



Experience Konstanz Ein Denkansatz

9. 2. 2010

Experience Konstanz ist ein designstrategisches Projekt im Masterstudiengang Kommunikationsdesign an der HTWG Konstanz.

Die Studenten: Martina Armbruster, Stefan Frosch, Andreas Grimm, Tania Kechagia, Alina Klötter, Christiane Knaust, Anika Kositz, Isabelle Kowacki, Kathrin Kraus, Aleksandra Maxelon, Antonia Schneider und Moritz Profitlich.
Betreut von Professor Brian Switzer.

Wie ist Konstanz?

Wir haben mit Menschen gesprochen.

Wir haben beobachtet und fotografiert

Wir wollten herausfinden, was Konstanz ausmacht.



Konstanz ist: Altstadt
Konstanz ist: der See
Konstanz ist: überschaubar
Konstanz ist: die Lage
Konstanz ist: teuer
Konstanz ist: schlechte Leitsysteme
Konstanz ist: die Grenze



Konstanz ist: Einkaufsmöglichkeiten
Konstanz ist: dreckig
Konstanz ist: Touristen
Konstanz ist: Cafés, Bars, Restaurants
Konstanz ist: Sperrstunde



2





Konstanz ist: Ampeln
Konstanz ist: Natur
Konstanz ist: fahrrad-
und umweltfreundlich
Konstanz ist: Verkehr
Konstanz ist:
Parkplatzsuche
Konstanz ist: stolz

**Zitate aus unseren
Interviews:**

Leute trifft man oft, weil
Konstanz so klein ist.

Wenn ich den Bachelor habe,
bin ich wieder weg.



Touristen im Sommer,
das ist gut fürs Geschäft.

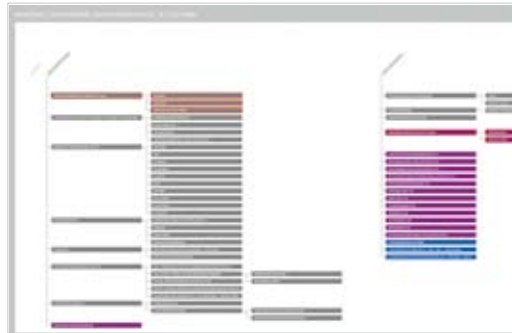
Es wird viel geboten:
Veranstaltungen, Musik,
Theater, Kinos, Bücher.

Hier stagniert alles.

Das Verkehrsproblem
gefällt mir nicht.

Konstanz ist zufrieden.

Ja, Konstanz ist zufrieden – aber wir waren noch nicht zufrieden. Wir haben analysiert, wir haben strukturiert.



Wir haben das Stadtentwicklungsprogramm 2020 gelesen und analysiert. Ergebnis dieser Analyse war ein Maßnahmen-Plakat.

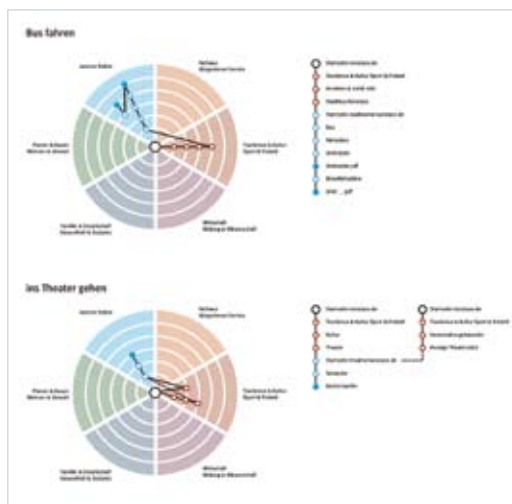
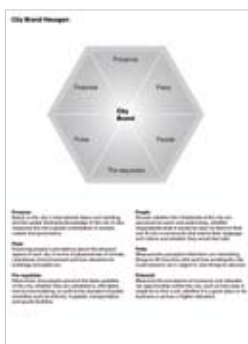
Wir haben Schwerpunkte gemessen,

Struktur-Diagramme gebaut,

die Finanzplanung analysiert.



4



Wir haben zwei Methoden für Städte-Rankings (wie City Brand Index und Mercer Index) herangezogen

und Clicks auf der Internetseite der Stadt gezählt: Wie weit ist der Weg von „ich will“ bis „ich bekomme“.

Fazit: Konstanz hat viel zu bieten, aber es ist nicht einfach zu nutzen.

Unser Prinzip: Wir haben Konstanz aus Sicht der „Nutzer“ betrachtet, um zu sehen, welche Erfahrungen sie mit dem Konstanzer Angebot machen.

**Das Konstanzer Stadtmarketings
wünscht sich: mehr junge Familien und
junge Unternehmer sowie eine längere
Verweildauer von Touristen.**

Konstanz: eine Stadt mit Charme und Lebensqualität

Unser Ziel:

Konstanz soll als charmante und angenehme Stadt wahrgenommen werden und in Erinnerung bleiben. Besonders bei den wichtigen Zielgruppen.

Wir betrachten Konstanz aus Sicht einer Familie und eines Jungunternehmers.

Wir zeigen anhand von Touchpoints, wie es sein könnte. Ein Touchpoint ist ein Berührungspunkt von Menschen mit der Stadt; sei es ein Ort, ein Objekt, eine Dienstleistung oder eine Person.

Die Beckers ziehen nach Konstanz.

Wie eine junge Familie Konstanz kennenlernt.



7

Die Familie Becker zieht aus Stuttgart nach Konstanz in eine kleine Neubausiedlung im Königsbau.

Es hat den Beckers besonders gefallen, dass sie viele Details des neuen Hauses selber bestimmen konnten.

Bei dem Umzug geht es, wie immer bei den Beckers, etwas chaotisch zu. Frau Becker freut sich sehr über das Willkommenspaket, das sie im Bürgerbüro bei der Anmeldung bekommt.

Untersuchen Sie, warum genau die Infrastruktur an manchen Orten oder Gebieten in Konstanz besser funktioniert als an anderen und wenden Sie dieses Wissen an.

Ein Umzug ist stressig. Neu Zugezogene kennen die Stadt nicht. Helfen Sie Ihnen, machen Sie es Ihnen so einfach wie möglich.

Willkommenspaket



Das Willkommenspaket zeigt und erklärt die Stadt und ihr Angebot. In der Mappe ist aber auch Platz für amtliche Informationen und Belege.

Gebündelt findet der Leser alle Informationen in einem Ordner mit den Unterteilungen: Die Stadt Konstanz, Grundversorgung, Freizeitangebot, Kulturangebot, Kind sein in Konstanz

Für einen guten Start in Konstanz sind in einer bedruckten Papier-Tüte alle Informationen enthalten, zusätzlich das Gutscheineheft, sowie ein Set Postkarten. Überreicht wird das Paket den Bürgern bei der Anmeldung im Bürgerbüro.

Hinter jedem Registerblatt ist eine Broschüre zum jeweiligen Thema abgeheftet. Wichtige Dokumente können zusätzlich abgeheftet und gesammelt werden. So sind alle Unterlagen immer griffbereit.

