

Erweiterte Dachmarke Vogtland

Das Vogtland schafft sich im Innen- und Außenmarketing ein gemeinsames Erkennungszeichen. Aus der für den Tourismus entwickelten Dachmarke und der Vermarktung mit dem Slogan "Sinfonie der Natur" ist, vergleichbar mit einem Baukastenprinzip, nun ein Anwenderkonzept entstanden, das Unternehmen, Vereine, Verbände, Institutionen und weitere Interessierte nutzen können.

Landrat Rolf Keil, Dr. Andreas Kraus (Geschäftsführer Tourismusverband), Torsten Müller (Geschäftsführer Verkehrsverbund) und Karla Bauer (Juristin der IHK Regionalkammer Plauen) stellten gemeinsam mit der Agentur „eckpunkt“ aus Reichenbach die Nutzung der Gütemarke vor.

Fast ein Jahr wurde an den rechtlichen Voraussetzungen und Bedingungen, Gestaltung und am Strukturkonzept gearbeitet. Nach dem gemeinsamen Startschuss soll der Wirtschafts- und Lebensstandort noch intensiver beworben werden.

Schon am 4. Juni werden Züge auf der Sachsen-Franken-Magistrale zu Regionen-Botschaftern. Zukünftig und schrittweise werden über 1000 Haltestellen, Busse bis hin zu den Müllautos der Kreisentsorgung Vogtland die Vogtlandmarke tragen.

Landrat Rolf Keil zeigte sich überzeugt von einem guten und richtigen Schritt. Mit der entwickelten Übertragbarkeit wird es eine große Durchdringung in der Region geben nannte er Einrichtungen der Kultur, der Staatsbäder und die Tourismusbetriebe als denkbare Mitstreiter. "Die Wiedererkennung, mehr Präsenz, ein gemeinsames Image und eine einheitliche Absenderpolitik sollen für vogtländische Qualität stehen und die Marke festigen", zeigt sich Keil zuversichtlich vom Erfolg. In den nächsten Wochen wird auch in der Kreisverwaltung und den nachgeordneten Bereichen die schrittweise Umsetzung beginnen, kündigte er an. Man werde auch auf die Kammern und Kommunen zugehen und die Nutzung aktiv voranbringen.

Als Meilenstein der einheitlichen Zusammenarbeit und Vermarktung bezeichnet Tourismus Geschäftsführer Dr. Andreas Kraus das neue Konzept. Als Eigentümer der Marke hat er am Konzept mitgearbeitet und wird die weitere Verwendung koordinieren. Von der Idee angesteckt realisierte der Verkehrsverbund Vogtland mit dem Verzicht seiner Eigenmarke als erster Anwender die Umsetzung. "Wir haben gerne den Vorstoß übernommen und die eigene Identität dem Vogtland untergeordnet", verwies Geschäftsführer Torsten Müller auf die Marke, die nun "quer durch Sachsen fährt". Im nächsten Schritt soll die Nutzung im Zweckverband ÖPNV, Egronet und dem neuen "Vreizeitnetz" erfolgen.

Für Interessierte die mitmachen, aber auf ihren eigenen Auftritt nicht verzichten wollen, wurde ebenfalls eine Nutzung gefunden - sprich wettbewerblich eigenständig aber unter einem Vogtland-Dach. Die IHK, so Karla Bauer, greift das System ebenfalls auf: "Wir werden aktiv die Marke im Sinne unserer regionalen Produkte und Leistungen verwenden." Ins thüringische Vogtland sind die Fühler ebenfalls ausgestreckt. Es besteht Interesse, hieß es auch mit den Nachbarn eine gemeinsame vogtländische Identität zu schaffen.

"Damit stärken wir gemeinsam unsere Position", nannte Agenturchefin Annette Wohlfarth-Benecke das Ergebnis "revolutionär".

Interessierte können die Marke beim Tourismusverband beantragen. Für die Verwendung gibt es Gestaltungsvorgaben. Deren Einhaltung sowie die Freigabe wird über den Tourismusverband koordiniert, um auch eventuell missbräuchliche Anwendungen auszuschließen.



Karla Bauer, Rolf Keil, Annett Wohlfahrt-Behnecke, Thorsten Müller, Dr. Andreas Kraus und Pascal Weidenmüller enthüllen das erste Haltestellenschild mit dem Logo der Marke "Vogtland".

Foto: Brand-Aktuell