



BURGHAUSEN
WELT
LÄNGSTE
BURG

PRESSEMITTEILUNG

Nr. 1

BURGHÄUSER TOURISTIK GMBH

Stadtplatz 112
84489 Burghausen
T +49 8677 · 887-140
F +49 8677 · 887-144
touristinfo@burghausen.de
tourismus.burghausen.de

Neues Burghausen-Logo: „Authentisch und mit extra hohem Wiedererkennungswert“

Vorstellung des neuen Logos von Burghausen und der neuen Imagebroschüre der Burghäuser Touristik GmbH

Burghausen, 13. Dezember 2011 - In einem rund fünf Monate dauernden Entwicklungsprozess wurde in den letzten Monaten für die Stadt Burghausen ein neues Logo kreiert - eine Wort-Bildmarke mit hohem Wiedererkennungswert ist entstanden, die nun zusammen mit einer neuen Burghausen-Broschüre der Burghäuser Touristik GmbH der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Die Initiale „B“ mit dem Slogan „Weltlängste Burg“ leitet inhaltlich und optisch eine neue Strategie ein, mit der langfristig Image und Bekanntheitsgrad der Salzachstadt international und unverwechselbar ausgebaut werden soll.

Erster Bürgermeister Hans Steindl präsentierte das neue Logo vor Vertretern der Medien, der Stadtöffentlichkeit, dem Stadtrat und vor den Abteilungsleitern der Stadtverwaltung. Vorgegangen war ein im Juli eingeleiteter kreativer Entwicklungsprozess für ein neues Stadt-Logo, projektiert von Sigrid Resch, Geschäftsführerin der Burghäuser Touristik GmbH (BTG). Die Gestaltungsvorschläge mündeten nach der einstimmigen Verabschiedung durch den Aufsichtsrat der BTG schließlich in das nun vorliegende Logo mit der Initiale „B“ für Burghausen und dem damit verbundenen Slogan „Weltlängste Burg“.

„Diamantschliff“ für Historie und Gegenwart

Das „B“ ist bereits sehr erfolgreich in anderer Form für Burghausen sichtbar, zum Beispiel bei der international renommierten Jazzwoche „B´ Jazz“ oder auch im Logo der Stadtbibliothek. Das Erscheinungsbild des neuen Stadt-Logos „funktioniert“ durch die Auseinandersetzung mit wesentlichen Aspekten der Stadtentwicklung aus der Vergangenheit und der Moderne: So wurde die Initiale „B“ grafisch mit der Anmutung eines „Diamantschliffs“ versehen, um einerseits die Kristallstruktur eines Salzes als Synonym für den historischen Salzhandel zu verbildlichen. Andererseits, um die in der chemischen Industrie vor Ort eingesetzten Salz-Rohstoffe für die heute weltweit erfolgreichen Produkte „Made in Burghausen“ zu symbolisieren, den „Chemiediamant Burghausen“. Das hochwertige moderne Gesamterscheinungsbild wird abgerundet durch die gleichwertig zur „B“-Initiale gesetzten Wortmarke „Weltlängste Burg“, welche die Stadt-Historie mit ihrer einmaligen Burganlage textlich verpackt - ohne z. B. mit einer zusätzlichen Illustration der Burgsilhouette das Logo zu überfrachten.



tourismus.burghausen.de

Das alte Logo hat ausgedient

Das alte Logo Burghausens spiegelte nach gut zwei Jahrzehnten im Einsatz den Anspruch einer modernen Stadt mit ihren beiden herausragenden Attributen - der weltlängsten Burg und dem Status als herausragendes Wirtschaftszentrum im südlichen Bayern - nicht mehr wieder. Mit der Entwicklung einer neuen Wort- und Bildmarke für Burghausen beauftragte die BTG das Matern Creativbüro aus St. Georgen/Attersee in Oberösterreich. Die Design-Agentur zeichnete bereits verantwortlich für die grafische Medien-Gestaltung der 2012 stattfindenden bayerisch-oberösterreichischen Landesausstellung „Verbündet - Verfeindet - Verschwägert“, die von April bis November 2012 in Burghausen sowie in den benachbarten oberösterreichischen Kommunen Braunau und Mattighofen zu sehen sein wird.

