

NAMENSENTWICKLUNG



Städtische Kindertageseinrichtungen Ulm

Mehr als 1.000 Kinder im Alter von 0 – 6 Jahren besuchen die 24 städtischen Kindertageseinrichtungen. Die Kinder mit ihren Stärken erkennen und darauf aufbauen, davon profitieren die [kinder welt entdecker](#).



unser Fazit

Zu Beginn stand ein großes Fragezeichen bei den Leiterinnen auf der Stirn. Ist es zu schaffen, einen Namen zu finden, der den Kern der Kitas transportiert? Ist es möglich, in so kurzer Zeit, die Entwicklung zu schaffen. Wir haben schnell erkannt, dass wir mit entsprechender Moderation und Motivation mit dem Team kreative, innovative und herausragende Lösungen entwickeln können!

Schon jetzt ist der Name verankert, wird am Telefon genauso wie in schriftlichen Dokumenten verwendet. Ist gelebter Teil des Kindergarten-Alltags geworden. Genau dies ist der größte Erfolg.

die Herausforderungen für die Marketing-Kommunikation

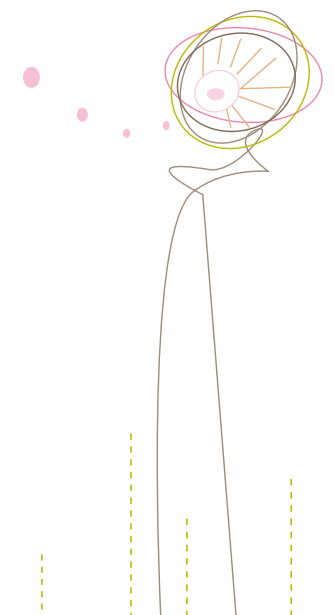
Die städtischen Kindertageseinrichtungen sind eine Abteilung der Stadt Ulm und unterliegen dem Erscheinungsbild der Stadt. Das klare Erscheinungsbild verdeutlicht jedoch den Aspekt „pädagogische Einrichtung“ nicht. Die Abteilungsnamen, im Zusammenhang mit dem Wort „Ulm“ sind austauschbar. Vor allem visuelle Unterscheidungsmöglichkeiten sind nicht gegeben. Es soll gelingen, durch einen neuen Namen sowie ein Bildzeichen, die Stärken der städtischen Kitas auszudrücken.

die Zielsetzung unseres Kunden

Wer sind wir und wie können wir uns in der Öffentlichkeit und bei unseren Zielgruppen noch besser positionieren? Schaffen wir es, vom „kindlichen Bastelimage“ wegzukommen und als qualitativ hochwertige Bildungseinrichtung erkannt zu werden? Weiterhin war es das Ziel, eine große Ausstellung unter einem eigenen Namen und Logo zu lancieren.

die Meilensteine

Juli 2010 – Kennen lernen des Teams, mit dem Ziel, eine Ausstellung zu planen
 August 2010 – Moderierte Workshop „Namensentwicklung“
 Oktober 2010 – Festlegung des Namens und Entwicklung Bildmarke
 seit November 2010 – sukzessive Anwendung in allen Medien/Werbemitteln
 Juli 2011 – groß angelegte Einführung mittels Ausstellung im öff. Raum



NAMENSENTWICKLUNG

unsere Zusammenarbeit

1. Analyse

- Kennen lernen der Menschen und der Organisation
- Workshops, Interviews und Einzelgespräche
- Namens-Recherchen in Deutschland, Österreich, Schweiz

2. Konzept

- Strukturierung des Entwicklungsprozesses
- Eingrenzen von Begrifflichkeiten aufgrund der Analyse
- Ausarbeiten von Namens- und Wortrichtungen
- erste Prüfung der Machbarkeit
- gemeinsame Entwicklung des Namens mit dem Team der städtischen Kindertageseinrichtungen

3. Umsetzung

- unterschiedliche Wortfolgen testen
- geschriebene Sprache
- gesprochene Sprache im persönlichen Dialog und im Telefondialog
- prüfen, abwägen, abstimmen, festlegen
- Entwicklung der Bild- und Wortmarke

4. Qualitätskontrolle

- Einführung auf Abteilungsleiter-Ebene
- Aufzeigen des Prozesses
- Darstellung der Stärken
- Diskussion der Einführungsmaßnahmen



die Maßnahmen

- Recherchen
- Workshops
- Bedeutung von Worten und Begriffen darstellen
- Moderation des kompletten Entwicklungsprozesses
- Logo und Bildmarke
- alle weiteren Marketingumsetzungen