

Stadt Aachen

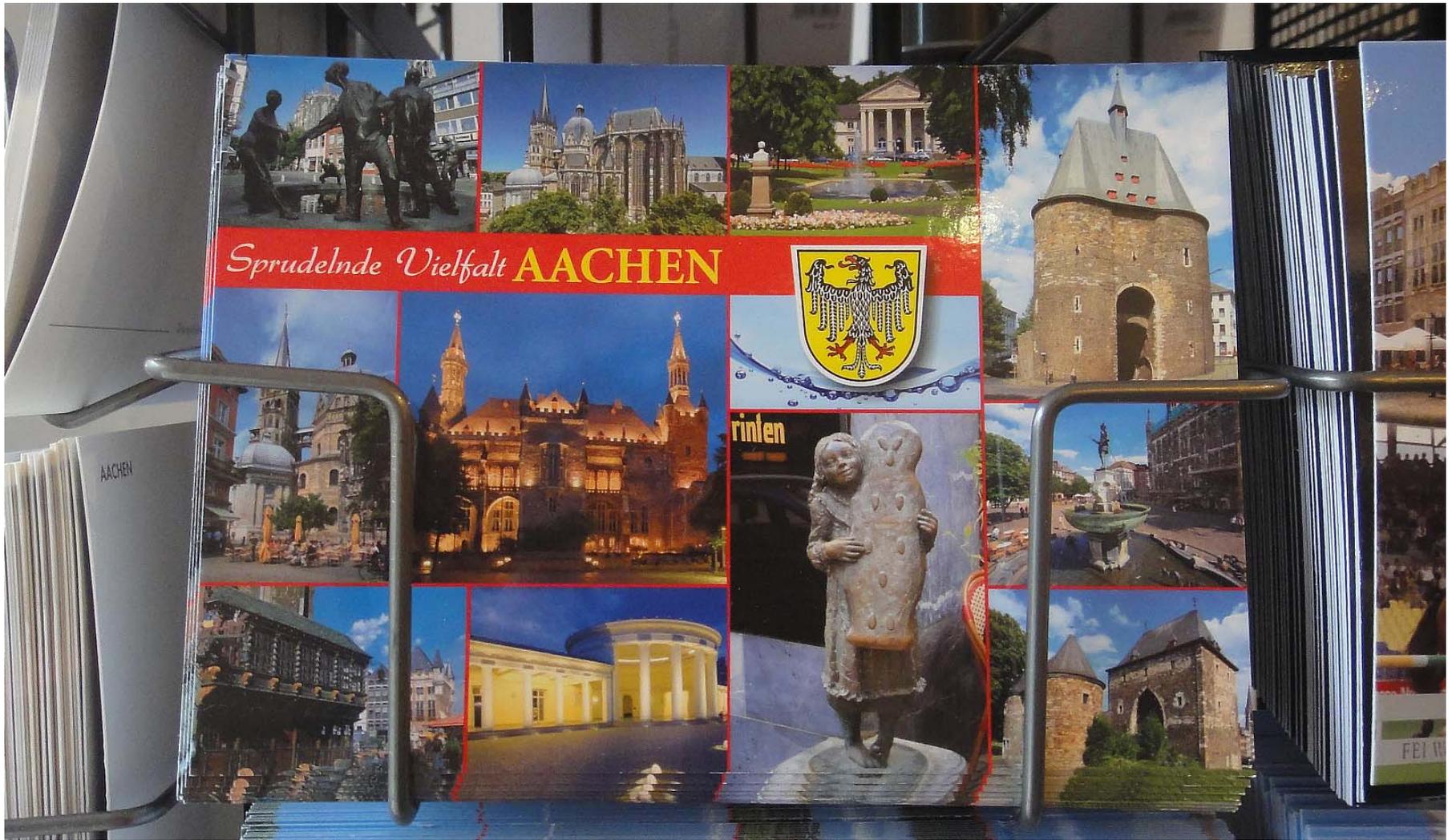
Marketing

2012 – 2013



Was macht Stadtmarketing?

Maßnahmen zur Attraktivierung der Stadt initiieren und begleiten
+ „übersektoral“ denken und handeln + Strategien entwickeln +
Ansprüche managen und moderieren +



Die Augen offen halten

Ist das Aachen?

