



Saale-Unstrut bekommt ein neues Gesicht

Neuer Markenauftritt ist beschlossen

Naumburg/Bad Klosterlausnitz, 19.05.2022

Die beiden touristischen Regionalverbände Saale-Unstrut-Tourismus e.V. und Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V. haben im vergangenen Jahr eine Tourismusstrategie auf den Weg gebracht, um eine gemeinsame und schlagkräftige Urlaubsregion Saale-Unstrut zu schaffen und den Herausforderungen der Branche flexibler und strukturierter begegnen zu können. Nun wurde im nächsten Schritt ein neuer Markenauftritt erarbeitet, der die Zusammenführung der beiden Verbände auch optisch sichtbar macht.

Die Destination Saale-Unstrut wird sich vergrößern. Das haben die beiden Tourismusverbände im letzten Jahr beschlossen und eine gemeinsame Tourismusstrategie verabschiedet. Im Anschluss erfolgte die Erarbeitung eines gemeinsamen Markenauftritts, der die strategische Neuausrichtung der Verbände auch optisch sichtbar macht. Entstanden ist ein modernes und hochwertiges Design.

Prozess der Markenbildung

Anfang Mai stimmten die Mitglieder während der Mitgliederversammlungen beider Verbände über den neuen Markenauftritt ab und bestätigten somit, was im zweiten Halbjahr 2021 herausgearbeitet wurde.

Mit der Entwicklung des neuen Markenauftritts war die Agentur St. Elmos Tourismusmarketing beauftragt. In mehreren Analysen, Markenwerkstätten und digitalen Experteninterviews sowie unter Nutzung des gemeinsamen Tourismuskonzepts verdichteten sie die Kernthemen, die Saale-Unstrut verkörpern und unter denen sich die Akteure wiederfinden. Im gesamten Prozess wurden die Mitglieder direkt einbezogen. Vom Ferienwohnungsanbieter über Hotelbetreiber, Aktivanbieter bis hin zu den Vertretern der touristischen Leuchttürme, wie beispielsweise die Rotkäppchen Sektkellereien, des Naumburger Doms, der Stadt Jena und der Leuchtenburg, waren die Expertisen gefragt.

Daraus entwickelte St. Elmos Tourismusmarketing eine neue Markenarchitektur (Abb. 1), über der eine verbindende Leitgeschichte und Markenessenz steht. Die *Essenz „Verborgener Glanz“* formuliert, wofür die Marke steht. Sie reduziert das Gefühlte auf das Wesentliche und auf das, was die Akteure stolz und Saale-Unstrut ausmacht. Es ist aber **kein** Slogan, mit dem nach außen geworben wird, sondern das Leitelement, unter dem die touristischen Akteure ihre Produkte entwickeln.

Der *Essenz* sind *drei Markenversprechen* zugeordnet, die sich aus der Tourismusstrategie ergeben und unter denen sich die Mitglieder noch stärker wiederfinden:

- » Für die Ewigkeit
- » Das Rare im Seltenen
- » Von Hand gefertigt

Sie definieren die Leitgeschichte weiter aus und schaffen die Verbindung zwischen den im Tourismuskonzept bestimmten Werten und den Akteuren. So wird für alle erkennbar, unter welchem Kernthema sie sich wiederfinden und sie Teil von Saale-Unstrut sind.



Abb. 1

Initialen für die Ewigkeit – das neue Logo

Ausgehend von der bedeutenden Historie Saale-Unstruts – beginnend mit der Bronzezeit über das Mittelalter bis heute – und unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses beider Verbände und der namengebenden Flüsse entstand ein edel und hochwertig wirkendes neues Logo in den Farbvarianten Blau und Gold (Abb. 2).

Die Farbe Blau entstammt dem Thema Fluss, zielt aber auch auf die frühe Himmelsbeobachtung ab, die in der Himmelscheibe von Nebra oder dem Sonnenobservatorium Goseck zum Ausdruck kommt. Die Farbe Gold steht für den Glanz der touristischen „Schätze“, welche die Gäste in Saale-Unstrut nicht erwarten und die sie entdecken können.

