



Vereinbarung
zur Teilnahme an der Marketinginitiative
kuld – kultur.leben.dülmen

zwischen
Stadt Dülmen
Kulturteam
Münsterstraße 28
48249 Dülmen

und

Ich bestätige hiermit, dass ich die Teilnahmebedingungen gelesen habe und akzeptiere diese mit meiner Unterschrift.

Erhalten habe ich:

- Das Corporate Design Handbuch
- Die graphischen Elemente (Klammer in den passenden Farben, Logo in verschiedenen Varianten)
- Die Termine für die Plakatverteilung
- Die Deadlines für den Presseversand
- die Termine und Infos zu den derzeit geplanten Veranstaltungen/ Aktionen

Teilnahmebedingungen: Kultur.leben.dülmen

Dülmen hat kulturell viel zu bieten und das Spektrum an Akteuren ist weit: bildende Künstler*innen, Theatergruppen, Tanzensembles, Musiker*innen, Fotografen*innen und und und. Zudem engagieren sich zahlreiche lokale Unternehmen für die Kultur vor Ort.

Mit der Marke kuld – kultur.leben.dülmen wollen wir – die freie Kulturszene, Ehrenamtliche und städtische Kultureinrichtungen – an einem Strang ziehen und uns stark machen für eine größere Präsenz der Kultur im Dülmener Stadtbild.

Ziele kultur.leben.dülmen

Die Vielfalt und Qualität der Dülmener Kulturlandschaft transparenter machen und damit die Identifikation und die Verbundenheit der Dülmener*innen mit „ihrer“ Stadt stärken.

Die Attraktivität der Stadt sowohl für Touristen als auch Unternehmen und deren Mitarbeitende (Kultur als Standortfaktor) steigern.

Entstehungsgeschichte

Seit 2014 finden regelmäßig Kulturkonferenzen in Dülmen statt. Es werden dort Ziele und Handlungsempfehlungen formuliert, die die kulturelle Szene stärken sollen und sie zukunftsfähig weiterentwickeln. Auf der Konferenz 2018 wurde empfohlen, eine gemeinsame Marketingkampagne zu initiieren. Das städtische Kulturbüro hat die Koordination dieser Aufgabe übernommen.

Dachmarke kultur.leben.dülmen

Im Rahmen der Markenentwicklung ist ein Logo und ein grafisches Rahmenlayout entwickelt worden. Eine gemeinsame Homepage befindet sich ebenfalls in Vorbereitung. Das Layout und das Logo sollen von möglichst vielen Kulturschaffenden genutzt werden, um so die Verbundenheit zu verdeutlichen. Zur Markenkampagne gehören aber auch Serviceleistungen, die das Kulturbüro für die Kulturschaffenden anbietet.

Serviceleistungen/Aufgaben des städtischen Kulturbüros

1. Koordination aller organisatorischen und finanziellen Aspekte im Zusammenhang mit der Dachmarke.
2. Bereitstellung eines Corporate Design Handbuches und verschiedener Designvorlagen.
3. Inhaltliche und technische Betreuung der Homepage und der Social-Media Kanäle.
4. Versand von Presseinformationen über den Presseverteiler der Stadt Dülmen.
5. Plakatverteilungsservice (Termine und Umfang in Absprache mit dem Kulturteam).
6. Organisation von gemeinsamen Marketingaktionen und Veranstaltungen (z.B. Stände auf den Märkten; Give aways usw.).

Aufgaben der teilnehmenden Künstler*innen, Musiker*innen, Vereine, Institutionen usw.:

Prinzipiell kann jeder kulturell/künstlerisch tätige Verein, jede*r Musiker*in, jede*r Künstler*in, jeder Dülmener Kulturschaffende mitmachen. Die Teilnahme ist kostenfrei, allerdings verpflichten sich die Teilnehmenden zur Einhaltung bestimmter Regeln (**Individuelle Absprachen sind möglich!**):

1. Nutzung des Logos auf eigenen Werbemedien (für Veranstaltungen usw.).

Die Nutzung des Logos ist **verpflichtend** auf allen Werbemedien (auf Plakaten und Flyer sowie auf der eigenen Homepage mit Verlinkung auf die Seite www.kultur-leben-duelmen.de).

2. Nutzung des Rahmenlayouts für Flyer/Plakate usw. (bei Veranstaltungen mit **einem** Veranstalter).

Die Nutzung des Rahmenlayouts ist jederzeit **möglich**. Es gibt dafür verschiedene Baukästen:

- Nutzung des vollständigen Designs wie im CD-Handbuch beschrieben

ODER

- Ergänzung des eigenen Plakates um das graphische Element der „Klammer“ (zusätzlich zum Logo). Das eigene Plakat kann einfach in den Klammerrahmen hineingesetzt werden.

3. Nutzung des Rahmenlayouts für Flyer/Plakate usw. (bei Veranstaltungen mit **mehreren** Veranstaltern/Kooperationen).

Handelt es sich um Kooperationsveranstaltungen (zwei oder mehr Veranstalter zusammen) ist die Nutzung des Layouts **verpflichtend**. Die Vorgaben im CD-Handbuch sind dann zu beachten. Die Marke „Kultur.Leben.Dülmen“ soll die Vernetzung der Kulturakteure unterstützen und das „Gemeinsame“ betonen. Deswegen ist gerade bei Kooperationen die Nutzung des Corporate Designs wichtig.

Ausnahmen bedürfen der Absprache!

4. Die Mitglieder der Dachmarke nehmen nach Absprache an gemeinsamen Veranstaltungen oder Werbeaktionen teil. Die Terminplanung erfolgt über das Kulturbüro.
5. Die Mitglieder stellen notwendige Texte, Bilder und Informationen über ihre Einrichtung oder Veranstaltung zur Verfügung.
6. Die Mitglieder gestatten dem vom Kulturbüro beauftragten Fotografen die kostenfreie Teilnahme an ihren Veranstaltungen und erlauben ihm das Fotografieren zu Werbezwecken für die Dachmarke.
7. Zur Nutzung des Presse- und Plakatierservices liefern die Teilnehmenden die notwendigen Presseinfos, Plakate und Flyer rechtzeitig vor der Deadline an das Kulturteam.