



Von Tradition zur Transformation

# Moderne Kommunikation im VMB NRW



# Ziele für heute



- Kurzer Einstieg in die Themenwelt  
Kommunikation, Corporate Identity und Marke
- Next Steps

## Zukunftsreise 2033 – Workshops

- Input sammeln > Kennenlernen was euch für die Zukunft des VMB NRW wichtig ist
- Erste Schritte zur Kernbotschaft des VMB NRW
- Konkreten Mehrwert für die Zielgruppen benennen
- Kreative Ideen und Angebote finden
- Digitale Schmerzen benennen und Lösungsansätze finden

# Anja Rickert

Studium in  
Hildesheim,  
Niedersachsen

**2002–2007**

Diplom-Designerin  
(Grafik)

**seit 2007**

Designagentur  
in Berlin

**2008–2017**

Mit Familie  
in NRW

**seit 2018**

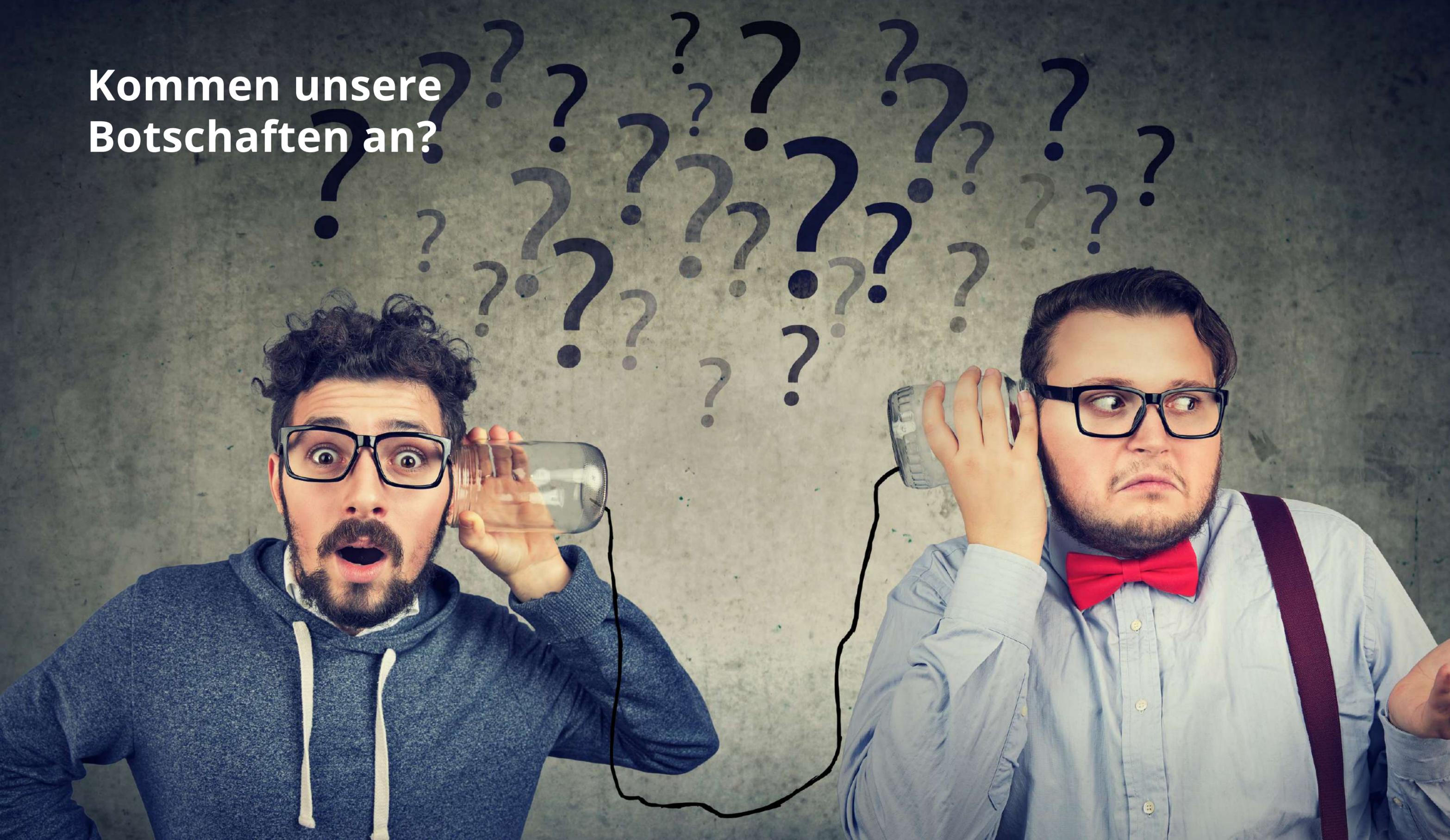
Erstes Projekt  
für LMJ NRW

**2019**

Grafische Unterstützung  
Projekte & Social Media

**seit 2021**

**Kommen unsere  
Botschaften an?**



# Was brauchen wir?



# Zukunftswerkstatt

## Ausbau der Identifikation der Mitglieder mit dem VMB NRW

Erlebbar machen des „Mehr-Werts“ der Zugehörigkeit zum VMB NRW

Wahrnehmung des VMB NRW als DER MUSIKVERBAND in NRW, in dem das wertgebende WIR bestimmend ist

## Steigerung der Außenwirkung des VMB NRW

Ausbau der Öffentlichkeitsarbeit und Medienpräsenz

Gewinnung neuer Mitglieder

Erweiterung, Zentralisierung und Professionalisierung des Marketings

Ausbau der Vernetzung

# Zukunftswerkstatt

”

Das derzeitige Corporate Design (CD) im Bereich Logo, Schriftzug, Werbung, Homepage etc. ist deutlich veraltet und unterstützt nicht eine zeitgemäße Verbandsausrichtung.



# Mitten im Prozess



# Wo kommen wir her?



**Volksmusikerbund NRW e.V.**

Größter Fachverband für Blas- und Spielleutemusik in NRW

# Musik schafft Freu(n)de



# Wo stehen wir jetzt?



Stand 2018



„Rhapsody Française“ – eine Hommage an die deutsch-französische Freundschaft  
 Stürmische Gewässer: – Landesdelegiertenversammlung in Soest  
 C2-Abschluss in der Landesmusikakademie NRW



Fachbericht: Noten: „Joseph And The Amazing Technicolor Dreamcoat“  
 Volksmusikerverband NRW: Aktuelles aus den Landesorchestern

