

Verhandlungsvergabe

Nach vorherigem Teilnahmewettbewerb

zur Vergabe der Leistung

Weiterentwicklung des Markensystems

**inkl. Konzeption, Entwicklung und Erstellung
eines modularen Brand Manuals**

Vergabenummer: 4711-26-02

Leistungsbeschreibung

Anlage 1

Leistungsbeschreibung

Die KölnTourismus GmbH schreibt hiermit die strategische und gestalterische Weiterentwicklung des Markensystems der KölnTourismus GmbH inkl. aller zugehörigen Submarken, sowie die Konzeption, Entwicklung und Erstellung eines modularen Brand Manuals aus.

Das zu erstellende Dokument umfasst folgende Leistungsbereiche:

- Leistungsbereich 1: Strategische Markenentwicklung
- Leistungsbereich 2: Brand Governance & Markenmanagement
- Leistungsbereich 3: Corporate Design System
- Leistungsbereich 4: Dokumentation und Integration der bestehenden Markenkommunikation
- Leistungsbereich 5: Marken Anwendungen & Vorlagen
- Leistungsbereich 6: Implementierung & Quick Guide

Ziel der Leistungserbringung:

Ziel der ausgeschriebenen Leistung ist die Konzeption, Entwicklung und Dokumentation eines ganzheitlichen und verbindlichen Regelwerks für die strategische und operative Markenführung der KölnTourismus GmbH. Das Brand Manual soll eine konsistente, medienübergreifende und zielgruppengerechte Markenkommunikation sicherstellen, die Markenarchitektur transparent abbilden sowie verbindliche Standards für Gestaltung, Sprache, Bildwelt, digitale und analoge Anwendungen, Governance-Prozesse und die praktische Umsetzung im Arbeitsalltag definieren.

Ein wesentlicher Bestandteil der Leistung ist die Überprüfung und gegebenenfalls Weiterentwicklung der Markenarchitektur sowie der zukünftigen Absenderstrategie der KölnTourismus GmbH. Hierbei ist insbesondere zu klären, welche Rolle die Dachmarke „KölnTourismus GmbH“ künftig in der externen Kommunikation einnehmen soll und ob diese weiterhin als sichtbarer Markenabsender auftritt oder zugunsten der Destinationsmarke „VisitKöln“ stärker in den Hintergrund tritt. Die daraus resultierenden Auswirkungen auf Markenarchitektur, Absenderlogik, Co-Branding sowie die konsistente Anwendung der Marke sind im Brand Manual verbindlich zu berücksichtigen.

Durch die Zusammenführung strategischer, gestalterischer und organisatorischer Vorgaben in einem zentralen Regelwerk sollen die Markenführung vereinfacht, die Wiedererkennbarkeit der Marke gestärkt, die Zusammenarbeit mit internen und externen Beteiligten erleichtert sowie die Qualität und Konsistenz sämtlicher Kommunikationsmaßnahmen langfristig sichergestellt werden.

3.1. Leistungsbereiche

Die Leistungen umfassen insbesondere die auf der vorangegangenen Seite dargestellten Leistungsbereiche, die folgend im Detail erläutert werden. Die Vergabe erfolgt in einem Los, welches 6 Leistungsbereiche umfasst.

Leistungsbereich 1: Strategische Markenentwicklung

Ziel dieses Leistungsbereiches ist die Analyse, Überprüfung und gegebenenfalls Weiterentwicklung der strategischen Grundlagen der Marke KölnTourismus. Im Rahmen eines Auftaktworkshops sind die bestehenden Grundlagen (Strategien, Sinus-Milieus und vorliegende Wettbewerbsanalysen) gemeinsam mit der Auftraggeberin zu analysieren, zu diskutieren und hinsichtlich ihres zukünftigen Handlungsbedarfs zu bewerten. Hierzu zählen insbesondere Markenstrategie, Markenidentität, Zielgruppen sowie die bestehende Marken- und Kampagnenarchitektur.

Schwerpunkt dieses Leistungsbereiches ist die Überprüfung und Weiterentwicklung der Markenarchitektur. Dabei ist insbesondere die zukünftige Rolle der Dachmarke „KölnTourismus GmbH“ innerhalb der externen Kommunikation zu bewerten. Es ist zu prüfen, wie sich die Dachmarke künftig zu den Destinations- und Produktmarken positionieren soll und ob die externe Markenkommunikation weiterhin unter der Dachmarke oder künftig vorrangig unter der aktuellen B2C-Marke „VisitKöln“ erfolgen soll. Ein kritisches Hinterfragen ist ausdrücklich erwünscht. Es ist vorstellbar, dass die Marke „VisitKöln“ in Zukunft stark in den Vordergrund tritt und auf „KölnTourismus“ gänzlich verzichtet wird. Auf dieser Grundlage ist eine konsistente Marken- und Absenderstruktur als Basis für das Brand Manual zu entwickeln.

