

boy

Strategie_Kommunikation

BERLIN | BRÜSSEL | HAMBURG | KIEL | MAINZ

Die Ausgangslage.

Nach dem Markenlaunch gibt es eine **erhöhte Anfrage zur Nutzung der Marke Rheinland-Pfalz.Gold**. Zu klären ist nun, wie mit den Anfragen und der **Verwendung der Markenparameter** umzugehen ist und wie ein mögliches Partnerprogramm aussehen kann.

Kurzfristige Anfragen zur Markennutzung werden **zur Zeit einzeln, ad hoc** und auf Einzelfallbasis und **nicht ganzheitlich** beantwortet.

boy

Stand heute.

Es muss unterschieden werden zwischen **Marken-Owner**, den **Submarken** und den **Markenpartnern**, abgeleitet aus der Markenstruktur.

Es muss definiert werden, wer Markenpartner werden darf und wie die Markenpartner die Marke einsetzen/verwenden dürfen.

boy

Vorraussetzungen.

Potentiell könnte jedes Unternehmen Markenpartner werden.
Wichtig ist hierbei aber, dass es **klare Regeln für die Nutzung** gibt.

Und genau diese Regeln, Pflichten und natürlich Rechte kann ein Partnerprogramm u.a. benennen. Damit diese Unternehmen die Marke nutzen können, müssen **Markenparameter für die Nutzung** zugeordnet und festgelegt werden.

boy

Mögliches Partnerprogramm.

boy

Strategie_Kommunikation

Wer kann Partner werden?

Für eine Partnerschaft können sich **grundsätzlich alle Unternehmen und Institutionen** mit Betriebsstätte oder Sitz in Rheinland-Pfalz bewerben, sofern

- sie versichern, **gesetzliche Bestimmungen**, regulatorische **Standards** sowie weitere, auch vom Unternehmen selbst gesetzte Standards und Anforderungen einzuhalten,
- sie den **Compliance-Anforderungen** entsprechen
- **weitere Kriterien werden festgelegt**

Was könnte das Partnerprogramm beinhalten?

Leistungen der Partnerschaft.

Verwendung der Marke als mitgeführtes Logo neben dem eigenen Unternehmens-Logo mit deutlicher Kennzeichnung als offizieller Partner

Nutzung der Marke für eigene Marketingzwecke (ausgenommen Produktmarketing?)

Nennung des Unternehmens inkl. Logo und Verlinkung auf www.gold.rlp.de

Begrüßungspaket mit Erstausstattung (Kugelschreiber, Reversnadel)

Vergünstigte Bestellung kleinerer Mengen von Partnerprogramm-Werbemitteln

Leistungen der Partnerunternehmen.

Prominente Platzierung der Marke innerhalb der eigenen Webseite und Verlinkung auf gold.rlp.de

Aktive Nutzung der Marke z.B. durch Platzierung von Werbemitteln auf bei Veranstaltungen

Ergänzend wünschenswert (nicht verpflichtend): Platzierung der Marke in den eigenen Social-Media-Kanälen sowie die Verlinkung der Marke auf www.gold.rlp.de

die Einbindung der Marke in Printpublikationen, die zu eigenen Marketing- oder PR-Zwecken veröffentlicht werden.

boy

Weitere Beispiele für Beteiligungen:

- Anzeigenschaltung
- Testimonials
- Markenpartnerempfang
- Veranstaltungen/Messebeteiligungen
- Vergünstigungen

boy

Die Studie

Unternehmererfolg aus Rheinland-Pfalz schwarz auf weiß. Wie bei Blue Ocean und Effektivität werden an echten Beispielen Prinzipien für Erfolg herausgearbeitet.