stadt aachen



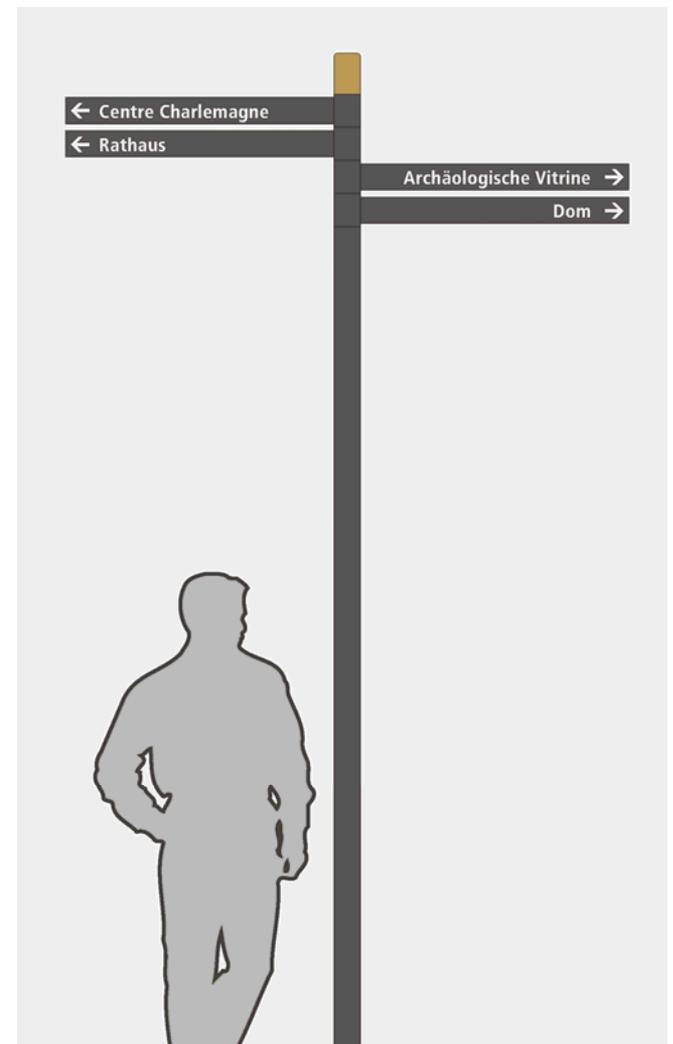


Fragen stellen

Was macht Aachen aus?
Marke, Image, Identität und Corporate Identity

stadt aachen





Den Finger in die Wunde

Bei der touristischen Wegweisung gibt es dringenden Änderungsbedarf

stadt aachen



Die Marke Aachen

Stärken

Wissenschaft + Technologie + Innovation + Hochschulstandort +
Karl der Große + Karlspreis + Europa + Welterbe Aachener Dom +
5.000 Jahre Geschichte + Kultur + CHIO + Dreiländereck +
Lebensqualität + Familienfreundlichkeit

+ *Der* Markentreiber der Zukunft: RWTH Campus



Aachen.

Wissenschaft, Geschichte, Lebensqualität, Kultur, Europa.

stadt aachen



Die Marke Aachen

Herausforderungen

Fluch und Segen „Sprudelnde Vielfalt“ +
Sprödes Leitbild „Wissenschaft Geschichte Europa“ +
Name ohne Bild für viele jüngere Menschen +
Traditionen mit Auffrischungspotenzial +



Foto: Andreas Herrmann

50.000 Studierende hier...

stadt aachen





Foto: Jörg Hempel, Aachen

Tradition da...

stadt aachen



Und was verbindet

Innovation und Tradition?

Fast nichts!

- **Es fehlt eine Achse, die Hochschulen und Innenstadt verbindet.**
- **Es fehlt eine ausreichende Anzahl architektonischer Highlights, die der Innenstadt ein moderneres Erscheinungsbild geben.**
- **Es fehlen Angebote, die dem hohen Anteil an jungen Menschen gerecht werden.**
- **Es fehlt das junge Leben in den alten Traditionen.**

stadt aachen



Herausforderungen aus lokaler Sicht

**Was immer wieder im Vordergrund steht –
bei Aachenern *und* Studierenden**

- **Mangelnde Sauberkeit**
- **Hohe Belastung durch Baumaßnahmen**
- **Zu wenige zentrale Grün- und Erholungsflächen**
- **Verbesserungsbedarf im ÖPNV**

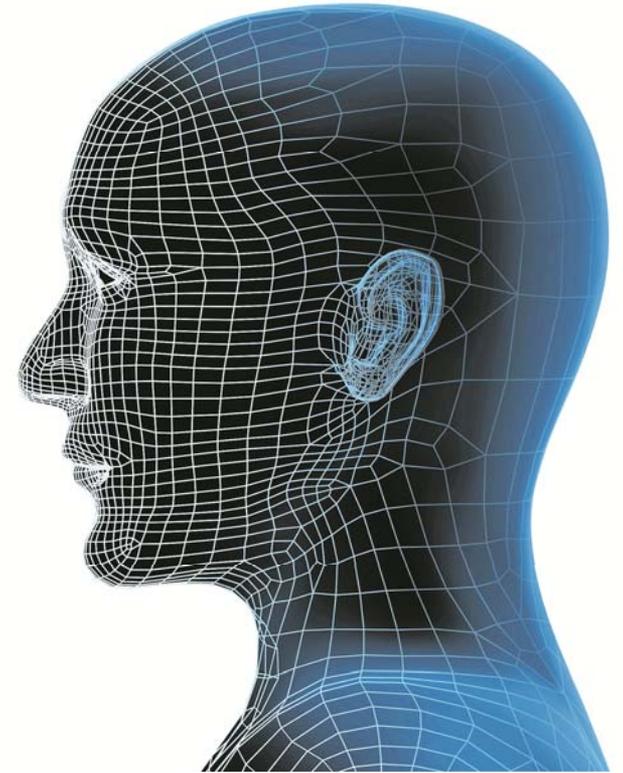
**(bestätigt durch Markenanalyse unter 18- bis 35-Jährigen /
Bachelorarbeit der Hogeschool Arnhem en Nijmegen 2012)**

