

„Kultur Burgenland“ bittet vor den Vorhang

- Kultur Burgenland – Ziele & Umsetzung
- Kultur Burgenland – Sujet & Maßnahmen



"Kultur Burgenland" bittet vor den Vorhang

Im Burgenland gibt es zahlreiche Festivals und Veranstaltungszentren, die von der Oper bis zur Operette, von Theater bis zum Kabarett, vom Klassikkonzert über Jazz und Rock bis zu Reggae sämtliche Sparten des Kunst- und Kulturschaffens abdecken. Schlösser, Burgen, Kirchen und gut erhaltene Ortskerne zeugen von der hohen Kultur der Vergangenheit und den kulturellen Einflüssen der Volksgruppen und der angrenzenden Länder. Die vielen Museen und Galerien stehen für Historie und Moderne, für Tradition und Vision.

Das gesamte Spektrum des kulturellen Angebotes im Burgenland präsentiert sich gemeinsam unter der Dachmarke „Kultur Burgenland“. „Gebündelte Kraft statt Einzelkämpfertum“ ist das Motto.

Die burgenländische Kulturpolitik hat ein veritables Interesse daran, dass bestehende Ressourcen auf den Ebenen der Planung und Produktion sowie Kommunikation und Vertrieb effizient und effektiv eingesetzt werden; klare Verantwortung, positive Synergieeffekte, Auf- und Ausbau von Leistungspotentialen sowie Realisierung von Kostenvorteilen stehen in deren Zentrum.

„Durch die Bündelung von Kompetenzen sollen einerseits die Leistungsqualität gesteigert werden, andererseits soll diese Zusammenführung auch zu einer qualifizierten Kostensenkung führen“, skizziert Kulturlandesrat Helmut Bieler die Zielsetzung der Kultur Burgenland. Und weiter: „Wir wollen die vorhandenen Ressourcen der Museen und Veranstalter auf allen Ebenen der Planung, Produktion und Kommunikation bündeln und effizient einsetzen und zugleich einen kundenorientierten Service bieten. Somit wollen wir das erstklassige burgenländische Kulturangebot weiter ausbauen.“

„Zugleich wird gemeinsam mit dem Land Burgenland, dem Burgenland Tourismus und in Kooperation mit zahlreichen Kulturbetrieben die neue Dachmarke „Kultur Burgenland“ weiterentwickelt, unter der der Kulturcluster Burgenland in Zukunft vermehrt gemeinsam auftreten wird. Damit soll die Standortqualität des Burgenlandes als Kulturland gestärkt werden“, so Dr. Wolfgang Kuzmits, Geschäftsführer der Kultur-Service Burgenland.

Kultur Burgenland – Ziele & Umsetzung

Ausgangslage & Zielsetzung

Jedes Jahr finden über 700.000 Gäste aus dem In- und Ausland ihren Weg zu den unterschiedlichen Musik- und Theaterproduktionen sowie vielen weiteren Kunst- und Kulturevents.

Bisher haben die vielen Kulturinstitutionen des Landes ihre Werbemaßnahmen für sich gesetzt. Der Burgenland Tourismus hat mit der Kultur, als eine der Säulen der Vermarktung, Imagewerbung betrieben. Gefehlt hat eine detaillierte Abbildung des Kulturclusters, die nun im Print- und online-Bereich umgesetzt werden soll.

- **„Gebündelte Kraft statt Einzelkämpfertum“**
Das gesamte Spektrum des kulturellen Angebotes im Burgenland präsentiert sich gemeinsam unter der Dachmarke „Kultur Burgenland“.
- **„Kultur in der Natur“**
Eine Stärke des Burgenlandes ist, dass ein Großteil der Festivals und Kulturdenkmäler nicht in urbanem, sondern in ländlichem Gebiet beheimatet sind bzw. stattfinden. Die Verbindung und Vernetzung der Kultur mit den Säulen Natur und Wein entspricht auch der strategischen Ausrichtung des Burgenland Tourismus.

