

Unsere Spielwiese.

*Die Entwicklung
der Dachmarke
Groß Grün*



Ein Projekt der Gemeinde Blankenfelde-Mahlow

Groß Grün



Groß Grün



Größer als Berlin!

Zusammen sind wir mehr!

Blankenfelde-Mahlow ist eine lebendige, grüne Gemeinde mit über 28.000 Einwohnern, verteilt auf 54 Quadratkilometern Gesamtfläche und damit die einwohnerstärkste Gemeinde des Brandenburger Landkreises Teltow-Fläming.

Unsere Gemeinde bietet einen attraktiven Lebens- und Arbeitsraum für Familien, vielfältige Möglichkeiten im Sport- und Kulturbereich sowie attraktive Voraussetzungen für Unternehmen. **Was will man mehr?**

Die Gemeinde Blankenfelde-Mahlow entstand in der kommunalen Neuordnung 2003 aus den Orten Blankenfelde, Dahlewitz, Groß Kienitz, Jühnsdorf und Mahlow. Aber das Gemeinschaftsgefühl reicht noch heute meist nur bis zum jeweiligen Ortsrand.

Das soll sich ändern! Auf der Suche nach einer gemeinsamen Identität haben Akteure aus allen Bereichen des Gemeindelebens in ergebnisoffenen Workshops ein gemeinsames Verständnis und eine gemeinsame Vision für unsere Gemeinde entwickelt. Die daraus resultierende Dachmarkenarchitektur verbindet sichtbar die vielfältigen Leistungen der Gemeinde und ihrer Akteure ohne dabei bestehende Identitäten zu berühren. Das flexible System bietet maßgeschneiderte Lösungen und die Dynamik des stetig wachsenden Netzwerks ist Motor für Projekte und Kooperationen.

Die neuen Familienmarken können beispielsweise die **Vermarktung** regionaler Produkte und Dienstleistungen, aber auch das **Recruiting** von Fach- und Nachwuchskräften sowie die **Kommunikation** und **Sponsorensuche** im Kultur- und Sportbereich wirksam unterstützen.

„Wir werden eine Fan-Gemeinde!“

Aus dem Bedürfnis heraus - über alle Ortsteile hinweg - raumübergreifend zuzu einer starken Gemeinschaft zu wachsen, entstand die gemeinsame Vision.

Die Fangemeinde ist das perfekte Vorbild, denn Fans könnten unterschiedlicher nicht sein und gehen doch gemeinsam durch dick und dünn. Fans lieben ihre Gemeinde, identifizieren sich mit ihr und bilden eine starke Gemeinschaft. Sie sind stolz, selbstbewusst und sehen jedes Mitglied unabhängig von Alter, Bildung, Kultur oder Status als wertvoll für die gemeinsame Sache an.

Mobilisiert durch persönliche Wertschätzung gibt jeder sein Bestes, um der Vision einen Schritt näher zu kommen. Die Vision ist bewusst offen und frei interpretierbar, damit sich jeder auf seine Weise identifi-

zieren kann. Denn kaum etwas mobilisiert mehr, als eigene Vorstellungen zu entwickeln und zu verwirklichen.

Vertreter aus den Bereichen Kultur, Sport, Bildung, Kirche, Sozial- und Seniorenarbeit aber auch Kita- und Hortkinder aus der Gemeinde waren in den Workshops auf der Suche nach der gemeinsamen Sache.

Durch Offenheit, Wertschätzung und Dialog entstand in den Workshops eine ungeahnte Dynamik. Gepackt von der gemeinsamen Sache und begeistert über die neuen Möglichkeiten, konnten alle Entscheidungen einstimmig beschlossen werden.



Eins für alle!

Die neue Wortbildmarke des Gemeindeprojekts zur Förderung des Lebens- und Wirtschaftsraums ist eine fixe Einheit. Sie wurde aus dem offiziellen Wappen abgeleitet und erscheint in einer modernen stilisierten Form, die alle Erfordernisse einer zeitgemäßen Marke erfüllt. Das Logo wird durch das Wappen „logisch“ nachvollziehbar und erhält dadurch Substanz. Das offizielle Wappen (neben den bestehenden Ortsteil-Wappen) wird durch das neue Logo sofort als Gemeindegewappen identifiziert. Dadurch stärken sich Logo und Wappen gegenseitig in ihrer Wirkung.