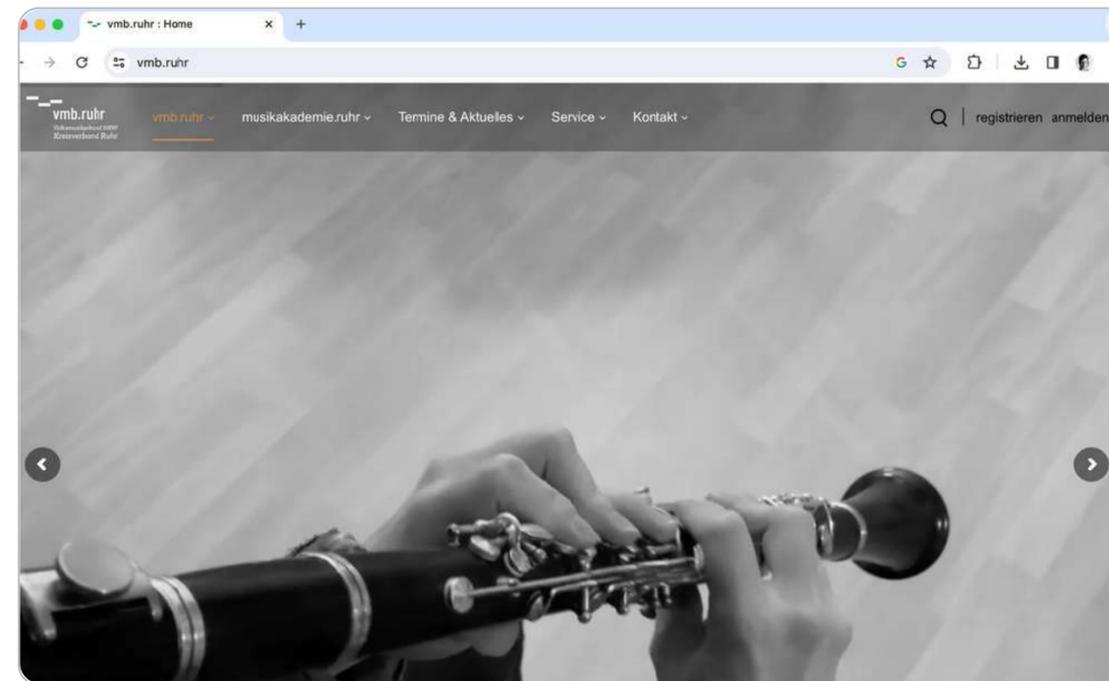
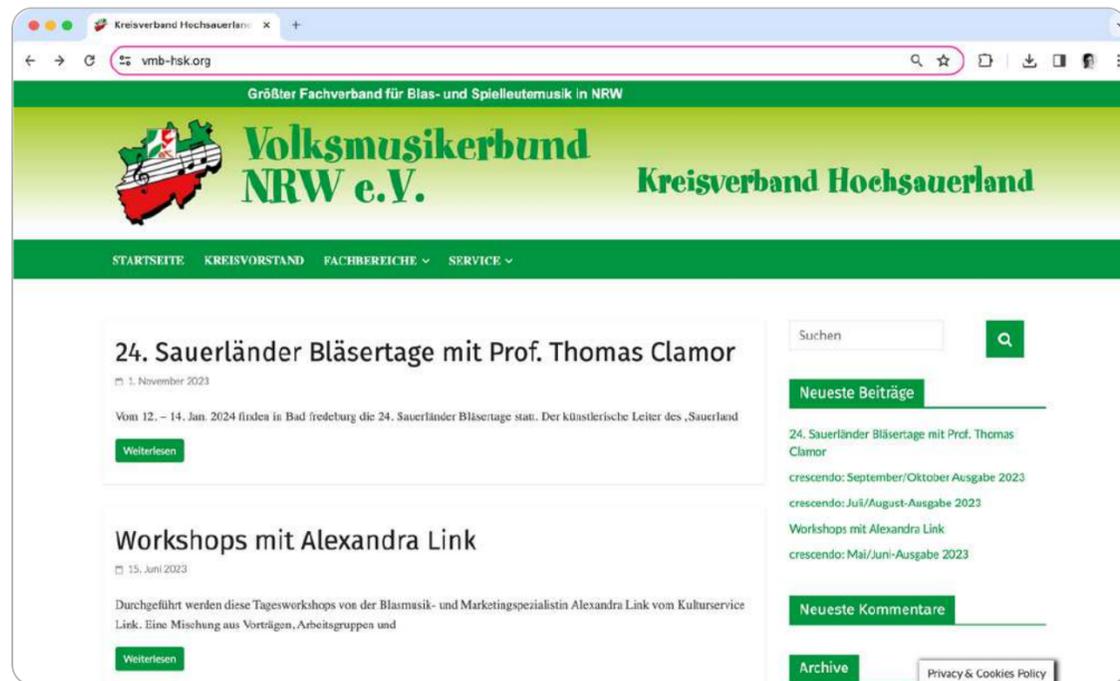