Das Ziel der Dachmarke „Kultur Burgenland“ ist es, das vielfältige Kulturangebot als zentrale Säule des touristischen Angebotes im Burgenland zu positionieren und die Kultur neben Wein, Sport, Natur und Wellness verstärkt zu vermarkten. In Akkordierung mit dem Burgenland Tourismus sollen zudem verstärkt neue Gästeschichten angesprochen werden. Diese Zielsetzung soll das Profil des Burgenlandes insgesamt schärfen und positionieren. Darüber hinaus ist die gemeinsame Vermarktung des burgenländischen Kulturangebotes auf der internationalen Bühne ein wichtiges strategisches Ziel.

Aktuelle Maßnahmen

Nach der Errichtung notwendiger Organisationsstrukturen tritt die Dachmarke nun als gemeinsame Klammer für die Kulturszene ins Rampenlicht.

Zu einer Dachmarke gehört auch ein stimmiger öffentlicher Auftritt, insbesondere ein Sujet, das Aufmerksamkeit erregt, die richtigen Assoziationen auslöst und in Erinnerung bleibt. Dieser wurde in den letzten Monaten erarbeitet. In einem Grafikwettbewerb wurde ein Key Visual entwickelt, das als verbindendes Stilelement im Marketing eingesetzt werden wird.

Eine Agentur entwickelte Konzepte für Printproduktionen, einen Web-Auftritt, Inserate, Medienkampagnen und weitere Maßnahmen für den gemeinsamen Auftritt der burgenländischen Kulturszene.

Kultur Burgenland – Sujet & Maßnahmen

Ideenwettbewerb

Für die Marke „Kultur Burgenland“ sollte ein Key Visual/Basis-Sujet gefunden werden, das geeignet ist, die drei Säulen der Marke „Kultur Burgenland“

- Festivals
- Veranstaltungszentren
- Museen | Galerien | Kulturdenkmäler

zu einer Einheit zu verbinden, ein „Gefühlsbild“ zu schaffen und gleichzeitig eine rasche Assoziation mit dem Burgenland zu ermöglichen. Es dient als Klammer für die nationale und internationale Werbung. Das derzeit in Verwendung befindliche Logo „Kultur Burgenland“ sollte dabei unverändert bleiben, aber für Werbemittel und Marketingmaßnahmen (Folder, Inserate, Dispenser, Website, Newsletter) durch das neue Stilelement grafisch ergänzt werden. Das Logo „Kultur Burgenland“ wurde in Anlehnung an das Logo des Burgenland Tourismus entwickelt: es repräsentiert die Eigenständigkeit der Kulturszene, die dennoch optisch erkennbar dem Burgenland als Tourismusdestination zugehörig ist (Stichwort Kulturtourismus).

Die Kultur-Service Burgenland und das Zentrum für Kreativwirtschaft haben dazu in Kooperation mit designaustria zu Jahresbeginn einen Österreich weiten, offenen Wettbewerb für GrafikerInnen ausgeschrieben. Eine Ausschreibung dieser Art gab es in Österreich das erste Mal.