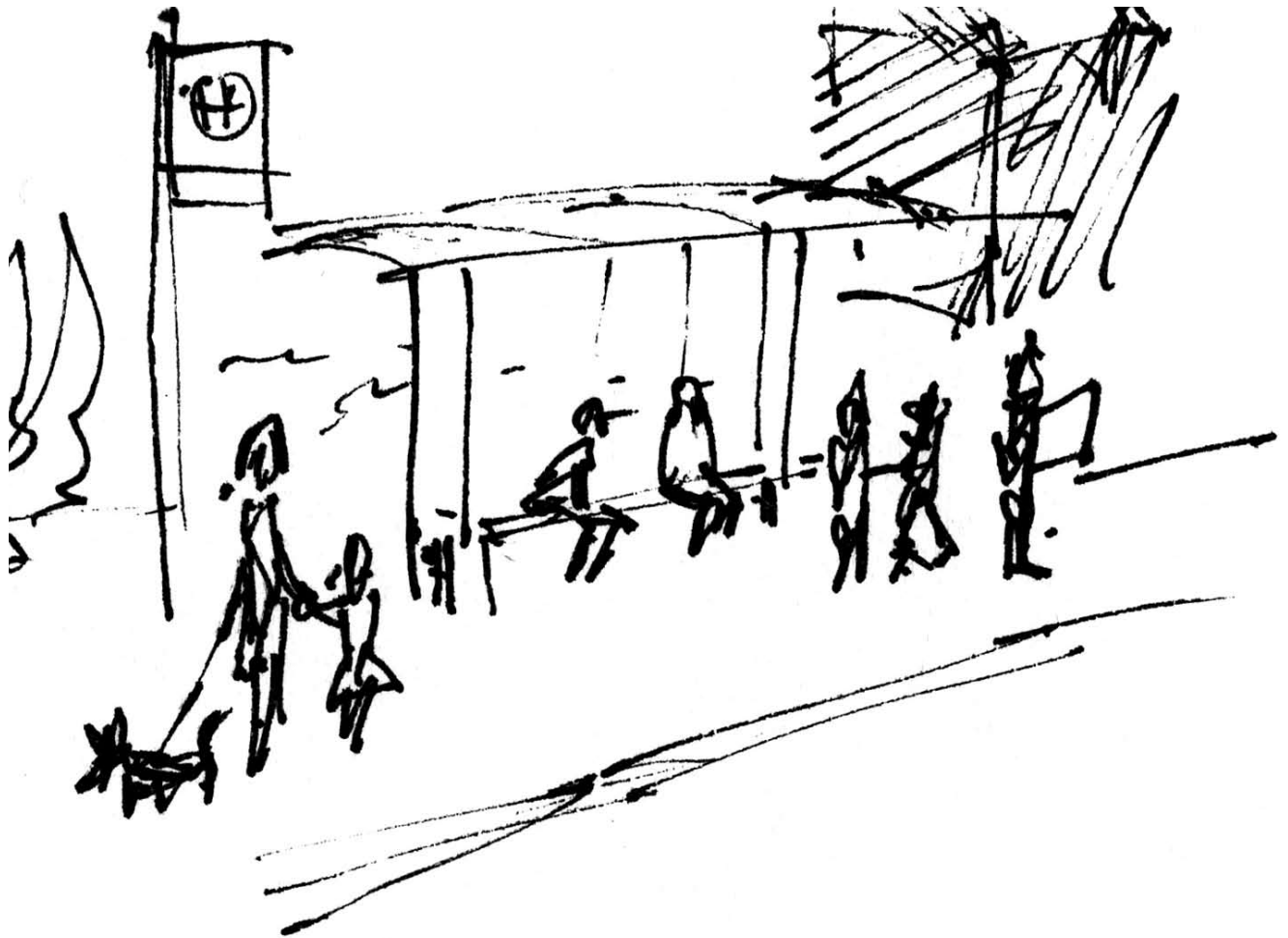
Zusätzlich zu den fünf Themengebieten soll es in Zukunft eine Broschüre „Existenzgründung in Konstanz“ geben. Enthalten sind Anlaufstellen, Kontaktadressen und wichtige Tipps. Sie ist klar und übersichtlich gestaltet. Diese Broschüre spricht vor allem Jungunternehmer an und liegt auch an Orten wie dem Technologie Zentrum Konstanz (TZK) und dem Neuwerk aus.

8



Die Beckers

Busfahrt zur Schule



9 **Weil ihr Mann das Familienauto dringend braucht, bringt Andrea Becker ihre Töchter Julia und Marie mit dem Bus zur Schule.**

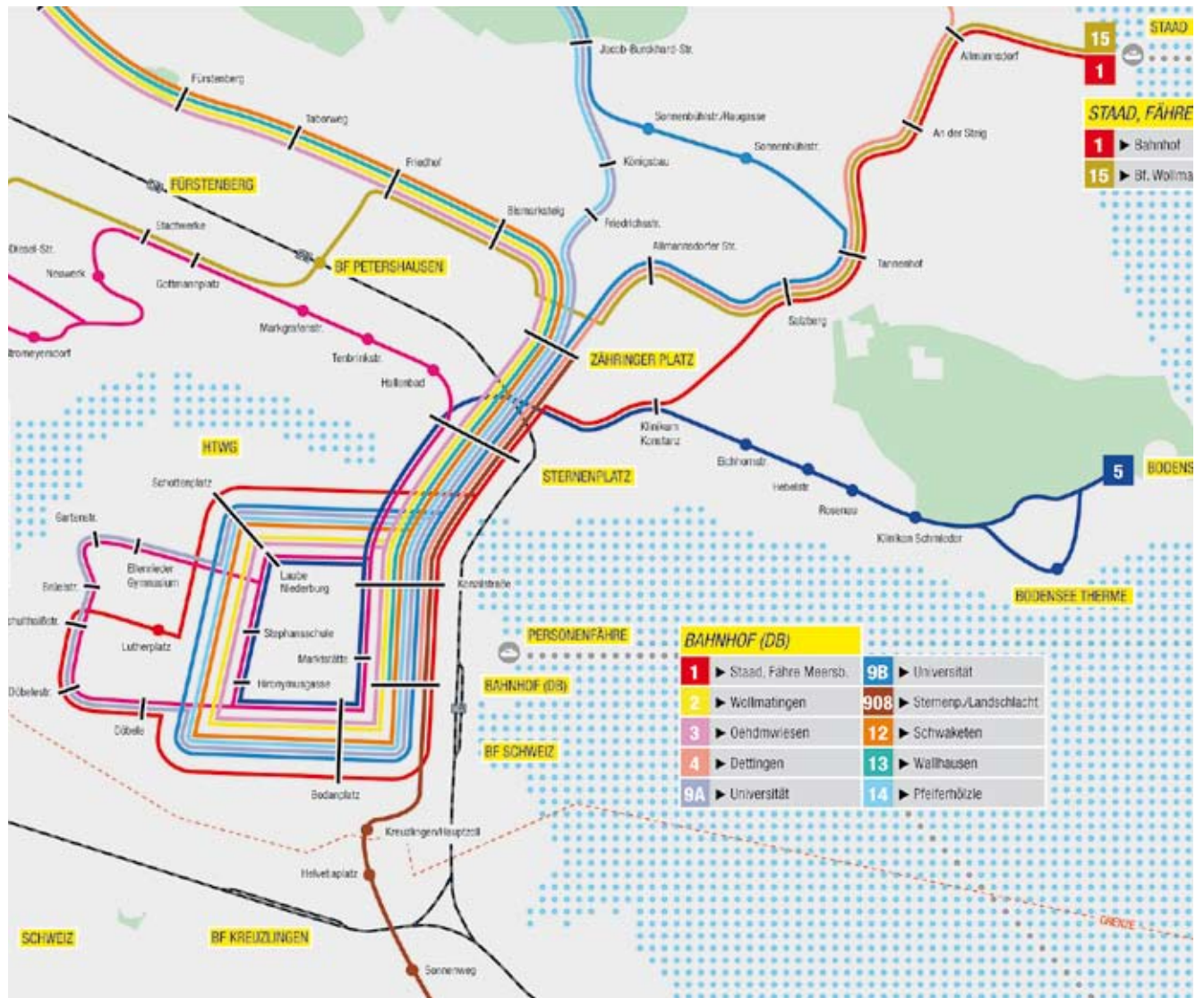
Der Buslinienplan war Teil des Willkommenspakets. Den Plan für ihre Linie hat sie im Internet aufgerufen und ausgedruckt.

