

Neues Naturgarten Kaiserstuhl Design vorgestellt.

Aufruf an Partner und Leistungsträger die Marke gemeinsam bekannter zu machen

Die Naturgarten Kaiserstuhl GmbH (NGK) hat zur Weiterentwicklung des Tourismus am Kaiserstuhl und Tuniberg einen Positionierungsprozess gestartet. Teil davon war auch die Weiterentwicklung des Erscheinungsbildes und Angleichung der Logos Naturgarten Kaiserstuhl und der Regionalmarke „Kaiserlich genießen“. Zukünftig möchte die Naturgarten Kaiserstuhl GmbH die Region am Markt mit einer einheitlichen und starken Dachmarke präsentieren. Dabei setzt die Gesellschaft auch auf die hiesigen Leistungsträger und Partner als Multiplikatoren.

„Denn nur gemeinsam sind wir stark! Die Vorteile einer Dachmarke mit einem einheitlichen Logo bestehen darin, die Region mit all ihrer Vielfalt bekannter zu machen und Synergien in der gemeinsamen Vermarktung zu nutzen“, so NGK-Geschäftsführerin Ulrike Weiß.

Mittlerweile hat sich ein Wandel vollzogen dahingehend, dass der Naturgarten Kaiserstuhl die Hauptmarke darstellt und das Markenprogramm „Kaiserlich genießen“ eine Submarke davon ist. Die NGK-Gremien haben sich darauf geeinigt, dass es für die verschiedenen Submarken zukünftig nur noch ein einheitliches Logo geben wird: „Naturgarten Kaiserstuhl“ und die Auszeichnung soll quasi mit einem symbolisierten Stempel „genießen“ in der Wort-Bild-Marke erfolgen.

Damit die Marke nach außen sichtbar wird, sind nun auch die Leistungsträger & Partner gefragt. In einem einstündigen Online-Meeting präsentierte die NGK gemeinsam mit der begleitenden Agentur GRUPPE DREI das überarbeitete Erscheinungsbild und zeigte auch, welche Marketing-Materialien bisher für die Leistungsträger und Partner der NGK erarbeitet wurden, damit auch diese dazu beitragen können, die Region Kaiserstuhl-Tuniberg bekannter zu machen.

Die Präsentation, Logo's und verschiedenen Materialien können unter <https://www.naturgarten-kaiserstuhl.de/de/unsere-service/logo-nutzung> heruntergeladen werden.