Jury & Auswahl

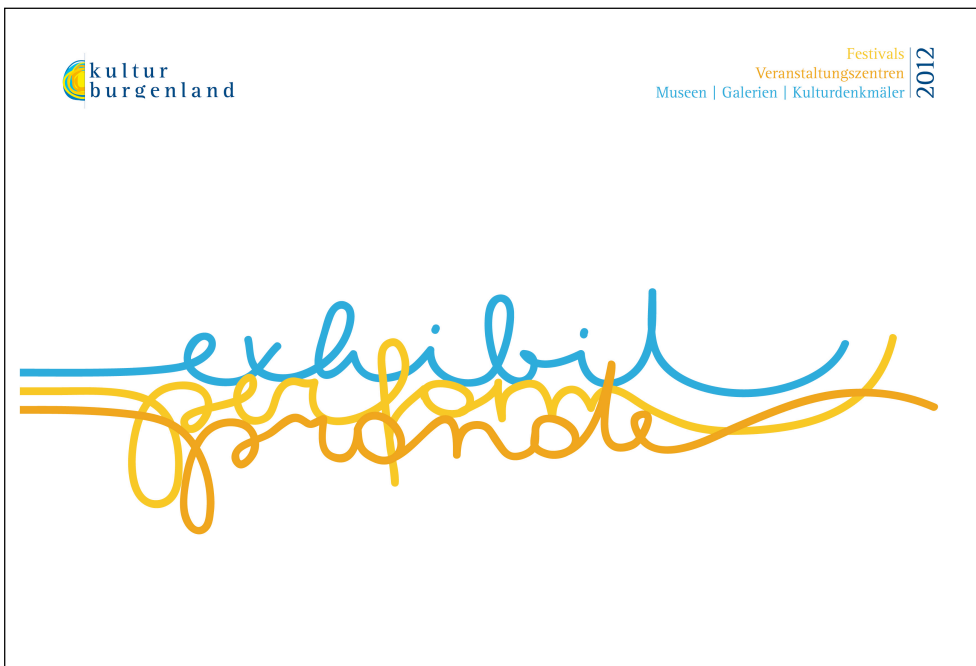
Am 30. März 2011 wählte eine Jury einen Entwurf aus. Insgesamt gab es bis 25. März 2011 44 Einsendungen aus Österreich. Somit musste die Jury aus 52 sehr unterschiedlichen aber an Ideen reichen Entwurfsvorschlägen eine Entscheidung treffen. „Es ist uns nicht leicht gefallen aus den unterschiedlichen und spannenden Entwürfen einen Sieger zu küren. Die Entscheidung der Jury fiel aber schlussendlich doch einstimmig auf Claudia Lecnik“, wie Dr. Wolfgang Kuzmits bei der Vorstellung der drei DesignerInnen in der Schlussauswahl festhielt.

Für den Koordinator der Kreativwirtschaft Burgenland, Dietmar Baurecht war es ein spannender Prozess: „Wir konnten auf eine Vielzahl möglicher Lösungsvorschläge zurückgreifen. Dieser Offene Ideenwettbewerb hat gezeigt, dass die Einreicher und Einreicherinnen weit über die rein grafische Gestaltung hinaus gedacht und dadurch weitere Kommunikationsbahnen zum Kunden eröffnet haben.“

Die Entscheidung fiel auf Claudia Lecnik (8cl grafikstudio). Die Jury begründete ihre Entscheidung wie folgt: „Es handelt sich um ein vielfältig einsetzbares, nachhaltiges Key Visual, das optimal eine mehrjährige Nutzung ermöglicht. Es stellt eine intelligente abstrahierte Weiterentwicklung des ‚Kultur Burgenland-Sujets‘ samt seiner Farben im Bezug zum Ursprungslogo dar.“

Das Sujet – perform, promote, exhibit

Die Designerin Claudia Lecnik entwickelte ein handgezeichnetes, typografisches Sujet, das die drei Themenbereiche durch seine schwingvolle, fröhliche, kunstsinnige und melodische Anmutung verkörpert. Die Schriftzüge perform (Festivals), promote (Veranstaltungszentren) exhibit (Museen, Galerien, Kulturdenkmäler) repräsentieren die gesamte Kulturszene. Es überzeugt auch durch die vielfältige und abwechslungsreiche Anwendbarkeit und erzeugt in den unterschiedlichen Werbemitteln einen verbindenden und fortlaufenden Effekt. Mit dem Logo „Kultur Burgenland“, das als „Absender“ fungiert, bildet es eine Einheit und ist durch das Bildsymbol des Sonnenlandes inspiriert. Die erklärenden Worte „Festivals“, „Veranstaltungszentren“ und „Museen | Galerien | Kulturdenkmäler“ bilden mit dem Key Visual eine Einheit. Dass die Schlagwörter englisch sind, erleichtert den Einsatz in der internationalen Vermarktung. Das Key Visual wird in der Marketingkampagne ab sofort eine tragende Rolle in der grafischen Umsetzung konkreter Marketingmaßnahmen spielen.



