

Informationen aus dem Rathaus

Ludwigshafen, den 21. November 2011

Sympathie als Markenzeichen

Neues Logo für Ludwigshafen: Eine Stadt zeigt Gesicht – Auftakt für Neuausrichtung der Imagekommunikation

Mit ihrem neuen Erscheinungsbild setzt die Stadt Ludwigshafen auf zwei entscheidende Eigenschaften: Sympathie und Selbstbewusstsein. Ein integriertes Marketingkonzept soll dazu beitragen, dass die Stadt im wirtschaftlichen Wettbewerb der Kommunen noch stärker punktet. Wesentlicher Bestandteil der neuen Imagekommunikation ist ein neues Logo.

Die Anforderungen an das neue Logo, das am Montag, 21. November 2011, öffentlich vorgestellt wurde, waren im Vorfeld klar definiert. Modern, selbstbewusst und integrativ soll es sein, funktional und damit wirtschaftlich effizient, gleichzeitig sowohl in der klassischen, behördlichen Korrespondenz als auch in modernen, neuen Medien und Kommunikationskanälen problemlos einsetzbar. Das neue Logo ist fester Bestandteil einer integrierten Kommunikationsstrategie, deren mittelfristiges Ziel es ist, die Markenbildung zu fördern und zu festigen. Im Zentrum stehen dabei Ludwigshafens Stärken: Innovations- und Wirtschaftskraft, Internationalität sowie die Lage am Rhein. Entwickelt hat das neue Logo sowie die mit ihm verbundene Kommunikation, die sich Schritt für Schritt auf Briefköpfen, behördlichen Anschreiben, Plakaten, Flyern, Visitenkarten und vielem mehr wiederfinden wird, die auf integrierte Markenführung spe-

/2

Herausgeberin:
Stadt Ludwigshafen am Rhein
Bereich:
Öffentlichkeitsarbeit

Postfach 21 12 25
67012 Ludwigshafen
Telefon: 0621 504-3013
Telefax: 0621 504-2049

E-Mail: pressestelle@ludwigshafen.de
Internet: www.ludwigshafen.de
Verantwortlich: Sigrid Karck

Informationen aus dem Rathaus

- 2 -

zialisierte Ludwigshafener Agentur cyperfection. Mit repräsentativen Umfragen und einer wissenschaftlichen Begleitung des Entwicklungsprozesses durch das Medien-Institut Ludwigshafen sowie durch Workshops mit Vertretern des öffentlichen Lebens wurden Zielsetzung, Aufgabenstellung und Designvarianten mit der Zielgruppe Bürgerschaft rückgekoppelt. Das partizipatorische Verfahren diente dazu, kein zufälliges Meinungs- oder Stimmungsbild, sondern ein repräsentatives und fundiertes Entscheidungskriterium zu erhalten.

"Mit der Neuausrichtung unserer Kommunikation verfolgen wir mehrere Ziele: Uns ist es wichtig zu zeigen, wer wir als Stadt Ludwigshafen sind und was wir als Verwaltung für die Allgemeinheit leisten, was uns attraktiv macht für die Menschen, für Neubürgerinnen und Neubürger und Unternehmen. Mit der erfolgten Ausrichtung unserer Innenstadt zum Rhein, durch Ansiedlungserfolge, die sich in Arbeitsplätzen, Privatinvestitionen und Wirtschaftsstärke messen lassen, haben wir in den vergangenen Jahren eine Menge erreicht. Stück für Stück entwickelt sich ein neues Gesicht. Es ist Zeit, dies auch zu zeigen und unser gemeinsames Potenzial stärker und selbstbewusster nach außen zu tragen sowie unsere Wettbewerbsposition in der Region und im Land weiter zu stärken. Ein Aspekt davon ist ein Logo, das selbstbewusst die Haltung der Stadt ausstrahlt und ihr ein neues Gesicht gibt: Das neue Gesicht für Ludwigshafen – Stadt am Rhein", erläutert Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse.

