

Embassy

Deutschlands an. Er mündet in einer eleganten Schleife, die das Logo sympathisch und einzigartig macht. Die tiefrote Schriftfarbe wirkt leidenschaftlich und geheimnisvoll. Das Logo ist Teil einer vielschichtigen und fantasievollen grafischen Welt, die mit der traditionsreichen Technik des Scherenschnittes moderne Geschichten über Natur, Kultur und Urlaubsspaß im Harz erzählt. In den Motiven der Scherenschnitte stehen typische Landschaften und Sehenswürdigkeiten, regionale Geschichten und Legenden neben modernen Freizeit- und Urlaubserlebnissen. Auch die Hexen, die den Harz seit jeher bevölkern und seine einzigartige Position als „magische Gebirgswelt“ begründen, treiben hier ihr Unwesen. „Durch diese geheimnisvolle, magische Erlebniswelt kann sich der Harz in Print- und Onlinemedien künftig noch klarer profilieren.“, so Prof. Mack von der Agentur Embassy.

„Das neue Corporate Design stellt authentisch und selbstbewusst dar, was den Harz als Tourismusdestination ausmacht und jedes Jahr tausende Gäste in die Region zieht. Eine großartige Natur, eine Kulturhistorie, die einzigartig ist, umrankt von einer mystischen, sagenhaften Atmosphäre.“, so Carola Schmidt, HTV-Geschäftsführerin. „All das sind die Faktoren, die für den Harz stehen. Die neue Gestaltungslinie verbindet klassische und moderne Elemente und zeigt so den Spannungsbogen, der überall in der Region zu finden ist: Bergwerkstradition und Mountainbiking, Klosteranlagen mit modernen Tagungs- und Museumsbereichen, Goethes Faust als Rockoper auf dem Brocken und vieles mehr – wo gibt es das sonst.“

Einhergehend mit der marketingtechnischen Visualisierung soll die Schaffung eines neuen

Embassy

Selbstbewusstseins in der Region. Die aktuelle Destination Brand Studie bescheinigt dem Harz einen immensen Bekanntheitsgrad und einen überdurchschnittlichen Sympathiewert. Alle Tourismuspartner in der Region müssen die Stärken des Harzes erkennen und gemeinsam positiv vermitteln. Traditionen geben einer Region etwas Charakteristisches und Einzigartiges, was der Gast erwartet und schätzt – so wie das Dirndl und die Weißwürste in Bayern oder der Bollenhut im Schwarzwald.

In Kombination mit modernen Unterkünften und zielgruppenspezifischen Angeboten hat der Harz die Chance, sich als einzige magische Gebirgswelt zu positionieren und somit im Wettbewerb des Deutschlandtourismus eine neue Spitzenposition zu erreichen. „Dies ist allerdings keine Aufgabe, die der Harzer Tourismusverband e.V. allein lösen kann.“ so Schmidt. „Wir sind Wegbereiter und Gestalter, wir kommunizieren die neue Harzer Identität nach außen. Gelebt werden muss sie aber von jedem einzelnen Harzer in der ganzen Region.“

Auch der Vorsitzender des Abteilungsvorstandes Marketing des Harzer Tourismusverbandes, Michael Bitter, sieht in dieser Entwicklung viel Potenzial: „Die Marke ist so angelegt, dass sie in Kooperation mit vielen anderen Marken im Harz auftreten kann und dadurch eine gemeinsame, alle touristischen Kräfte im Harz vereinende Basis schafft. Die Chance sollten wir nutzen und im Harz nun auch „sichtbarer“ zusammenrücken.“

Ansprechpartnerin für Medienvertreter:

Harzer Tourismus Verband (HTV)

Carola Schmidt, Tel. 05321 3404-11, E-Mail:

