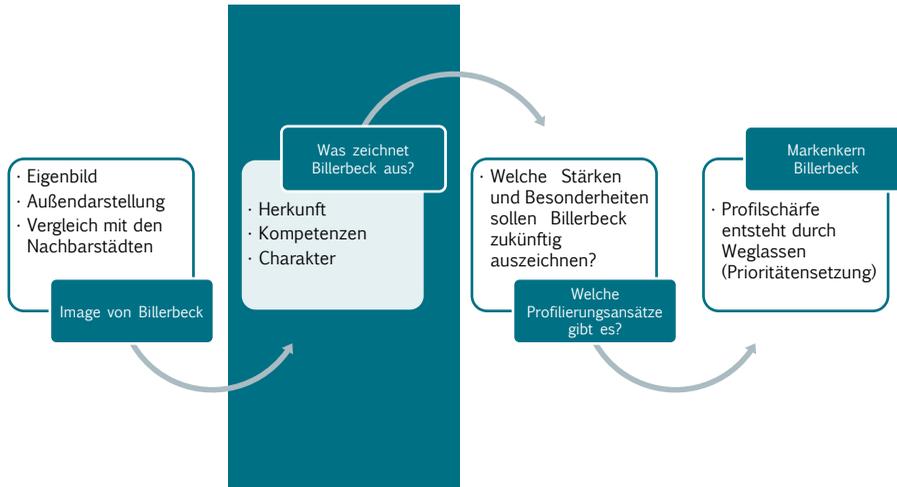
- keine Stadt der Region positioniert sich in besonderer Form („typische Stadt im Münsterland“)
- touristisches Profil:
 - übereinstimmendes Profil: Aktiv- und Kultururlaub
 - alle Städte der Baumberge vermarkten Baumberge-Region, aber unterschiedlich intensiv
- vier von acht Städten haben einen Slogan:
 - „Ein gutes Stückchen Münsterland“ (Olfen)
 - einfach lebenswert (Nottuln)
 - Vielfältig natürlich (Havixbeck)
 - „Eine – Für alle“ (Dülmen)
- auffallend anders: Website der Stadt Olfen

Ablauf des Workshops

In vier Schritten zum Markenkern



Citymanagement Billerbeck



33

Markenkern Billerbeck

Zukunftsprofil



Citymanagement Billerbeck

Wir suchen das Charakteristische, das Individuelle von Billerbeck.

Marketingfachleute sprechen von der Markenpersönlichkeit.

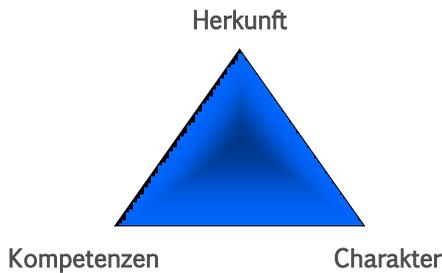


Foto: blossey.eu

Markenkern Billerbeck

Herkunft

cima.

Citymanagement Billerbeck



- Wo und was ist Billerbecks Ursprung?
- Worauf beruht der wirtschaftliche Erfolg?
- Welche Traditionen werden gelebt?
- Mit wem/ was identifizieren sich die Bürger?



Markenkern Billerbeck

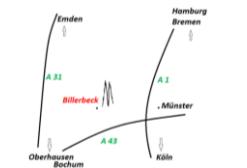
Kompetenzen

cima.

Citymanagement Billerbeck



- Wofür ist Billerbeck in der Region bekannt und was kann es besser als die Nachbarkommunen?
- Warum wohnen Bürger gerne in Billerbeck?
- Weshalb kommen Gäste nach Billerbeck?
- Worauf sind Billerbecker stolz?



Markenkern Billerbeck

Charakter



Citymanagement Billerbeck



- Was ist besonders an Billerbeck?
- Was zeichnet „den Billerbecker“ aus?
- Was ist für Gäste besonders reizvoll?



Markenkern Billerbeck

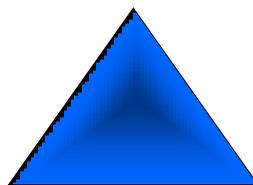
Die Markenpersönlichkeit



Citymanagement Billerbeck



Herkunft



Kompetenzen



Charakter

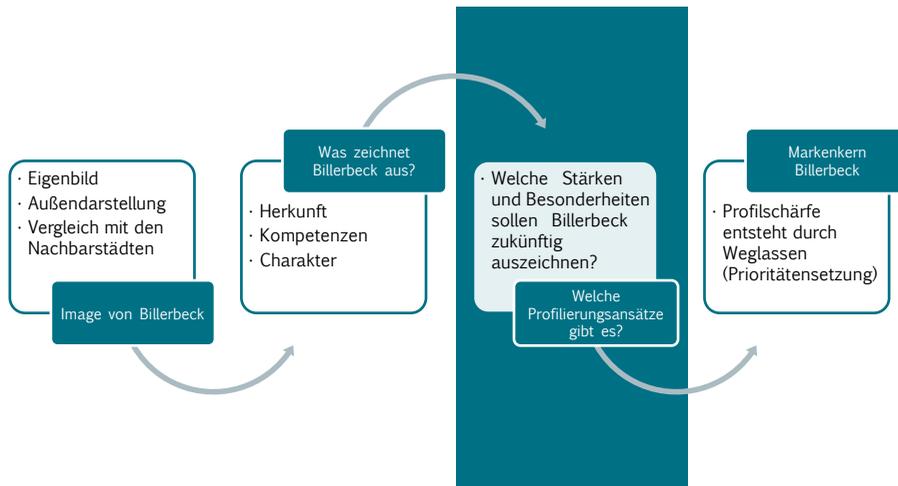


Ablauf des Workshops

In vier Schritten zum Markenkern

cima.

