

KONZEPT – MARKE « URI – DIE VERSUCHUNG SEIT 1291 »

Idee

Wir positionieren die Kanton Uri als Wirtschafts- und Ferienkanton über den Begriff „Versuchung“ beim Publikum neu. Dabei steht für uns der Begriff „Versuchung“ als Synonym für entdecken, Erforschen, Erkunden, in Erfahrung bringen. Alle diese Begriffe sind Tätigkeiten, die in die Zukunft weisen. Etwas also, das vom Leser noch unternommen werden muss. Eine Aktion, die etwas Unbekanntes bekannt machen soll.

Ziel ist, dass man danach den Kanton Uri kennt oder ihn zumindest in einem anderen Licht sieht. Dabei steht die zukunftsorientierte „Versuchung“ im Widerspruch zu der hinzugefügten Aussage „seit 1291“. Was wiederum darauf hindeutet, dass die Urner in ihrer Geschichte schon immer vorwärts blickende Menschen waren – keine verhaltenen, ängstlichen Bergler. Genau darin liegt für uns der Anreiz, das Vorurteil, Urner seien rückständige „Stiregrinde“ zu korrigieren – durch den Aufruf an Reisende, Feriengäste oder Geschäftsleute der Versuchung nachzugeben und den Kanton als Wirtschafts- und Ferienregion neu zu sehen.

Slogan

Mit dem Textzusatz „Die Versuchung seit 1291“ schaffen wir es, Geschichte und Vergangenheit beim Leser auf einen Schlag in Erinnerung zu rufen. Das Jahr 1291 ist jedem bekannt und wird immer mit Uri in Verbindung gebracht – es deutet die Verbundenheit zu unseren Wurzeln an. Wir drücken mit einem Wort 700 Jahre Geschichte, Tradition und Kultur aus. Es ist die Essenz von dem, was war, als Boden für das, was heute ist und die Zukunft bringen wird. Unter den Motto: Zukunft braucht Herkunft.

Umsetzung

Bei der Umsetzung des Konzeptes arbeiten wir visuell mit drei Farben, die unseren Auftritt prägen. Als Untergrund und tragende Farbe: ein dezenter Grauton. Er zeugt von der Erdverbundenheit des Kantons, erinnert an den Urner Stein, die Berge, die Tunnels, die Tiefen der Seen. Gleichzeitig verleiht der Grauton unserem Auftritt eine gewisse Eleganz. Grau ist „cool“ und hat Stil. Das hebt das Image und macht die eingesetzten Werbemittel wertvoll.

Schwarz und Weiss werden als neutrale Mittel für Lesbarkeit, Grosszügigkeit und Zeitlosigkeit eingesetzt.

TOURIST INFO URI

Schützengasse 11
6460 Altdorf
Tel. +41(0)41 872 04 50
Fax +41(0)41 872 04 51
mail@i-uri.ch
www.i-uri.ch



Die Versuchung seit 1291.

Bleibt noch die Farbe „Gelb“. Sie wird entweder als Filet oder zur Auflockerung und zum Setzen von Akzenten angewendet. Und – last but not least – als Erkennungsfarbe für den Kanton Uri. Gelb ist die Farbe des Lichts. Im Volksmund sagt man: „Jetzt geht mir ein Licht auf“. Man meint damit, vorher nicht Verstandenes neu zu verstehen. So ist dem Gelb als der lichtvollsten Farbe symbolisch das Wissen zugeordnet. Gelb hat etwas Erheiterndes, Strahlendes, wenn es mit dunklen Tönen kontrastiert wird. Gelb auf Schwarz oder Grau zeigt seine hellste und lauteste Leuchtkraft. Gelb ruft auf und verlangt Aufmerksamkeit. Gelb zieht an und will verstanden werden. Wie unser Kanton Uri. Da der Kanton Uri ein komplexes, kontrastreiches Gebilde ist, ergänzen wir die grossen stimmungsvollen Schwarzweissbilder neben schwarz oder weiss abgesetzten Texten mit kleinen vierfarbigen Aufnahmen. Sie reichern an und vermitteln Tiefe, Einblick und schenken den Ein- und Durchblick, den wir beim Betrachter bzw. „Entdecker“ erreichen wollen.

Wirkung

Unser Slogan „Uri – die Versuchung seit 1291.“ mit der Ergänzung „Wir widerstehen allem. Nur nicht der Versuchung“ in den Texten, in Aktionen und Promotionen aktiviert den Betrachter. Der Slogan macht ihn neugierig, verwirrt ihn und bringt ihn dazu, sein bisheriges Bild über den Kanton Uri zu überdenken. Zusammen mit der Bild- und Farbgebung (Umsetzung) bringt es ihn dazu, den Kanton in all seinen Bereichen (Wirtschaft, Kultur, Tourismus usw.) persönlich kennen lernen zu wollen.

Die Formel „AIDA“ – **A**ttention (Aufmerksamkeit); **I**nterest (Interesse); **D**esire (Kaufbegehren); **A**ction (Handlung/ Kauf) – funktioniert und weckt das Interesse, Neues und Unbekanntes zu entdecken.

Die Motivation zu einer neuen, frischen Betrachtungsweise trifft ebenso für die einheimische Bevölkerung zu. Es entsteht eine Aha-Effekt über das Vertraute, das man zu kennen geglaubte.

Der Abschluss findet mit dem Slogan statt:

Machen Sie es wie die Urner.

Widerstehen Sie allem. Nur nicht der Versuchung.

Auf Wiedersehen. Im Kanton Uri.

TOURIST INFO URI

Schützengasse 11
6460 Altdorf
Tel. +41(0)41 872 04 50
Fax +41(0)41 872 04 51
mail@i-uri.ch
www.i-uri.ch



Die Versuchung seit 1291.