Neben der Vision wurde im Rahmen der Workshops unser Markenkern entwickelt:

„alle“ – „grün“ – „laut“

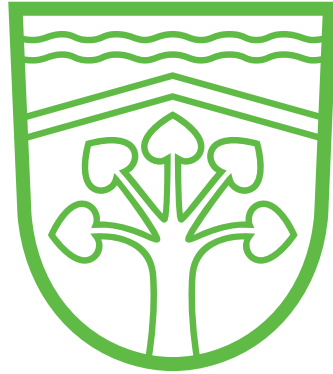
„Alle“ steht für alle Ortsteile, alle Bürger, alle Akteure und Anbieter. „Grün“ assoziiert Lebensqualität, Wachstum und Spielwiese für Kinder, Häuslebauer und Unternehmer

gleichermaßen. „Laut“ meint lebensfroh, authentisch und geradeheraus und schließt dabei den Großflughafen als Teil der Gesamtsituation mit ein.

Dem Wunsch der Workshopteilnehmer folgend, wurde ein Markenname entwickelt, der die Anforderungen der neuen Dachmarke erfüllt und damit eine schlagkräftige Kommunikation und Vermarktung ermöglicht. Der Name Groß Grün ist die logische Konsequenz aus Vision und Markenkern. Fans machen gemeinsame Sache, alle zusammen bilden eine große Gemeinschaft. Sie haben ihre Farben, hier abgeleitet von der „grünen Gemeinde“ und ihre packend lauten Schlachtrufe.

Gemeinsam haben alle Ortsteile Naturdenkmäler in Form von Bäumen. Der Baum ist Mittelpunkt des offiziellen Wappens und heißt auf Beamtendeutsch:

„raumübergreifendes Großgrün“



Groß Grün



Sichtbar im Verbund

Die Markenfamilie ist ein Baukastensystem, welches den verschiedenen Anwendern ermöglicht, die eigene Identität zu wahren und darüber hinaus nach außen als Teil einer starken Gemeinschaft aufzutreten.

Die Markenfamilie passt sich als flexibles Designsystem, den Bedürfnissen der Anwender an. Individualisierbare Slogans ermöglichen es, aktuelle Markenbotschaften zu transportieren.

Leistungen der Teilnehmer werden offiziell als Teil des Gemeindeprojekts sichtbar. Dieses Miteinander schafft Nähe, Aufmerksamkeit, neue Perspektiven und vielfältige Möglichkeiten. Die erkennbare Zugehörigkeit kann als „Gütesiegel“ einem Zuwachs an Vertrauen und Glaubwürdigkeit dienen und neue Zielgruppen ansprechen.

Einzigartig ist, dass unsere Dachmarkenstrategie wirklich „alle“ einschließt, vom einzelnen Bürger bis hin zum Konzern. Dadurch entsteht ein dynamisches

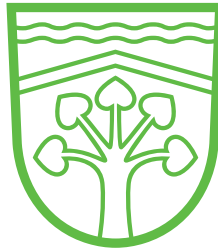
Netzwerk, in dem die verschiedenen Anwender auf allen Ebenen auch direkt zueinander finden können.

Auf diesem Weg erreichen wir gemeinsam unsere Ziele:

- Die Förderung der Gemeinschaft und des Miteinanders.
- Die Unterstützung von Gewerbetreibenden und Dienstleistern bis hin zu großen Unternehmen.
- Die Unterstützung von Institutionen, Projekten und Vereinen.
- Die Förderung der Attraktivität der Region als Lebens- und Arbeitsraum.

Unsere Familienmarken

Die zentrale Dachmarke ist der Gemeinde mit Verwaltung, Fachämtern und Bürgerservice vorbehalten. Der Einsatz der Familienmarken ist für die jeweiligen Anwendergruppen geregelt. Dazu zählen Institutionen, Sport- und Kulturvereine, Hersteller, Händler und Dienstleister sowie die Bürger unserer Gemeinde.

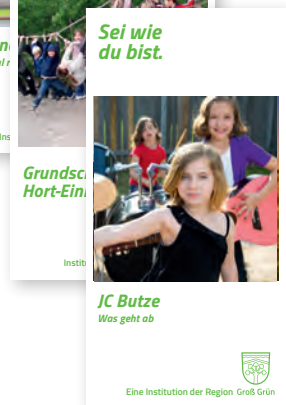


Groß Grün



Institutionen

Ob Bildungseinrichtungen, Freiwillige Feuerwehr, Jugendclub oder Bibliothek - die Dachmarkensystematik bietet ein breites Portfolio, um individuell wie gemeinschaftlich aufzutreten. Das Miteinander und die Gesamtleistung der Gemeinde werden sichtbar.



