

# CORPORATE DESIGN RELAUNCH 2013



Zum internen Gebrauch für Grafik-Designer und Druckereien, die für die Ferienregion Lungau gestalterische Aufgaben übernehmen und für die Werbeabteilungen von Unternehmen, die mit der Ferienregion Lungau kooperieren.

Dieses CDM dient dazu, die Marke „Lungau“ international zu etablieren und entsprechend zu schützen. Aus diesem Grund muss sich die Ferienregion Lungau etwaige Rechtsmittel vorbehalten, sollte die Marke und deren Gestaltung (fahrlässig oder absichtlich) missbräuchlich und/oder falsch angewendet werden.

Die Ferienregion Lungau bietet dem Nutzer dieses CDM selbstverständlich an, bei Unklarheiten Rücksprache zu halten:

**Ferienregion Salzburger Lungau  
Rotkreuzgasse 100  
A-5582 St.Michael im Lungau**

Die Konkurrenz in touristischen Alpendestinationen ist groß. Ein Abheben von anderen Regionen ist nicht mehr nur über die Infrastruktur bzw. Angebote und deren Preis möglich. Vielmehr gilt es USPs und Kernkompetenzen aufzubauen und diese gezielt in den entsprechenden Märkten zu vermarkten.

Eine Grundvoraussetzung hierfür ist eine klare Positionierung des Salzburger Lungaus nach innen und außen, was einhergeht mit einer Bewusstseinsbildung der Lungauer Werte. Laut einer lungauweiten Befragung von TouristikerInnen, LungauerInnen und UnternehmerInnen von VPD-Marketing, im Zuge der Erarbeitung des Tourismus Masterplan Lungau im Jahr 2010, zeichnen den Lungau folgende Synonyme aus (Corporate Design 2012, S. 6):

### **Wofür steht die Region:**

- Luftqualität
- Natur
- Lebensqualität
- Regionale, gute und gesunde Produkte (Eachtling)
- Natürlicher Lebensraum
- Gemütlichkeit und Gastlichkeit
- Authentizität
- Tradition, Brauchtum (Samson) und Ursprünglichkeit
- Natürliche Menschen
- Berge und Bergseen
- Wandern
- Radfahren- und Mountainbiken
- Wintersport (Skifahren, Langlaufen, Tourengehen, usw.)
- Preberschießen
- Klare Luft
- Sternenhimmel
- Kältepol
- Tauernautobahn

Wichtig beim Aufbau bzw. der Stärkung einer Marke ist, dass sich die gesamte Destination, das heißt der Salzburger Lungau samt seinen Leistungsträgern, TouristikerInnen, Einheimischen und Gästen mit der Positionierung identifizieren kann. Wichtig ist auch, dass eine Positionierung zeitlos, einfach verständlich und nicht einschränkend ist.

Für den Relaunch des CD Manuals (2013) wurde ein besonderes Augenmerk auf folgende Punkte gelegt:

- Stärkung / Imageaufbau der Marke „Salzburger Lungau“
- Simple, einfach verständliche und zeitlose Themenfindung für Gäste und Einheimische
- Integration der Lungauer Werte in den Auftritt der Region (Gründe, weshalb ein Gast in den Lungau kommt)
- Nutzung von Synergien bei themenübergreifenden Angeboten bzw. Produkten (z.B. UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau)
- Anlehnung an bereits bestehende Strategien (z.B. landesweite Strategie)
- Anlehnung an bereits bestehende Konzepte (z.B. Online Marketing, BSP-Wording, BSP-Marketingkonzept, Tourismus Masterplan Lungau)

### Die Bildung von Themenwelten

Die Besonderheit und Vielfältigkeit des Salzburger Lungaus lässt sich nicht in einem Claim festhalten, weshalb Themenwelten gebildet und bei themenübergreifenden Produkten/Angeboten entsprechende Synergien genutzt werden. Wobei diese Themenwelten sehr wohl in drei starken Schlagworten zusammengefasst werden können (siehe dazu Seite 5). Im Hinblick auf die Vermarktung und Bewerbung des UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau gilt es festzuhalten, dass dieser in das Wording des Salzburger Lungaus mit aufgenommen und in diese Themenwelten integriert wurde.