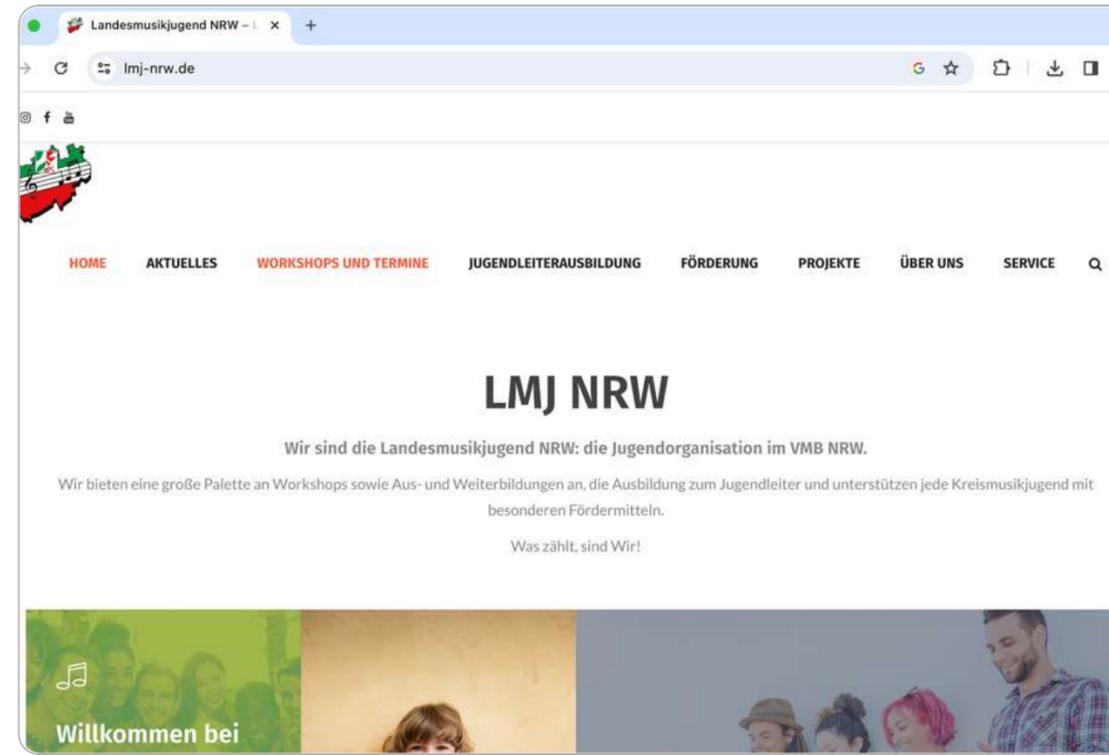


