



# BOCHUM

## Die Konzeption der Marke Bochum

Inhaltlicher Stand: März 2017  
Bochum Marketing GmbH

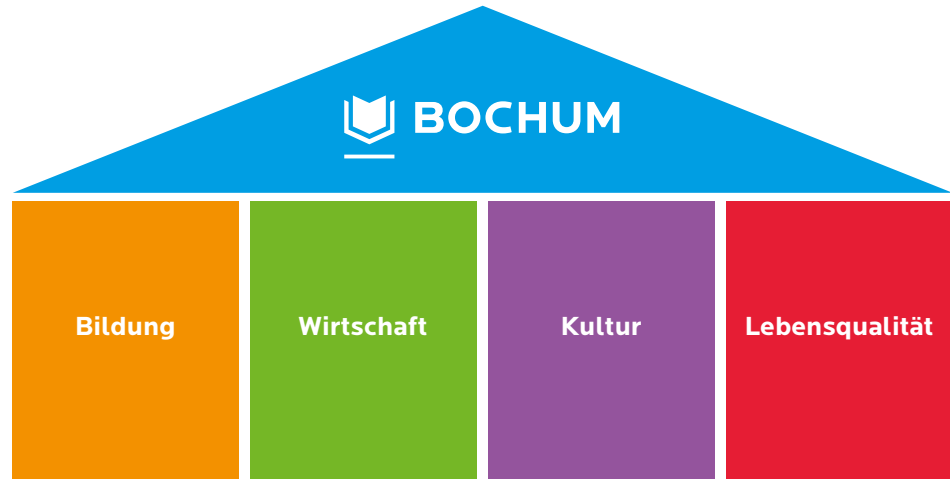
 **BOCHUM**



# Markenstrategie

## Dachmarkenarchitektur

- **Vier Bereichsmarken** stützen das Dach und differenzieren sektoral aus.
- Jede Bereichsmarke funktioniert autark.
- Die vier Kompetenzen sind in einem Markenkern verdichtet.
- Die Markenidentität für die Dachmarke und die Bereichsmarken werden nachfolgend in einem Markensteuerrad dargestellt.



# Markenstrategie

Kernkompetenzen & Markenkern

## Kernkompetenzen:

- **Talentschmiede** im Ruhrgebiet
- Shootingstar der **Wissensarbeit**
- Hotspot der **Live-Kultur**
- Großstadt mit **Lebensgefühl**

## Leitcharakteristika:

- **zupackend**
- **gemeinschaftlich**
- **leidenschaftlich**
- **authentisch**

## Top-Argumente:

- Erstklassige **Ausbildung**
- Zukunftssichere **Arbeit**
- Lebendige kulturelle **Inspiration**
- Ruhrbane **Lebensqualität**

## Schlüsselszenen z. B.:

- Lernteam in der **Ruhr-Universität**
- Erfolgreiches Start-up auf dem **Gesundheits-Campus NRW**
- Tempo im **Starlight Express**
- Atmosphäre im **Bermuda3Eck**



# Bereichsmarke Bildung

---

Talentschmiede  
im Ruhrgebiet



# Bereichsmarke Bildung

## Talentschmiede im Ruhrgebiet

- Mit rd. **56.000 Studierenden** Hochschulstandort Nr. 1 in der Metropole Ruhr, Nr. 7 in Deutschland
- Breit gefächerte Ausbildungslandschaft mit **neun Hochschulen und rd. 250 Studiengängen**
- **Ruhr-Universität** ist die einzige Volluniversität des Ruhrgebiets
- **Starker Standort** für schulische und berufliche Bildung

- **Erstklassige und umfassende Ausbildungsmöglichkeiten** für Verstand, Kreativität, Körper und Seele
- **Berufliches Sprungbrett** gerade auch für Erst-Akademiker und Studierende aus Migrationsfamilien
- **Internationalität der Ausrichtung** bietet interkulturelles Flair und weltweite Kontakte
- **Ausbildung mit Jobperspektiven** in Bochum und anderswo