Die Hauptüberschriften dienen als Themenwelten, der UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau wird mitgetragen, sofern es zu der jeweiligen Themenwelt passt. Um konkreten Fall handelt es sich um die Themenwelten 3 bis 8.

Die Themenwelten werden mittels Überschriften in Großbuchstaben hervorgehoben und jeweils durch den Zusatz „Salzburger Lungau“ ergänzt sowie auf das jeweilige Produkt/Angebot angepasst. Grafikbeispiele sind dem CDM Relaunch 2013 (S.11f) angehängt.

## Die Themenwelten

1. SKIREGION LUNGAU  
Grosseck-Speiereck / Katschberg-Aineck / Fanningberg
2. SKIREGION LUNGO  
Grosseck-Speiereck / Katschberg-Aineck / Fanningberg / Obertauern
3. AKTIV IM WINTER  
im Salzburger Lungau  
... Abseits der Pisten  
... Familienerlebnis  
... Sehenswürdigkeiten
4. AKTIV IM SOMMER  
im Salzburger Lungau  
... Familienerlebnis  
... LungauCard  
... Sport  
... Sehenswürdigkeiten
5. ALMSOMMER / BAUERNHERBST  
im Salzburger Lungau  
... Wandern  
... Radl'n  
... Feste feiern  
... Brauchtum
6. GENUSSREGION  
Salzburger Lungau  
... Slow Food Travel  
... Via Culinaria  
... Echtling  
... Schöpsernes
7. BRAUCHTUM, KULTUR & TRADITION  
im Salzburger Lungau  
... Ostern  
... Prangstangen  
... Samson  
... Preberschießen, Vereinigte zu Tamsweg  
... Kasmandl  
... Perchten, Krampus  
... Advent, Weihnachten, Stille Nacht  
... Vereine (Trachtenmusikkapellen, Trachten, Schützenkorps, etc.)  
... Burgen & Schlösser, Sehenswürdigkeiten, Schmalspurbahn etc. (Kulturstätten)  
... Wallfahrten & Pilgern (Kirchen)  
... Handwerk
8. UNESCO Biosphärenpark  
Salzburger Lungau  
... Guides (Fexn)  
... Gesundheit  
... Kulinarik  
... Outdoorkalender / Outdoorerlebnis  
... diverse Projekte z.B. Abfallentsorgung



**Natürlich. Aktiv. Traditionell**



**Logo 1** – Wurde im CD 2012 noch der Begriff „Sphäre“ inklusive den Claims Atmosphäre, Bergsportsphäre und Himmelsphäre verwendet, ist im CD Relaunch 2013 eine reduzierte Version vorgesehen. Mit „Salzburger Lungau“ wird die Synergie des international bekannten „Salzburg“ bzw. „SalzburgerLandes“ genutzt und spricht zudem das Potential in den Quellmärkten des Salzburger Lungaus an.

Grundsätzlich ist die Wort-/Bildmarke „Salzburger Lungau“ nicht zu trennen, wobei Ausnahmen, die den Markenwert stärken, individuell seitens des Vorstandes genehmigt werden können.

**Logo 2 und 3** – Lungauer Bookmark hoch

**Logo 4 und 5** – Lungauer Bookmark quer

**Logo 6** – Lungauer Ortelogo  
Verwendung immer zusammen mit dem Lungau Logo, keine alleinige Nutzung gewünscht.

## Das neue Logo im Kontext

In der neuen Umsetzung entfällt die Verwendung des Begriffs „Sphäre“ und der dazugehörigen Claims vollständig. Außerdem würden die Attribute „Atmosphäre, Bergsportsphäre, Himmelsphäre“ durch den Wegfall von „Sphäre“ keinen Sinn mehr ergeben.