Fachbericht: Jazz-Improvisation (Teil 1)  
 Reportage: Das Wandern ist des Bläasers Lust ...

# Landesverband



# Landesmusikjugend



Kreisverband Hochsauerland

Kreisverband Ruhr



seit 10/2011

3.083

Follower

Motiviert Musik machen

Anregungen für Vereine und Eltern - zusammengefasst von Musikpädagogin Kristin Thielemann.

Motiviert Musik machen Wie Eltern helfen können

Motiviert Musik machen Wie Vereine helfen können

Die Broschüren sind als Download und Druckversion erhältlich

Mit Avatar erstellen

Titelbild bearbeiten

**Volksmusikerbund NRW e.V.**  
2.600 „Gefällt mir“-Angaben · 3.083 Follower

Hervorheben Verwalten Bearbeiten

Beiträge Info Mentions Bewertungen Reels Fotos Mehr

**Steckbrief**  
Die offizielle Facebook-Seite des Volksmusikerbund NRW.  
Impressum: <http://www.vmb-nrw.de/go/impressum>

Steckbrief bearbeiten

Seite · Lokaler Verein  
Havlbeck, Germany  
+49 2507 986857  
gst@vmb-nrw.de  
vmb-nrw.de  
Website hervorheben

Schließt bald  
Noch kein Rating (1 Bewertung)

Details bearbeiten  
Hobbys hinzufügen  
Featured Content hinzufügen

**Featured**  
Andere können dies nicht sehen, es sei denn, du fixierst etwas. Verwalten

**Beiträge**  
Filter Beiträge verwalten

Listenansicht Rasteransicht

**Volksmusikerbund NRW e.V.**  
Gepostet von Anja Rickert · 31. Oktober um 14:12

**crescendo**  
Die Fachzeitschrift für Blas- und Spielleutemusik in NRW mit umfangreicher Online-Ausgabe

Online-Ausgabe unter [www.crescendo.nrw](http://www.crescendo.nrw)