Gegenstand dieses Leistungsbereichs sind insbesondere:

- Analyse der bestehenden Markenstrategie
- Analyse und Weiterentwicklung von Markenwerten
- Analyse und Schärfung der Markenidentitäten
- Zielgruppenanalyse und -segmentierung
- Entwicklung bzw. Weiterentwicklung der Markenarchitektur
- Entwicklung einer Absender- und Markenhierarchie
- Entwicklung einer Kampagnenarchitektur
- Entwicklung von Zukunftsszenarien für die Dach- und Submarken
- Strategische Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung der Marken

Leistungsbereich 2: Brand Governance & Markenmanagement

Ziel dieses Leistungsbereiches ist die Entwicklung verbindlicher Organisations-, Steuerungs- und Freigabestrukturen für eine konsistente und nachhaltige Markenführung. Hierzu sind Verantwortlichkeiten, Entscheidungs- und Freigabeprozesse sowie Qualitätsstandards zu definieren, die eine einheitliche Anwendung der Marke durch interne Mitarbeitende sowie externe Dienstleister und Partner sicherstellen.

Darüber hinaus sind Standards für die Verwaltung, Pflege und Bereitstellung sämtlicher Markenassets zu entwickeln. Hierzu zählen insbesondere Vorgaben für die Strukturierung, Nutzung und Verwaltung von Vorlagen und Templates. Zudem ist ein Konzept für eine zentrale Vorlagenbibliothek zu entwickeln, das die Grundlage für die spätere Erstellung vollständig editierbarer Templates für sämtliche relevanten analogen und digitalen Kommunikationsmedien bildet.

Gegenstand dieses Leistungsbereiches sind insbesondere:

- Definition von Rollen und Verantwortlichkeiten für die Markenführung
- Entwicklung von Entscheidungs-, Freigabe- und Abstimmungsprozessen
- Definition von Qualitätsstandards und Qualitätssicherungsmaßnahmen

-
- Entwicklung eines Konzepts zur Verwaltung, Pflege und Bereitstellung sämtlicher markenrelevanter Gestaltungs- und Kommunikationsmittel
 - Konzeption einer zentralen Vorlagenbibliothek
 - Definition der Anforderungen an vollständig editierbare Templates für sämtliche relevanten Kommunikationsmedien
 - Entwicklung von Schulungs-, Quick-Guide- und Befähigungskonzepten
 - Empfehlungen zur langfristigen Pflege und Weiterentwicklung des Brand Manuals

Leistungsbereich 3: Corporate Design System

Ziel dieses Leistungsbereiches ist die Entwicklung eines ganzheitlichen Corporate Design Systems, das die visuelle Identität der KölnTourismus GmbH und ihrer Marken definiert und eine konsistente Gestaltung sämtlicher Kommunikationsmittel sicherstellt. Das Corporate Design System bildet die gestalterische Grundlage für alle analogen und digitalen Anwendungen und ist als integraler Bestandteil des Brand Manuals zu dokumentieren.

Auf Basis der im Auftaktworkshop erarbeiteten strategischen Grundlagen sowie der definierten Markenarchitektur sind verbindliche Gestaltungsrichtlinien für sämtliche markenprägenden Gestaltungselemente zu entwickeln oder weiterzuentwickeln. Dabei ist insbesondere sicherzustellen, dass das Designsystem modular aufgebaut ist und die unterschiedlichen Marken, Anwendungsbereiche und Kommunikationskanäle der KölnTourismus GmbH berücksichtigt.

Gegenstand dieses Leistungsbereiches sind insbesondere:

- Entwicklung bzw. Weiterentwicklung der Logo-Richtlinien, einschließlich Logoarchitektur, Logovarianten, Schutzräumen und Anwendungsrichtlinien
- Entwicklung bzw. Weiterentwicklung der Farbwelt einschließlich Primär-, Sekundär- und Akzentfarben sowie verbindlicher Farbdefinitionen
- Entwicklung eines Typografie-Konzeptes einschließlich Schriftarten, Schriftgrößen, Textgliederung und Vorgaben zur Anwendung
- Entwicklung eines einheitlichen Layoutsystems einschließlich Seitenaufbau, Gestaltungsstruktur und verbindlicher Gestaltungsrichtlinien

-
- Entwicklung und Definition grafischer Gestaltungselemente (z. B. Formen, Muster, Linien, Symbole) sowie Standards für Icons, Illustrationen und Piktogramme
 - Entwicklung eines Gestaltungsbaukastens als Grundlage für analoge und digitale Kommunikationsmedien und Entwicklung geeigneter Anwendungsbeispiele
 - Definition verbindlicher Gestaltungsrichtlinien für die medienübergreifende Anwendung des Corporate Designs unter Berücksichtigung einer barrierearmen und responsiven Umsetzbarkeit

Leistungsbereich 4: Dokumentation und Integration der bestehenden Markenkommunikation

Ziel dieses Leistungsbereiches ist die strukturierte und anwenderorientierte Integration der bereits bestehenden Kommunikationsgrundlagen der KölnTourismus GmbH in das Brand Manual. Hierzu sind vorhandene Vorgaben zur Markenkommunikation redaktionell aufzubereiten, systematisch zu strukturieren und in das Gesamtkonzept des Brand Manuals einzubinden. Eine konzeptionelle Neuentwicklung der Kommunikationsstrategie, Tonalität oder Bildsprache ist nicht Gegenstand der Leistung. Grundlage der Markenkommunikation bildet die strategische Markenentwicklung. Die Entwicklung operativ nutzbarer und vollständig editierbarer Vorlagen ist nicht Bestandteil dieses Leistungsbereiches, sondern erfolgt im Rahmen des Leistungsbereiches 5 „Markenanwendungen & Vorlagen“.

