

Vorlage zur Behandlung in folgenden Gremien:

Gartenschauausschuss **öffentlich** am 17.06.2020 Entscheidung

Tagesordnungspunkt

Gartenschau 2023

Logo

Beschluss

Anlagen

Handout der Präsentation „Die Kavallerie GmbH“ Tübingen

Beschlussantrag:

- Dem Ergebnis der Jurysitzung zum Wettbewerb für das Corporate Design der Gartenschau 2023 wird zugestimmt. Das ausgewählte Logo wird zur Bildmarke Gartenschau 2023.
- Auf dieser Grundlage soll durch „Die Kavallerie GmbH“, Tübingen, ein Marketingplan entwickelt werden, der nach der Sommerpause dem Gremium vorgestellt wird.

Finanzielle Auswirkungen:

Erst auf Grundlage eines Marketingplans erfolgt die Beauftragung der Marketingagentur als Leader-Agentur. Die Vorlage des Marketingplans ist nach der Sommerpause vorgesehen. Die Verabschiedung des Marketingplans erfolgt im Gartenschauausschuss als zuständigem Gremium.

Sachverhalt:

1 Ausgangssituation

Die Gartenschau setzt sich zusammen aus den baulichen Daueranlagen und den Ausstellungen und Veranstaltungen im Durchführungsjahr 2023.

Die Entwicklung einer Ausstellungs- und Veranstaltungskonzeption, gemeinsam mit bwgrün, ist ab der zweiten Jahreshälfte 2020 vorgesehen.

Zeitlich hierauf abgestimmt gilt es, die Gartenschau als Marke zu entwickeln, in der Kommunikation nach außen zu tragen und einen entsprechenden hoch qualifizierten Marketingpartner zu beauftragen.

2 Ausschreibung Wettbewerb für ein Corporate Design (CD)

Das Logo und das daraus entwickelte CD wird das Aushängeschild der Marke „Gartenschau 2023“. Es muss angewendet werden können unter anderem bei der kompletten Geschäftsausstattung, auf Anzeigen, Flyern, Broschüren, Plakaten, Postkarten, Fahnen, diversen Werbeträgern, Leitsystemen, Besucherinformationen, Merchandisingartikeln und im Internet. Es muss sich durch ein unverwechselbares Design auszeichnen.

Es wurde ein zweistufiges Wettbewerbsverfahren durchgeführt:

Stufe I: Bewerbung

In der Stufe I konnten sich Full-Service-Agenturen bis zum 09. Dezember 2019 für den Pitch bewerben.

In der ersten Stufe wurde die Eignung der Agenturen geprüft. Inhalt der Bewerbung waren eine kurze Eigendarstellung der Agentur (Historie und Profil des Unternehmens, Anzahl der Mitarbeiter mit Funktion, Leistungsspektrum, sowie die Nennung von drei Referenzprojekten der letzten fünf Jahre aus dem Bereich Corporate Design/ Logoentwicklung/ Markenentwicklung.

Jurysitzung Stufe I: 20.01.2020

Von den fristgerecht eingegangenen 17 Bewerbungen wurden von der Jury 7 Bewerbungen ausgewählt, die zu einem Pitch, sprich einer Präsentation eines Logos eingeladen wurden.

Die Jury setzte sich zusammen aus Mitgliedern des Gemeinderats und bwgrün sowie aus der Verwaltung.

Jurysitzung Stufe II: 15.05.2020

Erwartet wurde von den sieben Teilnehmern, die zur weiteren Vorstellung eingeladen wurden:

- Die visuelle Präsentation eines Logos und Claims für die Gartenschau 2023 sowie ein daraus entwickeltes Corporate Design
- Eine schriftliche nachvollziehbare Begründung der gestalterischen Idee und der Herangehensweise an das Thema in Form und Inhalt
- Die Entwicklung von Leitthemen, Profil, Corporate Identity
- Die Ausarbeitung und Präsentation konkreter Anwendungsbeispiele des CD mit Logo auf Flyer (DIN lang), Anzeige (hoch und quer) und Geschäftsausstattung (Briefpapier,

Visitenkarte), Großflächenplakate (hoch und quer) und Merchandisingartikel sowie elektronische Medien

- Eine 20- minütige Präsentation durch die Agentur vor der Jury

In der Jury mitgewirkt haben Mitglieder des Gemeinderats und bwgrün sowie von der Verwaltung.

Die Moderation erfolgte durch Petra Pintscher, bwgrün, die das Gesamtverfahren fachlich betreut.

Die Jury entschied sich mehrheitlich für das Logo der Agentur „Die Kavallerie GmbH“ aus Tübingen.

Für den 1. Platz sprechen aus Sicht der Jury, dass die Agentur es geschafft hat, ein Konzept typisch für Balingen zu entwerfen, das gleichzeitig durch Ideenvielfalt glänzt. Die Typologisierung der Stadt wirkt frisch, die einzeln gewählten Icons wirken zeitgemäß und sprechen den Betrachter an. Das Konzept ist im positiven Sinne ausbaufähig, d.h. es kann für eine Vielzahl von Anwendungen eingesetzt werden. Das Konzept setzt sich klar von den Konzepten anderer Gartenschauen ab. Es unterstreicht die Eigenart der Gartenschau Balingen 2023. Für eine Nachbearbeitung wird empfohlen, die Icons weiterzuentwickeln und noch stärker auf Balingen zu konkretisieren.

3 Marketingplan

Als nächster Schritt erfolgt die Beauftragung der Agentur für die Finalisierung des Corporate Design / Corporate Identity der Gartenschau 2023, sowie für die Erstellung eines detaillierten Marketingkonzeptes und des Marketingplans. Zielsetzung des Marketingplans ist es zu informieren und Transparenz zu schaffen über Ziele, Zielgruppen, Reichweite, den geplanten Medienmix, Vertriebswege und Vertriebsstrategien sowie einen Überblick über das geplante Marketingbudget. Dieser ermöglicht eine abgestimmte Entwicklung und erfolgreiche Vermarktung der Gartenschau 2023.

Diese Ergebnisse werden nach der Sommerpause im Gremium vorgestellt.

Annette Stiehle

Annette Schoen