

Auskunft erteilt:	Herr Dupont
Durchwahl:	(06691) 207-123
Telefax:	(06691) 207-44123
E-Mail:	a.dupont@schwalmstadt.de
Dienstgebäude	Hundsgasse 1, 34613 Schwalmstadt
Internet:	www.schwalmstadt.de

PRESSEMITTEILUNG

Stadtmarketing im neuen Look

Schwalmstadt. Der Gewerbe- und Tourismusverein (G.u.T) ist eine Initiative der beiden Schwalmstädter Gewerbevereine, der Handels- und Gewerbevereinigung Treysa und dem Gewerbeverein Ziegenhain sowie der Stadt Schwalmstadt. Die Gewerbetreibenden haben mit der Gründung von G.u.T wichtige Pionierarbeit geleistet. Die Verschmelzung der Gewerbevereine ist im Juni 2015 geplant und steht somit unmittelbar bevor. Die Integration der Schwalm-Touristik ist im Frühjahr 2016 angedacht, womit auch das touristische Segment in einem Verein gebündelt wird. Die neu gestrickte Verbindung soll sich künftig insbesondere auch im Logo sowie im Innen- und Außenmarketing widerspiegeln. „Im Marketing sucht man stets nach Alleinstellungsmerkmalen, um sich vom Wettbewerb abzuheben. So auch im Stadtmarketing. Die historische Wasserfestung in Ziegenhain und die Totenkirche in Treysa sind besondere Bauwerke, die das Stadtbild in Schwalmstadt prägen. Besonderheiten, die bei den Stadtführungen bereits eingebunden sind, aber auch aktiv und laufend nach Außen kommuniziert werden müssen.“, erläutert Stadtmanager Alexander Dupont. Der Slogan fasst die Aktivitäten des Stadtmarketings plakativ zusammen „Einfach G.u.T!“ und weist mit einem Augenzwinkern auf die Ursprünge des Vereins hin. Als grafisches widererkennbares Hintergrundelement in den künftigen Werbemitteln im Print- und Onlinebereich dient eine Illustration, die sich am „Schwälmer Tanz“ anlehnt. Tradition und lokale Eigenheiten wie die Schwälmer Trachten sind wichtig, deren regionaltypische Farbgebung ebenfalls im neuen Stadtmarketing-Auftritt Anwendung findet.

Mit der Werbeagentur „Druckwerker“ aus Schwalmstadt-Ascherode wurde ein ortsansässiger Partner gefunden, der genau das umsetzt, was Schwalmstadt ausmacht. Das Logo und die Entwürfe des neuen einheitlichen Designs sind ein Werk von Michael Gsänger, der bereits das Signet der Salatkirmes oder auch das Rotkäppchen für die RotkäppchenCard entwickelt hat.

Die neuen Stil- und Designelemente sind aufeinander abgestimmt und sollen dabei helfen, dass die Stadt in sich Geschlossenheit entwickelt. Neue und bewährte Veranstaltungsformate oder auch die Eigenwerbung erhalten somit ein neues Gesicht und auch eine positive Außenwirkung. Es handelt sich um die Visitenkarte einer Stadt. Der Erfolg bei „Ab in die Mitte“ mit dem Erhalt einer Förderung in Höhe von 15.900 Euro hat die aktuellen Aktivitäten zur optimalen Vermarktung der Stadt Schwalmstadt in den Bereichen City-, Standort- und Tourismusmarketing unterstrichen. Die Veröffentlichung der einzelnen Medienauftritte erfolgt nun Schritt für Schritt und wird zu gegebener Zeit entsprechend bekannt gegeben.