

# [ 1 ] POSITIONIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Branding, #Exzellenz, #Markenkern, #Standortmarketing, #Unique Selling Proposition, #Value Proposition

**Leitfragen:** Was macht uns einzigartig? Wofür wollen wir bekannt sein? Wie wollen wir wahrgenommen werden?

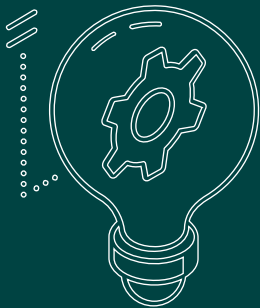


VERMARKTUNG

# [2] STIMULIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Botschafter, #Digital Marketing, #Push und Pull, #Sinnfluencerin, #Virales Marketing

**Leitfragen:** Wen wollen wir wie beeinflussen? Welches Verhalten wollen wir anregen?



VERMARKTUNG

# [3] VERKNAPPUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Dosierung, #Exklusivität, #Prestige

**Leitfragen:** Über welche exklusiven Ressourcen verfügen wir? Inwiefern wollen wir deren Nutzung beschränken und zu welchen Bedingungen?

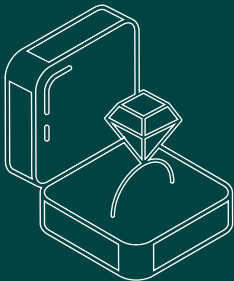


VERMARKTUNG  
DIENSTLEISTUNGEN

# [ 4 ] SYMBOLIK

**Schlüsselbegriffe:** #Nonverbale Kommunikation,  
#Repräsentation, #Rituale, #Tradition

**Leitfragen:** Welche Botschaft wollen wir symbolisch aufladen? Womit können wir Ideen, Positionen und Haltungen fassbar machen?



VERMARKTUNG

# [ 5 ] PERSONIFIZIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Narrativ, #News Value, #Storytelling, #Slogan, #Titelgeschichte, #Viralität

**Leitfragen:** Was und wen wollen wir mit unseren Geschichten erreichen? Warum erzählen wir sie? Mit welchen Protagonisten erreichen wir das Herz und den Verstand unseres Publikums?

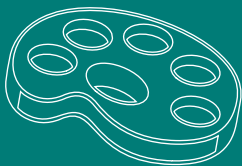


VERMARKTUNG

# [6] DIVERSIFIKATION

**Schlüsselbegriffe:** #Economies of Scope, #Diversität, #Portfolio, #Resilienz

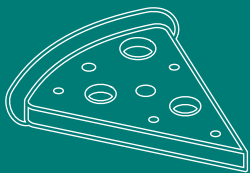
**Leitfragen:** Wo setzen wir mit der Diversifikation an? Welche Risiken wollen wir damit reduzieren respektive welche Chancen nutzen?



# [7] NICHE

**Schlüsselbegriffe:** #Differenzierung, #Kritische Masse, #Long tail, #Spezialisierung

**Leitfragen:** Worin sehen wir unsere Stärken? Inwiefern können wir diese wirtschaftlich und gesellschaftlich nutzen? Womit und wie können wir unsere Nische besetzen?



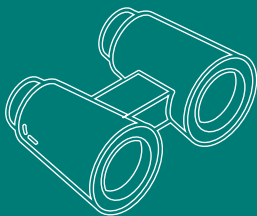
Dienstleistungen

Partnerschaften

# [ 8 ] FOKUS

**Schlüsselbegriffe:** #Cross Selling, #Layer Player, #Make more of it, #No frills

**Leitfragen:** Welche Werte wollen wir schaffen? Auf welchen Teil der Wertschöpfungskette konzentrieren wir uns? Können wir spezifische wertschöpfende Leistungen für andere erbringen?



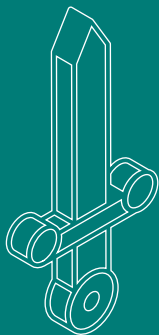
Dienstleistungen



# [9] RADIKALITÄT

**Schlüsselbegriffe:** #Diffusion, #Early Adopter, #First Mover, #Innovator, #Pionier

**Leitfragen:** Worin wollen wir anderen voraus sein? Wo können wir schnell radikal Neues umsetzen?



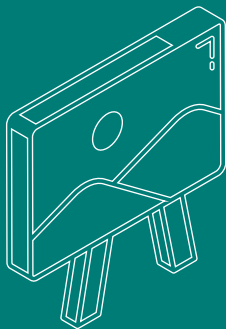
Dienstleistungen

Vermarktung

# [10] IMITATION

**Schlüsselbegriffe:** #Diffusion, #Ideenlabor, #Reverse Engineering, #Reverse Innovation

**Leitfragen:** Welches sind unsere Vorbilder? Was haben andere erfolgreich umgesetzt? Was können wir daraus lernen?



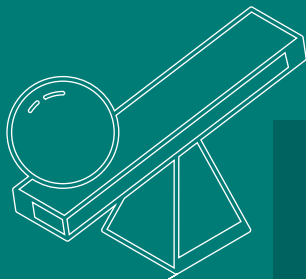
Dienstleistungen

Vermarktung

# [ 11 ] BALANCE

**Schlüsselbegriffe:** #Make or Buy, #Integrator, #Solution Provider, #Skalierbarkeit

**Leitfragen:** Für welche Schlüsselaktivitäten haben wir selbst die richtigen Kompetenzen und genügend Ressourcen? Wo können wir auf zuverlässige Partner zurückgreifen? Welche Effekte erhoffen wir uns von kontinuierlichen Make-or-Buy-Überlegungen?



