

Bad Wildungen

LIVE

NATÜRLICH GUT

Jetzt in
Ausgabe I/2010

Erfolgreiche Markenbildung ist Beispiel für andere

10 Jahre Wort-Bild-Marke „Natürlich gut“

„Bad Wildungen – natürlich gut“, die unverwechselbare Marke ist heute innen wie außen etabliert und kann in diesen Tagen zehnjähriges Jubiläum begehen - in der heutigen kurzlebigen Tourismus- und Werbelandschaft eine absolute Ausnahme!

Es ist schon viel Kluges über erfolgreiche Markenbildung gesagt und geschrieben worden, seit Apotheker John Stith Pemberton im Jahre 1886 seine coffeinhaltige Brause mit für diese Zeit ungewöhnlicher Werbung und einem ersten speziell dafür entwickelten Logo bewarb. Bis heute gilt der Coca-Cola Schriftzug und seine Marktdurchdringung als beispielhaft in der Werbung. Auch der

Mercedes-Stern, der Opel-Blitz, die bekannteste Corn-Flakes-Packung oder das allgegenwärtige große gelbe „M“ einer bekannten Fast-Food-Kette zeigen, dass gute Marken zwar von Zeit zu Zeit behutsam weiterentwickelt, im Kern aber Bestand haben müssen.

Diese Erfahrungen in Kombination mit modernen Marketingstrategien, der speziellen Grundausrichtung des Heilbäderzentrums Bad Wildungen und Reinhardshausen mit seinen ländlichen Stadtteilen und eine kreative Umsetzung waren die Grundlage für die Einführung einer neuen Wort-Bild-Marke im Jahre 1999.

Schon 1991 hatten die beiden damals noch selbstständigen Kur-

betriebe Staatsbad und Bad Reinhardshausen GmbH unter dem Motto „Bad Wildungen & Reinhardshausen - Ein Herz und eine Seele“ gemeinsam mit der Stadt Bad Wildungen erstmals gemeinsame Wege beschritten, eine Doppelmarke gebildet und so die bis dahin bestehende innere Konkurrenzsituation weitgehend überwunden. Nach der großen Krise Mitte der 1990er Jahre mit gravierenden Einbrüchen bei den Gäste- und Übernachtungszahlen wurde es allerdings Zeit, sich systematisch neu auszurichten und alle Kräfte unter einer übergreifenden Dachmarke zusammenzufassen.

Im Rahmen einer groß angelegten „Kurstadt- und Tourismus-Offensive“ wurde unter kompetenter Begleitung der Steinbeis-Akademie, Berlin, zusammen mit 45 Leitbetrieben aus allen Branchen eine Stärken- und Schwächen-Analyse erstellt, Chancen und Risiken für neue Entwicklungen abgeschätzt und schließlich ein Zukunfts-Konzept für ganz Bad Wildungen entwickelt. Viele Maßnahmen aus dem damals geschnürten Paket sind umgesetzt, einige gelten inzwischen als herausragend. Äußeres Symbol dieser grundlegenden Neuorientierung ist bis heute die Marke „Bad Wildungen – natürlich gut“ und die zugehörige, seit dem Jahr 2000 erfolgreich am Markt platzierte Werbelinie.

Das heutige Bad Wildunger Logo wurde seinerzeit in einem aufwändigen bundesweiten Wettbewerb namhafter Werbeagenturen gefunden. Da gab es die unter-



(Montage: Staatsbad)

Sehr geehrte Gäste, liebe Bürgerinnen und Bürger,

eine märchenhafte Weihnachtszeit steht vor der Tür und hält jeden Tag eine andere Überraschung für Sie bereit. Ich lade Sie zusammen mit unseren Einzelhändlern zu einem verzauberten Einkaufsbummel in unsere Stadt ein. Beenden Sie das Jahr 2009 mit einem Besuch beim Nikolaus am zweiten Adventswochenende in Reinhardshausen und einem Glas Glühwein auf unserem märchenhaften Weihnachtsmarkt am dritten Adventswochenende in der Altstadt. Zum Jahreswechsel bieten Ihnen einige Hotels und Gastronomiebetriebe stimmungsvolle Unterhaltung. Sie können aber auch bei der Silvesterveranstaltung in der Wandelhalle in Bad Wildungen das Neue Jahr mitten in Deutschlands größtem Kurpark und Hessens schönstem Garten begrüßen.