- **Zupackend:** aktiv, zielstrebig, konzentriert
- **Gemeinschaftlich:** international, interkulturell, integrativ
- **Leidenschaftlich:** wissbegierig, intensiv, erfüllend
- **Authentisch:** selbstverständlich, aufgeschlossen, zum Anfassen

- **Lebendiges Studieren** an der Ruhr-Universität in Lernteams unterschiedlicher Herkunft
- Beruflich **erfolgreiche Bochumer** in der Welt
- **Familie mit Jobs** in ganz unterschiedlichen Arbeitsfeldern
- Umfangreicher **Wissensstoff** (Bücherwände, Rechner) im aktiven Gebrauch

# Bereichsmarke Wirtschaft

---

Shootingstar der  
Wissensarbeit



# Bereichsmarke Wirtschaft

## Shootingstar der Wissensarbeit

- Dynamisch **wachsende Zahl der Wissensarbeiter** in Hochschulen und Unternehmen
- **Hohe Forschungskompetenz** mit ausgezeichneter Forschungsexzellenz
- Führend in der **Verknüpfung von Forschung und Wirtschaft** im Ruhrgebiet
- Stark beim **Wandel von Arbeit und Unternehmen** auf Wissensbasis

- **Qualifizierte Arbeit** in zukunftsorientierten und -sicheren Feldern
- **Forschungstätigkeit auf internationalem Niveau**, u. a. in einer der forschungsstärksten Universitäten Deutschlands
- **Anregendes Arbeitsumfeld** zur Verwirklichung neuer Ansätze
- **Exzellente ausgebildete Arbeitskräfte** und Flächenpotenziale für die unternehmerische Entwicklung



- **Zupackend:** tatkräftig, entschlossen, kompetent
- **Gemeinschaftlich:** eingespielt, kooperativ, vernetzt
- **Leidenschaftlich:** vorwärts-drängend, aufstrebend, überzeugend
- **Authentisch:** direkt, ehrlich, klar

