



## Steckbrief zur „Arbeitsgruppe Corporate Design“

### I. Aktueller Stand/Ausgangssituation

Der BEMD hat sich in den letzten Jahren strategisch weiterentwickelt. Insbesondere die Öffnung für Innovationspartner und die Weiterentwicklung zu einem Netzwerk-Partner und –Plattform für alle Dienstleister im meter to cash-Prozess bieten dem Verband und seinen Mitgliedern und Innovationspartnern erweiterte Möglichkeiten und Mehrwerte. Dass dieser Weg erfolgreich ist, zeigt die zunehmende Anzahl von Mitgliedern und die ersten Erfolge bei den Innovationspartnerschaften. Der Verband ist reger und erfolgreicher denn je.

Das aktuelle Corporate Design besteht seit 2015. Es steht für einen starken Beginn, unterstützt die aktuelle Strategie jedoch nur noch bedingt.





Agenda	BEMD Bundesverband der Energiemarktdienstleister
1. Erwartungshaltung/Zielsetzung der Sitzung	
2. Ausgangssituation	
3. Aktueller Stand der (offiziellen) Planungen der <u>conenergy</u>	
4. Erste Positionierung und bisherige Abstimmung mit <u>conenergy</u>	
5. Input des Vorstands sowie anderer Mitglieder	
6. Weitere Maßnahmen / Positionierung	
i. Positionierung des BEMD zum digitalen Angebot der <u>conenergy</u>	
ii. Nächstes <u>Webforum</u> (inkl. vorheriger Kurzumfrage)	
iii. Abstimmung mit <u>edna</u>	
7. Organisatorisches	
8. Zeitplan	
9. Weiteres Vorgehen	

## II. Ziele

1. Festlegung eines neuen Corporate Designs, das der aktuellen Strategie und dem Leitbild als Netzwerk und Marktinformationsplattform folgt
  - i. Mit neuem Logo, ggf. inkl. Untertitel/Slogan
  - ii. Überprüfung der aktuellen Schriftart
  - iii. Neuer Bildsprache
  - iv. Neues Farbkonzept

## III. Erwartete/Beabsichtigte Ergebnisse

Erreichung der o.g. Ziele, insbesondere:

1. Festlegung von Gestaltungsrichtlinien
2. Neue Druckartikel (Flyer, Banner, Geschäftsausstattung wie z.B. Geschäftsbriefe, Visitenkarten, Blöcke usw.)
3. Optisch optimierte Website
4. Neuer Präsentationsmaster
5. Roll-Ups, Aufsteller usw.



#### IV. Zeitplan

Folgende Meilensteine werden angestrebt:

- |  |                |
|--|----------------|
| 1. Bildung einer Arbeitsgruppe                 | <b>03/2021</b> |
| 2. ZAK, Business Plan und Beauftragung Agentur | <b>05/2021</b> |
| 3. Freigabe der Ergebnisse                     | <b>08/2021</b> |
| 4. Veröffentlichung                            | <b>09/2021</b> |

#### V. Geplante Maßnahmen/zu bearbeitende Themen der Arbeitsgruppe

1. ZAK für die Beauftragung einer Agentur
2. Workshops mit Agentur auf Basis der aktuellen Strategie/Leitbild
3. Ergebnispräsentation für Mitglieder vorbereiten
4. Marketingplan für die Ergebnisveröffentlichung

#### VI. Benötigtes Budget (geplant) z.B.

- |                                 |                                 |
|---------------------------------|---------------------------------|
| - Kosten für Agentur            | <b>5 – 10 TEUR</b>              |
| - Kosten für Anpassung Homepage | <b>Angebot trend:research</b>   |
| - Kosten für neue Druckartikel  | <b>Schätzung trend:research</b> |
| - Kosten für Banner             | <b>Schätzung trend:research</b> |

**Das maximale Budget sollte 30 TEUR nicht übersteigen.**

\*\*\*\*\*

#### Beschreibung



Eine Arbeitsgruppe wird zunächst eine Ziel-Auftragsklärung für eine externe Agentur erarbeiten und vom Vorstand freigeben lassen. Danach erfolgt die weitere Abstimmung zwischen Arbeitsgruppe und Agentur. Das Ergebnis wird dem Vorstand zur Freigabe vorgelegt. Daraus ergeben sich dann weitere Beauftragungen an trend:research und Druckdienstleister. Die Ergebnisse werden in der Herbst-Mitgliederversammlung vorgestellt. Durch die breite Besetzung der Arbeitsgruppe mit Mitgliedern soll bereits eine hohe Akzeptanz für die Ergebnisse erzielt werden.

## **Gründungsdatum**

März 2021

## **Leitung**

Dietmar Sperfeld (Vorstandsvorsitzender)

## **Stellvertretende Leitung**

Timo Dell (Stv. Vorstandsvorsitzender)

## **Mitglieder**

- Dirk Briese (BEMD)
- Timo Dell (rku.it)
- Dietmar Sperfeld (Soluvia Energy Services)
- Geschäftsstelle
- N.N.

Stand 15.02.2021