Gegenstand dieses Leistungsbereiches sind insbesondere:

- Strukturierung und redaktionelle Aufbereitung der bestehenden Kommunikationsrichtlinien
- Einbindung der vorhandenen Vorgaben zu Tonalität und Sprachidentität
- Dokumentation der bestehenden Bildsprache
- Darstellung bestehender kanal- und zielgruppenspezifischer Anwendungsfälle
- Integration der Inhalte in das Gesamtkonzept des Brand Manuals

Leistungsbereich 5: Marken Anwendungen & Vorlagen

Ziel dieses Leistungsbereiches ist die Entwicklung und Gestaltung sämtlicher markenkonformer Anwendungen auf Grundlage der zuvor entwickelten Markenstrategie, des Corporate Design Systems sowie der Kommunikationsrichtlinien. Die entwickelten Anwendungen sollen eine konsistente und medienübergreifende Umsetzung der Marke sicherstellen und den Mitarbeitenden sowie externen Partnern als unmittelbar einsetzbare Arbeitsgrundlage dienen.

Im Rahmen dieses Leistungsbereiches sind vollständig editierbare und praxisgerecht nutzbare Vorlagen für sämtliche relevanten Kommunikationsmedien zu entwickeln. Die Vorlagen sind so zu gestalten, dass sie ohne umfangreiche gestalterische Fachkenntnisse verwendet werden können und gleichzeitig eine markenkonforme Anwendung sicherstellen.

Sowohl das entstandene Brand Manual, als auch die gestalterischen Vorlagen (mit etwaiger Erklärung) sind in deutscher und englischer Sprache zu verfassen.

Gegenstand dieses Leistungsbereiches sind insbesondere:

- Entwicklung markenkonformer und vollständig editierbarer Gestaltungs- und Anwendungsvorlagen für digitale Kommunikationsmedien (Website, Landingpages, Newsletter, Social Media, Display Ads, hauseigene digitale Medien, Digitale Präsentationen, etc.)
- Entwicklung markenkonformer und vollständig editierbarer Gestaltungs- und Anwendungsvorlagen für Printmedien (Geschäftsausstattung, Informations- und Publikationsmedien, Werbe- und Kampagnenmedien, Veranstaltungskommunikation, Broschüren, Postkarten, etc.)
- Entwicklung markenkonformer und vollständig editierbarer Gestaltungs- und Anwendungsvorlagen für Messe-, Event- und Werbemittel
- Entwicklung medienübergreifender Anwendungsstandards zur Sicherstellung einer konsistenten Markenkommunikation

Leistungsbereich 6: Implementierung & Quick Guide

Ziel dieses Leistungsbereiches ist die Unterstützung der Einführung des Brand Manuals in den Arbeitsalltag der KölnTourismus GmbH. Hierzu ist ergänzend zum ausführlichen Brand Manual eine kompakte und anwenderorientierte Kurzfassung (Quick Guide) zu erstellen, die den unterschiedlichen Nutzergruppen eine schnelle Orientierung ermöglicht und die wichtigsten Regelungen übersichtlich zusammenfasst.

Der Quick Guide soll die praktische Anwendung des Brand Manuals erleichtern und den Mitarbeitenden sowie externen Dienstleistern und Partnern einen einfachen Zugang zu den wesentlichen Markenrichtlinien bieten. Er dient als tägliches Arbeitsinstrument und unterstützt die konsistente Anwendung der entwickelten Markenstandards. Auch dieses Dokument ist, analog zum Brand Manual und den Vorlagen, in deutscher und englischer Sprache zu erstellen.

Gegenstand dieses Leistungsbereiches sind insbesondere:

- Erstellung eines kompakten Quick Guides als Kurzfassung des Brand Manuals (max. xx Seiten)
- Zusammenfassung der Markenarchitektur
- Darstellung der Absender- und Markenlogik einschließlich Entscheidungshilfe zur Nutzung der unterschiedlichen Marken
- Zusammenfassung der wesentlichen Gestaltungsrichtlinien (Logos, Farben, Typografie, Bildsprache und Tonalität)
- Darstellung typischer Anwendungsfehler und Handlungsempfehlungen
- Benennung der Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner bei Rückfragen
- Hinweise zu Ablageorten und Strukturierung