

Markenentwicklung: Suche nach einem neuen Symbol ist abgeschlossen



Dieses Markenteam hat die neuen Logos entworfen (von links): Dietrich Förster, Daniela Klier, Roland Raithel, Markus Franz, Wolfgang Puff, Landrat Oswald Marr, Heinz Tischler, Günter Daum, Willi Fehn, Kerstin Löw, Wolfgang Feuerpfeil, Susanne Fallner, Rainer Kober, Oliver Kraus, Michaela Däumer, Hans Kaufmann, Wieland Beierkuhnlein und Gisela Lang. Es fehlt Timo Ehrhardt, der ebenfalls mitgearbeitet hat.

Kronach bekommt neues Logo

15 Vertreter verschiedener Branchen haben zwei Vorschläge für eine neue Marke für den Landkreis entworfen. Die Bürger sollen nun darüber abstimmen. Das Logo soll dem Kreis eine neue Identität verleihen.

Kronach – Der Kreis Kronach hat im April letzten Jahres einen Markenentwicklungsprozess gestartet, der nun nahezu abgeschlossen ist. Der Markenprozess ist ein Projekt der Landkreis- und Kommunalentwicklung, um die Region fit für die Zukunft zu machen. Im Rahmen des Prozesses sollten grundsätzlich Fragen diskutiert werden wie: „Wie ist unsere Region bzw. für was steht sie?“, „Was wollen wir nach außen vermitteln?“ und „Was macht uns einzigartig?“. Als Endprodukt wurde ein neues Logo für den Landkreis Kronach entwickelt, „das unsere Region zukünftig nach innen und außen darstellen wird“, erklärt Regionalmanager Willi Fehn.

„Uns war von Anfang an daran gelegen, möglichst zügig und kostengünstig zu einem fachlich guten Ergebnis zu kommen und den Ablauf für die Öffentlichkeit stets transparent zu machen“, so Fehn weiter. Nach der Vorstellung des Konzepts und der Genehmigung durch den Kreisausschuss im April 2010 sei nach einer geeigneten Agentur gesucht worden. „Wichtig war uns bei der Auswahl, ein regional ansässiges Büro zu finden. Mit der Kronacher Agentur ‚modularCommunications‘ ist uns dies gelungen.“

Um in den Markenprozess ein umfassendes Meinungsbild einfließen zu lassen, stellte das Regionalmanagement ein Team zusammen, in dem sowohl möglichst viele Fachbereiche wie Kultur, Wirtschaft, Kommunen, Regionalentwicklung, Tourismus, Bildung und Soziales als auch alle Regionen des Landkreises vertreten waren. „Insgesamt 15 engagierte Vertreter haben uns während der gesamten Entwicklungsphase ehrenamtlich in sechs lebhaften und kreativen Arbeitstreffen mit ihrer Sach- und

Fachkenntnis unterstützt“, so Fehn. Die Entstehung des neuen Logos sei also eine Gemeinschaftsleistung dieses Markenteams.

Bei der Gestaltung „haben wir uns angeschaut, wie sich andere Landkreise darstellen, insbesondere mit welchem Logo sie auftreten. Letztendlich muss die neue Marke aber ganz speziell für unseren Landkreis Kronach passen“, meint Fehn. Denn auch Landkreise stünden in einem immer stärker werdenden Standortwettbewerb mit anderen Regionen: in wirtschaftlicher und touristischer Hinsicht, um den Erhalt von Investitionen und Fördermitteln, bei Infrastrukturmaßnahmen oder als Wohn- und Arbeitsstandort. „Dies erfordert eine strategische Landkreis- und Kommunalentwicklung, um unsere Region zukunftsfähig zu machen. Aus diesem Grund hat der Landkreis bereits im Jahr 2007 ein Regionales Entwicklungskonzept mit den Kernbereichen Energie, Demografie und Familie, Bildung und Qualifizierung sowie Tourismus entworfen. Diese Kernhandlungsfelder