Und die Nachbarin hat ihr außerdem zwei praktische Pocketpläne geliehen.

Verkürzen Sie die Suche und geben Sie Besuchern und Bürgern mehrere Zugangsmöglichkeiten zu wichtigen Informationen und Dienstleistungen.

Erleichtern Sie Fahrgästen das Busfahren durch eine breites Angebot an Informationen – ähnlich wie die BVG in Berlin. Ein Beispiel: Buslinienplan (Übersichtskarte), Buslinienplan P+R, Barrierefreier Buslinienplan, Nachtfahrplan, Fahrplanbuch, Pocketpläne für jede Linie (Einzelfahrpläne), Pocketplan für Schulbusse, Standort/Ziel-Auskunft, Interaktive Fahrplanauskunft mit Übersichtskarte, Individuelle Fahrplantabelle, iPhone-Fahrplan (für unterwegs).

Busfahrpläne



10 Der Buslinienplan und die Titelseiten der Pocketpläne.



Eine Übersichtskarte der Buslinien benötigen vor allem Menschen, die sich in der Stadt noch nicht auskennen. Menschen orientieren sich innerhalb einer Stadt an prägnanten Punkten, wie z. B. dem Bahnhof und der Fähre. Deshalb sind diese Punkte in dem Buslinienplan hervorgehoben.

Die Buslinien folgen dem realen Straßenverlauf. So kann der Fahrgast die Entfernungen und somit auch die Fahrzeit gut einschätzen. Die Bahnstrecke mit den Haltestellen innerhalb von Konstanz und Kreuzlingen ist ebenfalls Bestandteil der Karte. Der Fahrgast sieht so auf einen Blick, wo er vom Schienenverkehr auf den Busverkehr umsteigen kann.

An den wichtigsten Knotenpunkten (Bahnhof, Sternenplatz) sind Informationskästen eingezeichnet. So erkennt der Fahrgast sofort, welche Buslinien an dieser Station anhalten und in welche Richtungen sie weiterfahren.

Die Beckers In der Schule

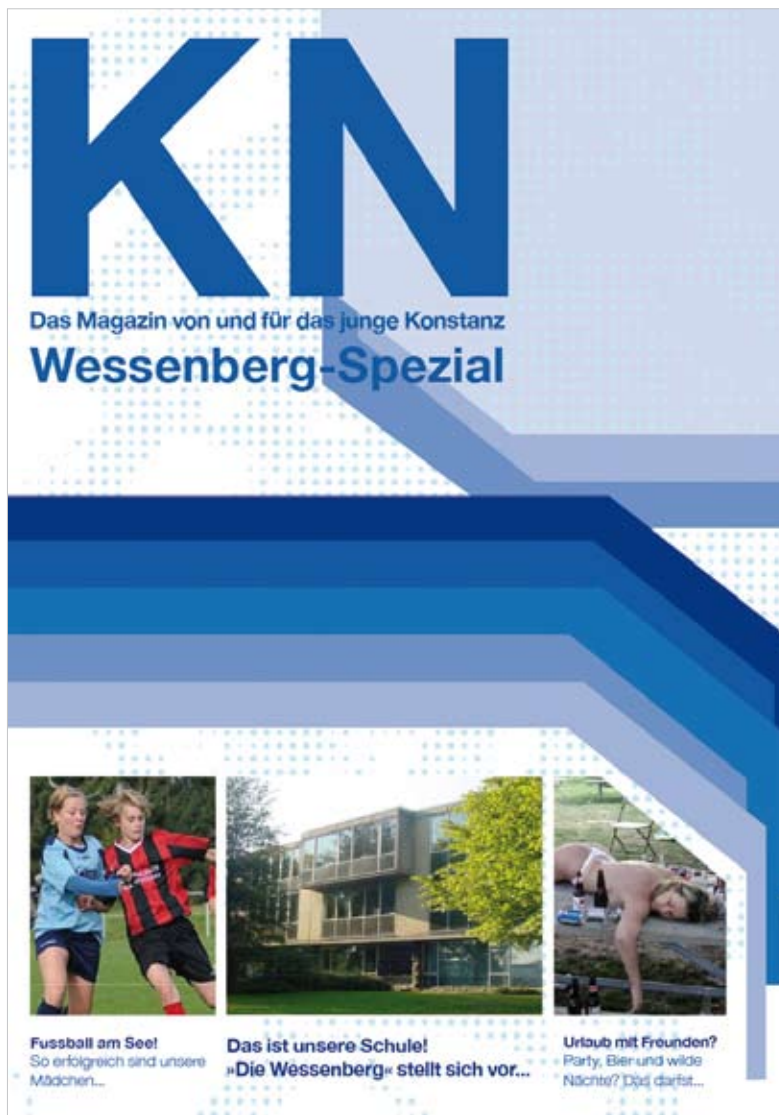


11 **Julia geht schon in die 7. Klasse. In der Pause sieht sie die neue Ausgabe der Jugendzeitschrift KN ausliegen und nimmt sie mit.**

Zu Hause geht sie auf die Internetseite des Magazins und klickt sich durch die Bilderalben.

Binden Sie Schulen in eine zielgruppengerechte Kommunikation ein. Stiften Sie Identifikation mit dem Ort. Ist die Zielgruppe an der Entstehung des Produkts beteiligt, ist die Bindung hoch.

Jugendmagazin



12 „KN“ ist ein kostenloses Jugendmagazin mit Webseite. Zielgruppe sind Jugendliche zwischen 13 und 19 Jahren aus Konstanz und Umgebung.

Das Magazin wird in Zusammenarbeit mit den ansässigen Schulen (8. bis 10. Klasse) produziert. Jede Schule, die beim „KN“-Projekt mitmacht, hat zwei bis drei Monate Zeit, eine eigene KN-Ausgabe zu erstellen. Unterstützung könnte vom Südkurier kommen, der einen Mitarbeiter mit der Betreuung beauftragt.

Das Projekt kann in den Deutschunterricht aufgenommen werden (die Wessenberg-Schule hat schon Interesse gezeigt). Die Inhalte sind an die Interessen der Jugendlichen angepasst. Themen könnten zum Beispiel sein: *Das ist mein Hobby* (KN-Jugend), *Was muss ich beachten, wenn ich bei meinen Eltern ausziehen will?* (Stadt), *KN-Sport* (z. B. Jugend-Fußball-Konstanz e.V.), *Das liebe ich an meiner Stadt*: Umfragen mit Fotos von der Straße (Jugend), *Events* (immer mit Altersbeschränkungs-Info), *Das ist unsere Schule!* (hier kann sich die betreffende Schule vorstellen), Vorankündigungen, welche Schule kommt als nächstes, usw.

Die Beckers

Amtliches



13 **Nachdem Frau Becker die Kinder zur Schule gebracht hat, geht sie einkaufen. Dabei sieht sie einen Servicepoint der Stadt, und sie holt dort eine**

Monatskarte für den Bus, reserviert einen Grillplatz für die übernächste Woche und meldet den Labrador an, der neu in der Familie ist.

Verkürzen Sie die Wege. Ersparen Sie den Bürgern so oft wie möglich die Wartezeit im Bürgerbüro. Mit sogenannten Servicepoints machen Sie kleinere Amtsgänge auch außerhalb des Stadtzentrums und der Kernzeiten möglich. Ein entsprechendes Internetangebot rundet das Service-Paket ab.

Konstanz ist durch seine Lage zwischen Bodensee und Schweiz ein einzigartiger Ort mit einer großen Anziehungskraft. Allerdings ergeben sich daraus besondere Herausforderungen, nicht zuletzt um die Innenstadt besonders in der Hochsaison zu entlasten.