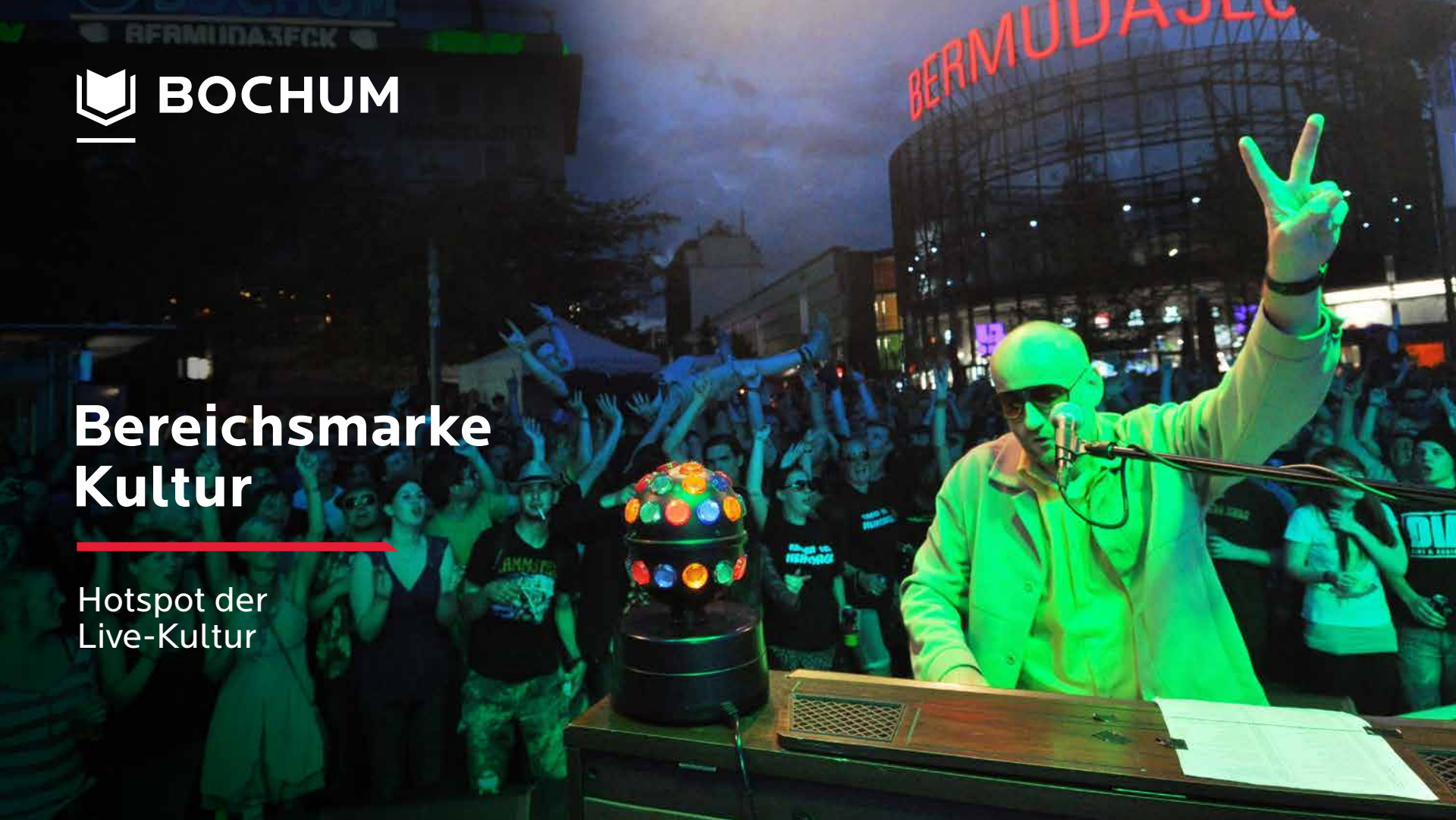
- **Teamwork** in wissensbasierten Unternehmen
- **Gesundheitscampus NRW** mit innovativen Wissensarbeitern
- **„Hidden Champions“** in Aktion (Windräder, IT, Geothermie)
- Lebensqualität durch **Bochumer Produkte** im Alltag



# Bereichsmarke Kultur

---

Hotspot der  
Live-Kultur

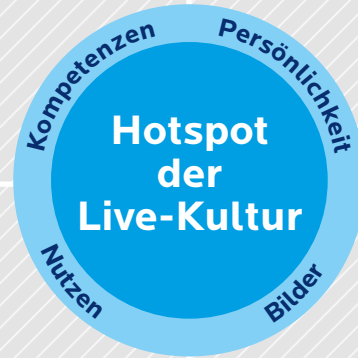


# Bereichsmarke Kultur

## Hotspot der Live-Kultur

- **Festspielplatz** internationalen Ranges von Ruhrtriennale bis Bochum Total
- **Theaterstandort** mit deutschlandweitem Renommee (Schauspielhaus), Avantgarde (freie Theater) und populärer Kultur (Starlight Express)
- Modernes **Musikzentrum** für alle
- Leuchtturm der **Industriekultur**

- Ein anregendes **kulturelles Umfeld** mit spartenübergreifender Kooperation
- Gemeinsamer Spaß und **lebendige Inspiration** auf hohem Niveau
- „Proberaum“ für **kreative Entfaltung** mit Orten zum Andersdenken
- Klima eines identitätsstiftenden bürgerschaftlichen **Engagements**



- **Zupackend:** produktiv, kreativ, unkonventionell
- **Gemeinschaftlich:** offen, verständlich, für alle
- **Leidenschaftlich:** inspirierend, bewegend, begeisternd
- **Authentisch:** ungekünstelt, glaubwürdig, lebensnah