Fotos Alle Fotos ansehen



seit 03/2020

1.948  
Follower

volksmusikerbund\_nrw **Folgen** Nachricht senden +

431 Beiträge 1.948 Follower 539 Gefolgt

**Volksmusikerbund NRW**  
Wir sind der VMB NRW: Workshops, Service und Co. - wir fördern das aktive Musikleben von Blasorchestern, Spielmanns- und Fanfarenzügen in NRW.  
[linktr.ee/volksmusikerbund\\_nrw](https://linktr.ee/volksmusikerbund_nrw)

PLAY! 2023 Workshops 30 Jahre LM... Instrumente Motivation K... Familienfest Aktionen

BEITRÄGE REELS MARKIERT

Online & Print  
Die neue Ausgabe ist da!

BILDUNG IM VMB NRW

18.11.2023 | Arnsberg  
Show Trommeln Kids

BILDUNG IM VMB NRW

BILDUNG IM VMB NRW

Digitaler Infoabend Fördermittel  
16. Oktober 2023 um 19:00 Uhr  
(via Zoom)

## Digital

Website  
Newsletter  
E-Mail (Signatur)  
Facebook  
Instagram  
Youtube  
weitere Social Media Kanäle  
E-Books  
Videokonferenz

## Außenwerbung

Beschilderungen  
Roll-ups/Pressewände  
Werbeartikel/Give-aways  
Messestände  
Fahnen und Banner

## Geschäftsausstattung

Visitenkarten  
Briefpapier  
Urkundenpapier  
Grußkarten  
Schreibblöcke  
Stempel

## Print

Broschüren  
Flyer  
crescendo  
Plakate  
Präsentationsvorlagen  
Printanzeigen

## Veranstaltungen

Persönliches Gespräch  
Telefonat  
Meetings/Sitzungen  
Ehrungen  
Messen  
Konzerte/Proben  
Feste  
Wettbewerbe  
Workshops

mehr als

# 30

mögliche Medien & Kanäle

mögliche Contentarten

## Texte

Artikel  
Fachartikel  
Meinungen  
Whitepaper  
E-Books  
Werbetexte  
Mailing  
Newsletter  
(Mega-)Listen

## Bilder

Infografiken  
Charts  
Diagramme  
Collagen  
Karten  
Fotos  
Produktbilder  
animierte Bilder  
Comics  
Skizzen  
Illustrationen  
Karikaturen  
Screenshots

## Video

Imagevideos  
Unternehmensvideos  
Behind-the-Scenes-Einblicke  
Produktpräsentationen  
Eventvideos  
Animationsvideos  
Tutorials  
Musikvideos  
Werbespots  
Interviews  
Spaß-Videos  
Erklärvideos

## Audio

Podcasts  
Musik

# Wo wollen wir hin?

Identifikation

Vertrauen

Orientierung

Wiedererkennbarkeit

Mehrwert

Konkurrenzfähigkeit

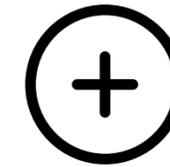


Was macht  
uns aus?