Danach kommen die ersten zwei Monate des Neuen Jahres, die woanders eigentlich kalt und ungemütlich sind. Nicht aber in Bad Wildungen. Gemütliche Cafés und Restaurants laden zum Plaudern oder Musik hören bei einer heißen Tasse Tee oder Kaffee und einem guten Stück Kuchen ein. Jeden Sonntag können Sie beim beliebten Tanztee das Tanzbein schwingen. Dienstags bis sonntags verwöhnt Sie unser Kurorchester mit melodischen Klängen aus aller Welt. Garniert werden der Januar und Februar von einer Reihe unterhaltsamer Theaterveranstaltungen. Und mit ein bisschen Glück schüttelt Frau Holle ihre Betten wieder über unserer Stadt aus und verzaubert sie in eine schneeweiße Märchenwelt. Dann machen Sie einen Winterspaziergang wie meine Frau und ich. Gehen Sie die Brunnenallee entlang, durch die Altstadt und in unseren Kurpark. Besuchen Sie Schneewittchen und die sieben Zwerge in Bergfreiheit – und Sie werden eine unvergessliche Winterzeit in Bad Wildungen erleben.

Jedoch bevor das Jahr zu Ende geht möchte ich mich bei Ihnen allen für die Verbundenheit mit Bad Wildungen bedanken. Sie tragen als treue Bürger oder Gäste dazu bei, dass Bad Wildungen jedes Jahr aufs Neue eine lebendige, liebens- und erlebenswerte Stadt ist. Ihnen allen, Ihren Familien und Freunden wünsche ich schöne Festtage, eine erholsame Zeit in unserer Stadt, Gesundheit, Glück und einen guten Start ins Neue Jahr.

Auf Wiedersehen in Bad Wildungen,

Ihr

Volker Zimmermann

Bürgermeister der Stadt Bad Wildungen

Hessens schönster Garten

Bad Wildungen
NATÜRLICH GUT

10 Jahre Wort-Bild-Marke „Natürlich gut“ – Fortsetzung von Seite 1

schiedlichsten Vorschläge sowohl mit statisch-konservativen als auch modernistischen Lösungen, lang-



weiligen und höchst unkonventionellen Vorschlägen. Vor allem bei dem Slogan (heute neudeutsch „Claim“ genannt) schoss so manche Idee buchstäblich ins Kraut. Während namhafte Mitbewerber sich mit Aussagen wie „Gesund und munter“, „Erholung für jeden Geschmack“, „Berge und Wald“,

BAD WILDUNGEN

„A-Dorf bringt's“ oder „B-Stadt hat's“ schmückten, brachten die Wildungen die Grundausrichtung ihres Gesundheits- und Tourismusangebotes mit zwei Worten auf den Punkt: „Natürlich gut!“ Reckhard

Pfeil, noch heute im Stadtmarketing für Tourismus, Öffentlichkeitsarbeit und neue Medien zuständig, gilt als „Vater“ dieses allumfassenden Slogans. „Die Aussage ist positiv und bewusst absolut, sie schließt Mutter Natur als Erholungsfaktor Nummer 1 mit Heilquellen, Wäldern, gesunder Luft und Ruhe ebenso ein wie alle übrigen Bereiche in Gesundheitswesen, Kultur, Freizeit und Tou-

BAD WILDUNGEN

rismus“, erklärt Pfeil. „Natürlich gut“ ist nicht nur ein Qualitätsversprechen, das die Leistungsträger und Akteure im Ort immer wieder neu einlösen müssen, sondern es ist zugleich auch eine selbstbewusste Positionsbestimmung für Deutschlands Heilbad Nr. 2. Selbstverständlich erfüllt die aktuelle Marke alle Voraussetzungen für die Nutzung in unterschiedlichsten Produktzu-

sammenhängen und allen Medien. Der dominierende dynamische Schriftzug „Bad Wildungen“ ist in „Wildunger Blau“, der Hausfarbe von Stadt und Heilbad gehalten. Er setzt sich nicht aus Standard-Typen im Sinne von Computerschriften zusammen, sondern wurde von Hand kalligrafisch angelegt. Und so wirkt er auch! Man sieht kein Wort, sondern eine ganz persönliche Unterschrift, schwungvoll und mit eigenem Charakter. Wer diese Marke einmal gesehen hat, muss sie nicht mehr lesen, er erkennt sie auch so.

„Bad Wildungen – natürlich gut“ funktioniert hervorragend als Dachmarke, sehr viele heimische



Betriebe nutzen sie ideenreich und vielfältig. Sie stellen sich gern unter das gemeinsame Dach und schmücken Prospekte, Umschläge und Schilder, Banner und Fahnen,



Ein Herz und eine Seele

Taschen und Tassen, Autoblech und T-Shirts, Internetseiten, Süßigkeiten und vieles mehr mit dem Logo. Diese starke Gemeinsamkeit trägt zur weiteren Verbreitung der Marke in der Außenwirkung bei, sie stiftet aber auch Identität und Solidarität nach innen. Eigentlich gelten touristische Marken nach sechs bis acht Jahren als verbraucht.

Aber eben nur „eigentlich“...! (RP)

Bad Wildungen
NATÜRLICH GUT