

St. Vincenz-Krankenhaus GmbH - Projektmanagement #2934

#10786-25 Überprüfung und Weiterentwicklung der Markenarchitektur

14.04.2025 10:58 - Sabrina Janßen

Status:	Abgeschlossen	Beginn:	01.05.2025
Priorität:	Normal	Abgabedatum:	08.12.2025
Zugewiesen an:	Torsten Eilinghoff	% erledigt:	0%
Kategorie:		Geschätzter Aufwand:	0.00 Stunde
Zielversion:			
Beschreibung			

Historie

#1 - 14.04.2025 10:59 - Sabrina Janßen

Guten Tag Herr Eilinghoff,

unser aktuelles Corporate Design ist aus dem Jahr 2022 und somit noch recht jung. Trotzdem möchten wir es einmal auf den Prüfstand stellen, speziell die Markenarchitektur im Sinne einer Dachmarkenstrategie. (s. Anlage)

Hier benötigen wir eine saubere Linie, um weitere Unternehmen zu integrieren. Auch neue Firmen, die nicht in direktem Bezug zu den St. Vincenz Kliniken stehen.

Wäre das eine Aufgabe für Sie und wie würden Sie vorgehen?

Es wäre klasse, wenn Sie uns dafür ein Angebot zukommen lassen würden.

Für Rückfragen stehen wir jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Dirk Daberkow
Kommunikation & Marketing

#2 - 17.04.2025 08:29 - Sabrina Janßen

- Datei 2025-04-17_0820 AG.pdf wurde hinzugefügt
- Tracker wurde von Angebotsphase zu Nachfassen geändert
- Status wurde von Neu zu Feedback geändert
- Zugewiesen an wurde von Sabrina Janßen zu Torsten Eilinghoff geändert
- Beginn wurde von 14.04.2025 zu 01.05.2025 geändert

AG ist raus, auf RM warten, bitte nach dem Urlaub nachfassen

#3 - 15.05.2025 15:36 - Sabrina Janßen

- Datei 2025-05-15_1526 AG Markenanalyse und Logoentwicklung.pdf wurde hinzugefügt

Hallo Herr Daberkow,

wie gewünscht und auch telefonisch kurz abgestimmt, habe ich das ergänzende Angebot erstellt und angefügt. Über Ihr positives Feedback würde ich mich freuen. Gerne besuche ich Sie auch in Paderborn für einen persönlichen Kennenlerntermin und um ggfs. etwas konkreter werden zu können.

Falls noch Fragen sind, schreiben Sie mir gerne oder rufen mich an.

Herzliche Grüße
Torsten Eilinghoff

#4 - 21.05.2025 12:39 - Torsten Eilinghoff

- Abgabedatum wurde auf 03.06.2025 gesetzt

TE; tel. 21.5. mit Daberkow: habe Besuch angeboten. Intern gibt es bislang noch keine Entscheidung.

#5 - 30.06.2025 07:18 - Sabrina Janßen

Hallo Herr Eilinghoff,

vielen Dank für die detaillierten Unterlagen.

Ich habe noch eine Frage zu den Nutzungsrechten.

Diese würden bei einem Logo dann komplett an uns gehen, oder?

Der Nutzungsumfang ist ja dann gar nicht eingrenzbar. Das liest sich in Ihrer AVG etwas unklar.

Ansonsten sollten wir jetzt den Workshop planen.

Welche Zeitfenster wären möglich?

Und wen würden Sie aus Agentursicht – neben dem Geschäftsführer Markus Funk – noch in der Runde sehen?

Mit freundlichen Grüßen

Dirk Daberkow

Kommunikation & Marketing

#6 - 30.06.2025 07:18 - Sabrina Janßen

Hallo Herr Daberkow,

vielen Dank für Ihre Rückmeldung und Ihre Frage zu den Nutzungsrechten – gerne dazu eine kurze Klarstellung:

Bei einem Logo gehen die uneingeschränkten Nutzungsrechte an Sie über. Das bedeutet, Sie können es zeitlich, räumlich und inhaltlich unbegrenzt verwenden – für alle Medien und Verwendungszwecke. Wir behalten keine Rechte zurück. Die Formulierung in unseren AGB ist an dieser Stelle tatsächlich eher allgemein gehalten. Wenn keine besondere Vereinbarung getroffen wird, wie in unserem Fall, so regeln wir das, wie in unseren AVG beschrieben.

Zum Workshop: Ich freue mich, dass wir in die Planung einsteigen können. Zeitlich wäre ich an folgenden Tagen flexibel:

– [z. B. Mittwoch, 2. Juli bis 12:00 Uhr]

– [z. B. Mittwoch, 9. Juli bis 12:00 Uhr]

– [z. B. Donnerstag, . 10. Juli ganztags, gerne vormittags startend]

Gerne richte ich mich aber auch nach Ihren Vorschlägen, wenn das einfacher ist.

Aus Agentursicht würde ich von unserer Seite unsere Art Direktorin Stephanie Staats-Jürgens mit in die Runde nehmen, die das Projekt kreativ begleiten wird. Von Ihrer Seite sollte neben Markus Funk und Ihnen ggfs. noch die Person mit in die Runde nehmen, die am stärksten inhaltlichen Input geben kann

Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung!

