

PRESSE-HANDOUT

Markenpapier und Slogan Dornstetten

HINTERGRUND

Die Durchführung eines Markenbildungsprozesses ist eine der Kernmaßnahmen, die als Aufgaben im Entwicklungskonzept Dornstetten niedergeschrieben sind.

2019 wurde die Agentur Gruppe Drei aus Villingen-Schwenningen mit der Durchführung des Markenbildungsprozesses beauftragt. Der Prozess wurde **2021** mit der Übergabe des Markenpapiers abgeschlossen.

Zu Beginn war angestrebt, das fertige Markenpapier im Rahmen einer öffentlichen Präsentation in Stadt und Bürgerschaft zu präsentieren. Die Pandemie hat dies bislang nicht erlaubt. Es ist jedoch geplant, dies so bald wie möglich nachzuholen. Gemeinsam mit der Steuerungsgruppe hat die Stadtverwaltung in den letzten Monaten jedoch die Implementierung des Markenpapiers vorbereitet. Ein Schritt dabei ist die Ableitung eines Slogans für Dornstetten.

WIE WIRD DAS MARKENPAPIER EINGESETZT

Das Markenpapier ist eine strategische Leitplanke für die Arbeit kommenden 10 bis 15 Jahre. Im Markenpapier ist die sogenannte Stadt-DNA definiert. Das Papier hilft, die Arbeit und Angebote in der Stadt – bei Stadtverwaltung, Institutionen, Organisationen etc. – einheitlich auszurichten. Dornstettens Angebote und Charakteristika können so stimmig und aufmerksamkeitsstark positioniert werden.

KERNAUSSAGEN DES MARKENPAPIERS

Das Markenpapier und die Stadt-DNA Dornstettens umfassen fünf Elemente:

1. **Der Markenkern Dornstettens**
(Zentrale Eigenschaften Dornstettens)
 - ➔ Gemeinschaft/Zusammenhalt, Echtheit, Lebendigkeit
2. **Der Markencharakter Dornstettens**
(Wahrnehmung Dornstettens)
 - ➔ Authentisch, zugewandt, anders
3. **Die Markensignale Dornstettens**
(Alleinstellungsmerkmale / besonders ausgeprägte Angebote und Stärken)
 - ➔ Fachwerk, Wirtschaftskraft, Familienfreundlichkeit, Lebensqualität
4. **Kundennutzen Dornstettens**
(Was Dornstetten bietet)
 - ➔ Überdurchschnittliche Um- und Versorgung, überdurchschnittliche Angebote, sehr gute Infrastrukturen
5. **Zielgruppen Dornstettens**
(Personengruppen, die in der Stadt stark vertreten sind)
 - ➔ Schüler/Azubis, Familien, Best Ager, Unternehmer, Tagesgäste

DER SLOGAN

Im Rahmen der Implementierungsvorbereitung beschloss die Steuerungsgruppe der Entwicklungsoffensive, das Markenpapier mit einem Slogan zu ergänzen. Gesucht wurde ein griffiger Satz, der zusammenfasst: Das ist Dornstetten.

In Bestätigung des städtischen Markencharakters beschloss das Gremium, die Aufgabe nicht extern zu vergeben, sondern einen ‚anderen‘ Weg zu gehen und den Slogan in einem Bürgerworkshop zu entwickeln. Dieser fand am 5. März 2022 statt. Geleitet wurde der Workshop von der Koordinatorin der Entwicklungsoffensive, Tina Eberhardt von Aprinum.

ERGEBNISSE DER SLOGAN-ENTWICKLUNG

Sechs Slogan-Vorschläge wurden im Rahmen eines Workshops am 5. März 2022 erarbeitet. Diese wurden anschließend auf der Website der Stadt Dornstetten eine Woche lang zur öffentlichen Abstimmung präsentiert. Über 505 Bürgerinnen und Bürger nahmen an dieser teil.

Abstimmungsergebnis

1. Unser Städtle - natürlich vielfältig (219 Stimmen)
2. DREI Orte – EIN Lebensgefühl (119 Stimmen)
3. Lebendig und l(i)ebenswert (94 Stimmen)
4. Tradition und Moderne treffen zusammen (29 Stimmen)
5. Leistungsstark mit Herz und Charme (24 Stimmen)
6. Sta(d)tt Dornen gibt's Sonne (20 Stimmen)

Der Slogan wird künftig in die städtische Kommunikation und Präsentation eingebunden. Hierzu stimmt sich die Stadtverwaltung nun mit den entsprechenden Fachleuten ab.

ZUSTÄNDIGE AKTEURE

Ellen Brede-Lenk

Projektleiterin Stadtentwicklung

[Stadtverwaltung Dornstetten](#)

Tina Eberhardt

Koordinatorin Entwicklungsoffensive

[Aprinum](#)

Ansprechpartnerin	
Stadtverwaltung Dornstetten	Ellen Brede-Lenk
Marktplatz 1+2	72280 Dornstetten
Telefon 07443/9620-31	Telefax 07443/9620-32
E-Mail ellen.brede@dornstetten.de	Web www.dornstetten.de