

STADTMARKETING-PROJEKT FÜR STADT HALLE AN DER SAALE (kurze Darstellung)

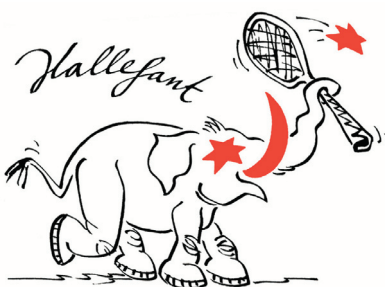


Wappen der Stadt Halle (Saale)



Die Wort-Bild-Marke (Stadtlogo)

| Autoren: J. Tschakarov, S. Wendt, S. Kargut |



HALLE Die Stadt:
Sympathiefiguren

| Autor: Javor Tschakarov |

PROJEKTDAUER: 1996 (Einführungsjahr) – bis dato

AUFTRAGGEBER:

Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale)

AUFGABESTELLUNG:

Es sollte einen einheitlichen Rahmen geschaffen werden, in dem sich die Stadt besser darstellen kann. Durch ein geschlossenes visuelles Auftreten soll eine stärkere Profilierung erzielt werden. Diese sollte wiederum die Chancen für bessere Positionierung von Halle gegenüber andere Mitbewerber-Städte erhöhen. Das Image des Standortes sollte verbessert und für Investoren und Touristen attraktiver gemacht werden. Weiterhin sollte sich die Saalestadt nach innen, ihren Bürgern gegenüber sympathischer und freundlicher präsentieren. Das Identifikationsgefühl der Hallenser sollte gesteigert werden.

AUFGABELÖSUNG:

1.)

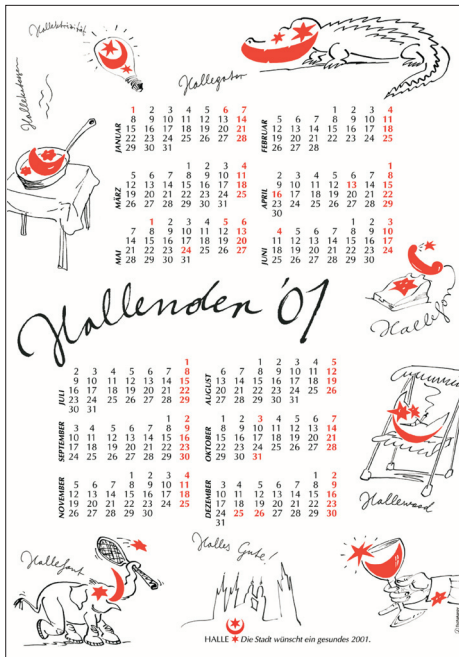
Zuerst wurde das existierende Image von Halle einer Analyse unterzogen. Weiterhin wurden Bestandaufnahme und Untersuchung der bisherigen Auftrittformen der Institution Stadt vorgenommen.

2.)

Es wurde ein visuelles Erscheinungsbild für Halle entwickelt. Als zentraler Baustein des Corporate Design steht eine Bild-Wort-Marke. Sie stellt eine Kombination aus einem Schriftzug und den Elementen des Stadtwappens (rote Sterne und roter Halbmond) dar. Wegen ihrer einschlägigen Prägnanz waren diese Zeichen gut geeignet für ein Stadt-Signet. Die schlichte und knappe Wortmarke **„HALLE Die Stadt“** hat einen selbstbewussten Unterton und fungiert als Kernaussage, die situativ und zweckgebunden modifiziert und erweitert werden kann: z. B. „HALLE Die Kulturstadt“, „HALLE Die Stadt der Wissenschaft“ etc.

Ob auf offiziellen Dokumenten der Stadtverwaltung, auf Kulturplakat oder auf Straßenzettel – **„HALLE Die Stadt“** ist ein Erkennungs- und Identifikationszeichen, omnipräsent in der städtischen Landschaft. ...>

Dipl.-Des. **Javor Tschakarov**
Leipziger Straße 65
10117 Berlin
mobil >> (0175) 453 90 73
e-mail >> tschakarov@hotmail.com



HALLE Die Stadt:
Kalender-Plakat (DIN A 1)
 | Autor: Javor Tschakarov |

3.)

Die Schriftart, die sowohl für das Logo, als auch als Handschrift der Stadt gewählt wurde ist die *Optima*. Das ist eine Schrift, die durch ihre leicht angedeutete Serifensilhouette angenehm und ansprechend wirkt. Mit ihr wurde die gesamte Geschäftsausstattung der Stadtverwaltung gestaltet. Sie findet Verwendung auch bei den meisten Werbemitteln der Wirtschaftsförderung.

4.)

Für die richtige Umsetzung des Corporate Design wurde ein Manual verfasst. Das enthält gestalterische und technische Richtlinien sowie einige Musterbeispiele für konkrete grafische Anwendungen.

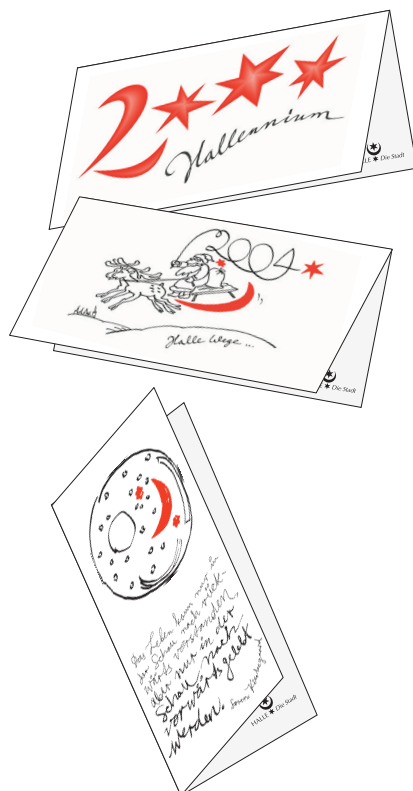
5.)

Parallel zu dem „seriösen“ Teil wurde ein heiteres Gestaltungskonzept entwickelt, das emotionaler wirken soll. Das ist eine Kombination aus assoziativen Wortspielen, die als Wortstamm stets Halle enthalten und Strichzeichnungen, in denen die modifizierten Halleschen Sterne und Halbmond integriert sind.

Es entstand eine Reihe von lustigen Kreaturen als Sympathieträger für Halle: Der HALLEGATOR, der HALLEFANT, die HALLEKATESSEN, die HALLEKTRIZITÄT, das HALLEGRETTO etc. Zahlreiche Werbemitteln wurden damit gestaltet: Jubiläums- und Grußkarten, Plakate, Kalender, Verkehrsmittelwerbung, Aufkleber, Ballons, Stifte, T-Shirts und andere Giveaways.

Die humorigen Abwandlungen der Halle-Symbolik haben sich mit der Zeit als eine wichtige und markante Komponente des visuellen Erscheinungsbildes der Stadt etabliert und sorgen immer für gute Laune. <...>

Javor Tschakarov



HALLE Die Stadt:
Grußkarten
 | Autor: Javor Tschakarov |