Verschiedene „Farbwelten“ für eine facettenreiche Stadt

Günther Matern von Matern Creativbüro erläuterte neben dem Entstehungsprozess des neuen Stadt-Logos auch die damit einhergehenden „Farbwelten“. Vorherrschende Farbgebung des neuen „Designs“ für die städtischen Publikationen - von Werbebroschüren bis hin zum Schriftverkehr - wird die Farbe Orange. Sie steht für Aktivität und Modernität und wirkt als frische und positiv anmutende Ableitung der Farbe Rot. Gleichzeitig spiegelt sich das Orange auch in den Dachwelten der Altstadt und der Burg wieder. Weitere Farben des neuen Design-Spektrums werden das Facettenreichtum der Stadt beleuchten: Die technischen und damit auch wirtschaftlichen Aspekte Burghausens werden künftig in der Farbe Blau gehalten sein; Türkisblau als Symbol für Wasser, Lebendigkeit und Aktivitäten stehen für die Sport- und Freizeit-Stadt. Ein knalliges Grün als modernste jugendliche Farbe, die Experimentierfreudigkeit ausdrückt, wird für den Kulturbereich eingesetzt werden. Schließlich die Farbe Brombeer, als warme Genussfarbe ideal für die Genusswelten Burghausens wie Einkaufen und Handel.

„Teamwork“ mit österreichischem und Burghauser Know-how

Ebenfalls im Zuge der Logo-Kreation ist eine neue Imagebroschüre entstanden, die Matern Creativbüro in Teamarbeit mit der BTG erstellte. Beteiligt waren zudem die Burghauser PR-Agentur KommExpert (Textkreation Markus Koch), der Fotograf Gerhard Nixdorf sowie die Grafikagentur creative factory of design (Druck). In der Broschüre mit dem extravaganen Format wird erstmals in einer ungewöhnlichen und modernen Art der Darstellung Interessierten, Touristen, aber auch den Burghauser Bürgern ein umfassender Einblick in die facettenreiche Stadt an der Salzach ermöglicht: Ob die zahlreichen Sehenswürdigkeiten, die abwechslungsreichen Freizeitangebote, die vielseitigen Kulturangebote oder auch der prosperierende Wirtschaftsstandort - dies alles fasst die neue Imagebroschüre auf insgesamt 50 Seiten zusammen.

Neue Strategie in neuer Imagebroschüre verpackt

BTG-Geschäftsführerin Sigrid Resch erläuterte die Gestaltungsmerkmale der Imagebroschüre: „Unsere Burghausen-Botschaft muss kurz und knapp, authentisch und eigenständig sein, so dass ein hoher Wiedererkennungswert mit der Stadt gegeben ist!“ Man habe sich herangetastet an die herausragenden Merkmale Burghausens wie Burg, Industrie und Handel, soziale Stadt, hohe Lebensqualität, vielseitiges Kulturangebot und die Infrastruktur einer Großstadt „im Kleinen“. Daraus sei der Slogan „Burghausen - Extra Lang“ entstanden. Das Extra Lang stehe für die Länge der Burg, aber auch für viele weitere Adjektive und Attribute Burghausens, wie extra hohe Qualität, extra vielfältig, extra lebendig oder auch extra Service.