stadt aachen



Stadtmarketing Ziele

Stärkung der Marke Aachen + Verjüngung der Marke Aachen



Innovation trifft Tradition

Die Leitidee und ihre Wahrnehmung
Geschichte und Zukunft

stadt aachen



Grüße aus
Aachen



Foto: Andreas Herrmann

Grüße aus
Aachen



Foto: Andreas Herrmann

Innovation trifft Tradition

Die Leitidee und ihre Wahrnehmung
Architektur heute und damals

stadt aachen





Foto: Andreas Herrmann



Foto: Pit Siebigs, Domkapitel Aachen

Innovation trifft Tradition

Die Leitidee und ihre Wahrnehmung
Ort des Studierens heute und zu Karls Zeit

stadt aachen





Innovation trifft Tradition

Die Leitidee und ihre Wahrnehmung
5.000 Jahre Geschichte im 21. Jahrhundert

stadt aachen



Leitidee

Innovation und Tradition

**Aachen als internationale Wissenschaftsstadt
innovativ, traditionsbewusst, weltoffen und familienfreundlich**

- **Stärkere Profilierung in der Wahrnehmung jüngerer Menschen**
- **Innerstädtische (optische) Präsenz der Hochschulen fördern**
- **Anbindung des RWTH Campus an die Stadt**
- **Mehr zeitgemäße architektonische Akzente in der Innenstadt
(Chance Bushofareal und Parkhaus Büchel)**
- **Mehr Angebote und Präsenz von Jugendkultur im offiziellen
Stadtleben
(Street Art, Breakdance, Musikbunker-Kultur)**
- **Verwaltung als moderner, serviceorientierter Dienstleister**

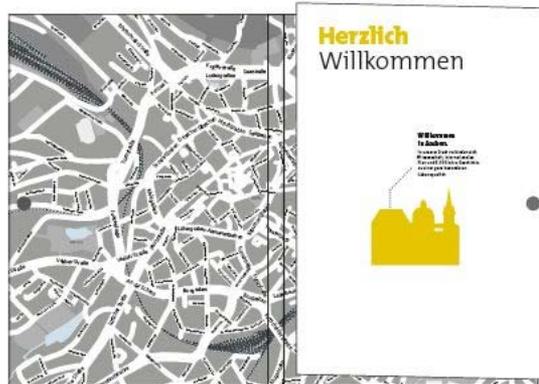
stadt aachen



Titel



Innenteil



Innenteil



Rückseite



Lokale Markenstärkung

Zufriedene Neuankömmlinge identifizieren sich mit der Stadt z.B. durch das neue Willkommenspaket



stadtseiten

Bürgerinformation der Stadt Aachen

www.aachen.de/stadtseiten

Nr. 6

Jahrgang 6



Foto: Peter Hinschäger

Lokale Markenstärkung

Zufriedene Bürgerinnen und Bürger identifizieren sich mit der Stadt
z.B. durch breit gestreute Infos zu wichtigen städtischen Themen

stadt aachen



Kreative Wohnungssuche
Studenten-Zimmer sind rar.
Das Projekt „Extraraum“
hilft bei der Vermittlung

Seite III

DIE WELT

Für fürs Ausland
Internationale
Forschungsprojekte schon
während des Studiums

Seite IV

MITTWOCH, 3. JULI 2013

SONDERAUSGABE STUDIEREN IN AACHEN



Jeder fünfte Einwohner in Aachen ist

An den vier Aachener Hochschulen sind fast 50.000 Studierende aus aller Welt eingeschrieben. Die Großstadt am Dreiländereck

„Duales Studium als ideale Kombination“

„Nie Probleme überfüllten Hörs“

Überregionale Stärkung

Aachen bekannter machen
z.B. durch regelmäßige Beilagen in überregionalen Produkten





Wo Menschen zu leben verstehen

Aachen zieht magisch an: Das internationale Flair und die Gastfreundschaft der Stadt sind unverwechselbar.

Der historische Kern rund um Dom und Rathaus hat südlichen Charme. Hier spielt sich das Leben draußen ab. Die pittoreske Altstadt lädt mit ihren Brunnen und schmalen Fassaden, zwischen denen klein und fein, aber auch groß und bunt, Aachens Geschäfte liegen, zum Bummeln ein.

Kulturelle Vielfalt genießen in der Sushi-Bar oder beim Spanier, Indier, Chinesen, Türken... Aachen hat nicht nur eine legendäre Kriegenkultur, sondern auch für jeden kulinarischen Geschmack das richtige Angebot.

Aachen ist grün: ein Paradies für Jogger, Spaziergänger, Radfahrer und Inlineer. Hier kann man sich entspannen – genau wie in den Carolus Thermen, in denen die alte Aachener Badekultur fortlebt.

In Aachen verstehen die Menschen zu leben, Sie werden es erleben!

Gesellig
Frisch, lebendig, internationalistisch oder ein Bier unter Freunden – Aachen hat unzählige Kneipen, Cafés, Restaurants und Diskotheken. Wir veranstalten einen schönen Feiernabend!