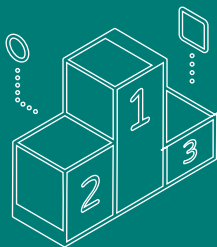
Dienstleistungen

Organisation

# [ 12 ] SEGMENTIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Add-on, #Digitalization, #Experience Selling, #Leverage Customer Data, #Modularisierung, #Peer to Peer, #Virtualization

**Leitfragen:** Inwiefern können wir unsere Kundschaft nach demografischen Kriterien (Alter, Bildung, Geschlecht, Beruf, Herkunft, Einkommen etc.), nach Verhalten (Lebensstil, Nutzung, Preisbewusstsein etc.) oder nach psychologischen Kriterien (Werte, Persönlichkeit, Interessen etc.) gliedern? Erreichen wir mit unseren Segmenten die notwendige kritische Masse?



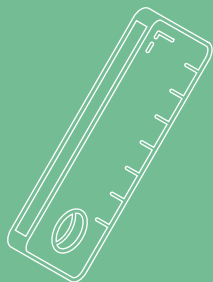
Dienstleistungen

Finanzierung

# [ 13 ] FORMALISIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Integration, #Institutionalisierung, #Status

**Leitfragen:** Welche Ideen wollen wir formalisieren? Welche Aufgaben wollen wir an die neue Institution übertragen? Welche Ressourcen binden wir damit?

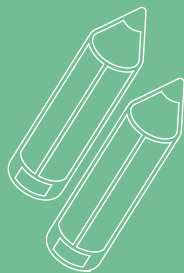


ORGANISATION

# [ 14 ] REDUNDANZ

**Schlüsselbegriffe:** #Interoperabilität, #Spiegelung, #Verstärkung

**Leitfragen:** Welche Risiken sind so hoch, dass wir einen Ausfall nicht verantworten wollen? Wo ergeben sich für unsere Gemeinde erhebliche Vorteile, die zugleich eine Redundanz rechtfertigen?



ORGANISATION

VERMARKTUNG

# [15] MINIMALISMUS

**Schlüsselbegriffe:** #Askese, #Disziplinierung, #Konzentration, #Simplicity

**Leitfragen:** Wo reduzieren wir die Komplexität und streben ein Minimum an? Was lassen wir weg? Wo steht uns ein rechtlicher und/oder ökonomischer Handlungsspielraum offen?

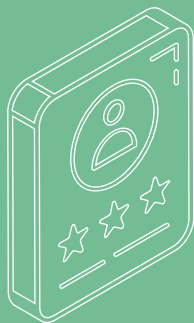


ORGANISATION

# [16] PARTIZIPATION

**Schlüsselbegriffe:** #Citizen Loyalty, #Customer Loyalty, #Community Building, #Crowdsourcing, #Experience Selling, #Prosumer, #User Design

**Leitfragen:** Welche Ziele verfolgen wir mit der Mitwirkung? Mit welchem formellen oder informellen Verfahren erreichen wir diese? Wen wollen wir wann in den Prozess der Entscheidung oder Leistungserstellung einbinden?



ORGANISATION

VERMARKTUNG

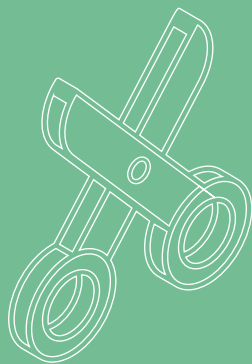
PARTNERSCHAFTEN



# [ 17 ] SEPARATION

**Schlüsselbegriffe:** #Autonomie, #Identität,  
#Outsourcing

**Leitfragen:** Was erhoffen wir uns von einer Trennung?  
Können wir dadurch unsere Kerntätigkeiten verbessern?  
Ist der höhere Koordinationsbedarf zwischen den nun  
selbstständigen Einheiten vertretbar? Inwiefern erhöht  
sich der Aufwand für die politische Steuerung?



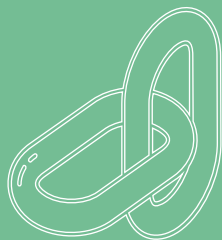
ORGANISATION

PARTNERSCHAFTEN

# [ 18 ] SUBSIDIARITÄT

**Schlüsselbegriffe:** #Crowdfunding, #Dezentralisierung, #Netzwerk, #Selbsthilfe, #Self-Service

**Leitfragen:** Welche Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortungsbereiche wollen wir anderen Dritten übertragen? Was können diese besser als wir?