Werbemittel & Marketingmaßnahmen

Geplant in den Bereichen Werbemittel, Distribution, und Web sind beispielsweise

- Kulturkarte Burgenland
- Museumsfolder
- Eventbroschüre
- Kultur Burgenland Dispenser für Werbemittel und gemeinsamen Vertrieb
- Gemeinsame Inserate, Kampagnen und Medienkooperationen
- Gemeinsame Presseaktivitäten
- Neuer, interaktiver Web-Auftritt, www.kultur-burgenland.at
- Kulturkalender Burgenland
- Ticketing/Kartenvertrieb über das Besucher-Servicecenter der KSB

Die Agentur

Basierend auf dem Basissujet wurde eine weitere Ausschreibung unter Grafik-Agenturen vorgenommen. Das Basissujet wurde von den Agenturen in umsetzbare grafische Vorschläge für diverse Werbemittel und Marketingmaßnahmen gegossen. Aus fünf Einreichungen wurde die Agentur spreitzerdrei, Wien ausgewählt.

Der neue Auftritt

Kreativer Ansatz

Als Klammer für sämtliche Kommunikationsmaßnahmen seitens der Kultur Burgenland wurde sprichwörtlich ein Rahmen gewählt, der sich durch alle Werbemittel und Kommunikationsmaßnahmen zieht. Der Rahmen steht einerseits als Symbol für kulturelle Themen und bietet andererseits den optimalen grafischen Raum für das Corporate Design der Kultur Burgenland (Haupt-Absender) oder weitere Absender.

Anmutung

Der generelle Auftritt ist in seiner Tonalität bewußt sehr weiß, sehr zurückhaltend gestaltet. Die Kultur Burgenland läßt Spielraum innerhalb des Rahmens für die Bespielung von Aktivitäten aller Bereiche. Die Kultur-Service Burgenland GmbH ist als Dachorganisation klar erkennbar, spielt sich aber nicht in den Vordergrund.

Coverlinie

Auch die Coverlinie von Kultur Burgenland-Werbemitteln gliedert sich in den neuen Auftritt ideal ein. Es wurden bewusst stark reduzierte, in weiß gehaltene Sujets gewählt, die auch hier keine spezielle Kultureinrichtung bevorzugen oder in den Vordergrund stellen. Es bleibt Raum für den Betrachter seine eigene Interpretation anzustellen.

Sämtliche Werbemittel sollen auf der Ferienmesse im Jänner 2012 erstmals publikumswirksam eingesetzt werden.

Kulturkarte Burgenland

Diese Drucksorte ist als Ergänzung zu den derzeit bereits bestehenden Werbemitteln zu sehen. Seitens des Burgenland Tourismus wird bspw. ein Imagefolder zum Themenkreis Kultur aufgelegt, die einzelnen Kulturbetriebe produzieren ihre spezifischen Folder und Drucksorten.

Die Drucksorte „Kulturkarte Burgenland“ soll einen Überblick über die vielfältigen Kulturformate geben. Basierend auf der Topographie des Burgenlandes gibt es Basisinfos zu den Kulturbetrieben. Geplant ist ein breiter Vertrieb.



Museumsfolder

Diese Drucksorte enthält das jährliche Ausstellungsprogramm (inkl. Vermittlungs- und Veranstaltungsprogramm) von Landesmuseum Burgenland, Landesgalerie Burgenland, Haydn-Haus Eisenstadt, Liszt-Haus Raiding, Österreichisch Jüdisches Museum, Diözesanmuseum, Bergkirche und Domkirche in Eisenstadt.



Eventbroschüre

In der „Eventbroschüre“ sollen die zentralen Veranstaltungsstätten des Burgenlandes wie beispielsweise das Kultur- und Kongresszentrum Eisenstadt, das Liszt-Zentrum Raiding und die Orangerie im Eisenstädter Schlosspark präsentiert werden.



