



Neue Dachmarke für Leipzig und die Region

(Mynewsdesk) Die neue Tourismusregion LEIPZIG REGION ist die größte und übernachtungsstärkste Destination in Sachsen. Für diese hat die Leipzig Tourismus und Marketing (LTM) GmbH eine neue Dachmarke und ein neues Erscheinungsbild (Corporate Design) entwickelt, das seit Januar 2015 kommuniziert wird. Künftig werben das Sächsische Burgenland, das Sächsische Heide- und Seenland, das Leipziger Neuseenland sowie die Stadt Leipzig mit einem gemeinsamen Logo.

Die Herausforderung bei der Erstellung der Marke LEIPZIG REGION war es, die Vielfalt der Region einerseits sowie die internationale Bedeutung der Stadt andererseits miteinander zu einer wirksamen touristischen Marke zusammenzufassen. Eine starke Marke erleichtert den Kunden die Orientierung. Dies wird sich positiv auf die nationale sowie internationale Ausstrahlung Leipzigs und der Region auswirken, erklärt Volker Bremer, Geschäftsführer der LTM GmbH.

Bei der Entwicklung der übergeordneten Bildmarke war es das Ziel, die vier Teile – Sächsisches Burgenland, Leipziger Neuseenland, Sächsisches Heide- und Seenland und Stadt Leipzig – so miteinander in Beziehung zu setzen, dass das Ganze in seiner kommunikativen Bedeutsamkeit größer ist als die Summe seiner Teile. Insbesondere die Teilregionen sollten als Erlebnisräume erkennbar bleiben. Das verbindende Zentrum ist die Messe- und Kulturstadt Leipzig. Die vier Elemente des Logos sind die zu dynamischen Flächen stilisierten Erlebnisräume, die in der Bedeutungswelt der Erlebnismarke LEIPZIG REGION weniger geografisch als vielmehr thematisch gefasst sind. So gibt es im Leipziger Neuseenland als touristische Attraktionen vor allem Seen und Wasserstraßen.

Eine große Dichte an Burgen und Kulturgeschichte bietet das Sächsische Burgenland. Wer Naturerlebnisse aktiv genießen möchte, wird bevorzugt im Sächsischen Heide- und Seenland fündig.

Die neue Wort-Bild-Marke LEIPZIG REGION hat zwei Ebenen: die Dachmarke und die Themencluster. Zukünftig wird das Thema farblich hervorgehoben, auf das sich die entsprechende Publikation oder Kampagne bezieht. Die Clusterfarbe wird auch bei der Gestaltung der jeweiligen Medien die bestimmende Farbe. So repräsentiert rot die erdige Note gebrannter Ziegel, steht für Burgen und Kulturgeschichte, während grün das Naturerlebnis des Heide- und Seenlandes symbolisiert. Blau steht wiederum für die Frische des Wassers und kennzeichnet die Erlebnissphäre, die sich über die Seen erschließt. Orange stellt schließlich die Stadt Leipzig dar, die im Logo als großes verbindendes Zentrum durch eine transparente Fläche repräsentiert wird.

Wenn die LEIPZIG REGION in ihrer Vielfalt repräsentiert werden soll oder die Veröffentlichung nicht auf ein einziges Themencluster bezogen ist, wird auf die farbliche Absetzung der Cluster verzichtet. Ziel ist es, mit der neuen Dachmarke in einigen Jahren einen hohen Bekanntheitsgrad und eine große Durchdringung zu erreichen, so dass perspektivisch auf die erklärende Unterzeile verzichtet werden kann. In internationalen Medien und bei internationalen Präsentationen wird das Logo von Anfang an ohne die Unterzeile verwendet.

Die öffentliche Ausschreibung der Marken- und Kommunikationsstrategie erfolgte im April 2014 als deutschlandweiter Teilnahmewettbewerb unter Mitwirkung der Auftragsvergabeestelle Sachsen. Die Unterlagen wurden von 18 Agenturen abgefordert von denen schließlich 6 Agenturen eine Bewerbung bei der LTM GmbH einreichten. Die Ausschreibung gewann die seit 2009 in Leipzig ansässige Brandungen GmbH.

Hintergrund: Der Tourismusverband Sächsisches Burgen- und Heide- und Seenland e.V. (SBuHL) und die LTM GmbH unterzeichneten am 12. Juli 2013 einen Geschäftsbesorgungsvertrag zur Intensivierung ihrer Kooperation. Damit wurde der Grundstein für eine leistungsstarke gemeinsame Destinationsmanagementorganisation gelegt. Die neue sächsische Tourismusdestination heißt LEIPZIG REGION. Während die LTM GmbH für das touristische Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig und der Region zuständig ist, verbleibt im Tourismusverband die strukturelle und qualitative Entwicklung der Tourismusregion. Zusammen vereint die LEIPZIG REGION ein Viertel des gewerblichen Übernachtungsvolumens Sachsens auf sich. Sie erzielt mit 5,2 Millionen Übernachtungen einen Brutto-Umsatz von über 2 Milliarden Euro und stellt damit einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar.

Informationen zur LEIPZIG REGION: www.leipzig.travel

Redaktion: Andreas Schmidt und Friederike Risch

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im [Leipzig Tourismus und Marketing GmbH](#).

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/qdyncq>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/reise/neue-dachmarke-fuer-leipzig-und-die-region-21544>

Pressekontakt

-

Andreas Schmidt
Augustusplatz 9
04109 Leipzig

presse@ltm-leipzig.de

Firmenkontakt

-

Andreas Schmidt
Augustusplatz 9
04109 Leipzig

shortpr.com/qdyncq
presse@ltm-leipzig.de

Exklusive Nachrichten - aktuelle Presstexte - attraktive Fotos -
soziale Netzwerke: NEWSROOM

Folgen Sie uns hier: <http://www.leipzig.travel/NEWSROOM>