Servicepoints

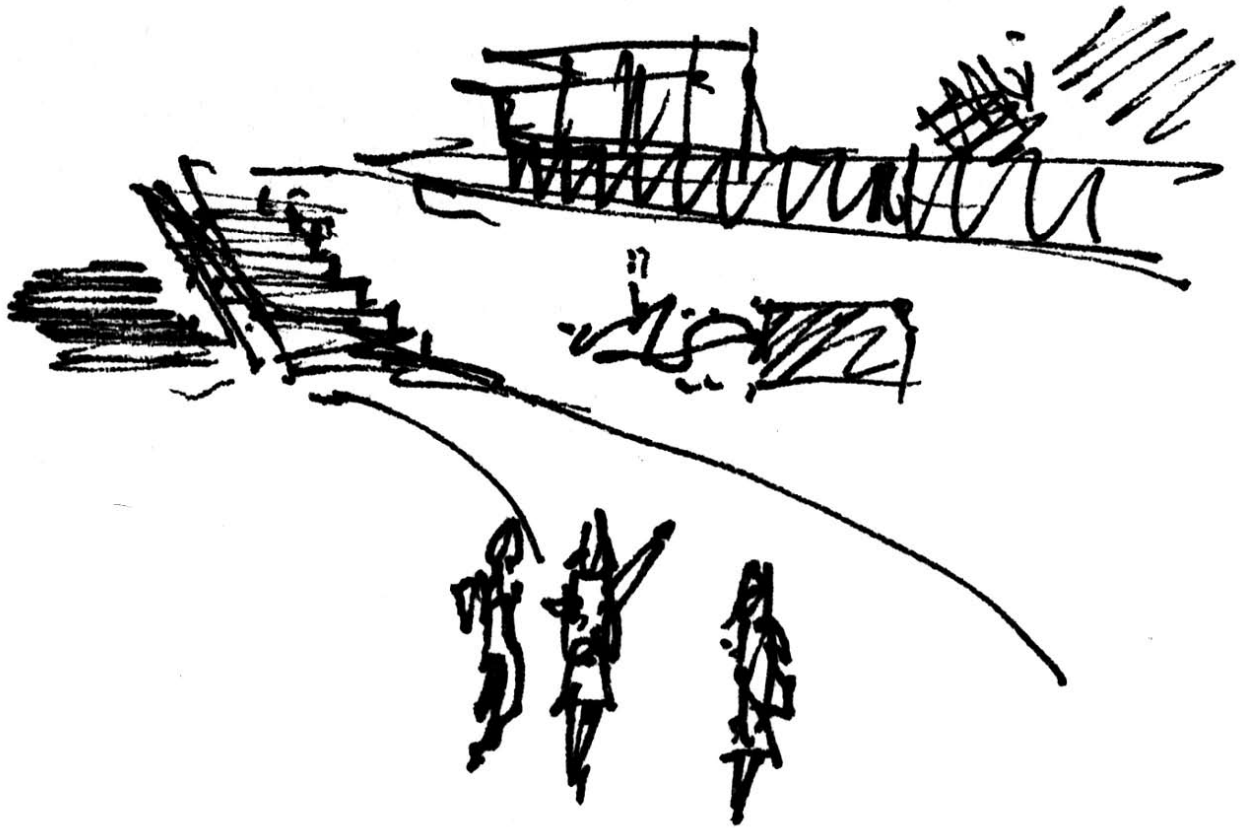


14 **Ein möglicher Ort für einen Servicepoint:
die Kreuzung Sonnenbühlstraße und
Mainaustraße**

Touristen, Besucher, Studenten und Konstanzer sollten im Idealfall schon außerhalb der Enge und Betriebsamkeit der Innenstadt mit dem Nötigsten versorgt werden. Das vermeidet suchendes Umherfahren in der Stadt und hilft, Ziele schnell zu finden.

An wichtigen Punkten im Zentrum und in der Peripherie werden Servicepoints errichtet. Diese Anlaufpunkte sind variabel in Größe und Leistungsumfang. Sie lassen sich an die verschiedenen Anforderungen anpassen und sind mit und ohne Personal denkbar.

Die Beckers **Unterwegs**



15 **Nach der Schule auf dem Heimweg mit Freunden sieht Julia einen der Konstanzer „Mythen-Punkte“ in der Nähe der Rheinbrücke. „Cool, das wusste ich nicht“, denkt sie.**

Erwecken Sie die Geschichte der Stadt in der Stadt zum Leben. Arbeiten Sie dafür mit dem Rosgartenmuseum zusammen.

Mythen und Stadtgeschichte



16 **Ist es wirklich von Interesse, dass an dieser Stelle ein gotischer Erker war? Weiß eigentlich jeder, was ein Erker ist? „Sitz bekannter Geschlechter“ – das ist ein bisschen vage. Um wen handelt es sich und warum waren diese Menschen bekannt? Und wer ist Familie Federspiel? Ein Schild für Konstanz-Kenner.**

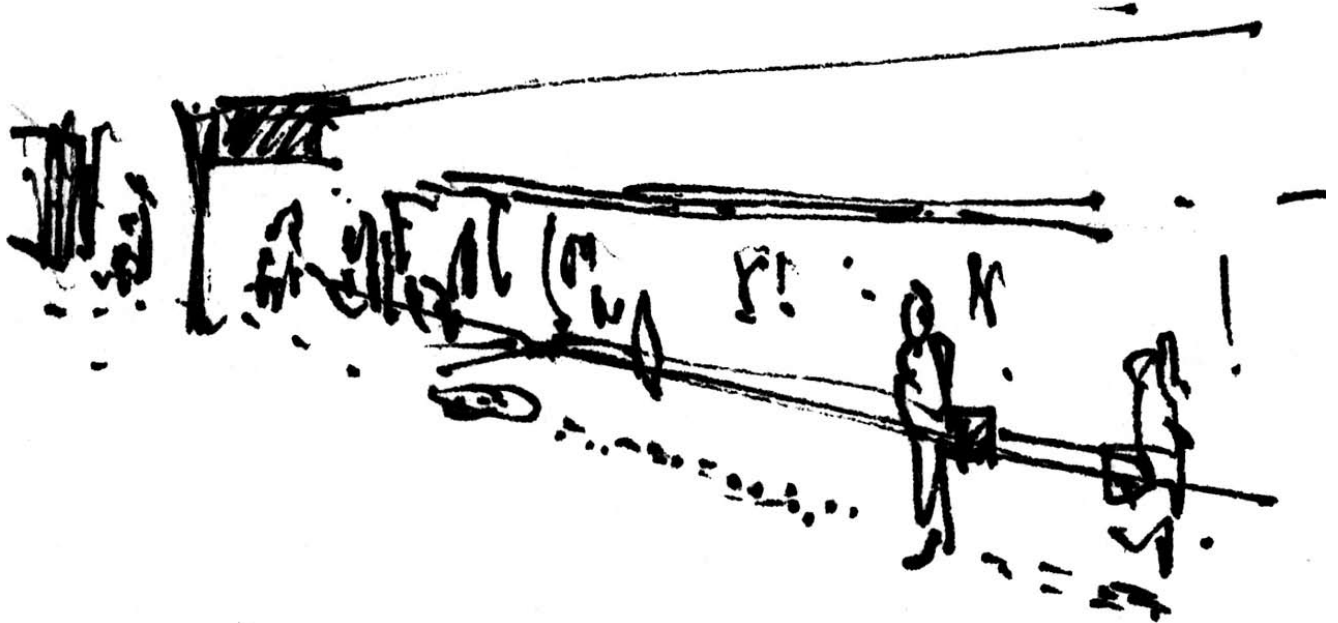


Geschichten der Stadt sollen sichtbar werden. Dadurch wird das Interesse geweckt und ein anderes Verhältnis zur Stadt vermittelt.

