

GERMERING
Könnte schöner. Kaum besser.



Der Markenclaim

So kommuniziert
Germering seine Qualitäten

Gefördert durch



Germering setzt Zeichen.

Der Wert und Erfolg der Marke Germering hängen davon ab, wie die Germeringerinnen und Germeringer die Markenbotschaft kommunizieren. Wie sie ihre Marke leben.

Im Wettbewerb der Standorte erhöht eine starke Marke den Wiedererkennungswert und schafft eine spürbare Differenzierung.

GERMERING – KÖNNTE SCHÖNER. KAUM BESSER.

ist die zentrale Positionierungsaussage der Marke Germering.

Wofür die Marke Germering steht, bringt der Markenclaim kurz und prägnant auf den Punkt. Er beschreibt, was Germering authentisch, relevant und besonders macht. Der Markenclaim bietet eine differenzierungskräftige, zeitlose Positionierung, zeugt von Haltung und Optimismus, ist nicht ohne Selbstironie und schafft so Identifikation.

Durch das klare Profil des Markenclaims entsteht eine eindeutig wahrnehmbare Innen- als auch Außenwirkung.


GERMERING

Könnte schöner. Kaum besser.





STADT
GERMERING



Das Bildelement des Marken-
claims stellt durch Form und
Farbgebung den Bezug zum
Corporate Design (CD) der
Stadt Germering her.

Städtisches CD und Marken-
claim bilden von nun an
die visuelle und inhaltliche
Klammer für die städtische
Kommunikation.



GERMERING
Könnte schöner. Kaum besser.

Die Anwendung der Markenelemente.

Der Markenclaim

Der werbliche Markenclaim ist die zentrale Positionierungsaussage der Marke Germering. Er wird durch das Stadtmarketing der Stadt Germering verantwortet und repräsentiert die Marketingaktivitäten der Stadt.

Darüberhinaus besteht für alle Interessierten, wie z. B. Unternehmen, Vereine, Verbände oder städtische Einrichtungen die Möglichkeit, den Markenclaim in ihre Kommunikation einzubinden, um ihre Identifikation mit Germering zum Ausdruck zu bringen.

Die klare Visualisierung des Markenclaims mit hoher Anpassungsfähigkeit bietet dafür maximale Gestaltungsmöglichkeiten.



Das Logo der Stadt Germering

Die Verwendung des Logos der Stadt Germering ist exklusiv der Stadtverwaltung und den städtischen Einrichtungen vorbehalten.



Ein Statement, viele Optionen.

Klar, kompakt, fokussiert und absolut flexibel. Der Markenclaim lässt sich unkompliziert und vielfältig einsetzen. Über die visuelle Erfahrung gewinnt der Markenclaim eine emotionale Dimension und wird intuitiv verständlich.

Die gestalterische Freiheit beginnt schon bei der Platzierung innerhalb eines Formats. Es gibt keine Restriktionen solange die Erkennbarkeit gewährleistet ist. Der Markenclaim lässt sich dort platzieren, wo geeigneter Raum vorhanden ist, oder dort, wo der Markenclaim seine Wirkung am besten entfalten kann. So bieten sich vielseitige und individuelle Anwendungsmöglichkeiten für alle, die sich mit Germering verbunden fühlen.

Weitere Informationen und Download-Möglichkeit druckfähiger und digitaler Daten des Markenclaims: www.germering.de/markenclaim

Basisversionen



Mögliche Farbvarianten

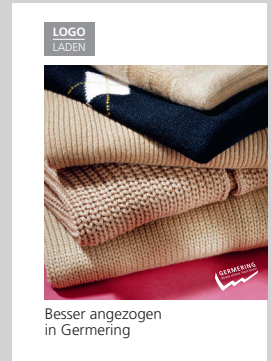


Basisversionen für die Platzierung des Marken-claims auf farbigen Flächen oder Bildern.



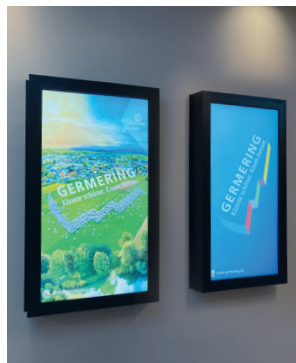
Flexibles Anwendungsprinzip für variantenreiche Gestaltung.

Die Anwendungsmöglichkeiten des Markenclaims sind vielseitig und dynamisch, sie bieten ein Höchstmaß an Variabilität für alle Kommunikationsformen, wie Briefausstattung, Flyer, Broschüren, Plakate, Webseiten, E-Mail-Signaturen, Displays, Schaufenster und vieles mehr.



Inspirationen für kreative Kommunikation.

Germering ist Vielfalt. Und für die Zukunft verspricht der Markenclaim ausreichend Spielraum für kreative Kommunikation und ermöglicht eine evolutionäre Markenentwicklung. Dem Ideenreichtum sind keine Grenzen gesetzt, wie diese beispielhaften Vorschläge andeuten.





Herausgeberin

Große Kreisstadt Germering
Standortförderung/Stadtmarketing
Rathausplatz 1
82110 Germering
Tel. 089 89419-0
www.germering.de
stadtmarketing@germering.de

Konzept und Gestaltung

das bürodrom, Christian Fehl