

Stadt Oelde
Der Bürgermeister
Pressestelle
Ratsstiege 1
59302 Oelde

Kontakt: Heike Beckstedde
Tel.: 02522/72-808
Fax: 02522/72-460
E-Mail: heike.beckstedde@oelde.de
www.oelde.de

PRESSE - INFORMATION NR. 232

Eine starke Marke für Oelde

Oelde richtet sein Stadtmarketing neu aus: Ziel des Corporate-Design-Wettbewerbs in diesem Jahr war die Gestaltung eines neuen Logos für die Stadt Oelde. Die fünf teilnehmenden Agenturen standen zudem vor der Aufgabe, eine gemeinsame Werbelinie für die Stadt und den Vier-Jahreszeiten-Park als herausragendem Oelder Aushängeschild zu entwickeln.

Entstanden ist eine Logofamilie. Das neue durchgängige Markenzeichen besteht aus einem „O“ mit Unterstrich und kommt farbig daher.

„Uns war bei der Auswahl des Logos wichtig, dass es das Potential mitbringt, die Oelder Bürgerinnen und Bürger mitzunehmen, ja im besten Fall zu begeistern“, erläutert Bürgermeister Karl-Friedrich Knop und ergänzt „Im Wettbewerb mit anderen Städten wollen wir unsere Stärken und Kompetenzen zielgerichteter darstellen und vermitteln können.“

Der besondere Wert des neuen Markenzeichens wird in der Einführungskampagne sichtbar. Dann „erzählt“ das „O“ - mit Oelder Bildmaterial gefüllt – Geschichten der Stadt: emotional, authentisch und mit hohem Identifikationspotential.

Das neue Markenzeichen wirkt klar, selbstbewusst und sympathisch und ist konzeptionell so angelegt, dass es für viele Bereiche deklinierbar ist.

In jeweils abgewandelter Form wird es zum Logo für unterschiedliche Institutionen: die Stadtbücherei erhält erstmals ein Logo – das „O“ in Gelbtönen. Rottöne stehen zukünftig für die Feuerwehr, blau für die Bäder in Oelde.

Allein der Vier-Jahreszeiten-Park als herausragendes Alleinstellungsmerkmal für Oelde nimmt eine Sonderstellung ein: das Logo ziert eine bunte Blüte. Der Brückenschlag zum Oelder Markenzeichen liegt hier im Weglassen: innerhalb der Blüte ist das „O“ ausgespart und fügt sich damit ebenfalls in die neue Familie ein.

„Wir freuen uns über das gelungene Logo, dessen Entwicklung ein breit angelegter Stadtmarkenprozess vorangegangen ist, an dem wir uns gerne beteiligt haben. Als Initiativkreis Wirtschaft Oelde sehen wir uns als Partner der Marke Oelde und werden diese nicht nur mittragen sondern auch ihren Aufbau aktiv unterstützen.“ (Ralf Dörner, Vorsitzender des IWO e.V.)

„Als uns das Konzept der neuen Marke vorgestellt wurde, waren wir gleich begeistert. Wir haben uns spontan entschlossen, mitzumachen und unser altes Logo aufzugeben, um Teil der neuen Marke zu werden.“ erläutert Ana Vlachava, Vorsitzende des Oelder Gewerbevereins. Und so symbolisiert ein „O“ in bunten Farbtönen ab sofort die Vielfalt und Attraktivität des lokalen Handels und stärkt zugleich als wichtiger Multiplikator die neue Oelder Marke.“

Background

Startschuss

Im Oktober 2016 fiel der Startschuss für die langfristige Neuausrichtung des Oelder Stadtmarketings. In einem mehrstufigen Prozess sollte ein gemeinsames Vermarktungskonzept für die Stadt Oelde und den Vier-Jahreszeiten-Park gefunden werden, das der besonderen Bedeutung des Parks als herausragendes Alleinstellungsmerkmal ausreichend Rechnung trägt.

Markenanalyse

Ziel des Stadtmarkenprozesses war, starke Oelde-Themen zu erkennen, zu priorisieren und gemeinsam zu kommunizieren. Zentrale Fragestellung war „Was macht Oelde für seine Bewohner und Gäste besonders attraktiv?“.

Das Ergebnis: Im Kern ist Oelde eine Stadt, die u.a. aufgrund ihrer hohen Wirtschaftskraft, einem hervorragenden Bildungsangebot, einer umfassenden Infrastruktur und intakten Stadtgesellschaft mehr zu bieten hat, als man auf den ersten Blick vermutet. Ebenfalls deutlich wurde, dass die Stärken von Oelde im interkommunalen Wettbewerb bislang zu wenig wahrgenommen werden.

Hier gilt es, zukünftig mit geeigneten Maßnahmen anzusetzen. Besonderes Augenmerk soll dabei auf die Beteiligung der Bürger gelegt werden.