Entwickelt wurde das neue Logo, das aus der Wortmarke "Ludwigshafen. Stadt am Rhein" sowie einer bewusst mehrdeutigen Bildmarke besteht, von der Ludwigshafener Agentur

/3

Herausgeberin:
Stadt Ludwigshafen am Rhein
Bereich:
Öffentlichkeitsarbeit

Postfach 21 12 25
67012 Ludwigshafen
Telefon: 0621 504-3013
Telefax: 0621 504-2049

E-Mail: pressestelle@ludwigshafen.de
Internet: www.ludwigshafen.de
Verantwortlich: Sigrid Karck

Informationen aus dem Rathaus

- 3 -

cyperfection. Neue Leitfarbe ist ein freundliches, leuchtendes Blau – als Symbol für die Lage der Stadt am Wasser. In ganz reduzierter Form sind die Ankerelemente Ankerschaft, Ankerarme, Ankerstock erkennbar, deutlicher erscheinen die Buchstaben "L" und "U". Die Anordnung der grafischen Elemente vermittelt den Eindruck eines freundlichen Gesichts und eines Lächelns, das durchaus mit einem Augenzwinkern daherkommt. Das neue "Gesicht" setzt dabei konsequent auf Integration: Über die neue Visualisierung entsteht ein Identifikationsangebot an alle Bürgerinnen und Bürger. Es ist einfach und überzeugend und spricht durch seine Emotionalität verschiedene Zielgruppen auf sympathische Art und Weise an. Das Logo ist Bestandteil einer integrierten Imagekommunikation, die sich in den kommenden Monaten und Jahren der nachhaltigen Außendarstellung Ludwigshafens widmet und nicht nur die Stadtverwaltung betrifft. "Wir haben von Anfang an unser Vorgehen eng mit unseren Tochtergesellschaften abgestimmt und unterschiedliche Handlungsträger aus dem öffentlichen Leben eingebunden. Die Stadtverwaltung als klassische Behörde wird vorzugsweise mit der neuen Wortmarke ‚Ludwigshafen. Stadt am Rhein‘ kommunizieren. Für das Marketing, also wenn die Stadt mit ihren Standortvorteilen für sich wirbt, werden wir verstärkt auf die Kombination Wort-Bildmarke setzen, da diese gerade auch mit Blick auf virale und crossmediale Funktionen entwickelt wurde", erklärte die OB.

"Wir haben von Anfang an großen Wert darauf gelegt, unterschiedliche Akteure in den Prozess der Imagekommunikation einzubinden, und wir haben sehr darauf geachtet, dass unsere Imagekommunikation den Anforderungen

/4

Herausgeberin:
Stadt Ludwigshafen am Rhein
Bereich:
Öffentlichkeitsarbeit

Postfach 21 12 25
67012 Ludwigshafen
Telefon: 0621 504-3013
Telefax: 0621 504-2049

E-Mail: pressestelle@ludwigshafen.de
Internet: www.ludwigshafen.de
Verantwortlich: Sigrid Karck

Informationen aus dem Rathaus

- 4 -

des Internet- und Web 2.0.- Zeitalters standhält. Gleichzeitig müssen wir aus strategischen Marketingüberlegungen berücksichtigen, dass wir durchaus visuell in Konkurrenz zu anderen Kommunen stehen – da ist es wichtig, dass wir angemessen wahrgenommen werden. Mit einem prägnanten, einheitlichen Design machen wir unsere Marke nun weithin sichtbar, schaffen eine Markenidentität, heben uns von anderen ab und fördern eine emotionale Markenbindung", betonte Bürgermeister Wolfgang van Vliet, zugleich Aufsichtsratsvorsitzender der Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft LUKOM.

Dass die neue Imagekommunikation auf die Kommunikationsziele abgestimmt ist und funktioniert, hat das Medien-Institut bei seiner repräsentativen Bürgerbefragung ermittelt. "Es wurden durchgängig positive Werte für diese Variante des Logos erzielt – ein in dieser Deutlichkeit sehr überzeugendes Ergebnis. Es zeigt, dass die Menschen die Kommunikationsart und die Instrumente, die gewählt wurden, unterstützen", erläuterte der Geschäftsführer des Medien-Instituts Ludwigshafen, Kai-Uwe Weidlich. "Die Stadt hat bei der Entwicklung der Kommunikationsvarianten großen Wert darauf gelegt, die Ergebnisse methodisch fundiert zu hinterlegen", sagte die Oberbürgermeisterin. Der Einsatz des neuen Logos erfolge nun Schritt für Schritt. Neue Druckerzeugnisse der Verwaltung wie beispielsweise Plakate, Flyer, Einladungen tragen künftig das neue Logo, auch im Briefverkehr wird das Erscheinungsbild vereinheitlicht, ebenso Zug um Zug bei Formularen und Beschilderungen.

Herausgeberin:
Stadt Ludwigshafen am Rhein
Bereich:
Öffentlichkeitsarbeit

Postfach 21 12 25
67012 Ludwigshafen
Telefon: 0621 504-3013
Telefax: 0621 504-2049

E-Mail: pressestelle@ludwigshafen.de
Internet: www.ludwigshafen.de
Verantwortlich: Sigrid Karck