

Anlage: 2: Maßnahmen- und Kostenplanung

Kostenschätzung „GeoPortal des Guten Lebens“

A: Basisinvestition Markenentwicklung (nach der Entscheidung für eine Ausrichtung)

B: Maßnahmen (Auflistung von Möglichkeiten und grobe Kostenschätzung)

NR:	Entwicklungsschritt	Thema	Kostenansatz	Kosten	Ergebnis
1	Vision	Unternehmenszweck: Warum gibt es uns? Was treibt uns an?	Workshop_1_Vision: 1 Tag Vorbereitung ½ Tag WS mit 2 Moderatoren 1 Tag Nachbereitung	2.300,00 EUR	Beschreibung einer Zieldefinition für das GeoPortal des Guten Lebens, je nach Ausrichtung
2	Identität/Positionierung	Markenumfeld: Zielgruppen und Marktanalyse Markentonalität: Wie spricht die Marke? Markenattribute: Über welche Eigenschaften verfügt die Marke? Markenbild: Wie sieht die Marke aus? Markennutzen: Welche Vorteile bietet die Marke?	Workshop_2_Identität 2 Tag Vorbereitung 2 x ½ Tag WS mit 2 Moderatoren 1 Tag Nachbereitung	3.680,00 EUR	Grundlagen für Naming, Logoentwicklung, erste Maßnahmenplanung, Gesamtauftritt des Portals
3	Markenaufbau	a) Corporate Design: Darstellung der Marke nach innen und außen Corporate Design: Optische Positionierung und Profilierung der Marke Gestaltung eines unverwechselbaren Erscheinungsbildes b) 2 Korrekturphasen: 1x nach Präsentation und 1x nach Entscheidung als Finalkorrektur.	a) Konzeptentwicklung Naming, Creation, Texttonalität: b) Entwicklung Corporate Design Guideline:	a) 7.000,00 EUR b) 2.500,00 EUR	a) 2 Vorschläge für Namen und Logodesign mit Moodboards am Beispiel von Web, Facebook, erste Maßnahmenplanung. b) Indesigndaten (CS6) zur weiteren Benutzung
	Markenschutz:	Markenschutz: juristische Prüfung des Namen und Eintragung (national/international), Beim Aufwand wird unterschieden zwischen nationalem oder internationalem Markenschutz	a) Vorbereitende Recherche 1 Tag b) Juristische Prüfung c) Anmeldegebühren und Klassengebühren nach Laufzeit	a) 920,00 EUR b) nach Aufwand á 150 EUR/Std. c) nach Gebührenordnung des DPMA (national/International)	Eingetragene Marke
4	Markenwachstum	Begleitende Maßnahmen Maßnahmenplanung für die ersten 10 Jahre, grobe Ansätze und Budgetschätzungen	In B: Maßnahmen enthalten	In B: Maßnahmen enthalten	In B: Maßnahmen enthalten
5	Markenarchitektur	Struktur wird im Rahmen der Markendefinition in der Startphase mit entwickelt.	In der Startphase unter Punkt 2 enthalten	In der Startphase unter Punkt 2 enthalten	
6	Marke nach innen	Mitarbeiter „mitnehmen“, Aus Betroffenen Beteiligte machen, Botschafter der Marke		In B: Maßnahmen enthalten	In B: Maßnahmen enthalten
7	Markenmanagement	Klären der Prozesse, wer ist involviert? Gibt es Regeln für Standard- oder Sonderfälle in der Markenführung? Umgang mit Kooperationspartnern/Lizensierung,...	„Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen	0,00 EUR	
8	Markencontrolling	Steuerung des Erfolgs der Markenführung: Überprüfung von Zielen, Maßnahmen und Wirkungen Monitoring, jährlicher Bericht durch Projektleitung	„Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen	0,00 EUR	