Projekt Bildungslandschaft

Wir verstehen Bildung als lebenslangen Prozess. Dementsprechend vernetzt arbeiten die Akteure der stetig wachsenden Bildungslandschaft, um den Menschen unserer Gemeinde ein qualitativ hochwertiges und vielfältiges Angebot bereitzustellen. Für Unternehmen bieten sich in diesem Bereich zahlreiche Möglichkeiten für das Engagement und Recruiting.



Vereine

Die Vereinslandschaft unserer Gemeinde bietet mit über hundert Vereinen eine Angebotsvielfalt, die ihresgleichen sucht und besonders zur Lebensqualität beiträgt. Dieser Spirit bringt Bewegung in unsere Dachmarke. Die Markenarchitektur bietet Vereinen eine Plattform für schlagkräftige Kommunikation und neue Kooperationen. Sport- und Kulturvereine sind für Firmen hochinteressant, um Führungs- und Nachwuchskräfte zu rekrutieren.





Groß Grün

***Keiner kann
uns schlagen!***

Vermarktung

Anbieter von Produkten und Dienstleistungen erhalten neue Vermarktungsmöglichkeiten. Stimmen die Rahmenbedingungen, können ortsansässige Anbieter, wie z. B. Imker oder Biobauern über Kooperationen heimische Produkte direkt im Supermarkt anbieten, und damit Absatz und Bekanntheit steigern.

Davon profitieren insbesondere kleine Anbieter wie Einzelpersonen oder kleine Vereine. Oftmals sind diese allein auf sich gestellt, haben nicht die Kraft und Möglichkeiten, um ihre Leistungen gewinnbringend im Markt zu positionieren.

Regionale Produkte spielen bei Supermärkten eine wichtige Rolle. Können Filialen sogar „Produkte aus der Nachbarschaft“ anbieten, ist das ein echtes Alleinstellungsmerkmal und damit ein konkreter Mehrwert.

Unsere Bürger profitieren von diesen Kooperationen in besonderer Weise: Sie entdecken, welche Vielfalt an Produkten in ihrer direkten Umgebung hergestellt wird, können die Herkunft der Produkte nachvollziehen und stolz sein auf ihre Region.

Storytelling

So werden lokale Anbieter schnell zum Stadtgespräch und über Erfolgsstories berichten wir natürlich gerne – ob auf unserer Website, in den sozialen Medien oder im Gemeindejournal. Denn genau diese Geschichten mobilisieren zum Mitmachen!

GEMEINDE JOURNAL



für Blankenfelde-Mahlow

AUSGABE AUGUST 2019 | NR. 08/2019



Grün. Grüner. Groß Grün.

DAS NEUE IMAGEPROJEKT FÜR DIE REGION

Dachmark
Das neue Label
und der Gemei

„Haben die nichts f
einige unter Ihnen.
involvieren. Hier er
konkreten Nutzen!
–aber auch für hier
herzlich einladler

Produkte aus der Nachbarschaft

Ein Gewinn für Hersteller, Händler und Bürger

In der Serie Erfolgsgeschichten unserer Gemeinde, darf Horst Wessel nicht fehlen. Als selbstständige Nachbarschaft Honig und andere Produkte aus Bienenzucht her. Durch die Kooperation mit dem er sind unsere Produkte nun neben anderen Produkten aus der Nachbarschaft direkt im Einzelhandel der Gemeinde profitieren vom Angebot, können die Herkunft der Produkte nachvollziehen und sind Honig aus Umgebung besonders empfehlenswert für die Gesundheit. Auf der anderen Seite spielen Märkte eine zunehmend wichtige Rolle. Eine Win-Win-Situation für alle.



MARKENFAMILIE

Wir wollen unsere Gemeindefam für jeden etwas ändern. Realisierungsschritte sind d noch in diesem Jahr umge haben wir alle Informationen Hintergrundinformationen, Verwendungshweise.

Informieren Sie sich. Anfr Informationen erhalten Sie i telefonisch unter der Rufnu

FEBRUAR 2020

GEMEINDEJOURNAL BLANKENFELDE-MAHLOW

| 5 |

GRÜNER WIRD'S NICHT!