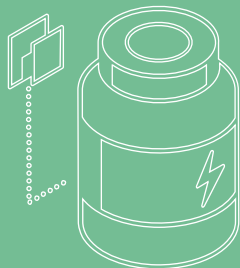
ORGANISATION

PARTNERSCHAFTEN

# [19] ANIMATION

**Schlüsselbegriffe:** #Crowding out, #Hebelwirkung, #Nudging, #Multiplikator, #Zuckerbrot-und-Peitsche

**Leitfragen:** Wie können wir andere Dritte zu (mehr) Engagement anregen? Wo können diese unsere internen Lücken in Ressourcen und Expertise füllen?

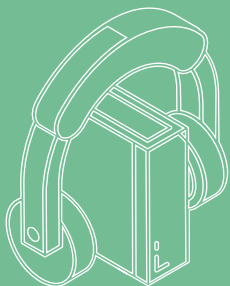


ORGANISATION

# [20] SYMBIOSE

**Schlüsselbegriffe:** #Ecosystem, #Government to Citizens, #Government to Business, #Integration, #Lock-in, #Mediator, #Open Business Model, #Orchestrator, #Plattform, #Zweiseitiger Markt

**Leitfragen:** Für welche Angebote wollen wir externen Akteuren eine Plattform bieten? Welche Rollen nehmen wir ein und welche Leistungen erbringen wir zu welchem Preis?

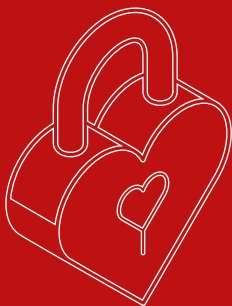


ORGANISATION

# [21] ALLIANZ

**Schlüsselbegriffe:** #Affiliation, #Business Partner», #Fractional Ownership, #Hidden Revenue, #Ingredient Branding, #Interkonnektivität, #Rent Instead Of Buy, #Revenue Sharing, #Shop-in-shop

**Leitfragen:** Welche Aufgaben können wir im Verbund mit anderen öffentlichrechtlichen und privatwirtschaftlichen Partnern schneller, besser oder günstiger erbringen? Welche ökonomischen, gesellschaftlichen und ökologischen Wirkungen wollen wir damit erzielen?



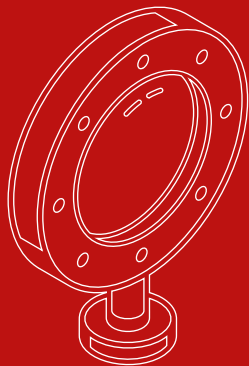
PARTNERSCHAFTEN

FINANZIERUNG

# [22] REZIPROZITÄT

**Schlüsselbegriffe:** #Co-opetition, #Competitive Advantage, #Tit for Tat

**Leitfragen:** In welche Kooperationen wollen wir in Zukunft investieren? Welche Partner sind uns wichtig? Warum?



PARTNERSCHAFTEN

# [23] EVOLUTION

**Schlüsselbegriffe:** #Gradualismus, #Modifikation, #Transformation

**Leitfragen:** Wo kommen wir mit vielen kleinen Schritten schneller voran als mit einem grossen? Wie stellen wir sicher, dass wir auf dem richtigen Weg sind?



PARTNERSCHAFTEN

# [24] LIZENZIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Barter, #Franchising, #Licence, #Open Source, #Whitelabel, #Sensor As A Service

**Leitfragen:** Welche unserer Vermögenswerte lassen sich durch Dritte besser kapitalisieren? Wir können wir daraus für unsere Bevölkerung, Unternehmen, lokalen Vereine und andere Institutionen vor Ort einen Mehrwert schaffen?



PARTNERSCHAFTEN

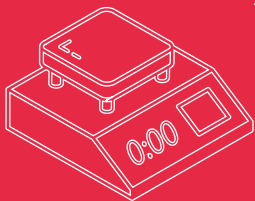
DIENSTLEISTUNGEN



# [25] POTENZIAL

**Schlüsselbegriffe:** #Robin Hood, #Solidariät

**Leitfragen:** Für welche Leistungen können wir potenzialabhängige Finanzierungsbeiträge und damit Ungleichheiten rechtfertigen? Welche Möglichkeiten eröffnet uns der rechtliche Rahmen?



FINANZIERUNG

# [26] INDIVIDUALISIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Auktion, #Freemium,  
#Pay-as-you-use, #Pay What You Want

**Leitfragen:** Wo können und wollen wir das Verursacherprinzip in der Finanzierung öffentlicher Leistungen umsetzen? Welche Nutzniessenden sollen sich wofür aufgrund welcher Bemessungsgrundlage wie stark finanziell beteiligen?



FINANZIERUNG

DIENSTLEISTUNGEN

# [27] PAUSCHALISIERUNG

**Schlüsselbegriffe:** #Flatrate, #Performance-based Contracting, #Subscription

**Leitfragen:** Für welche unserer Angebote lohnt sich ein Pauschalpreis unabhängig von der nachgefragten Menge oder zeitlichen Beanspruchung der Infrastruktur?  
Welche Leistungen sind darin enthalten, welche werden separat verrechnet?

