



SALZBURGER
LAND

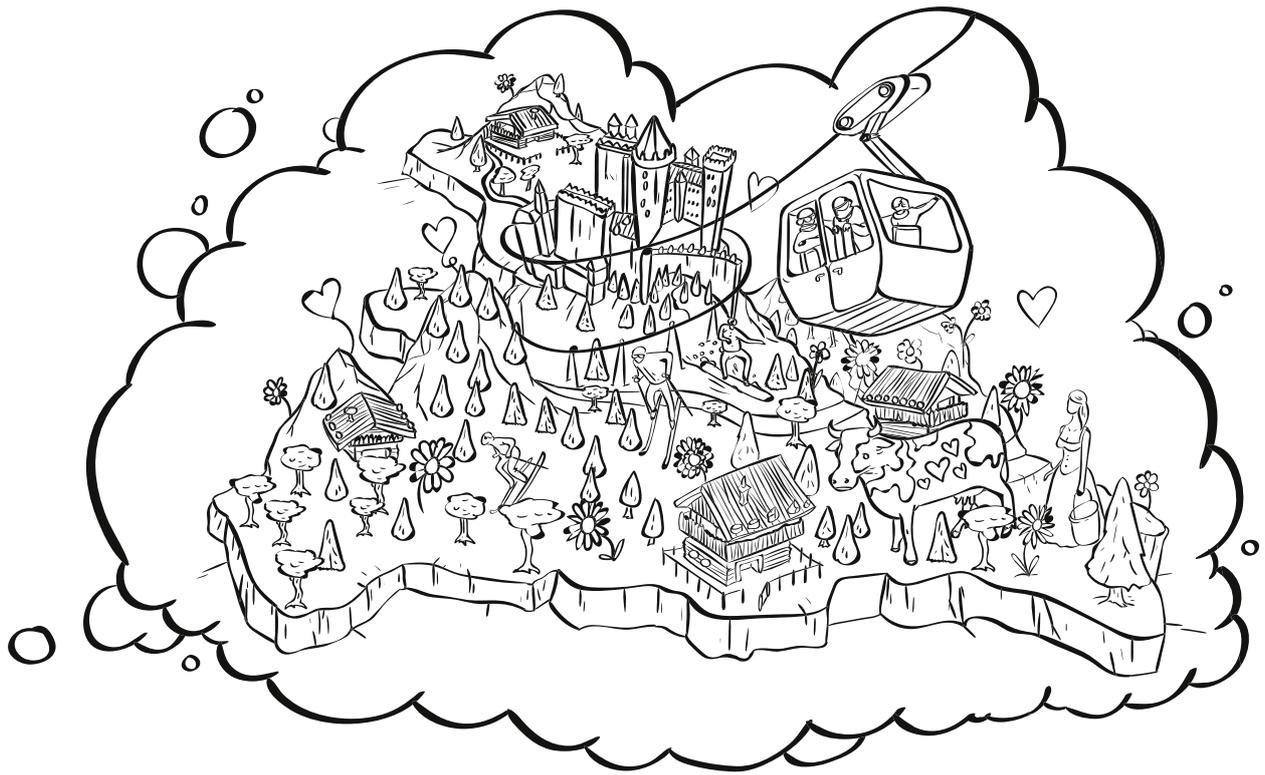
MARKEN STRATEGIE





Die SalzburgerLand Tourismus GmbH hat sich zum Ziel gesetzt, die Grundlagen der Destinationmarke „SalzburgerLand“ zu verdichten, zu schärfen und folglich eine neue Markenstrategie zu entwickeln. Diese umfangreiche, marktforschungsgestützte Evaluierung soll den bisherigen Erfolg absichern und unter Berücksichtigung wichtiger Trends die touristische Weiterentwicklung beschleunigen. Der Entwicklungsprozess wurde von den MitarbeiterInnen der SLTG unter Einbeziehung unserer Regionspartner getragen und von Dr. Christoph Engl / Managing Director, Brand Trust, begleitet.

