

Dorfentwicklung Runkel - Das neue Runkeler Logo

RUNKEL-GESAMT. Im Runkeler Rathaus ist vor wenigen Tagen das überarbeitete Logo der Stadt Runkel vorgestellt worden.

Im Rahmen des IKEK/Dorfentwicklungs-Prozesses wurde im Februar 2018 das Marketingkonzept für Runkel von André Haußmann (Agentur Marketing-Effekt) präsentiert, das in Zusammenarbeit mit der AG Marketing entstanden ist. Eine Befragung in allen Stadtteilen (das Runkeler Blättchen berichtete) hat ergeben, dass als besondere Marketing-Merkmale unter anderem „die Burgen“ und „die Lahn“ vielfach genannt wurden. Diese Erkenntnisse sollten genutzt werden, um das Runkeler Logo zu optimieren.

In 2015 hatte die Stadt Runkel ein moderneres, zeitgemäßes Logo in Auftrag gegeben. Ein Logo ist die absolut wichtigste Grundlage aller Darstellungen eines Unternehmens / einer Stadt. Das vorhandene Logo sollte zum einen im Wesentlichen erhalten bleiben, um den Wiedererkennungswert zu gewährleisten. Zum anderen sollten folgende Ziele durch eine Optimierung erreicht werden (siehe Marketingkonzept, S. 51):

-Die Verortung mit der Lahn im Text wieder verdeutlichen, damit Touristen zuordnen können, wo Runkel liegt.

-Den Fluss blau darstellen, damit er als ‚Lahn‘ erkennbar ist.

-Die einmalige Burgenkulisse im Text hervorheben, um Touristen darauf neugierig zu machen.

-Den Slogan „ist sehenswert“ ersetzen durch einen Text mit mehr Bezug zu unseren Alleinstellungsmerkmalen.

Zusammen mit Hr. Haußmann hatte die AG Marketing als neuen Slogan: „Burgenstadt an der Lahn“ priorisiert.

Mit der Überarbeitung des Logos hatte die Stadt Runkel Gaby Heide vom ipunkt Studio für Werbung beauftragt. Sie erläuterte dem Marketing-Team, dass es aus ihrer Sicht jedoch nicht ausreichte, einen neuen Slogan zu verwenden und einfach nur etwas Blaues für die Lahn hinzuzufügen.

■ Analyse des vorherigen Logos

- Sind die Farben des Logos passend und können diese farblich in Druck und Folierungsarbeiten generiert werden?
- Erkennt man bei dem bisherigen Logo die Brücke oder werden die Bögen als Lahn gesehen?
- Muss die Brücke als solche dargestellt werden oder könnte man sie auch weglassen?
- Wird das Logo als Markenzeichen/als Ganzes gesehen oder sieht es "zusammengestükkelt" aus?
- Ist das vorherige Logo ein Label, ein Zeichen, das so kompakt ist, dass es für alle Produkte problemlos einsetzbar ist (Drucksachen, Präsentationen, Werbemittel etc.)?

■ Zwischenüberlegungen

- Wählt man für den Slogan eine gradlinige Schriftart oder eine etwas lebhaftere, geschwungener (fließend wie Wasser)?
- Wie harmonisiert die neue Schriftart mit der Hauptschriftart "Runkel".
- Was ist mit der Farbharmonie? Wird das Logo zu bunt, wenn man das (blaue) Wasser hinzufügt und den Farbton des Schriftzuges bestehen lässt?



Foto: PS

Sie stellten das neue Logo der Stadt Runkel vor (von links): Monica Müller (Mitglied des Marketing-Teams), Gaby Heide (Studio für Werbung ipunkt), Sabine Hemming-Woitok (Sprecherin Marketing-Team), Friedhelm Bender (Bürgermeister) und Michl Kremer (Ortsvorsteher von Runkel und Mitglied des Marketing-Teams).

- Bleibt man bei der Farbe braun oder wechselt man zum klassischen Grau, um das Ganze ruhiger zu halten?
- Kann man die einzelnen Bestandteile des Logos (Schriftart, Burg, Slogan) auch einzeln stehen lassen oder wirkt das Logo nur "im Ganzen"?
- Wie wirkt das Logo in verschiedenen Größen?
- Kann die Grafik auch ohne die Bezeichnung alleine stehen und wirken?
- Auch ohne Ortsbezeichnung muss der Wiedererkennungswert so groß sein, dass man bei dem Zeichen schon weiß, um was es sich handelt.

■ Das Ergebnis:

- Die Burg ist von links nach rechts gewandert - somit ist das Logo kompakter geworden und wird als eine Einheit gesehen.
- Die Burg wurde etwas stilistischer dargestellt, die Linien in Harmonie gebracht.
- Die Brückenbögen wurden entfernt, da diese als solche nicht klar zuzuordnen waren (Brücke oder Fluss?).
- Die Lahn wurde, wie im Rahmen des Marketingkonzeptes empfohlen, in die Grafik integriert.
- Das R wurde etwas verlängert und bekommt so einen fließenden Übergang zu dem neuen Slogan, der sich mit seiner neuen Schriftart in das Gesamtbild einfügt.
- Die Farbe des Schriftzuges Runkel und der Burg wurden in einen Grauton abgeändert und stehen somit in Harmonie zu dem vorhandenen Rot- und Grauton.
- Die Farben Rot und Blau wurden an die des Runkeler Wappens angepasst, um auch hier künftig bei den unterschiedlichsten Darstellungen eine Farbharmonie zu erlangen.
- Nebeneffekt: Die Runkeler Farben blau-weiß-rot sind jetzt auch im Logo enthalten.

Während mehrerer Beratungen des Marketing-Teams mit Gaby Heide und der Stadtverwaltung wurde das neue Logo entwickelt. Mit diesem Runkeler Blättchen wird das Logo jetzt der Öffentlichkeit präsentiert und soll nach und nach für alle städtischen Medien (Formularen, Geschäftspapieren, E-Mail-Verkehr, Homepage, Broschüren, Plakaten, Tafeln, Schildern, Fahnen, Merchandising-Artikeln usw.) verwendet werden.



Um eine einheitliche Verwendung zu gewährleisten, hat Gaby Heide ein Kurzmanual (Verwendungsanleitung) erstellt, in der u.a. die Farben (für Druck und Folien), die Schriftarten usw. festgelegt sind.

Mit dem neuen Logo der Stadt Runkel ist es aus Sicht des Marketing-Teams gelungen, ein einprägsames, zeitloses und doch den Ort in seinen wesentlichen Merkmalen widerspiegelndes Zeichen zu entwickeln. Runkels Bürgermeister Friedhelm Bender bedankte sich bei allen Beteiligten für deren Engagement. (Sabine Hemming-Woitok, Sprecherin des Marketing-Teams und Gaby Heide, Fa. ipunkt)