Die Verwendung von „Salzburger Lungau“ gewinnt aufgrund der geographischen Zuordnung in der Kommunikation und Vermarktung des Lungaus an Bedeutung und stärkt den Kern „Lungau“.

Für die Verwendung auf färbigen Hintergrund wurde der Schriftzug weiß gehalten. Durch die Farbkombination mit dem „Lungau Rot“ wird eine hohe Aufmerksamkeit beim Betrachter gewährleistet.



## Die Farben

Die Auszeichnungsfarben entsprechen einerseits dem Logo und werden andererseits durch die energiegeliche Komplementärfarbe ergänzt. Die daraus erzielten Pastelltöne (für Fonds, Tabellen, eingefärbte Hintergrundmotive) ergeben einen angenehmen, warmen Grundton.



### Akzentfarben und Plakatfarbe



*Himmelblau*  
Pantone 185

CMYK-Werte:  
C 60 %  
M 30 %



*Grasgrün*  
Pantone 368

CMYK-Werte:  
C 50 %  
Y 100 %



*Sonnengelb*  
Pantone Proc. Y

CMYK-Werte:  
M 10 %  
Y 100 %



*Lungaurot*  
Pantone 186

CMYK-Werte:  
C 20 %  
M 100 %  
Y 100 %  
K 10 %

## Erzielte Pastelltöne



Himmelblau  
50 %



Grasgrün  
50 %



Sonnengelb  
50 %



C 0 %  
M 100 %  
Y 100 %  
K 10 %

Basis-Rot  
50 %



Himmelblau  
20 %



Grasgrün  
20 %



Sonnengelb  
20 %



**! Achtung: Basis-Rot ohne Cyan**

C 0 %  
M 100 %  
Y 100 %  
K 10 %

Basis-Rot  
20 %

## Farbempfehlung

Für alle wesentlichen Lungau-Werbemittel wie Prospekte, Plakate, Flyer etc., wird Lungaurot als vorrangige Leitfarbe empfohlen. Diese Farbe gibt in Ihrer Kraft etwas von der Ursprünglichkeit des Lungaus wieder, erzeugt keine Konkurrenz zu den die Natur signalisierenden Pastellfarben des Logos und ist im besten werblichen Sinne auffällig. Der konsequente Einsatz dieser Farbe und seiner Kombinationen im Logo erzeugt beim Betrachter ein einheitliches Bild.

Es werden die PC Schriften der Meta Familie verwendet, denn diese gilt als eine der herausragenden Schriften unserer Zeit. Sie ist einerseits sehr klar und modern im Ausdruck, hat aber dennoch soviel kalligrafischen Akzent, dass sie wundervoll mit dem Pinselstrich der Landschaftsvignette harmoniert. Da sich die gesamte typografische Basis aus dem Aussehen des Wortes „Lungau“ ableiten sollte, war auch die besonders schöne Form des Buchstaben „g“, mit seiner ausgefallenen Unterlänge, miteinscheidend für die Verwendung der Meta.

Der Zusatz des Logos „Salzburger“ wird in der Schrift „Journal“ gehalten. Die Anlehnung an den Schriftzug „Salzburg“ der Marke Salzburg, soll die Synergie der international genutzten Marke verstärken. Die handschriftliche Komponente der Schrift soll eine Verspieltheit widerspiegeln. Die Vermischung der beiden Schriften soll die Vielseitigkeit des „Salzburger Lungaus“ aufzeigen.

Aufgrund von Effizienz im täglichen Geschäft, wird in der laufenden Korrespondenz die vorinstallierte Systemschrift „Verdana“ herangezogen.