Dispenser Kultur Burgenland

Eine flächendeckende Verteilung der verschiedenen Drucksorten stellt eine wesentliche Maßnahme dar. Standorte für Kultur Burgenland-Dispenser als Teil der Gästeinformation vor Ort bei/in:

- Tourismusverbände und/oder Gemeindeämter im Burgenland
- Hotel und Gastronomiebetriebe im Burgenland, Niederösterreich, Wien und Ungarn
- Kultur- und Freizeitbetriebe im Burgenland, Niederösterreich, Wien und Ungarn

Web & Kulturkalender

Die „Kultur-Service Burgenland“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, das reichhaltige Kulturangebot im Burgenland medial transparent darzustellen. Aus diesem Grund wurde ein Relaunch der Website kultur-burgenland.at ausgeschrieben. Die Vorgaben des KSB wurden von der Linzer Webagentur roromedia aufgenommen und in einem Konzept umgesetzt, welches die Usability für die BesucherInnen im Web einerseits und die Vernetzung der kulturellen Einrichtungen im Burgenland andererseits optimal wiedergibt.

www.kultur-burgenland.at | Eine Plattform verbindet

Der Website-Besucher erhält nicht nur via der drei Säulen "perform-promote-exhibit", welche "Festivals", „Veranstaltungszentren“ „Museen | Galerien | Kulturdenkmäler“ widerspiegeln und die grafische Grundlage für das neue Website-Design bilden, Zugang zur gewünschten Information sondern auch standort-, themen- und zeitbasierend.

Der Einstiegspunkt "Destinationen" bedient NutzerInnen, welche sich ihr Angebot aufgrund ihres Reisezieles zusammenstellen. Die Inhalte sind dabei geografisch in die Regionen Nord, Mitte und Süd unterteilt und werden mittels einer interaktiven Karte präsentiert. Der Einstieg via "Themenübersicht" ermöglicht den NutzerInnen, nach seinen persönlichen Vorlieben und Interessen zu selektieren, mögliche Themen sind hier beispielsweise "Musik", "Ausstellungen" oder "Kinder". Als dritter Einstiegspunkt dient der umfassende Veranstaltungskalender, welcher alle Veranstaltungen zeitbasierend und übersichtlich darstellt. Die Kalenderansicht ermöglicht es den BesucherInnen, sein Angebot aufgrund seiner Reisezeit und Verweildauer im Burgenland zu selektieren.

Jedes Angebot ist somit geografisch, thematisch und zeitlich erfasst.

Dieses Konzept bietet der Website-BesucherIn eine optimale Planungsgrundlage ihres Burgenland-Aufenthaltes. Gleichzeitig wird es der komplett unbedarften ErstbesucherIn ermöglicht, ohne Kenntnis der einzelnen Angebote eine für sie maßgeschneiderte Information zu erhalten.

Somit will man versuchen, dass die große Bandbreite an Website-BesucherInnen (sehr breites Zielpublikum, unabhängig von Alter oder Interesse, einfach und ohne technische Hindernisse (Barrierefreiheit nach Standard WCAG 2.0) einzuladen, das Burgenland auf vielfältige Weise kennen zu lernen.

Durch den Einsatz eines Content Management Systems wird es ermöglicht, sehr flexibel die vorhandenen Informationen rasch und effizient upzudaten und zu kommunizieren. Anhand von Schnittstellen ist es technisch einfach umsetzbar, bereits bestehende Systeme in Zukunft automatisiert einzubinden, um so eine Vernetzung aller kulturellen Institutionen im Burgenland auf eine Plattform zu ermöglichen.



KSB - Kultur-Service Burgenland GmbH

Presse: Mag. Sigrid Weiß, Telefon: +43-2682-719-3116; Mobil: +43-664-842 78 89
sigrid.weiss@kulturservice-burgenland.at, www.kultur-burgenland.at