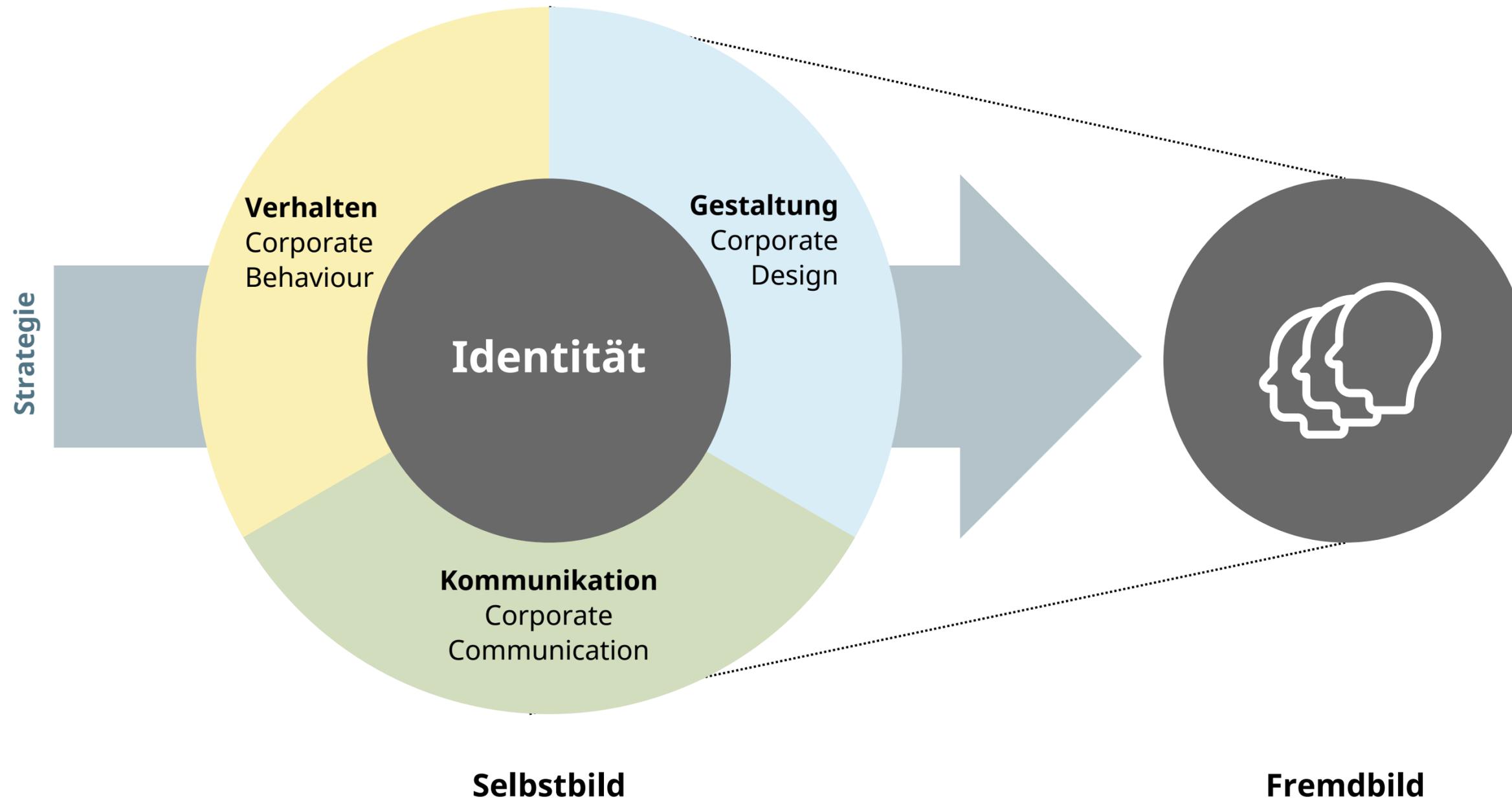


# Corporate Identity (CI)

Corporate Identity oder kurz CI ist die Gesamtheit der Merkmale, die eine Organisation kennzeichnet und sie von anderen unterscheidet.



Corporate Language  
Corporate Soul  
Corporate Philosophy  
Corporate Culture



# Marke



Entwicklung einer authentischen und sympathischen **Marke** mit hohem Wiedererkennungswert, deren Strahlkraft sowohl nach außen (Zielgruppe) als auch nach innen (eigene Motivation) wirkt

WIR ALLE werden zu EINEM starken Verband!

#wirimvmbnrw





Brand  
Brand Personality  
Brand Identity  
Branding  
Brand Voice  
Brand Design

Marke  
Markenpersönlichkeit  
Markenidentität  
Markenentwicklung  
Markenstimme  
Markendesign



Die Markenpersönlichkeit  
erweckt wichtige **Werte**  
der Marke zum Leben.