Herzliche Grüße

Torsten Eilinghoff

#7 - 19.08.2025 07:47 - Sabrina Janßen

Hallo Herr Eilinghoff,

leider hat sich das Thema durch die verschiedenen Urlaubsphasen etwas nach hinten geschoben.

Wir wollen den Workshop auf jeden Fall jetzt planen.

Aktuell sieht es am 1.10. oder 8.10, jeweils von 9 – 13 Uhr gut aus.

Wäre das von Ihrer Seite auch machbar?

Mit freundlichen Grüßen

Dirk Daberkow

#8 - 19.08.2025 09:19 - Sabrina Janßen

Guten Morgen Herr Daberkow,

vielen Dank für die Terminvorschläge. Bei mir gehen beide Termine. Damit wir zügig weiterkommen, schlage ich vor, wir nehmen den 1.10.

Ich würde dann um 8:30 Uhr bei Ihnen eintreffen, damit wir pünktlich um 9. Uhr starten können.

Was macht eigentlich das Thema Unternehmensbericht bzw. Unternehmensbroschüre?

Herzliche Grüße

Torsten Eilinghoff

#9 - 02.09.2025 13:49 - Sabrina Janßen

- Datei 2025-09-02_1343 AB Markenworkshop Kick-Off-Veranstaltung.pdf wurde hinzugefügt

AB über Kick-Off Veranstaltung ist raus

#10 - 23.09.2025 15:19 - Sabrina Janßen

Guten Morgen Herr Daberkow,

wie gerade besprochen, sende ich Ihnen ergänzende Infos zu den Tagesordnungspunkten. Ich rufe Sie dazu gleich noch an:

- EYE OF THE TIGER (60 min.)
Hier wird in zwei Gruppen ein Stärken- und Schwächenprofil erarbeitet. Die Erklärung der Headline erfolgt erst am Workshoptag.
- ARCHETYPEN (60 min.)
Erarbeitung und Fokussierung auf den Markenkern, um diesen später auch grafisch umsetzen zu können.
- POSITIONIERUNGSEVELE (30 min)
Erarbeitung wie im Wording kommuniziert werden soll, um später auch mit passenden Claims, Sublines etc. arbeiten zu können.
- DESING YOUR BOX (45 min.)
Visualisierung der erarbeiteten Punkte mit der Grundfragestellung, wie wir Botschaften hierarchisieren.
- FAZIT & AUSBLICK (15 min.)
Zusammenfassung, Festlegung der nächsten Schritte, Feedback

- Optionale Elemente, falls wir den Workshop ausdehnen wollen:
 - ZIELGRUPPEN (45 min.)
Kern dieses Bausteins ist es, herauszuarbeiten, wen wir begeistern wollen.
 - PERSONAS (60 Min.)
Erarbeitung konkreter Typologien der zu erreichenden Zielgruppen
 - HEADLINES (15 Min.)
Welche Schlagzeilen wollen wir 2030 unbedingt über uns lesen, welche auf gar keinen Fall?

Herzliche Grüße
Torsten Eilinghoff

#11 - 25.09.2025 11:26 - Torsten Eilinghoff

Von: Torsten Eilinghoff | Eilinghoff + Team <torsten@eilinghoff.de>
Datum: Donnerstag, 25. September 2025 um 11:25
An: Torsten Eilinghoff | Eilinghoff + Team <torsten@eilinghoff.de>
Betreff: Fragen an Herrn Daberkow

Herr Daberkow bittet um Rücksprache und Klärung dieser Fragen in 14 Tagen, also ca. ab dem 9.10. telefonisch.

- Kann das CD noch verändert werden oder ist es zumindest moderat anpassbar
- Geht es nur um die Markenarchitektur oder auch um die generelle Markenpositionierung? Diese zb. Zu erarbeiten und daraus eine Kommunikaitonsstrategie zu entwickeln
- Über welche und wieviele Untermarken sprechen, die jetzt ja nur über Facility Service angedeutet werden?
- Wie sollen sich die externen, zu übernehmenden Firmen in die Markenarchitektur eingliedern? Für welche Zielgruppen muss die Eingliederung der externen Firmen sichtbar gemacht werden, die Stark muss die Verknüpfung mit der Kernmarke sein?
- Was ist die Erwartungshaltung des Workshops grundsätzlich?

#12 - 25.09.2025 16:10 - Torsten Eilinghoff

- Abgabedatum wurde von 03.06.2025 zu 08.12.2025 geändert

Workshop ist auf den 8.12. verschoben.

#13 - 02.10.2025 17:22 - Sabrina Janßen

- Tracker wurde von Nachfassen zu über E+T abschließen geändert
- Status wurde von Feedback zu In Bearbeitung geändert

#14 - 20.10.2025 12:14 - Sabrina Janßen

- Tracker wurde von über E+T abschließen zu Projektmanagement geändert
- Status wurde von In Bearbeitung zu Abgeschlossen geändert

in Moco / Asana angelegt

Dateien

2025-04-17_0820 AG.pdf	514 KB	17.04.2025	Sabrina Janßen
2025-05-15_1526 AG Markenanalyse und Logoentwicklung.pdf	515 KB	15.05.2025	Sabrina Janßen
2025-09-02_1343 AB Markenworkshop Kick-Off-Veranstaltung.pdf	278 KB	02.09.2025	Sabrina Janßen