Gemeinlich
Neun öffentliche Grünflächen hat die Stadt Aachen in verschiedenen Parks. Hier darf man ganz legal seine Würstchen braten und es sich schmecken lassen.

Fahrerfreundlich
Mehr als 200 km Radwege, Radfahrräder und Freizeitsportler genießen es in Aachen.

Höflich
Mehr als 1000 Meter groß ist der Aachener Wald, eines der wichtigsten Naherholungsgebiete Aachens. Er liegt etwa 3,7 km südlich des Stadtzentrums und hat eine Waldfläche von 10 Hektar, 30 Orientierungstafeln und 10 Bänke – so ungefähr wenigstens.

Überregionale Stärkung

Aachen erstrebenswert machen
z.B. durch emotionale Imageprodukte



Stadtmarketing Zielgruppen

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung + Bürgerinnen und Bürger + Familien + Professionals + Studierende + Medienvertreter + [Touristen + Tagesbesucher + Kongressbesucher] +

Soziale Netzwerke: Fast 4.000 „Liken“ Aachen
► Seite 2

Abschied 1: Stadtdirektor Wolfgang Rombey
geht in den Ruhestand
► Seite 2

Triple: Die BSG Tischtennis beschließt eine
erfolgreiche Saison
► Seite 3

Abschied 2: Bye-bye WordPerfect
► Seite 4

mit.ac

Mitarbeiterzeitung der Stadt Aachen

www.intra.aachen.de/de/mitac

2/2013



Andreas C. und Bianca R. starten am Eisengarten in ihre Schicht.

„Die meinen nicht mich. Die meinen meine Uniform“

Unterwegs mit dem Ordnungs- und Sicherheitsdienst:
Mehr Sommer bedeutet mehr Stress.

„Im Moment hält es sich noch in Grenzen“, erklärt Andreas C. vom Ordnungs- und Sicherheitsdienst des Fachbereichs Sicherheit und Ordnung. Mit seiner Kollegin Bianca R. hat er gerade

unter Alkoholeinfluss, Ruhestörung – bei solchen Verstößen greifen die beiden sofort ein, ermahnen oder verhängen Verwarnungsgelder, erteilen Platzverweise und lassen im Ex-

also zum preisgünstigen Trinken, bevor der eigentliche Zug durch die Stadt beginnt – die Pontstraße und der Kaiserplatz. Aber auch in den Parks wie dem Hangeweiler, dem Westpark

4 | mit.ac



„Die Stadt“ macht das Sportabzeichen

Großer Erfolg: Rund 50 Kolleginnen und Kollegen
waren im Waldstadion dabei

Vier Disziplinen: Ausdauer, Kraft, Schnelligkeit und Koordination waren gefragt

Es war ein runder Geburtstag: 100 Jahre ist das Deutsche Sportabzeichen in diesem Jahr geworden. Ein guter Grund für Oberbürgermeister Marcel Philipp, alle Kolleginnen und Kollegen einzuladen, um im Jubiläumsjahr das Sportabzeichen abzulegen. 50 Kolleginnen und Kollegen waren der Einladung gefolgt und waren aktiv – bei den Übungen in den vier Disziplinen Ausdauer, Kraft, Schnelligkeit und Koordination – oder passiv – als Starter oder Zeitnehmer – dabei. Auch Marcel Philipp legte sein Sportabzeichen ab und freute sich über die gute Resonanz.



Aachen „likes you“

Die andere Form von Bürgernähe:
Facebook, Twitter und Co

Aachen knackt bald die 4.000-Marke

Was für den einen ein Buch mit unleserlichen Seiten, das ist für den anderen die Revolution im Internet geschrieben. Die Rede ist von Facebook, weltweit mehr als eine Milliarde Nutzer, rund 22 Millionen Aktive in Deutschland. Seit 2009 ist auch die Stadt Aachen mit einem eigenen Profil dabei. Das warsten Sie noch nicht? Klicken Sie sich doch mal rein: facebook.com/aachen. Doch das mittlerweile weltweit größte soziale Netzwerk ist nicht das einzige, worüber wir den Bürger „up to date“ halten. An mit Kulturlipps Nils W. überredet vorzeitig oder über aktuelle Veranstaltungen informieren. Bunte, grüne, gelbe, orange – „social networking“ ist unabdingbar geworden. Dabei geht es vor allem um eine reine Übermittlung von Informationen. Seit Januar 2011 ist Medien-Präsident Oliver Bredt tätig im Fachbereich Presse und Marketing und leitet neben seinem Teamkollegen und dem Mitarbeiterportal

Liebe Mitarbeiterinnen,
Liebe Mitarbeiter,

1954: Biers Fußballstadion. Nur wenige Wochen vor dem Sieg treffen von Biers erlebte die Stadtverwaltung Aachen ihr eigenes „Wunder von Biers“. Sie nahen mit der Mannschaft der Betriebs-Sportgemeinschaft (BSG) teil an einem „Vier-Länder-Fußballturnier“, gemeinsam mit Stadtverwaltungsgesetzern aus Lüttich, Maastricht und Biers. Den Sieg davon getragen haben die Aachener damals zwar nicht, aber doch viel gewonnen – vor allem das außergewöhnliche Erlebnis, dass sie mit anderen