**BRAND**

# Werte

Zukunftswerkstatt

Vielfalt

Offenheit

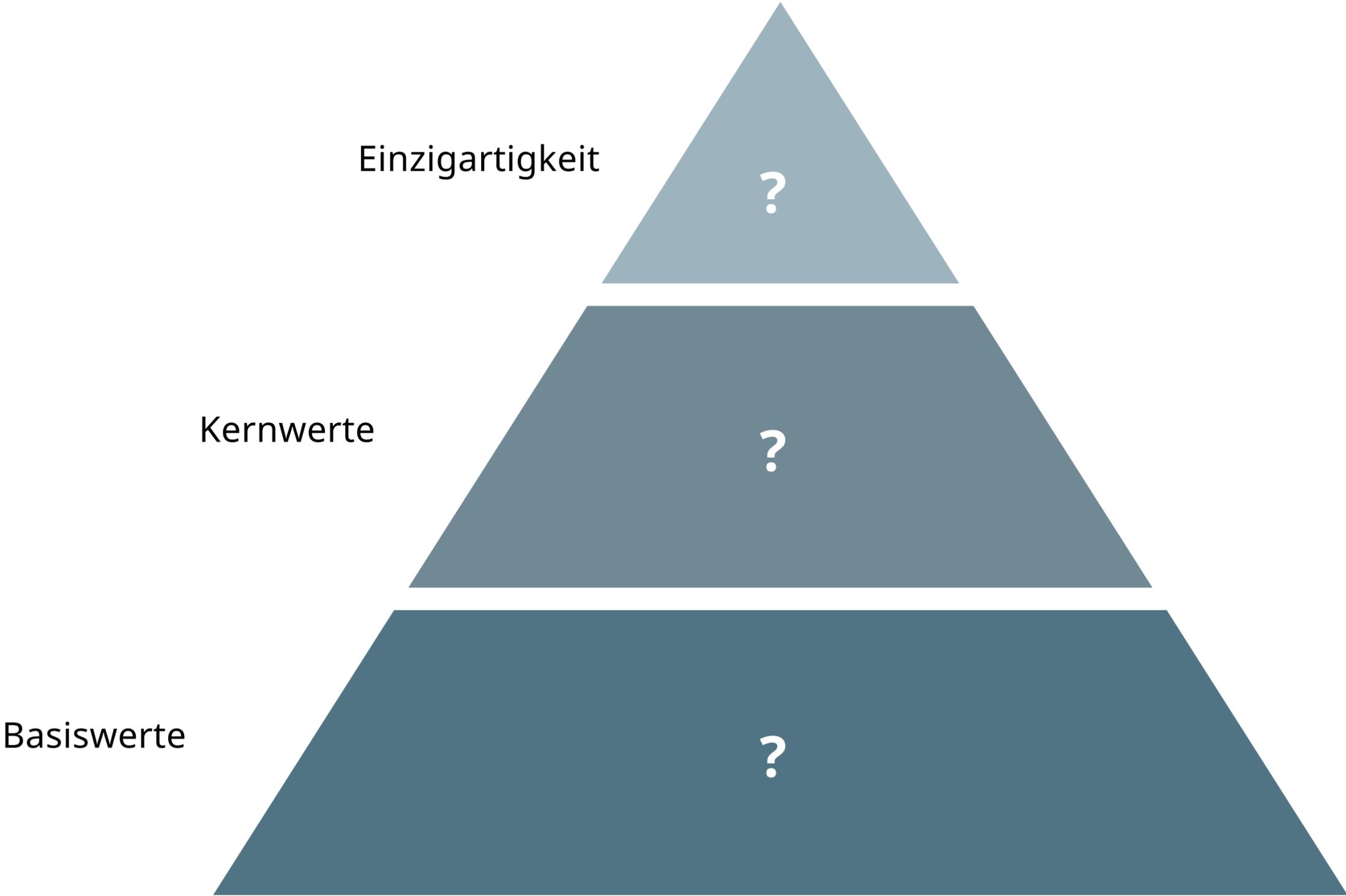
Wertschätzung

Toleranz

Verlässlichkeit

#wirimvmbnrw

# Werte





VN Volksmusikerbund ... Teams • 8 11

# Markenunterlagen

+ Neues Element hinzu...

