Anlage 1

Referat für Arbeit und Wirtschaft

Tourismus, Veranstaltungen, Hospitality

Veranstaltungen

Oktoberfest 2024 Schlussbericht zur Marke Oktoberfest:

Das "Oktoberfest" ist das größte Volksfest der Welt, ein einmaliges Gesamtkunstwerk, ein Stück Münchner Seele.

Die besondere Werthaltigkeit der Marken "Oktoberfest" wurde 2023 im Rahmen einer monetären Markenbewertung mit einem Ergebnis von rund 730 Mio. Euro bestätigt. Die dabei ermittelten Qualitätsdimensionen belegen zudem die außergewöhnlich hohe Bekanntheit der Marke sowie das zielgruppenübergreifende Interesse. Zudem werden den Marken „Oktoberfest“ und „Wiesn“ ein starkes Traditionsbewusstsein, hohe Authentizitätswerte und internationale Strahlkraft bestätigt.

Lizenzen und Merchandising

Das noch junge Lizenzprogramm "Oktoberfest" konnte sich im Jahr 2024 quantitativ und qualitativ erfolgreich weiterentwickeln und umfasst mittlerweile rund 60 Lizenzpartnerschaften, in deren Rahmen die Marke "Oktoberfest" sowie das jährliche "Wiesn" Motiv bewirtschaftet werden.

Die Bewirtschaftung der "Oktoberfest" Marken geht einher mit einem hohen Verantwortungsbewusstsein und erfolgt stets unter den anspruchsvollen Qualitätskriterien, die dem ausgeprägten Markenverständnis der "Wiesn" zugrunde liegen.
So erfolgt die Auswahl der vorwiegend regionalen und nationalen Lizenznehmer*innen auf Basis eines fundierten Kriterienkatalogs, der neben den Image- und Wirtschaftswerten, dem Produkt- und Qualitätsverständnis sowie den Distributionspotenzialen, insbesondere auch den Marken- und Werte-Fit der Lizenzmarken mit dem "Oktoberfest" berücksichtigt.

Das "Oktoberfest" Lizenzprogramm deckt mittlerweile wesentliche Warenklassen von Souvenir- und Merchandisingartikeln ab und soll sich perspektivisch auf weitere Produkt- und Branchenbereiche ausweiten. Dazu gehören insbesondere Lebensmittelherstellermarken, spezifische Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie Trend- und Modemarken aus relevanten Marktbereichen.

Zentrale Zielsetzungen der Lizenzierung sind, neben dem rechtlichen Bestandsschutz der Marken und der Generierung von Wertschöpfungspotenzialen, die wirksame Verbreitung und Etablierung zentraler Markenkernwerte. So stehen beispielsweise die Lizenzproduktserien unserer Trachtenpartner Meindl, LODENFREY & Angermaier für ein ausgeprägtes Verständnis von „Qualität“, „Tradition“ und bayrisches „Brauchtum“ und symbolisieren in ihrer Gemeinschaft sinnbildlich ein "Volksfest für alle“.

Informationsstände

Rückblickend auf das Oktoberfest 2024 lässt sich festhalten, dass die offiziellen Informations- und Souvenirstände auch dieses Jahr wieder besonders großen Anklang fanden. Dank der breiten Auswahl an Souvenirs und der umfassenden Informationen, die vor Ort angeboten wurden, erfreuten sich die Stände erneut hoher Beliebtheit – sowohl bei Münchner*innen als auch bei internationalen Gästen.

Die Informationsstände erwiesen sich als wertvolle Orientierungshilfe für die Besucher*innen. Durch die strategische Platzierung an den Eingängen und zentralen Punkten des Festgeländes trugen die Informationsstände maßgeblich zur Orientierung der Gäste bei. Durch klare Beschilderung, übersichtliche Karten und hilfsbereite Mitarbeiter*innen konnten die Gäste wichtige Informationen zu Attraktionen und Services leicht finden. Der einfache Zugang zu hilfreichen Informationen wurde von den Besucher*innen positiv aufgenommen. Zusätzlich haben die offiziellen Führungen über das Oktoberfest, die fast täglich angeboten wurden, auch dieses Jahr wesentlich dazu beigetragen, das Wissen der Besucher*innen über das Fest zu vertiefen und ihnen einen noch umfassenderen Einblick in die Geschichte und Traditionen zu bieten.

Der optimierte Geländeplan im offiziellen Flyer 2024 leistete zudem einen wesentlichen Beitrag zur verbesserten Orientierung der Besucher*innen. Die klarere Gestaltung und die zusätzlichen Details halfen den Gästen, sich problemlos auf dem Gelände zurechtzufinden und schneller die gewünschten Attraktionen und Services zu erreichen. Der erleichterte Zugang zu detaillierterer Information durch den verbesserten Geländeplan sorgte auch für einen effizienteren Ablauf und reibungsloseren Betrieb an den Informationsständen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die offiziellen Informations- und Souvenirstände durch die verbesserte Kombination aus informativer Unterstützung und attraktiven Andenken erneut als Highlight punkten konnten. Die durchweg positive Resonanz und die hohe Zahl an Besucher*innen an den Ständen spiegeln den Erfolg der Maßnahme wider. Die Änderungen trugen dazu bei, die Veranstaltung zu einem unvergesslichen Erlebnis für Besucher*innen zu machen und die Marke Oktoberfest weiter zu stärken.