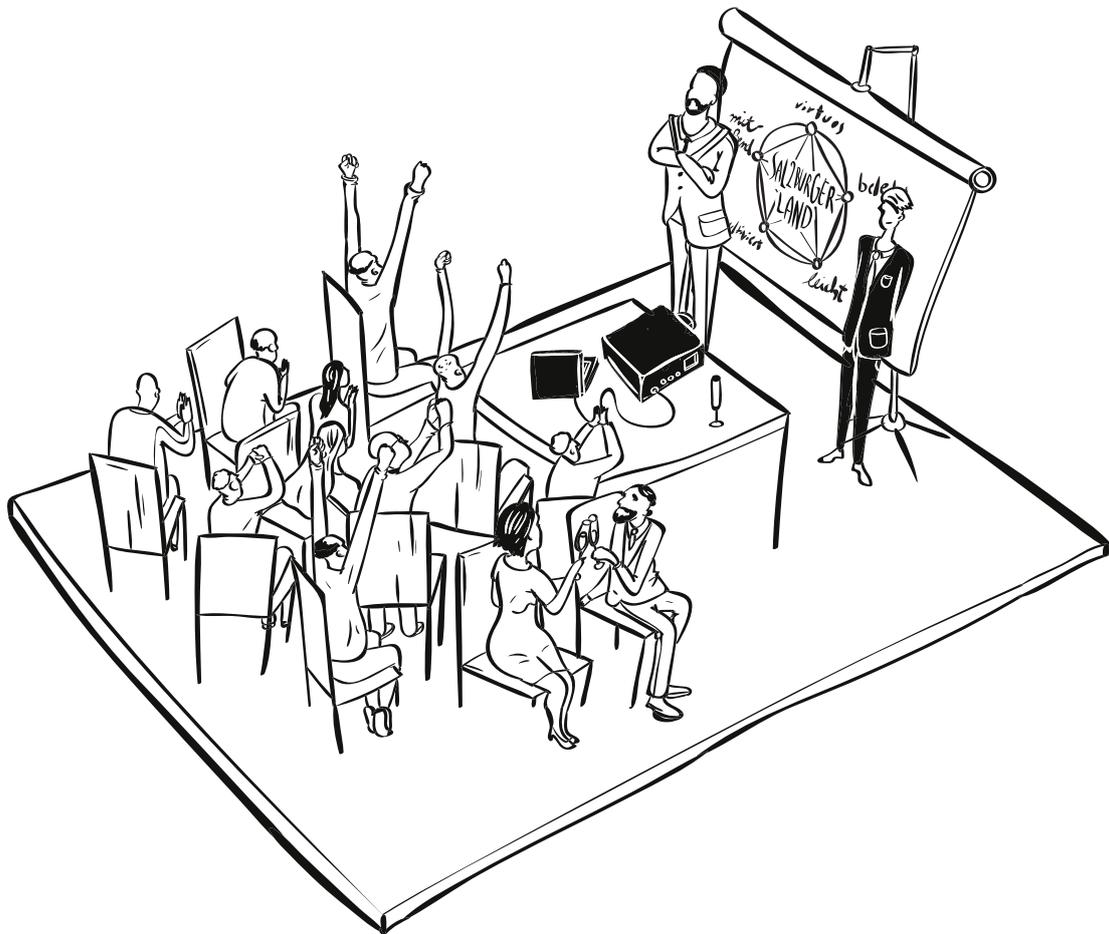
Die Markenstrategie bildet sowohl die Grundlage für das Marketing und eine stabile Basis für eine markenorientierte Unternehmensführung als auch die Identifikationsfläche für die Regionen, Orte und Betriebe im SalzburgerLand, um die Destinations- und die Regionsmarken langfristig wechselseitig zu stärken.



VON SPITZENLEISTUNGEN ZU WERTEN

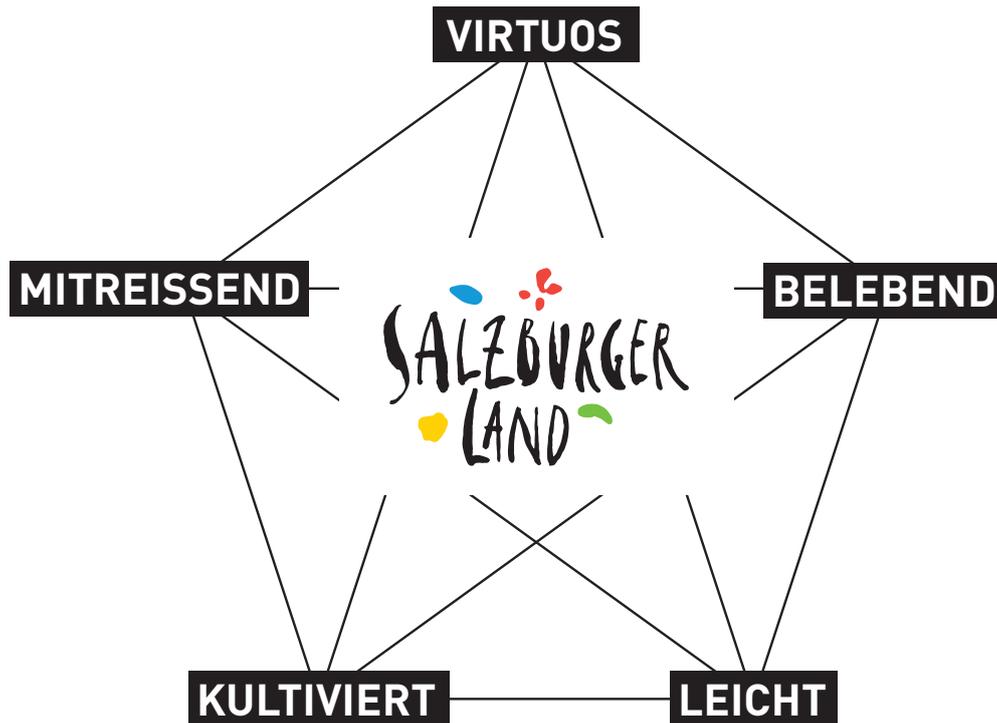
Was hat das SalzburgerLand unter der Einbindung der Regionen zu dem gemacht, wofür es heute steht? Durch welche Werte und Spitzenleistungen in den Regionen grenzt sich das SalzburgerLand eindeutig vom Wettbewerb ab und schafft es, mit einem intelligenten Markensystem ein klares Bild nach außen zu kommunizieren?