waren sozusagen unsere Leitplanken für den Markenprozess.“

„Unser neues Logo kann natürlich nicht alle Entwicklungen und Strömungen unseres Landkreises abbilden, aber es kann eine Idee davon vermitteln, welche Zukunftsfähigkeit unsere Region hat, was alles bereits passiert ist und was noch umgesetzt werden wird. Darüber hinaus soll das Logo anregen, sich in die Entwicklung für unsere Heimatregion aktiv einzubringen“, blickt der Regionalmanager in die Zukunft. Natürlich diene die neue Marke auch als Botschaft und stelle die Persönlichkeit des Landkreises deutlich heraus. Insofern soll ein klares Statement vermittelt werden, auch als Identifizierung für Wirtschaftsbetriebe sowie für die Gewinnung potenzieller Zuwanderer. „In dieser Hinsicht wünsche ich mir, dass es uns gelingt, ein Botschafternetzwerk mit Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Tourismus, Gesellschaft und Kultur aufzubauen.“

Zwei Logo-Vorschläge sollen demnächst der Bevölkerung zur Abstimmung gestellt werden.

www.regionalmanagement-landkreiskronach.de

„Bürger müssen damit etwas anfangen können“

Landrat Oswald Marr will den Kreis mit dem neuen Logo moderner machen. Auch ein eigener Slogan ist geplant. Das letzte Wort haben die Bürger.

Herr Landrat, warum entwickelt der Landkreis Kronach ein neues Logo?

Wir treten bisher innerhalb des Landkreises als auch in der Außenwelt über die Landkreisgrenzen hinweg mit unserem Hoheitszeichen, unserem Wappen, als Erkennungsmerkmal auf. Ich bin der Meinung, dass ein moderner, aussagekräftiger Auftritt mittels eines Logos, mit dem sich auch unsere Bürgerinnen und Bürger identifizieren können, für eine Region wie den Landkreis Kronach äußerst wichtig ist. Denn eine Region muss ihre Stärken herausstellen, Strategien für die Zukunft präsentieren und diese offensiv nach außen tragen. Aus diesem Grund haben wir nicht nur ein Logo entwickelt, sondern einen strategi-

schen Markenentwicklungsprozess durchgeführt, in dessen Rahmen wir uns zum Beispiel mit Fragen beschäftigen haben wie „Wofür steht unsere Region?“ oder „Was macht uns besonders und einzigartig?“. Als Ergebnis und auf der Grundlage dieses Prozesses sind die jetzt entwickelten Logos entstanden.

Welches Sachgebiet innerhalb des Landratsamtes haben Sie mit der Durchführung des Markenprozesses beauftragt?

Für die Durchführung des Markenprozesses ist das Regionalmanagement Landkreis Kronach verantwortlich. Unterstützt wurden Willi Fehn und Susanne Fallner durch das Markenteam bestehend aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen sowie durch die Kronacher Marketingagentur ‚modularCommunications‘.

Sie wollen die Landkreisbevölkerung in den Markenprozess einbinden. Wie soll das passieren?

Wir wollen eine neue regionale Marke für unseren Landkreis Kronach

introduzieren. Die Ausbildung einer Marke ist ja im öffentlichen und regionalen Bereich noch nicht an der Tagesordnung. Deswegen ist es aus meiner Sicht besonders wichtig, dass unsere Bürger etwas mit dem neuen Logo anfangen können, sich damit

und das Internet abstimmen lassen. Unsere Bürger haben somit die Wahl und die endgültige Entscheidung, mit welchem neuen Logo unser Landkreis in Zukunft auftreten wird. Ferner wollen wir unsere neue Marke durch einen einprägsamen Slogan noch unterstreichen. Auch hier wollen wir unsere Bürger bitten, uns kreativ durch Sloganvorschläge zu unterstützen.

Interview



mit Landrat Oswald Marr

identifizieren können. Wir sind deshalb so vorgegangen, dass wir aus allen vorgestellten Entwürfen unsere zwei Favoriten ausgewählt haben. Über diese beiden Logovorschläge wollen wir in den nächsten Tagen unsere Bürger über die Tagespresse



Zamm' geht's!

