

Freyung 2022 gGmbH · Rathausplatz 2 · 94078 Freyung

Freyung 2022 gGmbH
Katrin Obermeier
Geschäftsführung

Tel +49 8551 32194-31
katrin.obermeier@lgs2022.de

www.lgs2022.de

Freyung, 20.02.2020



Pressemitteilung: Einheitliches Design stärkt die Marke

Aufsichtsrat der Landesgartenschau Freyung 2022 gGmbH gibt grünes Licht fürs Marketing

Freyung. Egal ob es um ein Kosmetikprodukt oder eine Landesgartenschau geht: Eine starke Marke wird wesentlich vom Design und Wiedererkennungswert geprägt. Genau damit beschäftigte sich am Mittwoch der Aufsichtsrat der Landesgartenschau Freyung 2022 gGmbH, der aus insgesamt elf Mitgliedern besteht.

Neben dem Investitionshaushalt der Freyung 2022 gGmbH, der einstimmig abgesegnet wurde, ging es bei der Sitzung vor allem um die Marketingmaßnahmen. Nachdem bereits das Logo sowie das Motto „Wald.Weite.Wunderbar.“ veröffentlicht wurden, soll im März das sogenannte „Keyvisual“ in Form eines Filmes auf der Facebook-Seite der Landesgartenschau präsentiert werden. Gemeint ist damit ein grafisches Zusatzelement zum Logo, das als wiederkehrendes Bildmotiv verwendet wird, um den Wiedererkennungswert der Marke „LGS Freyung“ zu erhöhen. Es kommt dementsprechend auf sämtlichen Werbemitteln und der Geschäftsausstattung zum Einsatz. Dem Aufsichtsrat wurde im Rahmen der Sitzung unter anderem das Keyvisual vorgestellt, das großen Anklang fand.

„Eine sehr ansprechende Konzeption des Freyunger Büros siimple, bei dem ich die Verbindung der Macher mit der Region klar erkenne“, sagte Roland Albert, Aufsichtsratsmitglied der Freyung 2022 gGmbH und Aufsichtsratsvorsitzender der Bayerischen Landesgartenschau GmbH

Und auch Aufsichtsratsvorsitzender und Bürgermeister Dr. Olaf Heinrich war sehr angetan: „Das gesamte Konzept ist dazu angelegt, die Begeisterung für die Landesgartenschau spüren zu lassen. Ich bin sicher, dass diese farbenprächtige Präsentation genau dem Zeitgeist entspricht und mit ihrer fröhlichen Botschaft für unsere Besucher sehr ansprechend daher kommt.“

Grünes Licht gab es unter anderem für folgende Marketingmaßnahmen: Geschäftsausstattung (Visitenkarten, Briefpapier, Umschläge usw.), Prospekte, Plakate, Aufkleber, Streuartikel (wie etwa Blumensamen), verschiedene Außenwerbungsmaßnahmen und Materialien (wie Rollup und Messestand), Fahrzeugwerbung und sämtliche Schilder (von der Bautafel über die Pflanzetiketten bis hin zum Leitsystem).



Denn auch wenn man ganz unterschiedliche Zielgruppen auf verschiedenen Kommunikationskanälen ansprechen will: Eine starke Marke ist wichtig für den Erfolg der Veranstaltung insgesamt. Sobald die Printprodukte gedruckt sind, können sie eingesetzt werden, damit die Marke „LGS 2022“ aufgebaut wird und bis zur Eröffnung im Mai 2022 jeden Tag ein Stückchen mehr wachsen kann.