Awards

Zur Marke „Oktoberfest“ gehört die Familie der städtischen Veranstaltungen Auer Dult und Christkindlmarkt. Sie zeichnen sich aus durch ein einzigartiges Design, welches den Schwung der Feste aufnimmt. Die Münchner Agentur RED entwickelte die Logos und das visuelle Erscheinungsbild der Markenfamilie.
In ihrer Gesamtheit hat die Markenfamilie im Jahr 2024 den German Brand Award in Berlin gewonnen. Die begehrte Auszeichnung „Winner“ für die Markenfamilie der traditionellen Fest und Märkte in München in der Kategorie Excellence in Brand Strategy und Creation: Brand Design – Corporate Brand wurde durch den Rat für Formgebung bestimmt.

Workshops für Wirte und Schausteller

Im Rahmen eines Workshops, jeweils für die großen und kleinen Wiesnwirte sowie die Schausteller*innen, wurden die Anwendbarkeit der Markenfamilie für die Beschicker*innen der städtischen Veranstaltung vermittelt. Der Workshop konzentrierte sich auf die Gestaltungsmöglichkeiten der Wort-Bild-Marke „Oktoberfest“, wobei die Grundlagen der Logo-Verwendung und Anpassungsmöglichkeiten für verschiedene Medien erläutert wurden. Des Weiteren wurden Beispiele für gemeinsames Branding vorgestellt, um Best Practices für Kooperationen und kreative Ansätze zur Markenintegration aufzuzeigen. Ein weiterer wichtiger Aspekt des Workshops war die Vorstellung der Markenfamilie Auer Dult und Christkindlmarkt, in der die Synergien zwischen den beiden Marken beleuchtet wurden.

Zusätzlich erhielten die Teilnehmer*innen Informationen zu den Social-Media-Kanälen der Landeshauptstadt München. Auf diesem Medium besteht die Möglichkeit zum gemeinsamen Collab-Post, um die Zusammenarbeit mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu stärken und den Besucher*innen zu informieren. Das Ziel des Workshops war es, die Kooperation zwischen den Teilnehmer*innen zu fördern und eine einheitliche Markenpräsenz zu entwickeln. Die engagierte Teilnahme der Anwesenden führte zu einem erfolgreichen Austausch kreativer Ideen.

Branding

Die Gestaltung des Festplatzes ist weiter ausgebaut worden, um die Besucher*innen bestmöglich auf dem Festgelände zu leiten und ein stimmiges Gesamtbild innerhalb und außerhalb des Festplatzes zu schaffen. Die Zusammenarbeit mit dem Festring München e.V. beim Einzug der Brauereien und Festwirte am 14.09.2024 sowie der Trachten und Schützenzug am 15.09.2024 ermöglichte es, die Sichtbarkeit der Wort-Bild-Marke „Oktoberfest“ in der Stadt zu erhöhen. An diesem Ziel wird gemeinsam mit unseren Mobilitätspartner*innen, wie der MVG und der S-Bahn München z.B. mit dem Branding der Fahrgastinformationen und der Bahnhöfe gearbeitet. Die visuelle Identität wird zum einen durch das Branding von städtischen Einrichtungen, aber auch durch die Zusammenarbeit mit den Beschicker*innen und ihren Betrieben erhöht.

Fazit

Aus Sicht des Marken- und Lizenzmanagements ist das Oktoberfest 2024 in seiner Gesamtheit sehr gut verlaufen. Die Markenkernwerte rücken in den Fokus der Kommunikation und die visuelle Sichtbarkeit der Wort-Bild-Marke „Oktoberfest“ konnte weiter ausgebaut werden. Der wachsende Ausbau von Lizenzpartnerschaften und Kooperationen steigert die Attraktivität der Marke, aber auch die Sichtbarkeit nach außen. Die Weiterentwicklung derartiger Konzepte, sowie die Intensivierung der Zusammenarbeit mit sämtlichen originären Partner*innen des größten Volksfests der Welt steht im Fokus der Markenstrategie. Dazu werden in Zusammenarbeit mit einer Agentur entsprechende Konzepte entwickelt, um Markenwerte wie Tradition, Moderne und Lebensfreude in den Fokus zu rücken. Die Markenkernwerte stellen den Ausgangspunkt für jedes Handeln dar. So soll die gesamte Markenfamilie gesund, nachhaltig und qualitativ hochwertig in den nächsten Jahren weiter gestärkt werden.