Eine Möglichkeit, die Stadtgeschichte und ihre Mythen sichtbar zu machen, ist mit Pinsel und Farbe einfach umzusetzen: Man erzählt an freien Flächen kleine Anekdoten aus dem Fundus des Rosgartenmuseums. Die Information ist aber nur temporär zu sehen, immer dort, wo viele Leute vorbeikommen und auch kurz Zeit haben, sich mit der Aktion auseinanderzusetzen. Daneben steht immer ein Verweis auf das Rosgartenmuseum als Einladung zu einem Besuch.

Franz Sucher GmbH

Ein Jungunternehmer lernt Konstanz kennen.



17

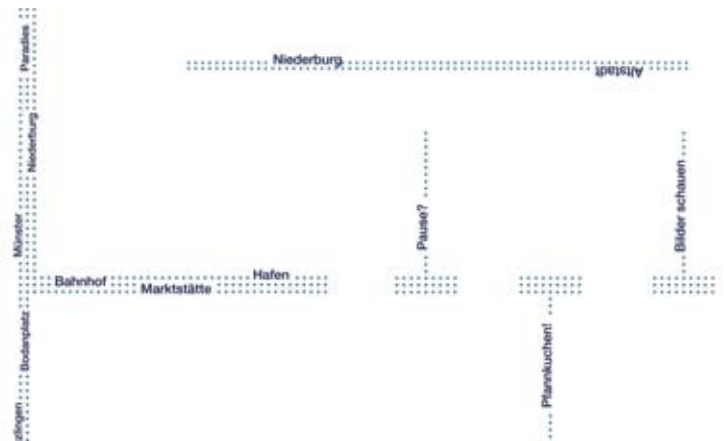
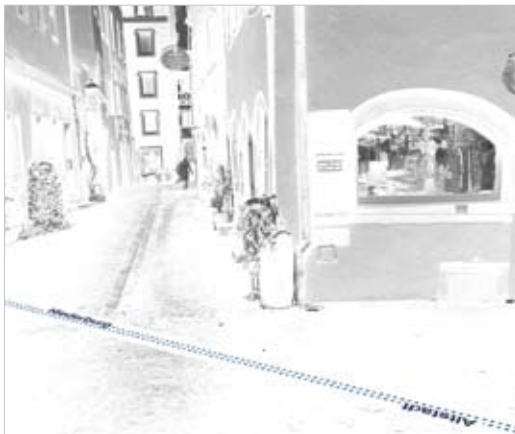
Franz Sucher ist Inhaber einer kleinen Firma, die dem Mittelstand bei der Planung und Umsetzung von nachhaltigen Technologien hilft. Er reist viel, um das Geschäft aufzubauen.

Herr Sucher hat um 10 Uhr einen Termin mit einem Manager von Nycomed. Am Nachmittag wird er am Bodensee-Symposium für nachhaltiges Bauen der HTWG teilnehmen, und zwar im neuen Konzert- und Kongresshaus am See.

Angekommen mit dem Zug, findet er schnell den Servicepoint am Bahnhof – dank der klaren Beschilderung.

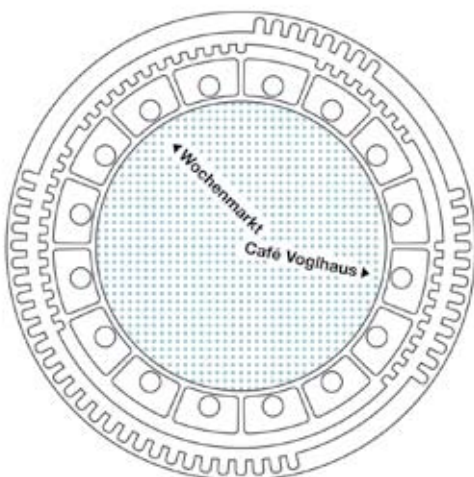
Gestalten Sie alle wichtigen „Ankunftspunkte“ so, dass dem Besucher schon der Beginn seines Aufenthalts in Konstanz so angenehm wie möglich gemacht wird.

Ein erweitertes Leitsystem ermöglicht Entdeckungen



18 **Linien zeigen den Weg, machen Grenzen und Stadtgebiete sichtbar und laden zu Abstechern ein.**

Orientierungshilfen finden sich auch auf den omnipräsenten Kanaldeckeln.



Das neue Leitsystem ergänzt die bereits existierenden Stelen und leitet von Knoten zu Knoten. Auf freier Fläche erobert es die Straße für sich.

Die heutigen Stelen teilen die Stadt bereits jetzt in Gebiete ein. Dazu kommen jetzt Linien, die diese Grenzen markieren. Sie sind zum jeweiligen Stadtbezirk hin beschriftet. Das hilft wiederzufinden, was man auf den Stelen gesehen hat und weist dem Besucher den richtigen Weg.

Dazu kommen Hinweise auf den Kanaldeckel. „Rosgartenmuseum“, „Pfannkuchen“ oder auch nur „tanzen“ könnte dort zu lesen sein. Wer durch die Stadt läuft, entdeckt so immer wieder Neues, das er sonst übersehen hätte.

Franz Sucher **plant seine Reise**

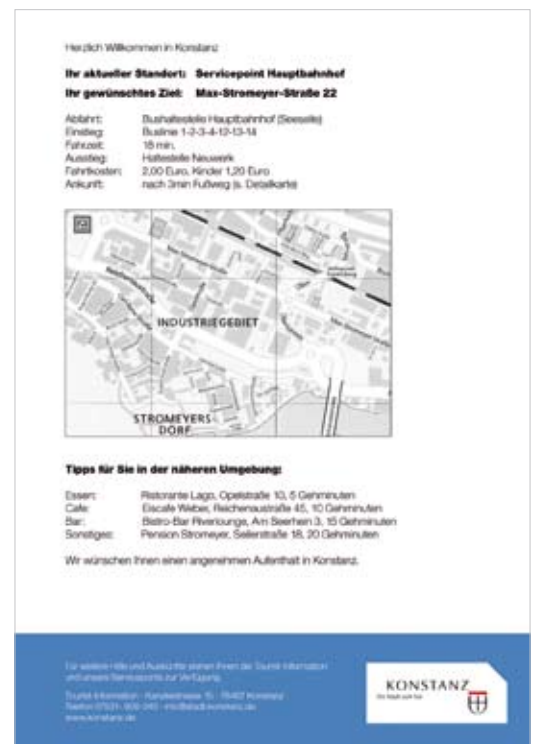


19 **Obwohl den Passanten am Servicepoint schnell und freundlich geholfen wird, will Herr Sucher das interaktive Terminal ausprobieren.**

Dort kann er einen interaktiven Stadtplan einsehen und auch gleich seine Reise planen und eine Buskarte kaufen. Er erhält auch einen Überblick über das Kulturangebot von Konstanz. Sucher fährt entspannt zu seinem Termin.

Bündeln Sie Angebote sinnvoll. Machen Sie die Servicepoints flexibel nutzbar für Touristen und Bürger, und beeindrucken Sie mit aktuellen Technologien. Kooperieren Sie dafür mit der Universität oder der Hochschule Konstanz.

Servicepoint Terminal



20 **Kleinste Einheit eines Servicepoints können elektronische Terminals sein, witterungsbeständig und 24 Stunden in Betrieb.**

Es gibt Lösungen, die nachhaltigen Versorgungskonzepte und Barrierefreiheit beinhalten. Diese Terminals können durch feste oder mobile größere Einheiten ergänzt werden, je nach Bedarf.

Für Besucher und Touristen bieten die Servicepoints geballte Information zur Navigation in der Stadt: Straßennetz, ÖPNV-Angebote, Parkmöglichkeiten, Veranstaltungsorte, Sehenswürdigkeiten, Unterkünfte, wichtige Rufnummern uvm. Für Konstanzer Bürger bieten sich Möglichkeiten kleinere Amtsgänge an den Servicepoints zu erledigen und sich den Weg zum Rathaus oder Bürgeramt zu sparen, was besonders in der Hochsaison entlastend sein kann.

