

Strategische Markenentwicklung einer Non-Profit-Organisation am Beispiel der Europäischen St.-Norbert-Stiftung

400€

Projekttitlel



Firma

Europäische St.-Norbert-Stiftung

Hochschule

**Otto von Guericke Universität
Magdeburg**

Ort, Datum, Unterschrift

Ort, Datum, Unterschrift

Kurzbeschreibung des Projektes

Ziel der Arbeit war die strategische Markenentwicklung der Europäischen St.-Norbert-Stiftung. Im Rahmen dessen wurde erarbeitet, wie die Marke neu aufgebaut werden kann, wie sie gestärkt werden soll und wofür sie steht.

Darüber hinaus wurde erarbeitet, wie die ursprünglich christliche Stiftung mit der modernen Botschaft einer Sozialen Marktwirtschaft verbunden werden kann.

Ergebnis dieser Arbeit ist eine neu gestaltete Marke für die Europäische St.-Norbert-Stiftung, die den heutigen Anforderungen einer Marke gerecht wird und über eine definierte Stiftungsidentität verfügt.