

«Ägerital-Sattel»:

Neues Erscheinungsbild verkörpert Natürlichkeit der Region

Die Region «Ägerital-Sattel» soll zukünftig als «Perle des Kantons Zug» eine stärkere Rolle in der nationalen touristischen Wahrnehmung spielen. Die Marketinggruppe «Ägerital-Sattel» arbeitete in den letzten Wochen intensiv daran, gemeinsam mit externen Fachleuten ein Gesamtkonzept zu erarbeiten. Das neue Erscheinungsbild bildet dabei ein wichtiger Bestandteil im Hinblick auf die Realisierung weiterer Projekte in diesem Jahr.

Das Gebiet «Ägerital-Sattel» wird seit dem 1. Januar 2009 durch die neue Marketinggruppe «Ägerital-Sattel» als gemeinsame Feriendestination vermarktet. Mit ausgewogenen finanziellen Möglichkeiten sollen dabei die Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitangebote und der Bekanntheitsgrad der Region gesteigert werden. Die Kommission wird durch touristische Partner wie die «Sattel-Hochstuckli AG» und die «Schiffahrt Ägerisee AG» unterstützt (*siehe Rubrik «Nachgefragt»*).

Seit Sommer 2008 wurde in sieben Sitzungen unter anderem eine neue Marketingstrategie festgelegt. Die aus der Strategie resultierenden Werbemassnahmen werden jeweils in der Kommission gemeinsam erarbeitet. Als erste Massnahme wurde im Verlauf der letzten Wochen in Zusammenarbeit mit der in Cham ansässigen Werbeagentur «Dynamite Advertising AG ASW» ein einheitliches Erscheinungsbild konzipiert und realisiert.

Mit der ländlichen Gegend, den Bergen und dem See ist die Region «Ägerital-Sattel» ein Kontrastpunkt zum städtischen Raum Zug. Das natürliche Angebot wird im neuen Erscheinungsbild deshalb stärker in den Fokus gerückt.

Laut Roger Bosshart von «Dynamite Advertising» zeichnet das Blatt-Symbol die einzigartige Natur und Landschaft der Region aus. «Die Farbenwelt bewegt sich bewusst in Blau- und Grün-Tönen, die das natürliche Farbspektrum der Region darstellen. Der blaue untere Bereich steht für den fischreichen Ägerisee und die klare Bergluft. Der dunkelgrüne mittlere Bereich symbolisiert die Uferzone und den Wald. Der hellgrüne obere Bereich steht für die hügelige Landschaft mit den vielen saftigen Wiesen» erklärt Bosshart. Bei der Typografie des Schriftzugs wurde die Kleinschreibung gewählt, damit er moderner und frischer auf lange Zeit anwendbar wird. «Die Schriftart unterstützt die weichen Formen der Bildmarke» so Bosshart weiter.

Der neue Auftritt der Region «Ägerital-Sattel» ist jedoch bewusst mehr als «nur» ein Logo. Mit Hilfe des neuen Erscheinungsbilds wird eine nachhaltige Entwicklung unterstützt, die neue Perspektiven eröffnet. Unter dem Dach der neuen Marketinggruppe wird die Region von gemeinsamen Werten profitieren, welche sich positiv auf die touristische Wahrnehmung auswirken werden.

So bildet das neue Erscheinungsbild die Grundlage für weiterführende Projekte in diesem Jahr. Basierend auf dem neuen Auftritt werden neue Imprime produziert. Des Weiteren wird in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus eine einladende und informative Internetseite kreiert. Im Bereich «Öffentlichkeitsarbeit» soll unter anderem eine ausgewählte Anzahl von Reisejournalisten die Region persönlich kennen lernen. Zudem wird die neue Marktregion auch an verschiedenen Publikumsmessen präsentiert.

Autor:

Stephan Laug ist als Vorstandsmitglied des Kur- und Verkehrsvereins Unterägeri in der Marketinggruppe für den Bereich «Öffentlichkeitsarbeit» verantwortlich.