Den Auftakt für diesen Markenstrategieprozess bildete deshalb die systematische Analyse des wertvollen Potenzials – der Spitzenleistungen jeder einzelnen Region des SalzburgerLandes. So wurden die charakteristischen Kernwerte der Marke SalzburgerLand freigelegt. Es folgt die Verdichtung zu einer glaubwürdigen, differenzierenden und attraktiven Positionierung und die gemeinsame Verabschiedung von klaren, nachvollziehbaren Markenregeln.



Die Marke ist so etwas wie der Charakter eines Menschen. Die Summe seiner Talente, Fähigkeiten und Entwicklungspotenziale werden als Markenkernwerte bezeichnet. Auf einen Blick, mit einem Wort entsteht ein klares Bild im Kopf.

Entscheidend sind die der Marke zugrundeliegenden Kernwerte, die in der Folge entwickelt wurden und die DNA einer stringenten Marke darstellen.



Fünf Eigenschaften beschreiben die Kernwerte, die Identität der Marke „SalzburgerLand“: **virtuos, belebend, leicht, kultiviert und mitreißend**. Sie stehen für die außergewöhnlichen Naturlandschaften und ihre natürlichen, belebenden Ressourcen, für Leichtigkeit, Ungezwungenheit und Lebensfreude. Die Werte spiegeln die Kultiviertheit – vom klassischen Kulturangebot über die Alltagskultur bis hin zur Kultivierung der Landschaft – und das intensive Erleben bei Aktivitäten im alpinen Raum wider.

Im Leistungsversprechen **„SalzburgerLand – die höchste Erlebnisdichte in Europa“** wurden diese Spitzenleistungen zur Nr.-1-Positionierung weiter verdichtet, der Begriff **„virtuos“** als ein-Wort-Wert herausgearbeitet und damit das, wofür die Marke „SalzburgerLand“ steht, auf den Punkt gebracht.

Virtuosität ist auf allen Ebenen möglich und nicht mit elitär gleichzusetzen. Sie entwickelt sich aus meisterhafter, fokussierter Spitzenleistung gepaart mit Leidenschaft. Ein Virtuose kann sowohl ein Koch oder Bauer, als auch ein Musiker, Sportler, Künstler, eine Landschaft, Komposition oder ein Angebot sein.

