

Anfrage

der Abg. Klubvorsitzenden Steidl und Forcher an Landeshauptmann Dr. Haslauer
betreffend die Kosten für die Erstellung einer Dachmarke bzw. diverser Wortbildmarken für
das Bundesland Salzburg

Bis 2006 blickte das Land Salzburg ein wenig neidvoll nach Tirol, wo es bereits seit 1974 eine einprägsame und international bereits etablierte Wortbildmarke („Tirol“) mit enorm hohem Wiedererkennungswert für das gesamte Bundesland gab.

Das Bundesland Salzburg wollte nun endlich nachziehen und auch eine einprägsame Wortbildmarke für das gesamte Bundesland, also für Stadt und Land Salzburg schaffen. Bis zu diesem Zeitpunkt gab es nämlich zwei Wortbildmarken für die Tourismuswerbung. Zum einen die Marke „Salzburger Land - Ein kleines Paradies“, welches von der Salzburger Land Tourismusgesellschaft und den Tourismusverbänden im ganzen Bundesland verwendet wurde und die Wortbildmarke der Stadt Salzburg, „Salzburg - Stage of the World“.

2005 wurde dieser Markenfindungsprozess zusammen mit einer Werbeagentur gestartet und im Mai 2006 wurde die Wortbildmarke „Salzburg - feel the inspiration!“ der Öffentlichkeit mit großer Euphorie vorgestellt. Der damalige Wirtschaftskammerdirektor Wolfgang Gmachl meinte damals: „Die Diskussion über eine Marke Salzburg habe 80 Jahre lang gedauert. Jetzt soll die neue Dachmarke die Bekanntheit von Salzburg in der Welt steigern.“

Um die neue Marke erfolgreich zu machen, müssten so viele Betriebe, Institutionen und Veranstalter wie möglich das neue Logo verwenden, hieß es damals unisono.

Tourismusressortchef Dr. Haslauer, der die neue Wortbildmarke für das Bundesland Salzburg federführend in Auftrag gab, meinte damals: „Um die neue Marke erfolgreich zu machen, müssten so viele Betriebe, Institutionen und Veranstalter wie möglich das neue Logo verwenden. Wenn sie dann sehen, wer aller dieses Logo verwendet, dann werden sie es auch verwenden und dann haben wir gewonnen.“

Lange hielt die Einigkeit zur neu geschaffenen Wortbildmarke - „Salzburg - feel the inspiration!“ offenbar nicht, denn bereits ein bis zwei Jahre später wurde der Schriftzug „SalzburgerLand“ unter die Wortbildmarke „Salzburg - feel the inspiration!“ hinzugefügt.

Nun ist aber die für die „Ewigkeit“ angelegte Wortbildmarke, „Salzburg - feel the inspiration!“ aus der Öffentlichkeit bzw. dem Auftritt des Landes Salzburg und der Salzburger Land Tourismusgesellschaft verschwunden. Ebenso wie das zwischenzeitlich von der Salzburger Land Tourismusgesellschaft verwendete Logo „SALZBURGERLAND.COM“.

2015 wurde eine neue Wortbildmarke von einem renommierten Salzburger Künstler kreiert und seit 2016 in die Tourismuswerbung des Bundeslandes Salzburg bzw. der Salzburger Land Tourismusgesellschaft integriert.

In diesem Zusammenhang stellen die unterzeichneten Abgeordneten die

Anfrage:

1. Was waren die genauen Gründe für die Auflassung der bis 2006 gültigen und bestens eingeführten Wortbildmarke „SalzburgerLand - Ein kleines Paradies“?
2. Was waren die Beweggründe für den Wortbildmarkenfindungsprozess an dessen Ende die Wortbildmarke „Salzburg - feel the inspiration!“ stand?
 - 2.1. Warum kamen sie zur Ansicht, dass das Bundesland Salzburg eine neue Wortbildmarke braucht?
 - 2.2. Warum musste eine neue Wortbildmarke 2006 in Auftrag gegeben bzw. entwickelt werden?
3. Was waren die Kosten für die Wortbildmarke „Salzburg - feel the inspiration!“ samt Markenfindungsprozess? (Es wird um Anführung der Gesamtkosten inklusive Aufschlüsselung der Zusammensetzung der Gesamtkosten, sowie der Anführung des bzw. der Ressorts aus denen die finanziellen Mittel des Landes zur Verfügung gestellt wurden, ersucht.)
4. Wie hoch waren die Kosten für die Werbekampagne zur Einführung dieser Wortbildmarke „Salzburg - feel the inspiration!“? (Es wird um Anführung der Gesamtkosten inklusive Aufschlüsselung der Zusammensetzung der Gesamtkosten, sowie der Anführung des bzw. der Ressorts aus denen die finanziellen Mittel des Landes zur Verfügung gestellt wurden, ersucht.)
5. Wie hoch waren die Kosten für die Hinzufügung des Schriftzuges „SalzburgerLand“ unter die Wortbildmarke „Salzburg - feel the inspiration!“? (Es wird um Anführung der Gesamtkosten inklusive Aufschlüsselung der Zusammensetzung der Gesamtkosten, sowie der Anführung des bzw. der Ressorts aus denen die finanziellen Mittel des Landes zur Verfügung gestellt wurden, ersucht.)
6. Wie hoch waren die Kosten für die Wortbildmarke „SALZBURGERLAND.COM“ samt Bewerbung der Einführung? (Es wird um Anführung der Gesamtkosten inklusive Aufschlüsselung der Zusammensetzung der Gesamtkosten, sowie der Anführung des bzw. der Ressorts aus denen die finanziellen Mittel des Landes zur Verfügung gestellt wurden, ersucht.)

7. Wie hoch waren die Kosten für die aktuell gültige Wortbildmarke „SalzburgerLand“, die von einem renommierten Salzburger Künstler entworfen wurde samt Bewerbung der Einführung? (Es wird um Anführung der Gesamtkosten inklusive Aufschlüsselung der Zusammensetzung der Gesamtkosten, sowie der Anführung des bzw. der Ressorts aus denen die finanziellen Mittel des Landes zur Verfügung gestellt wurden, ersucht.)
8. Sehen Sie das Projekt einer gemeinsamen Dachmarke für das Bundesland Salzburg als gescheitert an?
 - 8.1. Wenn ja, was sind die Gründe dafür?
 - 8.2. Wenn nein, wieso nicht?

Salzburg, am 14. Juni 2019

Steidl eh.

Forcher eh.