Ein integrierter Drucker sorgt dafür, dass Informationen mitgenommen werden können, etwa Fahrplan-Info, kleine Stadtpläne, Hotel- oder Event-Tipps.

Die Leistungen der Servicepoints lassen sich durch zusätzliche Angebote beliebig erweitern, was die Nutzung noch reizvoller macht. Beispiele wären: Toiletten, Wickelraum, Getränkeautomat, Luftpumpe/Fahrradwerkzeug, Spielplatz usw.

Das Konstanzer Kulturangebot

Konstanzer Kulturbox

Über uns
Suche
Login
Impressum

Kulturprogramm | Eventprogramm | Feste | Führungen | Magazin

KONSTANZ
Die Stadt am See

Theater			
Musik			
Tanz	Stadt Theater		
Museen	Spiegelhalle		
Galerie	Gallerie am Dom	Der Nussknacker	SPIELHALLE Kreuzlingen
Ausstellungen		Weihnachts Geschichten	
Aufführungen			
Vorträge			

"DER NUSSKNACKER"
In Zusammenarbeit mit der russischen Ballet Akademie in Moskau, präsentiert die Balletschule am Dom in Konstanz, das bekannte Balletstück des Nussknackers.

Mo-Fr: 19.30 - 21.00 Uhr
Sa: 20.30 - 22.00 Uhr

Preise:
Kinder: frei (bis zu 7 Jahren)
Erwachsene: 21€
Ermäßigung: 15€

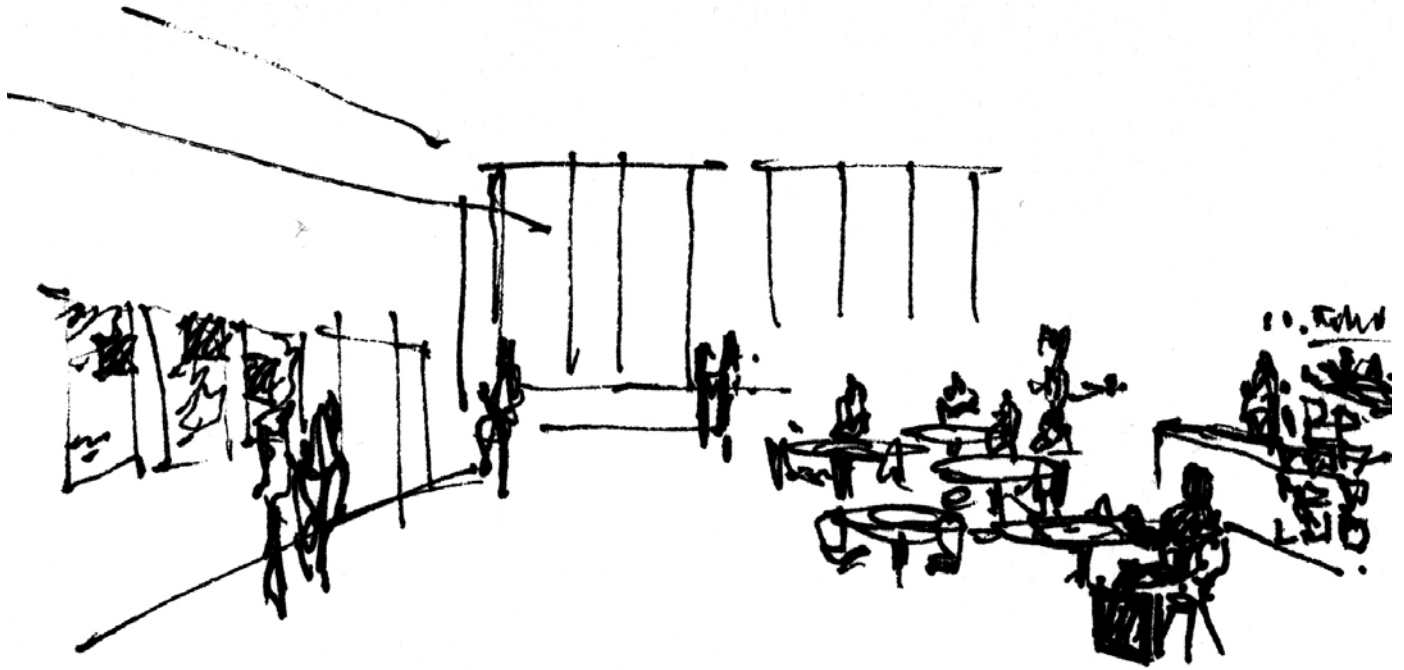
Kontakt:
Hauptstr. 14
7280 Kreuzlingen
Schweiz
Tel.: 0041 71604 22378

21 **So könnte ein Besucher das Konstanzer Kulturangebot entdecken.**

Bündeln Sie Ihre Kulturangebote in übersichtlichen Formaten wie einer Monatsübersicht und auf klar strukturierten Internetseiten.

Franz Sucher

Im Café



22 **Nach einem viel versprechenden Termin fährt Herr Sucher wieder zum Bahnhof. Er schlendert am Hafen entlang und geht dann zum Kongresshaus.**

Im Foyer fallen ihm die Plakate ins Auge: Konstanz, so ist auf ihnen zu lesen, ist Vorreiter beim Highspeed-Internet. Später in der Pause holt er sich einen Espresso im Kongresshaus-Café. Dort sieht er die Plakate wieder, diesmal als Postkarten, von denen er einige einsteckt. Er ist beeindruckt von den Angeboten.

Investieren Sie in Angebote für junge Unternehmer: Highspeed Internet (Delphi Studie), Mentoring Programm (ehemalige Geschäftsführer stellen ihr Wissen zur Verfügung), Vermittlung von HTWG/Uni-Studenten, Zentren wie das TZK oder das Neuwerk.

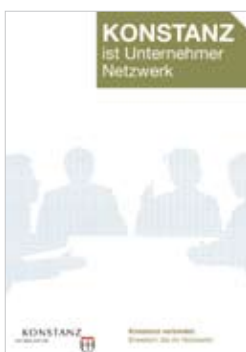
Plakate



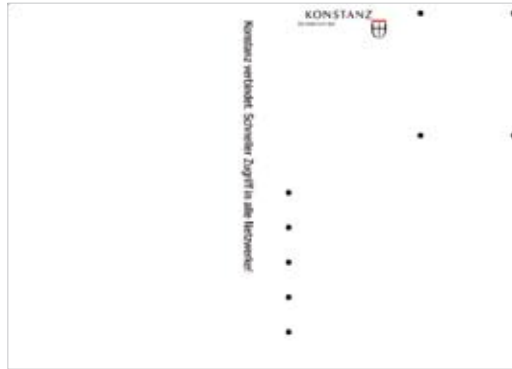
23 **Diverse Plakate zu Themen, die für Unternehmer wichtig sind.**

Bündeln Sie Angebote der Uni und Hochschule mit denen von Firmen. Fördern Sie die Zusammenarbeit, um junge Menschen zu erreichen.

Plakatieren Sie an Orten, an denen sich potenziell Unternehmer aufhalten.

