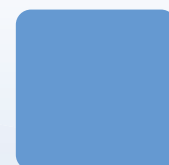


Identität und Strategie für eine Region



Lungau!



Corporate
Design

agfagf
agfagf



Cui primum digitum dare adpetenti et Acris solet incitare Morsus,
desiderio meo nitenti Karum nescisquid lubet locari et solaciolum sui Doloris,
credo, tum Gravis acquiescet ardon.

Bergeweise Urlaubsglück.

2008

Cui primum digitum dare adpetenti et Acris solet incitare
Morsus, cum desiderio meo nitenti Karum nescisquid lubet
locari et solaciolum sui Doloris, credo, tum Gravis acquiescet
ardos. Tecum ludere sicut ipsa Phossem et tristis animi
levare curas! Passer, deliciae meae puerbae! Quicum ludere,
quem in sinu tenere. Cui primum digitum dare adpetenti et
Acris solet incitare Morsus, cum desiderio meo nitenti
Karum.

Für alle Geschäftskärtchen gilt eine einheitliche Größenfestlegung von
86 x 54 mm (Scheckkartenformat). Die Stellung der Adress- und Namentelemente ist
verbindlich.

Der Ausgangspunkt

Der Lungau ist der Süden des Salzburger Landes, breite, grüne Täler,
gesäumt von mächtigen Bergketten, reich an Kultur und Traditionen.
Im Sommer ein wunderbares Land für Wanderer und Biker, im Winter
weitgehend schneesicher, zumal auch so bekannte Skireviere wie
Obertauern oder Katschberg mit dem talweiten Skipass befahren
werden können. Ideale Voraussetzungen eigentlich für anhaltende
Markterfolge. Doch die Touristik-Verantwortlichen stellten auch
Schwächen fest. So fehlte es der Region an einem einheitlichen und
damit Einheit schaffenden Erscheinungsbild. Zwar bestand ein aus
einer früheren Phase stammendes gemeinsames Logo für die Region,
doch hatte dieses, mangels verbindlicher Festlegungen, ein gestalteri-
sches Eigenleben entwickelt. Ebenso mangelte es an einer schlüssigen
Kommunikationsstrategie, die vorgibt, mit welchen Mitteln und
Maßnahmen auf den diversen Märkten Schwerpunkte und
Entwicklungsschritte zu setzen sind. MAROUNDPARTNER erhielt den
Auftrag, ein strategisch angelegtes Kommunikationskonzept zu
entwickeln, das auch das Corporate Design für das gesamte
öffentliche Auftreten der Region enthalten sollte.

Bergeweise Urlaubsglück.



Max Mustermann
Geschäftsführer
Telefon +43 (0)6477 8988
Fax +43 (0)6477 8988-20
E-Mail info@lungau.at

Ferienregion Lungau e.V.
Rotkreuzgasse 100
5582 St. Michael, Austria
UID: ATU 44553201,
Vereinsnummer: 045806665

Telefon +43 (0)6477 8988
Fax +43 (0)6477 8988-20
E-Mail info@lungau.at

www.lungau.at

Ferienregion Lungau e.V.
Rotkreuzgasse 100
5582 St. Michael, Austria
UID: ATU 44553201,
Vereinsnummer: 045806665
Telefon +43 (0)6477 8988
Fax +43 (0)6477 8988-20
E-Mail info@lungau.at

www.lungau.at

Sommer 2008



Bergeweise Urlaubsglück:
St. Michael.



www.lungau.at

2008



Cul primam dignum dare adparenti et Acis solet Incitare Marsus, cum desiderio meo nitenti
labet fozari et hincocum sui ditoru, erosa, sum Genivi acquiescere prae. Incom latere deo
anini levare curati Passer, deliciae meae pueri! Quisim habere, quem in sinu tenere. Cul p
adparenti et Acis solet Incitare Marsus, cum desiderio meo nitenti Karum

Tamsweg

Die Umsetzung

Am Beginn der Arbeit stand ein eintägiges, moderiertes Gespräch im Lungau, an dem die wichtigsten Touristik-Verantwortlichen der Region teilnahmen. Das Ziel: Eine Selbsteinschätzung der Probleme und Wünsche zu gewinnen, um diese Werte der Fremdeinschätzung gegenüber zu stellen, welche MAROUNDPARTNER aus anderen Quellen gewinnen konnte. So entstand ein Profil der Stärken und Schwächen, das Defizite und Vorteile in der Marken- und Produktbewertung sowie im Bekanntheitsgrad aufzeigte und den Weg für die Entwicklung der Kommunikationsstrategie wies. In der Folge wurden die Eckwerte für die Gestaltung des Corporate Designs festgelegt, ebenso die Leitlinien für die „Außenpolitik“, also das kommunikative Handeln. Wesentlich war, dass Gestaltung und Strategie nicht in getrennten, ungestimmten Verfahren entstanden, sondern in einem integrierten, jederzeit justierbaren Prozess. So war es möglich, aus den Werten heraus, welche die Marke Lungau prägen sollten, adäquate Kommunikationsmaßnahmen vorzuschlagen.

Hinweis: Die in den Musterlayouts gezeigten Bilder stammen nicht aus dem Lungau sondern aus anderen Regionen. Sie sind nur zur Visualisierung der vorgeschlagenen Bildsprache eingesetzt.

Ferienregion Lungau e.V.
Rotkreuzgasse 100
5582 St. Michael, Austria



www.lungau.at

Das Ergebnis

Am Schluss des Prozesses lag ein Corporate Design Manual vor, das eine Neuinterpretation des bisherigen Logos, typografische Vorgaben, Farbraumdefinitionen, Stylesheets für die wichtigsten Werbemittel sowie Vorschläge für die Bildsprache und das Corporate Wording enthält. Parallel dazu wurde dem Entscheidungsgremium ein strategisches Kommunikationskonzept präsentiert. Es schlägt die Kommunikationsinhalte, die Anspruchsgruppen, die Kern- und Hoffnungsmärkte, die primären Kommunikationsmittel, wünschenswerte Schwerpunkt-Maßnahmen und eine idealtypische Etatberechnung vor. Als Ableitung daraus enthielt dieses Konzept auch den Vorschlagsrahmen für ein Etatjahr mit konkreten Aktionsideen. Damit hat der Lungau nun gute Voraussetzungen, um zur Marke zu reifen und um dem ehernen Marktprinzip zu genügen, das da lautet: „Communication makes the difference“. Nicht das, was du anbietest, macht den Unterschied sondern wie du kommunizierst.

Weitere Beispiele aus unserem
kreativen Schaffen finden Sie unter
www.maroundpartner.com/werbung/showroom/print
Alle bisher erschienenen Fallbeispiele zum downloaden:
www.maroundpartner.com/aktuell/downloads

Am Knie 8 · 81241 München
Deutschland
Fon ++49-89 - 547118-0
Fax ++49-89 - 547118-10
maro@maropublic.com
www.maroundpartner.com