**abcdef**

**MetaPlus Bold Roman**

*abcdef*

*Journal*

abcdef

Verdana

Das Layout der einzelnen Werbemittel folgt dem Konzept:

Die Titelseiten sind mit sehr kräftigen Farbflächen, im Lungaurot, ausgestattet, die sich im Innenteil gegenüber den Fotoflächen verkleinern oder gänzlich verlieren können.

Die wesentlichen Bausteine im typographischen Werkzeugkasten sind:

- Die geschwungene Linie
- Zusätzliche Linien mit Weiß-Verlauf
- Großflächige und dynamische Bilder
- Flächen mit Holzstruktur

Für alle Standardformate stehen entsprechende Masterdateien zur Verfügung. Darin sind die Gestaltungsraster sowie verbindliche Stilvorlagen für alle verwendeten Schriftgrade angelegt.

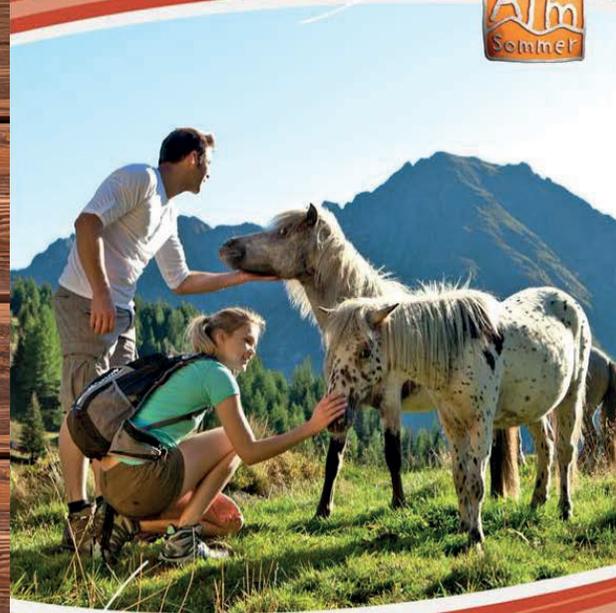
# Almsommer 2014 im Salzburger Lungau



Hütten- und Bergseewandern  
im UNESCO Biosphärenpark



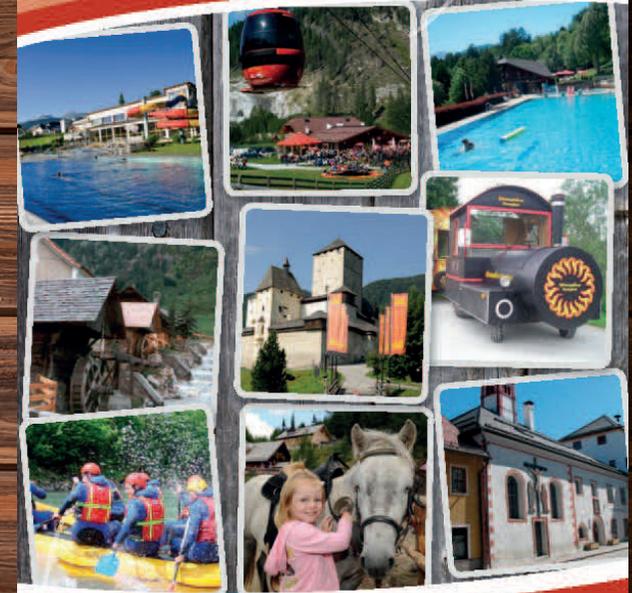
# Von Bergsee zu Bergsee und Tal zu Tal 2014



SALZBURGER LUNGAU



# LungauCard 2014



Den Salzburger Lungau All-inclusive erleben  
*Experience Salzburg's Lungau all-inclusive*



**Sommer**  
im Salzburger Lungau

2014



# Sommerjournal.

Aktiv-, Familien- & Gruppenangebote  
*Active-, Family- & Group offerings*

Sehens- & Wissenswertes  
*Sights & Important Info*

All-inclusive LungauCard  
*All-inclusive LungauCard*