Frühjahrsputz auf Oberfrankens Kinderspielplätzen.

In Oberfranken ging was zamm'!

Über 10.000 freiwillige Helfer beteiligten sich an der Aktion »Zamm' geht's!« – Frühjahrsputz auf Oberfrankens Kinderspielplätzen

In unserer Region halten die Leute den Aktionstagen fleißig ausgeräumt. Und was da »zamm'« ging: Feuerwehren, Vereine, Siedlergemeinschaften, Kindergärten oder einfach Eltern mit Kindern. Jeder packte mit an. Vielerorts unterstützten Stadt- und Gemeindeverwaltungen die fleißigen Helfer beispielsweise mit Gerätschaften.



Spielplatz in Theisau (Landkreis Lichtenfels)

Evang. Kita Klecks in Lautertal (Landkreis Coburg)

»Die Resonanz auf »Zamm' geht's!« 2011 war enorm. Es ist kaum in Worte zu fassen was da bewegt wurde. Das Gefühl des Miteinanders und der gemeinschaftlichen Arbeit mit einem gemeinsamen Ziel war unbeschreiblich. »Zamm' geht's!«, das ist bürgerschaftliches Engagement und Hilfsbereitschaft, so Jens Bunzel, Produktmanager der Bad Brambacher Mineralquellen und Chris Heinze, Produktmanager der KULMBACHER BRAUEREI, die beiden Organisatoren der diesjährigen Aktion.

So nutzte mancher die Aktion als Anlass für eine Generalüberholung nach den langen Wintermonaten. »Ein dickes Lob an das sagenhafte Engagement aller, die sich um die Spielstätten der Kleinen gekümmert haben!« betonen Jens Bunzel und Chris Heinze. Mit der Aktion



Bahnbofsplatz in Steinweisen (Landkreis Kronach)



Spielplatz am Flößerplatz in Neuses (Landkreis Kronach)

Insgesamt rund 370 Teams arbeiteten sprichwörtlich Hand in Hand um die letzten Spuren des Winters zu beseitigen, und so die Spielstätten der Kleinen fit für den Sommer zu machen. Organisiert in Gruppen von bis zu 50 großen und

»Zamm' geht's!« stärken Bad Brambacher und Eku auch im achten Jahr den Gemeinsinn der Region. Daher riefen sie erneut zum bürgerschaftlichen Engagement auf Oberfrankens Kinderspielplätzen auf. »Gemeinsinn versetzt Berge! Denn um die Spielplätze unserer Jüngsten attraktiv zu gestalten, braucht es meist nicht viel Geld. Eine Handvoll Freiwillige, die gemeinsam anpacken, bewegen eine Menge«, fügen Jens Bunzel und Chris Heinze hinzu.

Bad Brambacher und Eku gratulieren allen Gewinnern und sagen den zahlreichen Engagierten ein herzliches Dankeschön für's Mitmachen!



Kita in Stadtsteinach (Landkreis Kulmbach)

Wir suchen das schönste »Zamm' geht's!«-Bild 2011
Onlinevoting bis 7. Mai
www.eku.biz
www.bad-brambacher.de

10 wertvolle Spielplatzgeräte gab's zu gewinnen!

für den gemeinsamen Schaukelspaß (TÜV-geprüft)



Über je eine Hängemattenschaukel freuen sich die Teams von:

- Kindergarten St. Marien in 96349 Steinweisen
- Kindergarten Pustebume in 96450 Coburg
- Kinderspielplatz Unterer Leinritt, Gaustadt in 96049 Bamberg
- Martin-Luther-Kindergarten in 95111 Rehau
- Kinderspielplatz, Dressendorf in 95497 Goldkronach

Über je eine Vogelnestschaukel freuen sich die Teams von:

- Kindergarten Wolfskehle in 95326 Kulmbach
- Kinderspielplatz in der Grün in 96369 Weißenbrunn
- Kinderspielplatz Wildensorg in 96049 Bamberg
- Kinderspielplatz in 95183 Töpen
- Evang. Kindergarten, Engelmansreuth in 95473 Prebitz