



Op grond van deze besluitvorming is DSW Stadspark eind 2009 gestart met het ontwikkelen van een onderscheidende positionering. Vanuit deze positionering zijn voorstellen gemaakt voor een nieuwe naam en huisstijl die op elkaar en op de toekomst van DSW Stadspark zijn afgestemd. De lancering is gepland voor begin november 2010 in aansluiting op de Noordelijke Promotiedagen.

Positionerings- naam- en huisstijl traject

Voor het positioneringstraject, de nieuwe naam en huisstijl zijn de volgende stappen gezet:

Onderzoek

In december 2009 is een drietal bureaus uitgenodigd om offertes uit te brengen voor de begeleiding van dit traject. In februari is bureau G2K gestart met een identiteit/imago onderzoek onder medewerkers, werknemers, klanten, opdrachtgevers en werkgevers. Dit met als doel om helder te krijgen wat ons als bedrijf authentiek maakt én duidelijk te krijgen wat de elementen zijn die relevant en onderscheidend zijn voor de verschillende markten die wij bedienen.

Positionering

In maart 2010 zijn de uitkomsten van het identiteits/imago onderzoek bekend gemaakt, waarbij de resultaten zijn vertaald naar het positioneringstatement: *“Voor iedereen, zonder uitzondering, biedt DSW de meest kansrijke ontwikkeling naar een passende baan”*.

Dit statement is geen brochuretekst maar een zin die kernachtig aangeeft wat we te bieden hebben en geeft verdere richting aan onze activiteiten. Bovendien is het de input voor het bedenken van een nieuwe naam en huisstijl en hoe we naar buiten willen treden.

De achterliggende keuze van deze positionering heeft een aantal redenen. Eén ervan is dat onze maatschappelijke betrokkenheid van oudsher onze meest belangrijke drijfveer is en een pijler uit ons ondernemingsplan. Wij zijn er voor iedereen die niet zelf voor het minimumloon kan zorgen en ondersteuning in- en naar werk nodig heeft. Een andere pijler is dat we ons de laatste jaren steeds verder hebben geprofessionaliseerd en gebruik maken van resultaatgerichte ontwikkelmethodieken om succesvolle ontwikkeling van medewerkers zo groot mogelijk te maken. Ook het gegeven dat de ontwikkeling van mensen plaatsvindt op eigen werkplekken en waar kan bij externe bedrijven in een volledig bedrijfsmatige context maakt dat we de kans op een passende baan kunnen vergroten. En tenslotte zijn we steeds meer verweven met het bedrijfsleven in en om Groningen waardoor we steeds meer onze rol als verbindende schakel kunnen invullen.

Naamgeving

In april 2010 zijn er zo'n 60 namen gepresenteerd, allemaal op enigerlei wijze gerelateerd aan de positionering en de kernwaarden. Bij deze eerste naamvoorstellen hebben we met name ingekaderd waar de naam aan moet voldoen qua sfeer, mate van abstractie, klank en associaties.



Uiteindelijk bleven er 5 namen over die aan de criteria voldoen. Deze namen zijn gechecked op bruikbaarheid. Bestaan er al bedrijven met een (soort)gelijke naam, is de naam nog vrij om te gebruiken en wat zijn de (juridische) risico's? Uiteindelijk bleef één naam over.

Huisstijl

Nadat de naam bekend was, is de huisstijl ontwikkeld. Deze huisstijl zal worden vertaald naar alle mogelijke communicatiemiddelen zoals briefpapier, auto's, brochures, bedrijfskleding etc. Overigens zullen we niet in één keer alle uitingen vervangen door de nieuwe vormgeving. We zullen in 2010, 2011 en 2012 langzamerhand onze communicatiemiddelen vervangen, waarbij we de meest zichtbare items als eerste zullen aanpassen; daarna volgt fasegewijs de rest. In de begroting is hiermee rekening gehouden.

Deponeren van de nieuwe naam.

De naamswijziging zal worden aangepast in gemeentelijke verordeningen, het Handelsregister van de Kamer van Koophandel en worden vastgelegd bij het Europees Merkenbureau.

Planning

We willen u voorstellen om de bekendmaking van de naam en huisstijl aan uw raad op 23 juni a.s. in uw raadsvergadering bekend te maken. Op dezelfde dag zullen we dan ook de naam en huisstijl onthullen in onze interne organisatie. In de maanden juli t/m oktober zullen we de huisstijldragers verder ontwikkelen en uitwerken. Vanaf 1 november gaan we met de nieuwe naam en huisstijl officieel naar buiten.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders
van Groningen

de burgemeester,

de secretaris,