

Neuer Look für die Tourismusregion Hunsrück



Die Tourismusregion Hunsrück hat viele Attraktionen, wie die Hängeseilbrücke Geierlay (Länge: 360 Meter, Höhe: 100 Meter). Sie ist an den Saar-Hunsrück-Steig angebunden. - Foto: Hunsrück Touristik / Fotograf: Dominik Ketz

"Nach rund 25 Jahren mit unserer bisherigen Wort-Bild-Marke und dem Claim 'Heimat ist Hunsrück' ist es höchste Zeit für einen neuen, zeitgemäßen Look." Das sagt Jörn Winkhaus, Geschäftsführer der Hunsrück-Touristik GmbH mit Sitz in Lautzenhausen (Flughafen Hahn). Geplant ist eine neue Corporate Identity - inklusive neuem Corporate Design (CD) - für die Tourismusregion Hunsrück. Den Auftrag dazu hat die Agentur Bartenbach, Mainz, erhalten. Agentur-Chef Tobias Bartenbach stammt aus dem Hunsrück und gründete dort vor 30 Jahren den Vorläufer der heutigen B2B-Agentur.

Der Markenprozess ist bereits in vollem Gange. Markenkern und künftige Ziele der Tourismusregion wurden in gemeinsamen Workshops von Agentur und Touristikern erarbeitet. Nächste Schritte sind der kreative Transfer und die Abstimmung über die Layouts in den politischen Gremien. Durch das EU-Förderprogramm LEADER ist das Projekt zeitlich befristet. Laut Bartenbach muss das neue Erscheinungsbild bis Ende dieses Jahres verabschiedet sein. Die sukzessive Adaption der Kommunikationsmaßnahmen in Print und Online soll im Jahr 2022 erfolgen.