Grafisch umgesetzt wurde die „Extra-Portion“ Burghausen durch diverse „Gags“ in Fotomotiven, die spielerisch verlängert wurden - wie z. B. den Turm der



Hedwigskapelle auf der Burg, die Trompete eines Jazz-Musikers, einen Silicium-Stab oder auch ein Weinglas. „Diese Umsetzung erzeugt Aufmerksamkeit, es bleibt hängen, und es drückt gleichzeitig auch Humor aus, denn eine gewisse Selbstironie wirkt sympathisch und unverwechselbar.“ Mit dem neuen Imagefolder gehe man im Gegensatz zu den herkömmlichen und bisher sehr Text- oder bilderlastigen Flyern einen neuen Weg, „um gerne darin herumzublättern, um die Vielseitigkeit der Stadt zu erkennen und Lust auf Burghausen zu bekommen“, sagt Resch.

Bilder + Bildtexte

Logo:



Mit „Diamantschliff“ für Vergangenheit und Moderne, mit der Botschaft eines einmaligen Burg- und Altstadtensembles: Das neue Logo der Stadt Burghausen soll als Werbeträger die Botschaft vom prosperierenden Wirtschaftsstandort mit hoher Lebensqualität und einem touristischen Highlight vermitteln.

Textseiten Imagebroschüre:



Reizvolle Kontraste für den Lesegenuss in Text und Bild bietet die neue 50seitige Imagebroschüre der Burghauser Touristik GmbH, hier das Titelbild.



Aufmerksamkeit mit der gewissen Prise Selbst-Ironie erzeugen: „Extra Lang“ bildhaft umgesetzt am Motiv der Hedwigskapelle im Innenteil der Broschüre.



Die Inhalte dieser Presseinformation sprechen Frauen und Männer gleichermaßen an. Zur besseren Lesbarkeit wird nur die männliche Sprachform (z.B. Besucher, Mitarbeiter) verwendet.

Weitere Informationen erhalten Sie von:

Burghauser Touristik GmbH
Sigrid Resch (Geschäftsführerin)
Tel. 08677/ 887-140
Fax: 08677/ 887-144
sigrid.resch@burghausen.de

Kurzprofil der Stadt Burghausen:

Burghausen an der Salzach mit der weltlängsten Burg: Als eine der dynamischsten Städte der Region zwischen München und Linz, Passau und Salzburg, weist Burghausen für eine Stadt ihrer Größe eine geradezu beispiellose Anziehungskraft auf. Die Salzachperle reizt nicht nur die alljährlich in die Stadt strömende knappe halbe Million an Veranstaltungs-Besuchern, Geschäftsreisenden und Touristen zum Verweilen. Die reizvolle Symbiose der quirligen Neustadt und der faszinierenden denkmalgeschützten Altstadt mit der weltweit größten Burganlage weist höchste Standortqualität mit zahlreichen Sport- und Freizeitanlagen sowie Kultur- und Veranstaltungsevents auf, wie zum Beispiel die alljährlich stattfindende Internationale Jazzwoche oder 2012 die Bayerisch-Oberösterreichische Landesausstellung „Verbündet - Verfeindet - Verschwägert“ vom 27. April bis 4. November 2012.

Wirtschaftsstandort: Als eines der erfolgreichsten Wirtschafts- und Innovationszentren Bayerns im Bayerischen Chiemdreeck - ChemDelta Bavaria - ist Burghausen mit seiner modernen Infrastruktur Stammsitz großer Chemieunternehmen und mit rund 11.000 Chemie-Beschäftigten bedeutendster Standort des Chiemdreecks. Das Bruttoinlandsprodukt der Stadt Burghausen mit ihren ca. 19.000 Einwohnern beträgt jährlich rund 9 Milliarden Euro, das hauptsächlich mit Chemie- und Petrochemie-Produkten erwirtschaftet wird sowie mit der Wirtschaftsleistung einer Vielzahl an mittelständischen Handels-, Gewerbe- und Industriebetrieben, Dienstleistern und Zulieferern. Die Burghauser Wirtschaft stellt derzeit 17.100 Arbeitsplätze. Mit über 13.000 Einpendlern aus ganz Südostbayern und dem angrenzenden Oberösterreich ist der Standort Burghausen wichtigster Arbeitgeber der Region zwischen München und Passau, Landshut und Salzburg.

www.burghausen.de