B:	Maßnahmen	Beschreibung	Kostenschätzung	Geschätzte Kosten pro Kalenderjahr
	Naming	<p>Namingprozess als Open Source-Projekt aufsetzen: Alle Beteiligten und Öffentlichkeit zum Mitmachen anreden, Jury festlegen,  Aus der Auswahl Ergebnisse mit in die Workshops (siehe Basiskosten A) mit einfließen lassen. Natürlich muss auch diese Kampagne kommunikativ begleitet werden, deshalb haben wir in A) keine Budgetkorrektur vorgenommen. Beispiel Köbogen 2 in Düsseldorf: https://www.koebogen-2.de Bericht Antenne Düsseldorf Bericht Baunetz</p>	Eigenmittel durch bestehende Projektmitarbeiter*innen	0,00 €
9	Website	<p>a) Konzeptentwicklung: Aufbau und Design entsprechend Positionierung und Corporate Design b) Technische Umsetzung: „Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen</p>	<p>a) 10.000,00 EUR b) „Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen</p>	<p>a) 10.000,00 EUR b) 00,00 EUR</p>
	Social Media	<p>a) Einrichten von notwendigen Kanälen mit einheitlichem Look and Feel, hier Facebook, Twitter, Intragram, LinkedIn, Xing b) mtl. Betreuung für zielgruppenrelevanten Content, mindestens 4 Beiträge pro Monat redaktionelle Begleitung für kontinuierliche, strategische Verlinkungen und Interaktionen 20 Std. pro Monat c) Werbung auf den Kanälen</p>	<p>a) Einmalig je Kanal 450,00 EUR b) Mtl. 1.800,00 EUR c) Mtl. 200,00 EUR</p>	<p>a) 2.250,00 EUR b) 21.600,00 EUR c) 2.400,00 EUR</p>
	SEO	<p>Sichtbarkeit und Bekanntheit stützen, „Auffindbarkeit im Netz“ erhöhen a) Einmalig Websiteanalyse und Keywordkonzept b) Anschließende SEO Dauerbetreuung, 20 Std. pro Monat für Optimierungsvorschläge der Website, Zusammenarbeit mit Social Media für Hashtagentwicklung und Contentstrategie.</p>	<p>a) Einmalig: 4.500,00 EUR b) Mtl. 1.900,00 EUR</p>	<p>a) 4.500,00 EUR b) 22.800,00 EUR</p>
	Google Adwords	<p>Abhängig von Ziel, Laufzeit, Zielmarkt, Wettbewerbern/Keywords und notwendiger, begleitender Werbung, kann als zusätzliches Tool angewandt werden, wenn Budgets „sprudeln“, also eher in der Phase, wenn die Marke etabliert ist.</p>	Kosten hierfür liegen im 5stelligen Bereich	Bei Bedarf und Verfügbarkeit von Budgets
	Pressemitteilungen	<p>„Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen Mindestens 10 Ausgaben</p>	„Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen	00,00 EUR
	Newsletter	<p>„Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen Mindestens 1 Ausgabe pro Quartal mit Neuigkeiten zum Projekt</p>	„Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen	00,00 EUR

	Teilnahme an Awards	zu passenden Themen min. 1 pro Jahr Kosten sind Teilnahmegebühr, Erstellen der Unterlagen durch Eigenmittel	1.000,00 EUR	1.000,00 EUR
	Messen/Events als Aussteller	<p>a) Teilnahme an Messen / Events als Aussteller</p> <ul style="list-style-type: none"> - mit Wirtschaftsförderungen/IHK/Kommunen/ etc. - mit Bürgerinitiativen, Vereinen, - im Wissenschaftsumfeld <p>b) Mediale Präsenz durch Anzeigen, Mitmachaktionen, Flyer, Aufkleber oder andere Werbemittel</p> <p>c) Mediale Begleitung über die eigenen Social Media Kanäle mit Werbung</p>	<p>a) Standgebühr, Mietmöbel, etc. pro Messe: 3.000,00 EUR</p> <p>b) Je Event 1.000,00 EUR (exklusive Druckkosten) plus „Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen</p> <p>c) je 150,00 EUR</p>	<p>a) 2 Messen: 6.000,00 EUR</p> <p>b) 2.000,00 € (exklusive Druckkosten)</p> <p>c) 300,00 EUR</p>
	Messen/Events als Speaker	Teilnahme an Messen/Events als Speaker „Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen	„Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen	00,00 EUR
	Klassische Werbemittel	Plakate DIN A3/2 zum regionalen Aushang, Anzeigen (Gestaltung und Anzeigenpreise),	Je Kampagne: 2.000,00 EUR Plus „Eigenmittel“ durch bestehende Projektmitarbeiter*innen (exklusive Druckkosten)	2 Kampagnen: 4.000,00 EUR (exklusive Druckkosten)