Produkte aus der Nachbarschaft beleben den Einzelhandel



Einer von uns!



Bi- Erste konkrete Realisierungsschritte sind derzeit in Planung und werden noch in diesem Jahr umgesetzt. Auf der Website www.dachmark.groessgruen.de sind alle Informationen zur Entwicklung der neuen Dachmark zusammengefasst. Es gibt Hintergrundinformationen, Anbauhinweise und Verwendungsrichtlinien.

Informieren Sie sich:

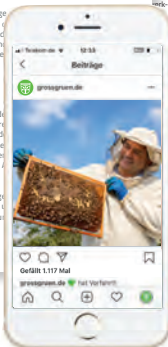
Anfragen, Anregungen und weitere Informationen erhalten Sie unter www.dachmark.groessgruen.de oder telefonisch unter der Rufnummer 03379 333-164.

Itig gut an!

Bildungslandschaft Blankenfelde-Mahlow

Diese Idee entstand bei einer Mitzelaktion in Kitas und Schulen, bei der Kinder und Jugendliche befragt wurden, was sie sich wünschen, damit diese Gemeinde zu einer faireren Gemeinde wird.

Mehr Infos unter dachmark.groessgruen.de/Projekt



Partnerschaft

Die Dachmarkenstrategie ermöglicht Unternehmen eine Partnerschaft mit der Gemeinde und ihren nachgelagerten Bereichen, wie Bildungseinrichtungen, Sport- und Kulturvereinen, Jugendclubs und anderen, einzugehen. Dabei sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt, damit das Engagement – je nach Intention – genau dort ankommt, wo es gewünscht ist und seine Wirkung sichtbar entfalten kann.

Vorteile auf einen Blick

- Unternehmen können ihre Position in der Region stärken.
- Offizielle Partner gewinnen Vertrauen und Glaubwürdigkeit.
- Inhalte werden individuell auf die Bedürfnisse abgestimmt.
- Das flexible System ermöglicht individuelle Markenbotschaften.
- Der direkte Zugang zur Zielgruppe schafft einen Vorsprung bei der Personalakquise.
- Arbeitssuchende erhalten neue Perspektiven.
- Arbeitnehmer sehen ihr Unternehmen in einem neuen Licht.
- Bürger profitieren vom Engagement.
- Sichtbares Engagement steigert die Sympathiewerte.



Das neue Label zur Förderung der Region, ihrer Vielfalt und ihrer Gemeinschaft

Von Sport- bis zu Kulturvereinen, Bildungsinstitutionen, aber auch Gewerbetreibende, vom Selbstständigen über mittelständische Unternehmen bis hin zum weltweit agierenden Großkonzern – keiner wird ausgeschlossen. Jeder hat die Möglichkeit sich der Dachmarke anzuschließen und damit die Identifikation mit der Gemeinde zu stärken.

Das derzeit noch im Prozess befindliche Gesamtkonzept wurde durch das gemeindliche Gremium, dem Hauptausschuss, im September 2019 vorgestellt und überzeug-

te die Ausschussmitglieder vom Mehrwert und der Wichtigkeit dieser Dachmarkenstrategie. Die Weiterführung des Konzepts wurde einstimmig vom Hauptausschuss beschlossen.

Erste konkrete Realisierungsschritte sind derzeit in Planung und werden noch in diesem Jahr umgesetzt. Auf der Webseite dachmarke.grossgruen.de sind alle Informationen zur Entwicklung der neuen Dachmarke zusammengetragen. Es gibt Hintergrundinformationen, Anschauungsmaterial und Verwendungshinweise.

**Wir danken Ihnen für Ihr Interesse.
Werden Sie Teil unserer Gemeinschaft!**



Groß Grün

***Ich bin ein
Groß Grüner!***



Wer hier landet, will nicht mehr fort!

Die Entwicklung der Dachmarke ist ein Projekt der Gemeinde Blankenfelde-Mahlow in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur logolotte

Gemeinde Blankenfelde-Mahlow

Karl-Marx-Straße 4, 15827 Blankenfelde-Mahlow

Hauptamt, Team Öffentlichkeitsarbeit

E-Mail: hauptamt@blankenfelde-mahlow.de, Tel. 03379 333-164



Groß Grün