

Tradition und Moderne verbinden

RCC entwickelt eine Dachmarkenkonzzeption für das Kloster Eberbach

Das ehemalige Zisterzienserkloster Eberbach im Rheingau gehört mit seinen romanischen und frühgotischen Bauten aus dem 12. Jahrhundert zu den bedeutendsten Kunstdenkmälern Hessens. Im Jahr 2007 wird es seitens seines Trägers, der Stiftung Kloster Eberbach, generalsaniert. Die Kellerei der Hessischen Staatsweingüter wird in das Kloster zurückverlagert, um die historische Klosteranlage wieder mit ihrem Weingut zu verbinden. In diesem Zusammenhang entwickelt RCC im Auftrag der Stiftung eine Dachmarke, um einen gemeinsamen Markenauftritt der Stiftung Kloster Eberbach, der Hessischen Staatsweingüter, der Academie Kloster Eberbach und des Freundeskreises Kloster Eberbach zu etablieren, die bisher nicht einheitlich am Markt auftreten.

Durch den gemeinsamen Auftritt werden die Synergien zwischen den beteiligten Unternehmen genutzt und die Bekanntheit der Marke des Klosters weiter gesteigert. Positive Botschaften werden mit verstärkter Aufmerksamkeitswirkung kommuniziert, um alle Bevölkerungsschichten anzusprechen sowie neue Kunden und Besucher zu gewinnen. Um die unterschiedlichen Interessen der beteiligten Partner, die unter der Dachmarke zusammengefasst werden, angemessen berücksichtigen zu können, führt RCC zunächst einen umfassenden Research durch. In detaillierten Einzelinterviews mit den relevanten Stakeholdern wird sowohl die Ist- als auch die Soll-Situation der Partner beleuchtet. Die Ergebnisse dieser Untersuchung verdichten die Aussagen der befragten Experten zu einem Gesamtbild und bilden so eine wesentliche Basis für die Konzeption der Dachmarke.

Um Kloster Eberbach als attraktive Marke zu positionieren, greift RCC die zentralen Kernaussagen des Researchs auf und definiert die Kernbotschaft:

„Kloster Eberbach ist der traditionelle Impulsgeber des Rheingaus, von hoher Authentizität und Wertigkeit und in jedem Angebot über die Sinne erfahrbar.“



Umsetzungsbeispiele: Logos, Geschäftsausstattung

Auch das Corporate Design basiert auf der Visualisierung der definierten Kernbotschaften. Zentrale Elemente sind zum einen das Kloster selbst, das bei allen Visuals und auch bei der Logogestaltung im Mittelpunkt steht, und zum anderen der Mensch, der beim Erleben des Klosters die konzentrierte, über 800 Jahre alte Tradition erfährt. Diese zentralen Elemente werden textlich und bildlich zusammengeführt, um eine optimale Zielgruppenansprache zu erreichen.

Success Stories

Zur nachhaltigen Durchdringung der Zielgruppen entwickelt RCC im Dialog mit den beteiligten Organisationen eine Kommunikationsstrategie, die neben klassischen Maßnahmen auf innovative neue Kommunikationsaktionen wie Podcasting, Blogging oder Mobile Marketing setzt:

- Klassische Werbung (Imagebroschüre, Flyer, Anzeigen, Out-of-Home-Media)
- Public Relations (Agenda Setting, Kundenmagazin)
- Online (Website, Podcasting, Blogging, Mobile Marketing)
- Below-the-Line Maßnahmen (Besucherevent "Lange Klosternacht", Promotions, Packaging, Orientierungssystem/Beschilderung)
- Interne Kommunikation (Infolyer, CD-Handbuch)
- Basics (Geschäftsausstattung, PPT-Master)

Auch die verantwortlichen Mitarbeiter der Hessischen Staatskanzlei und der hessische Ministerpräsident selbst werden eng in den gesamten Entwicklungs- und Dialogprozess eingebunden.



Umsetzungsbeispiele: Anzeigen