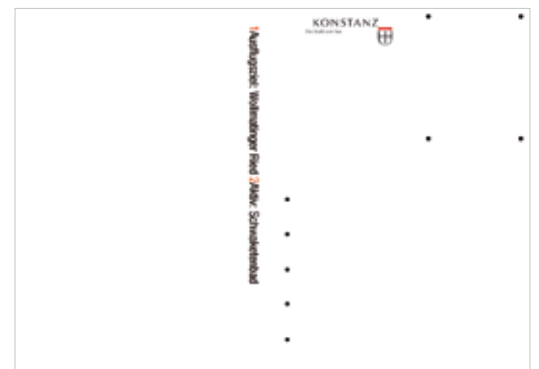
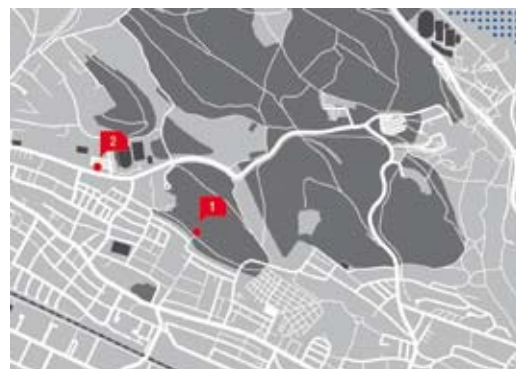


Postkarten



24 **Postkarten weisen auf wirtschaftliche und kulturelle Vorteile hin.**

Um Angebote für junge Unternehmer und Highlights der Stadt bekannt zu machen, setzen Sie auf virale Werbung wie zum Beispiel Postkarten, die gerne weiterverteilt werden.



Franz Sucher

Übernachtung in Konstanz



25 **Die Podiums-
diskussion nach
dem Symposium
dauert viel länger als
geplant. Franz
Sucher beschließt,
in Konstanz zu
übernachten. Der
bemannte Service-
point hat schon
zu, aber das Termi-
nal gibt ihm drei
Empfehlungen.**

**Beim Einchecken im
Hotel gibt die nette
Dame ihm eine
Tageskarte für den
Bus. Außerdem kann
Sucher zwischen
einem Gutschein für
das Theater oder die
Therme wählen.**

„Schade, dass ich
nicht mehr Zeit
habe“, denkt er und
entscheidet sich für
die Therme.

Verkürzen Sie die Wege. Ersparen Sie den
Bürgern so oft wie möglich Wartezeiten im
Bürgerbüro. Mit sogenannten Servicepoints
machen Sie kleinere Amtsgänge auch außerhalb
des Stadtzentrums und der Kernzeiten möglich.
Auch über das Internet.

Übernachtungs- Anreize



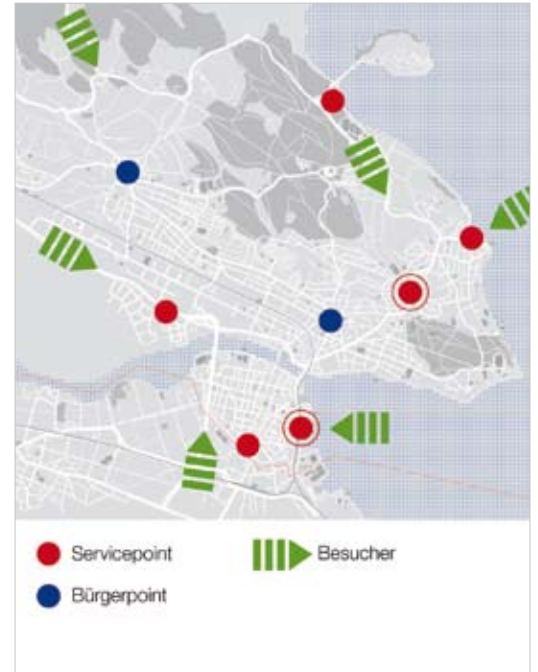
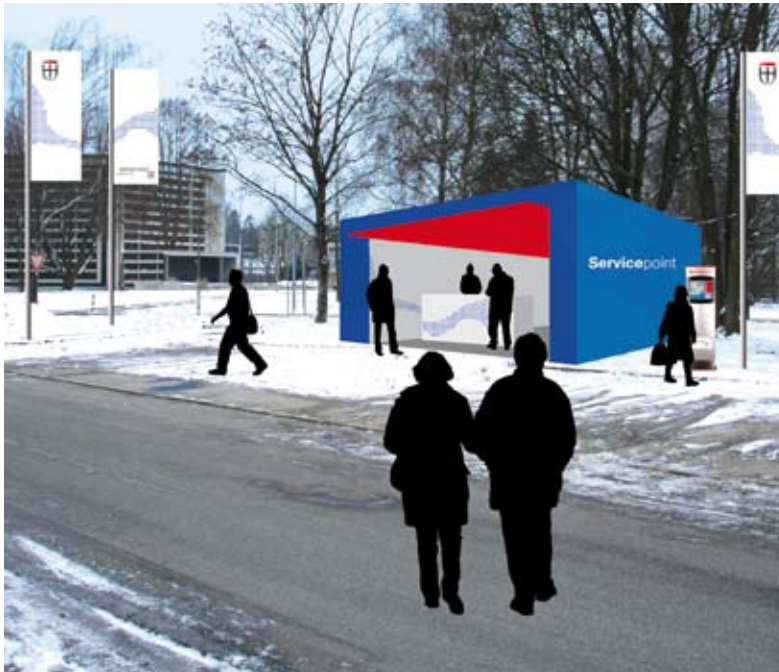
Erkenntnisse

Wie soll Konstanz sein?



Konstanz soll **einfach** sein

Machen Sie es einfach, Bürger oder Besucher in Konstanz zu sein. Unterbreiten Sie Angebote noch bevor jemand ein Anliegen hat. Wecken Sie Wünsche nach mehr.



An wichtigen Punkten in und um die Innenstadt werden Servicepoints errichtet. Diese Anlaufpunkte sind variabel in Größe und Leistungsumfang. Sie lassen sich an die verschiedenen Anforderungen anpassen und sind mit und ohne Personal denkbar.



28

Amtliches kann bislang nur im Bürgerbüro erledigt werden. Dadurch entsteht ein Andrang, den man mit Wartemarken zu kanalisieren versucht und der doch schlechte Stimmung verbreitet.



Mobile Einheiten, ähnlich der oben abgebildeten, können zu besonderen Events eingesetzt werden (wie dem Seenachtsfest oder dem Flohmarkt).

Es gibt die Möglichkeit, über Servicepoints einen Schritt auf die Bürger zuzugehen und gleichzeitig eine entspanntere Situation für Besucher und Touristen auf dem Weg in die Stadt zu schaffen. Die Servicepoints wären ein Angebot, von dem alle profitieren: Besucher, Touristen und Konstanzler.

Konstanz soll **offen** sein

Machen Sie Konstanz offen. Mit einem kleinen städtebaulichen Eingriff können Sie See, Stadt und Bahnhof zusammenschweißen. Verbinden Sie die Einzelteile der Stadt mit einem Leitsystem.



Heute trennt die Straße „Bahnhofsplatz“ den Bahnhof von der Stadt und vom See. Ein Umbau rund um das Gebäude der Bürgerstuben/ Touristen-Information verbindet Bahnhofsareal und Stadt.

Die Touristen-Information rückt ins Zentrum als Servicepoint für Touristen und Bürger. Das alte Gebäude der Bürgerstuben wird gekürzt – der Blick fällt von der Marktstätte frei auf das historische Bauwerk der Bodensee Schifffahrtsbetriebe. Der Service Point bildet das Kopfende des gekürzten Baus, schnell sichtbar von der Marktstätte, vom See und vom Bahnhof. Davor entsteht ein Platz.