Spezielle Angebote

z.B. für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
der Verwaltung

stadt aachen





Kurzurlaub in meiner Stadt

Aachen für Öcher

16. – 18. August 2013
Zu Gast in der eigenen Stadt

www.aachen.de/aachenfueroecher




Hotels & Fakten





01 Pullman Aachen Quellenhof
Monheimsallee 52
52062 Aachen

50,- Euro pro Person und Nacht inkl. Frühstücksbuffet



02 Art Hotel Superior
Am Branderhof 101
52066 Aachen

****superior
40,- Euro pro Person und Nacht inkl. Frühstücksbuffet

Zu Gast in der eigenen Stadt

15 Hotels stellen an 2 Tagen und Nächten über 500 Betten zur Verfügung! Sie zahlen pro Person, pro Stern, pro Nacht nur 10,- Euro inklusive Frühstücksbuffet! Das passende Freizeitprogramm können Sie sich zu Sonderkonditionen zusammenstellen.

Ein Angebot exklusiv für Bewohner der Aachener Region. Die Buchung der Zimmer startet am Mittwoch, 03.07.2013 – ganz einfach online oder telefonisch bei der Hotelvermittlung des aachen tourist service e.v. sowie persönlich in der Tourist Info Eisenbrunnen. In Verbindung mit der Hotelbuchung können exklusive Freizeitangebote zu Sonderkonditionen hinzugebucht werden. Sichern Sie sich Ihren Urlaubstag in der eigenen Stadt! Genaue Buchungsinformationen finden Sie auf S. 14.



Ab 3.7.2013
Hotel und Programm über aachen tourist service buchen

Grußwort



15 Hotels, 500 Betten, interessante Programmpunkte: Ob Stadtführung, Domschatzkammer oder Carolus Thermen. Erleben Sie ein unvergessliches Wochenende in Ihrer Stadt!

Foto: Andreas Herrmann

Aachen für Öcher

Liebe Aachenerinnen und Aachener, liebe Bewohnerinnen und Bewohner der Aachener Region,

Ein besonderes Angebot nur für Bewohner der Aachener Region. Anmeldung ab dem 3. Juli online unter www.aachen.de/aachenfueroecher

Im letzten Jahr haben wir den Aachener Bürgerinnen und Bürgern mit der Aktion „Aachen für Öcher“ zum ersten Mal die Möglichkeit geboten, sich ein Wochenende lang zu günstigen Konditionen als Tourist in Aachen zu fühlen. Weil dieses Angebot begeistert aufgenommen wurde, findet „Aachen für Öcher“ auch in diesem Jahr statt – allerdings nicht mehr nur für Menschen, die tatsächlich in Aachen wohnen, sondern für alle in der Euregio, die sich (auch) als Aachener fühlen.

Lassen Sie uns das Wochenende für „Euregio-Öcher“ als Kleinen Mosakstein der Bewerbung zur Kulturhauptstadt sehen. Wer seine Heimat gut kennt, kann auch gut für sie werben. Vielleicht lassen sich andere Kommunen der Euregio dazu anregen, ebenfalls solche Aktionen anzubieten. Gerne danke ich bei dieser Gelegenheit den Aachener Hoteliers und dem aachen tourist service e.v. für ihr Engagement in dieser gemeinsamen Sache.

Herzliche Grüße

Marcel Philipp
 Oberbürgermeister der Stadt Aachen




Spezielle Angebote

z.B. für Aachener
Zu Gast sein in der eigenen Stadt



Liebe/r.....

ich bin gut in Aachen angekommen und habe ...

- schon dem Oberbürgermeister Guten Tag gesagt
- mit Karl dem Großen im Karlsbrunnen geplätscht
- heiße Quellen und heiße Parties erlebt
- mich gar nicht bei den Erstsemester Rallies blamiert
- Ah ja, ich studiere auch noch ☺

Wenn Du Dich vergewissert möchtest, dass meine neue Stadt nett zu mir ist: www.ioecher.de

www.ioecher.de



Stadt Aachen | für Oberbürgermeister | Fachbereich Presse und Marketing | 52062 Aachen



Wichtige Adressen
auf einem Blick

Bürgeramt Aachen
Häckelrindstr. 1 | Bahnhofplatz
Hofstraße | Kaufhofhof

Bürgeramt Karbach
Johannes-Raul-Str. 1
Hofstraße | Eisenbrunnen

Mehr Informationen zur Anmeldung
www.aachen.de/bue



Du bist Erstsemester mit Erstwohnsitz in Aachen? Mach mit bei unserem Gewinnspiel. Es warten viele Preise auf Dich.

