



Landkreis Teltow-Fläming

Die Landrätin

Informationsvorlage

Nr. 6-5266/24-IV

für die öffentliche Sitzung

Beratungsfolge der Fachausschüsse

Ausschuss für Wirtschaft
Kreistag

24.04.2024
29.04.2024

Betr.: Neue Wort-Bild-Marke für die Baruther Glashütte

Luckenwalde, 18.03.2024

Wehlan

Sachverhalt:

Im Rahmen des Leitbildprozesses wurde für die Baruther Glashütte ein neues Profil entwickelt, indem der Begriff des „Museumsdorfes“ abgelegt wurde. In diesem Zuge erfolgte auch eine Festlegung der neuen finalen Bezeichnung der Destination als „Baruther Glashütte“ mit dem Claim „Das Glasmacherdorf im Fläming“.

Der Kreistag beschloss am 26.06.23 die Umsetzung der aus dem Leitbild Baruther Glashütte hervorgegangenen Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Baruther Glashütte (KT-Beschluss 6-5072/23-IV). Eines der beschlossenen Leitprojekte (L7) ist ein Marketing Restart für die Baruther Glashütte inklusive der Entwicklung einer neuen Wort-Bild-Marke.

Folglich war eine der ersten integrierenden Maßnahmen im Anschluss an den Leitbildprozess die Entwicklung einer neuen Wort-Bild-Marke sowie eines einheitlichen Corporate Designs (siehe Corporate Guideline im Anhang).

Hervorgehend aus dem Leitbildentwicklungsprozess wurde die Logo-Entwicklung durch das Beratungsunternehmen *iff* Freizeit- und Tourismusberatung strategisch begleitet und von der Agentur für Design- und Markenbildung DICREATE konzeptionell und gestalterisch umgesetzt. Zur Erarbeitung der neuen Wort-Bild-Marke erfolgte die Gründung einer Steuerungsgruppe, bestehend aus den genannten Agenturen, jeweils einem Vertreter der Pressestelle und des Sachgebietes Wirtschaftsförderung, Tourismus und Mobilität des Landkreises Teltow-Fläming sowie vier vom Runden Tisch benannten Glashütter Akteuren. Diese Steuerungsgruppe erarbeitete zwei Logo-Versionen (Version Siegel und Version Kachel), die anschließend vor einem Gremium, bestehend aus o. g. Agenturen, den genannten Vertretern des Landkreises Teltow-Fläming, dem Runden Tisch Glashütte, dem Tourismusverband Fläming e. V. und der Stadt Baruth/Mark, präsentiert wurden.



Logo Siegel



Logo Kachel

Beide Logo-Versionen wurden zuvor auf Anwendbarkeit geprüft, woraus sich eine Pro- und Kontra-Argumentation ergab. Weiterhin erfolgte eine Zielgruppen-Befragung im Rahmen der Grünen Woche. Insgesamt stellte sich die Siegel-Version als die deutlich bevorzugte Variante heraus. Dieses Ergebnis wurde im Rahmen der Abstimmung vor dem Gremium bestätigt, das Siegel-Logo wurde mit achtzigprozentiger Mehrheit gewählt. Damit wurde sowohl im Design als auch im Wording ein wichtiger Grundstein für die künftige Markenarbeit und das darauf aufbauende Marketing gelegt.



Ein wichtiger nächster Schritt umfasst nun die Markenpflege. Das heißt, dass nach außen sämtliche Kommunikationsmaßnahmen so konzipiert und umgesetzt werden, dass sie bestmöglich die neue Marke transportieren und dadurch nachhaltig in den Köpfen der Menschen verankern. Damit verbunden ist eine Änderung des bisherigen Destinationsnamens „Museumsdorf Baruther Glashütte“ in „Baruther Glashütte“.

Es gilt, die neue Wort-Bild-Marke in den kommenden Wochen in allen Kommunikationskanälen sukzessive anzupassen. Nicht zu vergessen ist auch die Markenpflege „nach innen“, die ihre Schwerpunkte darin hat, die Produkte und Angebote in Glashütte so zu gestalten, dass sie dem Profil entsprechen und damit das Leistungsversprechen der Marke einlösen.

Anlage

Corporate Guideline