Zurück zu Startseite

Markenunterlagen

Markenvorlagen

Markensteuerung

## Einführung in Marke

- ✓ Hier kannst du deine Marke mit allen Bausteinen, Assets, Steuerungen und Workflows an einem Ort aufbauen, verwalten und weiterentwickeln.
- ✓ Ersetze Logos und Bilder aller bestehenden Designs mit wenigen Klicks.
- ✓ Finde all deine Markenassets und Vorlagen zentral vom Editor aus.



VMB NRW

Hier spielt die Musik

SAG WAS!

PLAY!

LMJ NRW



Volksmusikerbund ...

Teams • 8 11

# VMB NRW

Markenunterlagen geteilt mit:

Volksmusikerbund NRW e.V.



+ Einem Ordner hinzufügen

Zurück zu Marke

VMB NRW

Logos

Farben

Schriftarten

Markenstimme

Fotos

Grafiken

Symbole

+ Mitglieder einladen

Papierkorb

## Logos (2)



VMB\_Logo\_Wortbildma...

Bild · vor 2 Jahren



VMB\_Logo\_Bildmarke

Bild · vor 2 Jahren

+ Neues Element hinzufügen

## Farben (23)

+ Neues Element hinzufügen

VMB NRW Farben



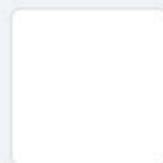
#238534



#9bbd26



#af151b



#ffffff



Neue Farbe hinz...

**Kernbotschaft**

**Zielgruppen  
& Nutzen**

**Inhalte**

**Digitale  
Chancen**



# Zukunftsreise 2033

VMB NRW – wie geht die gemeinsame Reise in die Zukunft weiter?



# FUTURE LOADING

#wirimvmbnrw

# Zukunftsreise 2033

VMB NRW – wie geht die gemeinsame Reise in die Zukunft weiter?



## Kernbotschaft

- Was ist die Hauptbotschaft, die der VMB NRW in der Kommunikation vermittelt?

> Ziel: Den Kern des VMB NRW identifizieren, um eine Basis für eine klare Positionierung (roter Faden) zu finden.

## Inhalte

- Welche konkreten Themen und Inhalte werden vom VMB NRW kommuniziert?

> Ziel: Kreative Ideen und Angebote finden, die den Mehrwert der Zugehörigkeit zum VMB NRW steigern und erlebbar machen können.

## Zielgruppen & Nutzen

- Was habe ich von einer Mitgliedschaft im VMB NRW und für wen ist sie noch interessant?

> Ziel: Konkreten Mehrwert für die Zielgruppen benennen, um Identifikation erreichen, Mitglieder binden oder neue Mitglieder gewinnen zu können.

## Digitale Chancen

- Welche digitalen Technologien werden zukünftig genutzt, um eine verbesserte Verbandskommunikation zu erreichen?

> Ziel: Digitale Schmerzen benennen und Lösungsansätze finden, um Kommunikation im VMB NRW zu erleichtern.

# Next Steps



## Step 1 Landesvorstandssitzung Zeitreise 2033 – Workshops

### Kick off

- Kernbotschaft
- Zielgruppen & Nutzen
- Inhalte
- Digitale Chancen

## Step 2 Analyse

- Ergebnisse Landesvorstandssitzung
- Ergebnisse Zukunftswerkstatt
- offene Fragen
- Konkurrenz
- Zusammenfassung

## Step 3 Planung und Strategie

- Vertiefung: Vision, Mission, Leitbild, Werte, Zielsetzung
- Workshop nach Bedarf
- Projektierung/Budgetierung

Prozess



# Next Steps



## Step 4

### Konzeption

- Briefing
- Kreative Leitidee
- Naming
- Design-Konzept

## Step 5

### Design

- Basiselemente Design
- Universal Design/Barrierefrei?
- Entwicklung anhand  
Anwendung Website VMB/LMJ
- Markenunterlagen in Canva

## Step 6

### Realisierung und Dokumentation

- Ausarbeitung aller Medien
- ggf. Markenportal
- Implementierung
- Schulung
- Überprüfung/Kontrolle
- ggf. Anpassungen

Prozess

