



öffentlich

<b>Beschlussvorlage</b>			
<b>Betreff</b>			
<b>Marketingangelegenheiten</b>			
<b>Organisation</b>	<b>Bereich/Periode/Jahr/Lfd. Nr./Nachtrag</b>	<b>Datum</b>	<b>lfd. Nr. BPL</b>
<b>AöR</b>	<b>M/IX/2018/0419/1</b>	<b>12.03.2018</b>	<b>16</b>

<u><b>Beratungsfolge</b></u>	<u><b>Zuständigkeit</b></u>	<u><b>Sitzungstermin</b></u>	<u><b>Ergebnis</b></u>
Verwaltungsrat der VRR AöR	Entscheidung	21.03.2018	<input type="checkbox"/>

### **Beschlussvorschlag:**

Der Verwaltungsrat beschließt die Umsetzung der neuen Gestaltungslinie für die verbundübergreifende Kommunikation und die VRR Kommunikation gemäß Drucksache Nr. M/IX/2018/0419/1.

Darüber hinaus nimmt der Verwaltungsrat die Sachstände

1. Kundenkommunikation SPNV
2. Kundenkommunikation Tarif- und Marketingthemen

zur Kenntnis.

### **Begründung/Sachstandsbericht:**

Auf die Drucksache Nr. M/IX/2018/0419 wird verwiesen. Das finale Angebot zur neuen Gestaltungslinie der Agenturen ist am 02.02.2018 bei der VRR AöR eingegangen. Die Auswahl und fachliche Empfehlung ist unter Beteiligung der Verkehrsunternehmen am 22.2.2018 erfolgt. Die Beauftragung des ausgewählten Angebotes ist am 07.03.2018 an die Agentur familie redlich AG erfolgt.

Das fachliche Design-Konzept wird hiermit vorgelegt.

### **Fachliche Begründung der Auswahl:**

Das neue Gestaltungsraster bietet die Chance für eine zeitgemäße und zugleich auch vorsichtige Verjüngung des bestehenden Corporate Designs. Das Konzept lässt den Raum für einen gleichberechtigten Auftritt von VRR und Verkehrsunternehmen und bietet mit seinen Gestaltungselementen zugleich ein Raster für die Wiedererkennbarkeit der verbundweiten Kampagnen.

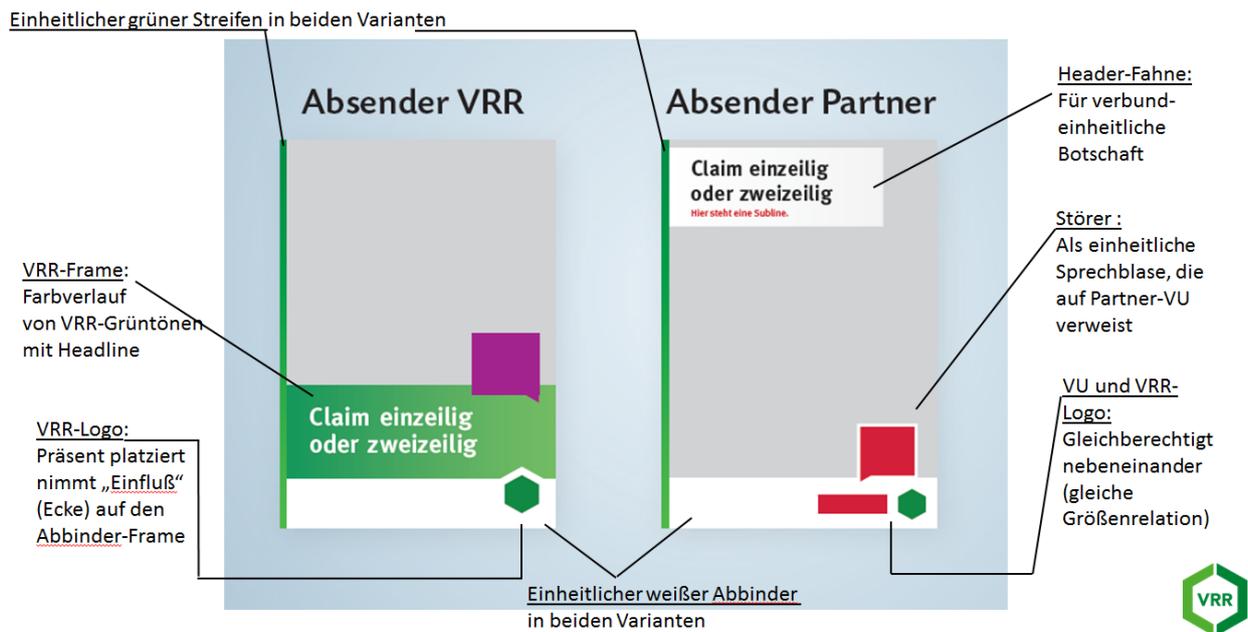
Für die verbundweiten Kampagnen (Absender VRR/VU/EVU) wird diese weiß-transparente Textfläche (Header-Fahne) flexibel je nach Medienformat eingesetzt.

Für Kampagnen mit dem VRR als alleinigem Absender, werden die Texthintergründe mit dem Grün des Logos als transparente Fläche gestaltet und das Logo selbst über eine Betonung (Dach) herausgehoben.

Mit dem ausgewählten Konzept lassen sich einerseits die klassischen Werbeformate umsetzen, andererseits können auch die Anforderungen an den steigenden Anteil von digitalen Medien sehr gut adaptiert werden.

### **Fachliche Rahmenbedingungen:**

1. Der seitliche **grüne Verlaufsstreifen** auf linker Seite wird sowohl in verbundweiten Kampagnen (z.B. SchnupperAbo) als auch in der VRR Kommunikation (z.B. SPNV-Kampagnen) eingesetzt und bildet damit eine gestalterische Klammer für den VRR-Raum.
2. Die sog. **Header-Fahne** für einheitliche Textbotschaften hat grundsätzlich einen transparenten Hintergrund und ermöglicht eine eher vollflächige Optik des Motivs. Header-Fahne und Störer sind, je nach Ausgangsformat, flexibel einsetzbar. Bezüglich Platzierung und Einsatzmöglichkeit erfolgt hier eine Konkretisierung für das online Corporate Design Handbuch.
3. **Der Störer** wird bei Bedarf flexibel auf dem jeweiligen Format platziert. Er wird einheitlich in Format und Farbe eingesetzt (z.B. Hinweis: Jetzt drei Monate testen!).
4. Der untere **weiße Abbinde** auf allen Medien ermöglicht eine positive Verstärkung der Absendermarken. Hier stehen die farbigen **Logo-Kombinationen aus VU/EVU- bzw. VRR-Logo** in einem gleichberechtigten Auftritt.



### Weiteres Vorgehen:

Die konkrete Ausarbeitung der unterschiedlichen Formate mit dezidierten Gestaltungsrastern für die spätere Anwendung, erfolgt im Rahmen eines Workshops.

Danach werden die diversen Gestaltungsraster für die jeweiligen Medien von der Agentur ausgearbeitet und in das neue Online-Design-Handbuch übertragen. Die Umsetzung erfolgt bis Juli 2018.