- Neues in alten Kulissen: Bespielte **Industriearchitektur** der Jahrhunderthalle
- **Rollschuhfahrer** im Starlight Express
- **Szene im Museum:** Lebendige Vermittlung bildender Kunst durch Künstler selbst
- **Festivalatmosphäre** mitten in der Stadt

# Bereichsmarke Lebensqualität

---

Großstadt mit  
Lebensgefühl



# Bereichsmarke Lebensqualität

## Großstadt mit Lebensgefühl

- Lebendige **multifunktionale Innenstadt** mit großstädtischem Shopping-Erlebnis und dem Bermuda3Eck als Ausgehquartier
- **Traditionsreicher Fußball** mit erstklassigen Ambitionen und leidenschaftlichen Fans
- **Grüne Stadtkulisse** zwischen Parklandschaft und Industrielhouette
- Teil einer **Stadtlandschaft** von europäischem Rang

- **Einkaufsvielfalt** auf kurzen Wegen
- **Gemeinschaftserlebnis** beim Sport
- Ausgehvergnügen im Ambiente des ‚Swinging Bochum‘
- **Entspannter Wohnungsmarkt** für ein bezahlbares Zuhause in nachbarschaftlichem Umfeld



- **Zupackend:** hart arbeitend, ausdauernd, gelassen
- **Gemeinschaftlich:** umgänglich, miteinander, fair
- **Leidenschaftlich:** : mitreißend, leidensfähig, selbstironisch
- **Authentisch:** : echt, beherzt, geradeaus

- Gut beratene **Kunden im Facheinzelhandel**
- Mitfiebernde, **leidenschaftliche Fans** beim Fußball
- **Sommerliche Abendatmosphäre** im Bermuda3Eck
- **Freizeit um die Ecke** zwischen Schrebergarten, Büdchen und Grillen im Westpark

# Logo

Dachmarkenarchitektur

Dachmarke



Absenderlogos

Stadtverwaltung

Städt. Unternehmen

Freie Marke



# Logo

## Verwendung



### Dachmarke

Die Dachmarke ist das offizielle Logo der Stadt Bochum. Ihre Verwendung ist ausschließlich der Stadt vorbehalten.

Die Dachmarke wird auf allen städtischen Publikationen verwendet.



### Absenderlogos

#### Stadtverwaltung Bochum

Verwendung als Absenderkennung der Stadtverwaltung Bochum (Ämter / Behörden / Institute).

#### Einsatzgebiet

Behördliche Mitteilungen, Korrespondenz, Rückseite / Impressum von Publikationen, Signage von Ämtern etc.

#### Logos Stadttöchter

Verwendung als Absenderkennung der Unternehmen der Stadt Bochum.

#### Einsatzgebiet

Korrespondenz, Rückseite, Impressum von Publikationen, Signage (Adressschild) etc.



### BO-Logo

Das „BO-Logo“ unterliegt als „freie Marke“ keinen Regelungen. Es darf von Bürgern und Bürgerinnen sowie Unternehmen zu nicht kommerziellen Zwecken verwendet werden.

Das BO-Logo darf nicht in Verbindung mit verfassungsfeindlichen oder diskriminierenden Inhalten verwendet werden.

## Marke Bochum

---

bochum-vonhieraus.de  
bochum-tourismus.de  
bochum.de  
bochum-wirtschaft.de  
zeitreise-bochum.de  
bochum-reportage.de  
handbuch-bochum.de

### **Text, Grafik und Darstellung:**

Bochum Marketing GmbH

**Bilder:** Stadt Bochum, Referat für  
Kommunikation, Lutz Leitmann;  
Fotolia – Lucky Business, Stokkete;  
Bochum Marketing GmbH,  
Yuriy Ogarkov

**Inhaltlicher Stand:** März 2017

## Kontakt

---

### **Bochum Marketing GmbH**

Huestr. 21–23  
44787 Bochum

### **Christian Gerlig**

Leitung Kommunikation  
**T** 0234 9049639  
gerlig@bochum-marketing.de