Stadt Aachen
Der Oberbürgermeister
Fachbereich Presse und Marketing
Haus Löwenstein, Markt 39, 52062 Aachen
Fon: 0241 432-13 09
Fax: 0241 28121
presse.marketing@mail.aachen.de

www.ioecher.de



Erstwohnsitz anmelden und iPad gewinnen

Tipps für einen perfekten Studienstart auf ioecher.de

www.ioecher.de



Spezielle Angebote

z.B. für Erstsemester,
die ihren Erstwohnsitz in Aachen anmelden sollen



Stadtmarketing Strategie

Kooperatives Marketing bündelt Kräfte

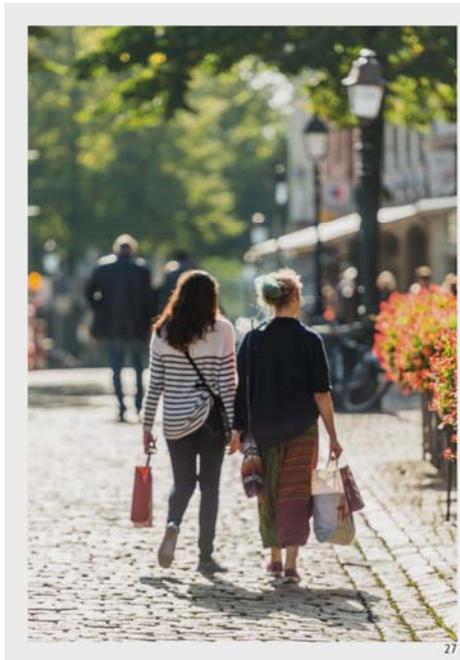


Beispiel Aachen für Öcher

Stadt Aachen und aachen tourist service e.v. im gemeinsamen Layout zusammen mit den Aachener Hoteliers



Shopping in Aachen



7 Zoe – Usedwear
Schöne und gepflegte Mode für Second-Hand-Fans. Das Preisniveau ist zwar etwas höher, dafür aber
aber ei
Kleider
Jakobstr.
+49 (0)
Di-Do 11
18.30, 5
3 ma
Der be:
und au:
jede Fr:
flippige
weitere
Etwas.
Jakobstr.
+49 (0)
www.m
Mo-Fr 11
Sa 10-14
9 Lid
Licht di
Licht ve
für hoc
optima
und pei
Jakobstr.
+49 (0)
www.lit
Mo-Fr 11



Großstädtische Eleganz, versteckte Plätze: Nach dem Shoppen lassen Aachener es sich erst mal bei einem Cappuccino gut gehen. Sie auch?

www.aachen.de

aachen  tourist service

stadt aachen 

Beispiel Shopping Guide

Stadt Aachen und aachen tourist service e.v. mit den Partnern MAC, IHK und Handwerkskammer – ein Produkt des Runden Tisches Marketing

stadt aachen 

STUDENT SUCHT DACH ÜBERM KOPF!

Wohnraum kostenlos anbieten und finden unter:
www.extraraum-aachen.de

EXTRARAUM STUDENTEN-LEBEN IN AACHEN

RWTH AACHEN UNIVERSITY

ASA ASIA RWTH

STUDENTENKREIS AACHEN

stadt aachen

STUDENTIN SUCHT DACH ÜBERM KOPF!

Wohnraum kostenlos anbieten und finden unter:
www.extraraum-aachen.de

EXTRARAUM STUDENTEN-LEBEN IN AACHEN

RWTH AACHEN UNIVERSITY

ASA ASIA RWTH

STUDENTENKREIS AACHEN

stadt aachen



Beispiel EXTRARAUM

Eine Initiative der Stadt Aachen, ihrer Hochschulen und Studierenden ausgezeichnet mit dem Aachener Marketingpreis 2013 (3. Platz)



Kreative Wohnungssuche
Studenten-Zimmer sind rar.
Das Projekt „Extraraum“
hilft bei der Vermittlung
Seite III

DIE WELT

Für fürs Ausland
Internationale
Forschungsprojekte schon
während des Studiums
Seite IV

MITTWOCH, 3. JULI 2013

SONDERAUSGABE STUDIEREN IN AACHEN



„Wohlfühlfaktor und gutes Miteinander“

Kerstin Palluch studiert im vierten Semester Soziale Arbeit an der **Katholischen Hochschule NRW**, Abteilung Aachen. Der 23-jährigen aus Velbert im Kreis Mettmann gefällt das Miteinander an der „Katho“, wie die Studierenden die Hochschule nennen, die vom Land NRW und der katholischen Kirche getragen wird. „Und wir haben ein wirklich gutes vielseitiges Studienangebot.“ Das Hochschulgebäude liegt recht idyllisch am Rande des Kürgebiets Burtscheid, dort wohnt Kerstin Palluch auch in einer Vierer-WG. In der leben neben einer Kommilitonin von der „Katho“ auch ein Architekt und ein E-Techniker, die beide an der RWTH studieren. „Ich habe mich in Aachen gleich sehr wohlfühler“, sagt die junge Frau, die zunächst den Bachelor und danach ihren Master anstrebt. Derzeit freut sie sich aber auf einen dreieinhalbjährigen Praxisaufenthalt im atemberaubenden

Jeder fünfte Einwohner in Aachen ist

An den vier Aachener Hochschulen sind fast 50.000 Studierende aus aller Welt eingeschrieben. Die Großstadt am Dreiländereck

„Duales Studium als ideale Kombination“

„Nie Probleme überfüllten Hörs“

Logo: **RWTH AACHEN UNIVERSITY**
Logo: **Industrie- und Handelskammer Aachen**
Logo: **IRE**
Logo: **Städteregion Aachen**
Logo: **STAWAG**
Logo: **aachen tourist service**
Logo: **stadt aachen**