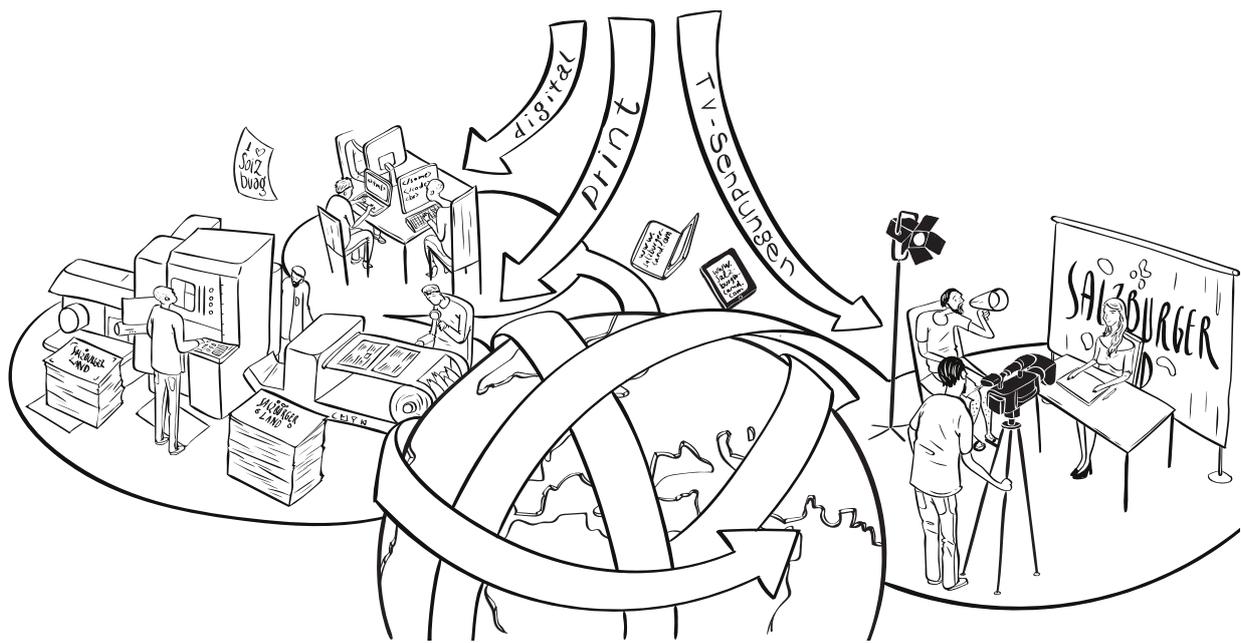


Die Wort-Bild-Marke als wichtiger Bestandteil des Corporate Design gewährleistet einen unverwechselbaren, wiedererkennbaren und eindeutigen Auftritt der Marke „SalzburgerLand“ und des Unternehmens.

VOM KUNSTWERK ZUR WORT-BILD-MARKE

Entworfen wurde das neue Logo von Mag. Johann Weyringer. Der 1949 in Sighartstein geborene Künstler ist wie kein anderer mit dem SalzburgerLand verbunden. „Für mich steht das SalzburgerLand als Füllhorn voller wunderschöner Einmaligkeit: Natur, Sport, Kulinarik, Musik und natürlich bildenden Kunst – das alles findet sich hier im Überfluss.“

Die Entscheidung, das neue Logo auf Basis eines kalligraphischen Kunstwerks zu entwerfen fiel ganz bewusst. „Schrift ist immer ein Unikat und deshalb so einmalig wie das SalzburgerLand selbst.“ In der farblichen Ausgestaltung mit zwei warmen und zwei frischen Farben spiegeln sich die touristischen Hauptsaisonen und somit die höchste Erlebnisdichte wieder, die Verwendung von Grundfarben unterstreicht das Ursprüngliche.



MARKE ERLEBBAR MACHEN

Jede Region im SalzburgerLand, jeder Betrieb und jede Gemeinde kann ihren bzw. seinen Beitrag dazu leisten, dass die Marke bei den Kunden erfahrbar wird. Um eine Marke zum Leben zu erwecken und dauerhaft in den Köpfen und Herzen der Zielgruppe zu verankern, muss diese von innen nach außen wirken. Es bedarf zahlreicher Aktivitäten, den richtigen Geschichten, Bildern und Worten. Des Weiteren bildet ein klares und strukturiertes Corporate Design ein unverwechselbares Fundament, welches die erfolgreiche und eindeutige Kommunikation der Marke unterstützt. Es umfasst alle Charakteristika, die das Erscheinungsbild des Unternehmens definieren.

Marke ist mehr als ein Produkt, das man der Zielgruppe anbietet. Und viel mehr als ein Logo oder eine Kampagne. Marke ist, was Menschen spüren das Marke ist. Markenerlebnis zu schaffen, bedeutet tatsächlich, ein einheitliches Zusammenspiel aus Versprechen, Persönlichkeit und Signatur zu gestalten. Eine Marke schafft Vertrauen und da sich der User heute seine Inhalte selbst sucht ist ein hochwertiger Content Basis für jede professionelle Marktbearbeitung.

SALZBURGERLAND TOURISMUS GMBH

Wiener Bundesstraße 23 / 5300 Hallwang / Austria

T +43 662 6688 44 / F +43 662 6688 66

info@salzburgerland.com / salzburgerland.com

Konzept: SLTG

Design: www.dunkelblaufastschwarz.at

© 2016 SalzburgerLand Tourismus GmbH.
Tipp- und Druckfehler vorbehalten.