Die Initiale S vereint die beiden Verbände, aber auch alle Orte, Sehenswürdigkeiten und Akteure, die sich links und rechts der Flüsse für das Wohlergehen der Menschen und für die Weiterentwicklung des touristischen Angebotes einsetzen. Der S-Schwung steht für alle Flüsse in Saale-Unstrut: Saale, Unstrut, Weiße Elster und Ilm.

Eingerahmt wird das S von einem U, das wiederum die hochmittelalterliche Blütezeit aufgreift, da es an ein Wappen erinnert. Gleichzeitig gibt es dem S im Kern einen Rahmen, umklammert alle Elemente in seinem Inneren und vereint sie zu einem Ganzen.



Abb. 2

Wie geht es weiter?

Mit dem Beschluss des Marken- und Kommunikationskonzeptes für Saale-Unstrut durch die Mitglieder der Verbände können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Geschäftsstellen mit der Umsetzung starten. In den folgenden Monaten entstehen die ersten Broschüren für die Gesamtregion im neuen Layout. Auch die Internetseite www.saale-unstrut-tourismus.de wird optisch angepasst und die Inhalte aus dem Thüringer Teil der Destination übertragen.

Die Realisierung des Marken- und Kommunikationskonzepts konnte dank der finanziellen Unterstützung der Länder Sachsen-Anhalt und Thüringen gewährleistet werden.



#moderndenken



Ministerium
für Infrastruktur
und Landwirtschaft

Finanziert aus Mitteln der Regionalförderung

Hintergrund: Zusammenführung der Tourismusverbände Saale-Unstrut-Tourismus e.V. und Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V.

Im Tourismus spielen aus Gästesicht Landkreis- und Landesgrenzen keine Rolle. Daher haben der Regionalverband Saale-Unstrut-Tourismus e.V. (SUT/ Saale-Unstrut) und der Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V. (TTV/ Saaleland) 2019-2020 intensiv an einem gemeinsamen Tourismus- und Marketingkonzept sowie an einem darauf basierenden Organisationsentwicklungskonzept gearbeitet. Ziel ist die Schaffung einer schlagkräftigen, gemeinsamen Urlaubsregion Saale-Unstrut, um den Herausforderungen der Branche flexibler und strukturierter begegnen zu können.

Den Startschuss dazu gab es bereits 2017 mit der gegenseitigen Mitgliedschaft der beiden Verbände. Die 2019 begonnene Erarbeitung der Tourismusstrategie kann als eine konsequente Fortsetzung der Zusammenarbeit angesehen werden. Die Bundesländer Sachsen-Anhalt und Thüringen bewilligten Fördermittel zur professionellen Begleitung dieses Prozesses, welcher im Januar 2023 mit der Gründung einer gemeinsamen Struktur abgeschlossen sein soll.

Die Mitglieder des SUT und des TTV waren in den Erarbeitungsprozess der Tourismuskonzeption umfassend einbezogen. Die beiden Mitgliederversammlungen beschlossen 2020 das weitere Vorgehen und begrüßten die aufgezeigten Entwicklungsmöglichkeiten einer neu aufgestellten Urlaubsregion Saale-Unstrut. In den vorliegenden Konzepten werden konkrete Ziele, Handlungsrichtlinien und Aufgaben sowie Verantwortlichkeiten bestimmt. Diese gilt es stufenweise auf allen Ebenen zu kommunizieren und umzusetzen. Beschlossen wurde ebenfalls, den Tourismus in der neu aufgestellten Gesamtregion unter der Marke „Saale-Unstrut“ voranzutreiben.

Die Basis für die regionale touristische Entwicklung bilden die Landestourismusstrategien beider Bundesländer. Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 und die Tourismusstrategie Thüringen 2025 haben u.a. das Ziel, regionale Tourismusverbände zu stärken und effiziente Organisationsstrukturen zur Stärkung des Tourismus vor Ort zu erwirken.

Pressekontakte

Saale-Unstrut-Tourismus e.V.
Topfmarkt 6 | 06618 Naumburg
Tel.: 03445 – 233 790
info@saale-unstrut-tourismus.de
www.saale-unstrut-tourismus.de

Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V.
Jahnstr. 29 | 07639 Bad Klosterlausnitz
Tel. 036601 – 905 200
info@saaleland.de
www.jena-saale-holzland.de