Beispiel WELT-Beilagen

Hochpreisige Produkte
gemeinschaftlich realisieren



Stadtmarketing Mittel

Bürgerbeteiligung + Corporate Design + Employer Branding + Film +
Give Aways + Internet + Mediaservice + Newsletter + Printproduktion +
Pressearbeit + Social Media + Veranstaltungen +

Welcome to Aachen

Discover the city at the heart of Europe

Aachen Emotion



www.aachen-emotion.de



Grüße aus Aachen



Grüße aus Aachen



Grüße aus Aachen



Wo Menschen zu leben verstehen

Aachen zieht magisch an: Das internationale Flair und die Gastfreundschaft der Stadt sind unverwechselbar.

Der historische Kern rund um Dom und Rathaus hat südlichen Charme. Hier spielt sich das Leben draußen ab. Die pittoreske Altstadt lädt mit ihren Brunnen und schmalen Fassaden, zwischen denen klein und fein, aber auch groß und laut, Aachens Geschichte sagen, zum Bummeln ein.

Kulturelle Vielfalt genießen in der Sushi Bar oder beim Spanier, Indier, Chinesen, Türken... Aachen hat nicht nur eine legendäre Kneipenkultur, sondern auch für jeden kulinarischen Geschmack das richtige Angebot.

Aachen ist grün: ein Paradies für Jogger, Spaziergänger, Radfahrer und Inlineer. Hier kann man sich entspannen – genau wie in den Carolus Thermen, in denen die alte Aachener Badekultur fortlebt.

In Aachen verstehen die Menschen zu leben. Sie werden es erleben!



Gewidrig

Public Viewing, Jugendtreff, Jugendclub oder am Bar unter Freunden – Aachen hat wichtige Events, Cafés, Restaurants und Diskotheken. Wir wünschen einen schönen Feierabend!



Gemächlich

Neue öffentliche Grünflächen hat die Stadt Aachen in verschiedenen Parks. Hier darf man gerne legen, seine Würstchen braten und es sich schmecken lassen.



Fahrerfreundlich

Mehr als 200 km Radwege, Radfahrerkafés und freigegebene Wege gibt es in Aachen.



Mitglied

Mehr als 1500 Hektar groß ist der Aachener Wald, einer der weitläufigsten Naherholungsgebiete Aachens. Er liegt etwa 3 km südlich des Stadtzentrums und hat 100 km Wanderwege mit 10 Wäldern, 20 Orientierungstafeln und 50 Bänken – so ungefähr weitgehend.



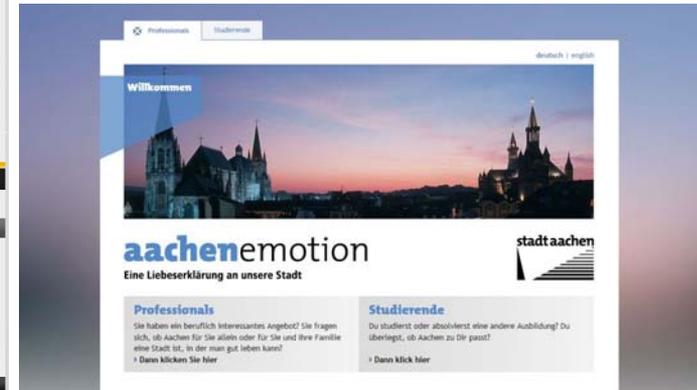
Grüße aus Aachen

Die Marke sichtbar machen

stadt aachen

Am offensichtlichsten äußert sich die Marke im Corporate Design
Prägnant, emotional, frisch, zeitgemäß (Relaunch 2012)





Beispiele digital

E-Mail-Signatur, facebook, Film, Newsletter, Twitter, Webseite, youtube Channel, QR Codes



iOecher
Erstwohnsitz dann Party

Tipps und Tricks für einen perfekten Studienstart in Deiner Stadt.

ioecher.de
Einfach Aachener werden

stadt aachen

www.ioecher.de

Aachen beschreiben
Eine Frage der Perspektive

stadt aachen

www.aachen.de

Termine online oder telefonisch 0241 4320

Direkt um die Ecke

Ihr Bürgerservice – auch in Brand, Eilendorf, Haaren, Kornelimünster, Laurensberg und Richterich.

stadt aachen

www.aachen.de/buergerservice

Huhu, beachten Sie mich doch bitte.

Aachener Mülleimer – für eine saubere Stadt

stadt aachen

www.aachen.de/umweltschae

Darf ich Ihnen etwas abnehmen?

