

## Das neue CD für die Marke Vorarlberg: „Ratio, Gefühl und Intuition“

Eva Engel hat mit ihrem Team der „agenturengel“ den Pitch für das Erscheinungsbild der neuen Marke Vorarlberg gewonnen. Im Interview erklärt sie ihre Gedanken zum CD der Marke Vorarlberg.

23.05.2019, 13:29



© AGENTURENGEL

Die agenturengel“ hat den Pitch für das Erscheinungsbild der neuen Marke Vorarlberg gewonnen.

### Wie fandet Ihr die Idee, diesen „etwas anderen“ Pitch für das CD der Marke Vorarlberg durchzuführen?

Das war eine sehr spannende, weil auch gänzlich neue Erfahrung für uns alle. Der gesamte Pitch wurde wirklich exzellent von unserer Fachgruppe betreut und durchgeführt – dafür an dieser Stelle nochmals großen Dank an die Verantwortlichen und all jene Kolleginnen und Kollegen, die sich persönlich eingebracht haben. An diesem Beispiel hat sich eindrücklich gezeigt, wie wertvoll die Arbeit der Wirtschaftskammer und der Fachgruppen gerade heute für mittelständische und kleine Unternehmen ist. Und es war überwältigend zu sehen, wie groß und bunt die Kreativbranche in Vorarlberg ist.

### Was war die größte Herausforderung - der Markentag oder die Ausarbeitung?

reativität braucht Raum – und Zeit. Ich habe mich auf dem Markentag mit vielen Kolleginnen und Kollegen unterhalten. Die Wenigsten haben wirklich nur auf dem Markentag an dem Logo bzw. dem Erscheinungsbild gearbeitet. Zwar wurde das Briefing erst am selben Morgen präsentiert, dennoch war uns allen bereits Wochen vorher klar, womit wir uns beschäftigen müssen. So haben wir agenturintern freie Stunden genützt, um uns intensiv mit der Marke Vorarlberg und allem, was rundum bereits publiziert war und geschehen ist, zu beschäftigen. Jeder für sich und dann auch wieder in gemeinsamen Runden. Ich selbst war mehrmals im vorarlberg museum – einen besseren Ort, um viel über Vorarlberg zu erfahren, gibt es wohl nicht. Am Markentag selbst musste dann für uns alles sehr schnell gehen, da wir am selben Tag noch eine andere Präsentation vorbereiten mussten.

### **Was waren Eure Überlegungen zum Erscheinungsbild der „Marke Vorarlberg“?**

Es ging uns in erster Linie darum, die inneren und äußeren Werte Vorarlbergs griffig auf den Punkt zu bringen. Gleichzeitig wollten wir widerspiegeln, dass Vorarlberg ein extrem facettenreicher Ort ist, der unglaublich viele Chancen bietet. Wir wollten ein Logo kreieren, das mit großer Kraft durchgängig und durchaus auch emotional das Land, die Menschen und ihre Visionen kommuniziert. Die Urform unseres vorgeschlagenen Erscheinungsbildes funktioniert ohne viele Zutaten in schwarz-weiß – auch das war uns sehr wichtig. Schlicht, zeitlos, immer und überall und in jeder Größe und Kombination sollte es anwendbar sein. Ob als Bildmarke oder ergänzt durch den Namen: Beide Varianten sind unverwechselbar, einzigartig, kontrastreich und wecken beim Betrachter nicht nur die Ratio, sondern auch Gefühl und Intuition.

### **Wie seid Ihr mit Wünschen wie „Wir wollen 2035 der chancenreichste Lebensraum für Kinder sein“ für die Entwürfe umgegangen?**

Unser Entwurf ist extrem variabel und wirklich jeder kann sich damit spielen und seine eigene Marke daraus kreieren. Wir wollten ein modulares Logo, das sich verändern darf, das lebt, das die Phantasie anregt, das – wenn man so will – mitwächst. Ich denke, genau diese Aspekte visualisieren das definierte markenstrategische Verdichtungselement auf sehr schöne Art und Weise äußerst treffend.

### **Vielen Dank für das Gespräch!**

**Zur Person:** Eva Engel ist seit über 30 Jahren als Creative Director, Konzeptionistin und Autorin in der Kommunikationsbranche tätig und seit 2010 Geschäftsführerin ihrer „agenturengel“. Mit ihrer Full-Service-Agentur mit den Schwerpunkten Brand Identity und Corporate Publishing betreut sie von Dornbirn aus hochkarätige Kunden und räumt regelmäßig internationale Awards ab.

*„Das Ziel der Marke Vorarlberg ist eine starke Identität nach außen und eine durchdachte Identifikation nach innen. Das Corporate Design der agenturengel bildet das perfekt ab.“*

### **Das könnte Sie auch interessieren**



### **„In rund zehn Jahren wird es in allen Berufen digitale Fähigkeiten brauchen“**

Beim Schulprojekt „Code4Kids“ machen Volksschulkinder auf spielerische Art erste Erfahrungen mit der Schlüsselkompetenz Programmieren. Initiator Udo Filzmaier im Interview. [➤ mehr](#)



### **Was wäre der Tag der Arbeit ohne Arbeitgeber?**

Am 1. Mai wird traditionell mit Umzügen und Zeltfesten der „Tag der Arbeit“ gefeiert. [➤ mehr](#)



### **„Wertschöpfung muss jeden Tag hart erarbeitet werden“**

Wirtschaftskammer-Präsident Hans Peter Metzler, Initiator des Strategieprozesses Dis.Kurs Zukunft, im Gespräch über die Notwendigkeit, die aktuellen und künftigen Herausforderungen in Gemeinsamkeit und Zusammenarbeit anzupacken. [➤ mehr](#)