Citymanagement Billerbeck



39

Profilierungsrichtungen

Perle der Baumberge

cima.

Billerbeck: Perle der Baumberge.

- Teil des Münsterlandes, aber doch eine Besonderheit: Die **waldreiche Hügellandschaft der Baumberge** bietet Radtouristen, Wanderern und Reitern über die abwechslungsreiche Landschaft mit weiten Blicken hinaus kulturelle Vielfalt mit zahlreichen **Schlössern und Burgen**. Zudem ist die Baumberge ist eine der traditionsreichsten deutschen **Steinbildhauer-Regionen**. Und **Billerbeck** ist mit seiner ausgezeichneten Gastronomie und seinen inhabergeführten Hotels der **ideale Ausgangspunkt** für den Kurzurlaub.



Profilierungsrichtungen

Gemeinsam aktiv

cima.

Billerbeck: Gemeinsam aktiv.

- In Billerbeck gibt es ein ausgeprägtes **Gemeinschaftsgefühl** und ein außergewöhnlich hohes **ehrenamtliches Engagement**. Zahlreiche Vereine und Initiativen setzen sich für das Wohl der Bevölkerung, den Wohn- und Handelsstandort und eine gute Gemeinschaft ein. Es wird vieles aufgefangen, wozu Stadt, Land und Bund in Zeiten knapper Kassen nicht mehr in der Lage sind, und somit dafür gesorgt, dass Billerbeck ein zukunftsträchtiger Wohn-, Lebens- und Arbeitsort für Jung und Alt bleibt.



Profilierungsrichtungen

Wohnen in gewachsener Nachbarschaft

cima.

Billerbeck: Wohnen in gewachsener Nachbarschaft.

- Billerbeck ist eine Stadt der kurzen Wege. **Die Menschen kennen sich untereinander und wissen, wo sie Hilfe bekommen oder wo ihre Hilfe gebraucht wird.** Kinder können hier unbeschwert aufwachsen und sich gefahrlos zu Fuß oder mit dem Fahrrad innerhalb der Stadt bewegen. **Es herrscht eine positive soziale Kontrolle.** Die Angebote im rd. 30 km entfernten Oberzentrum Münster ergänzen das Grundzentrum z.B. im medizinischen oder kulturellen Bereich. In vielen Baugebieten aus den 1950er - 70er Jahren findet ein Generationenwechsel statt; dieser wird z.B. durch das Regionale-Projekt Wohnen mit (Mehr-)Wert positiv begleitet.



Billerbeck: Das Landstädtchen im Münsterland.

- Billerbeck bietet alles das, was man von einer **Kleinstadt im Münsterland** erwartet: ein **historischer Stadtkern** mit giebelständigen Stadthäusern, kleine Gassen, ein von kleinen Häusern eingerahmter Kirchhof. Dazu der weithin sichtbare Ludgerusdom, das Wahrzeichen der Stadt. **Man fühlt sich wohl hier, man kennt sich.** Und **abseits der Hektik der Großstadt** bietet Billerbeck kulturelle Vielfalt, individuelle Geschäfte und Wohnen für jung und alt.



Billerbeck: Ort der schönen Dinge.

- Galerien und **individuelle Geschäfte** in den kleinen Gassen des historischen Stadtkerns, überregional beachtete Kunstausstellungen in **billerbecks BAHNHOF, liebevoll gestaltete Stadtfeste** wie den Kerzenscheinsamstag und eine **hervorragende Gastronomie** machen Billerbeck interessant für Bürger und Besucher. In Billerbeck hat man verstanden, dass Lebensqualität **Entdecken, Entspannen und Genießen** bedeutet. Dies unterstreicht auch die **hochwertig neu gestaltete Fußgängerzone** – die gute Stube der Stadt.



▪ Billerbeck: Stadt der Nachhaltigkeit.

In Billerbeck wird Wert auf **Nachhaltigkeit** gelegt, um auch **künftigen Generationen** eine lebenswerte Stadt zu bieten. Mit der Aktion „**unplastic Billerbeck**“ war man bundesweit in den Medien und Vorbild für viele Städte und Handelskonzerne. Die Zertifizierung als **Fairtrade-Stadt**, das Projekt „**Wohnen mit Mehrwert**“, verschiedene genossenschaftlich oder bürgerschaftlich getragene Projekte und der **barrierefreie Ausbau** der Innenstadt spiegeln den tief verankerten Nachhaltigkeitsgedanken ebenfalls wider. Innerhalb der Stadt werden viele Wege **umweltfreundlich** mit dem Fahrrad zurückgelegt.



Ablauf des Workshops In vier Schritten zum Markenkern