Sauberkeit braucht beide Seiten. Unsere Mülleimer sind hoch motiviert!

stadt aachen

www.aachen.de/umweltschae

Beispiele Print

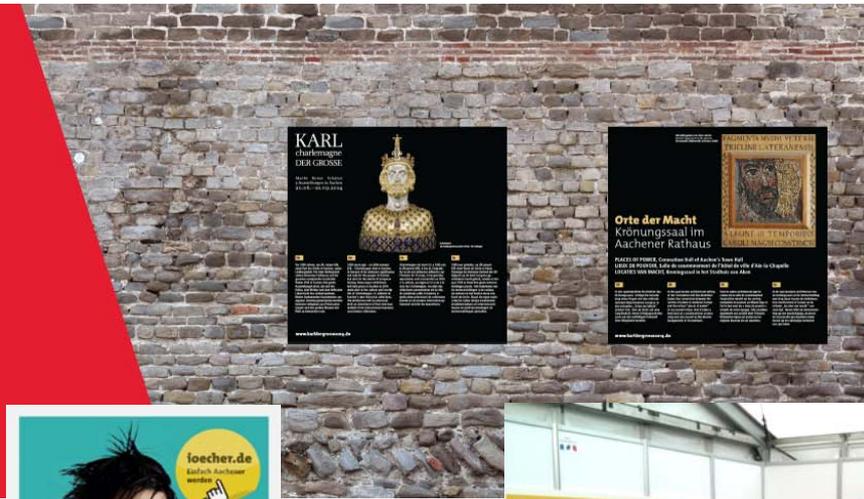
Plakate, Anzeigen, Flyer, Broschüren, Postkarten...



KARL charlemagne DER GROSSE

Macht Kunst Schätze
3 Ausstellungen in Aachen
20.06. – 21.09.2014

Geleitet und gesponsert by:



Grenzen überschreiten

Aachen macht Kultur

www.aachen.de/kultur

stadt aachen

ioecher.de
Kaufach Aachen
werden

Erstwohnsitz anmelden und iPad gewinnen

Tipps für einen
perfekten Studienstart
auf ioecher.de

www.ioecher.de

stadt aachen



Do, 07. November 2013 | 13:52 Uhr

Bürger-service	Nummer	Schalter
	T59	1
	T58	5
	A083	5
	T13	1
	T56	1

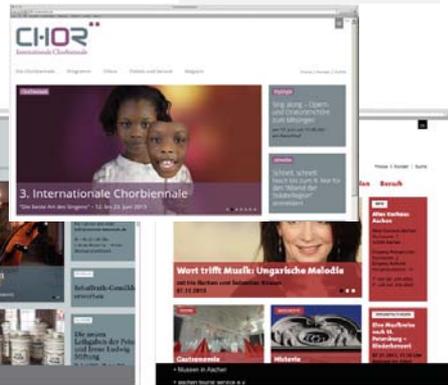
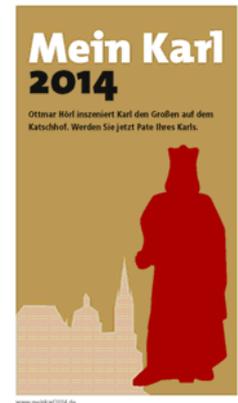
es zu einer höheren Wartezeit kommen. Bitte nutzen Sie a...

stadt aachen

Banner und Displays

Baustellen Marienturm, Messedisplay Kultur, Roll Up Erstwohnsitz, Display Bürgerservice Katschhof, Onlinedienste Euregio Wirtschaftsschau





ROUTE
CHARLEMAGNE
AACHEN

Parlez-vous Aix-la-Chapelle?



Kulturmarketing

Ausstellungswerbung, Filme, Konzepte, Merchandising, Öffentlichkeitsarbeit, Projekte, Web-Relaunches...



Stadtmarketing unter Beteiligung

**Wirtschaftsförderung + Tourismus + Kongresswesen +
E-Mobilität + Reit-EM 2015 + Karlspreis + Hochschulen +
Städteregion +**

Stadtslogan

ja oder nein?

- **Slogans können komprimierte Markenaussagen treffen und dadurch ein hilfreiches Mittel der Kommunikation sein. Mehr als 180 deutsche Städte arbeiten damit. Die meisten Slogans sind jedoch entweder nichtssagend oder – was nicht besser ist – wollen krampfhaft besonders sein.**
- **Als Gedankengerüst kann eine treffende Begriffskombination sehr hilfreich sein: „Innovation trifft Tradition“ bringt die Marke Aachen inhaltlich auf den Punkt.**
- **In Kombination mit dem Hauptbegriff „Innovation“ lassen sich alle typischen Merkmale Aachens ableiten, z.B.**

Aachen ist innovativ und traditionsbewusst,

Aachen ist innovativ und familienfreundlich, Aachen ist innovativ und europaaktiv,

Aachen ist innovativ und naturnah, Aachen ist innovativ und pferdebegeistert...

Stadtslogan ja oder nein?

**Einfach sein, ohne peinlich zu wirken,
einfallsreich sein, ohne albern zu wirken...**

**Für wen braucht eine Stadt einen Slogan?
Wird er implizit (Leitgedanke) oder explizit (Leitspruch) vermittelt?**

Das kann und will Stadtmarketing nicht allein entscheiden.

Ein Expertenworkshop sollte sich mit diesem Thema beschäftigen.

Möglichst alle sollten sich mit der Aussage identifizieren können.

**Wenn die Aussage nicht im breiten Bewusstsein geerdet ist,
wird sie nicht funktionieren.**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

**Fachbereich Presse und Marketing
im Hauptausschuss, November 2013**