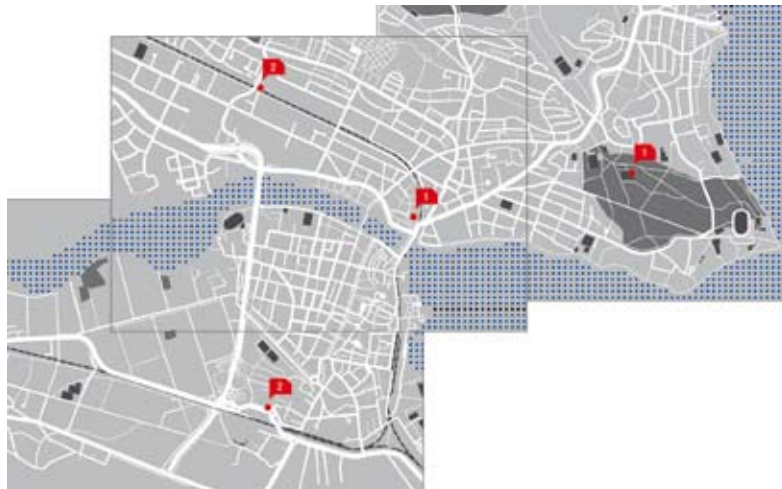
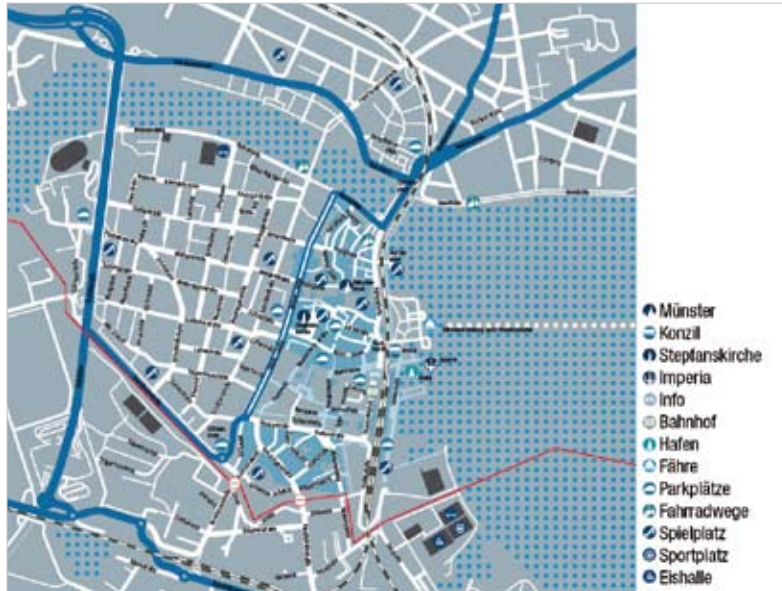
Jetzt kommt man von beiden Gleisen direkt zur Unterführung, in die Stadt und an den See. Auch vom Bahnhofsgelände aus wird der Weg in die Stadt leichter: Vor ihm entsteht ein breiter Überweg zwischen Bahnhofstraße und Dammgasse. Die Schließfächer am Bahnhof ziehen um, so dass aus Busbahnhof und Bahnhof ein gemeinsamer Nahverkehrsknotenpunkt entsteht. Der Weg zum Service Point entlang der Straße ist breiter, der Übergang in die Innenstadt fließend.

Konstanz hat eine Hochschule mit einem Studiengang für Architektur und einem Professor für Städtebau, der Ihnen bestimmt hilfreich sein kann.



Konstanz soll **sichtbar** sein

Machen Sie die Stadt sichtbar. Die Angebote der Stadt sollen klarer erkennbar sein. Das Logo ist nicht alles: Es geht um eine Designsprache. So werden Sie besser wahrgenommen.



Prinzip Karte: Stadtplan, Busfahrplan und Konstanzer Postkarten bauen alle auf der gleichen Grundkarte auf.

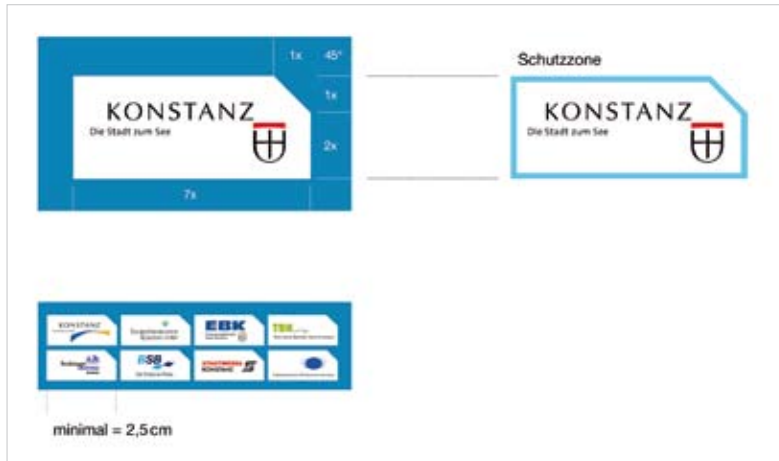
Bauen Sie alle Karten auf einer Grundkarte auf, egal ob für einen Stadtplan, Busfahrplan oder eine Kulturkarte.

Selbst Werbemaßnahmen sollen auf der Grundkarte aufbauen, so wie beispielsweise diese Postkarten, die gesammelt und zusammengelegt einen Stadtplan ergeben. Machen Sie die Angebote der Stadt sichtbar.

Im Moment ist der Absender dieser Drucksachen unklar. Da verschenkt Konstanz wertvolle Pluspunkte.



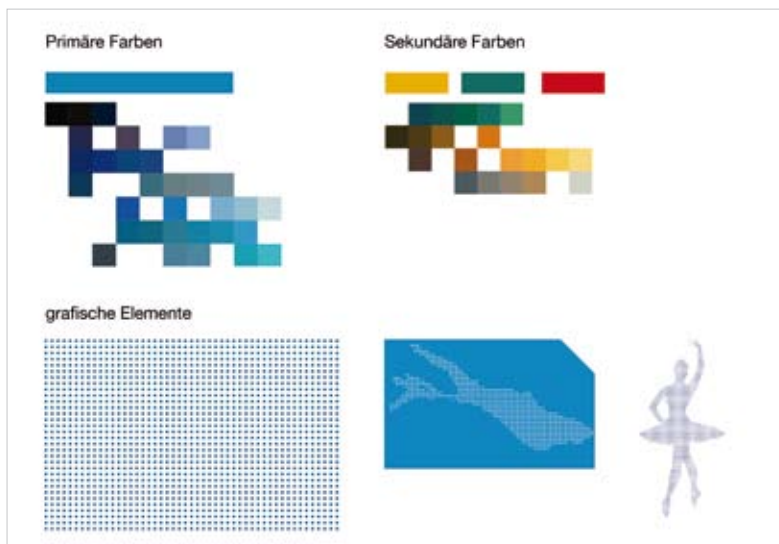
Designsprache



Ihre Logos und Kennzeichen gehen oft verloren. Schützen Sie und strukturieren Sie diese mit einer Schutzzone, die sie von farbigen und bunten Untergründen freistellt. Diese Schutzzone dient auch der einfachen Skalierung und Orientierung der verschiedenen Logos zu einander.

Ein Logo ist noch kein wiedererkennbares Design. Erweitern Sie Ihre Grundelemente um einige markante und flexible grafische Elemente, aufbauend auf den Farben des Sees.

Die Farbe Rot, die bisher als Hauptfarbe verwendet wurde, lässt sofort an die Schweiz denken. Um sich zu unterscheiden, wird das Rot durch verschiedenen Blautöne ausgetauscht und höchstens noch als Akzentfarbe eingesetzt.



Diese Designsprache macht Ihre Kommunikation, Events und Verdienste sichtbar und wiedererkennbar.

Für ein maßgeschneidertes, ansprechendes Design für alle Touchpoints, bilden Sie ein Team aus Branding-Verantwortlichen (Stadt) und einer Lead-Design-Agentur (extern). Ein gutes Beispiel für gezielte Kommunikation bietet das Stadttheater: Das Theater ist sichtbar; sichtbarer noch als die Stadt selbst.

