



Liebe Medienschaffende

Als Agentur sind wir im Ideen-Wettbewerb vor die Herausforderung gestellt worden, eine visuelle und textliche Klammer für den gesamten OLMA-Gastauftritt des Kantons Thurgau zu kreieren. Dabei sollen die Kernwerte des Thurgaus transportiert zum Ausdruck kommen: überraschend, spannend, erholsam, vernetzt. Weiter stand im Briefing, dass der Auftritt frisch, selbstbewusst und emotional sein soll.

Früh stand für uns als Agentur fest: Es muss ein Slogan für den OLMA-Auftritt erarbeitet werden. Alleine mit dem Erscheinungsbild des Kantons kann an der OLMA zu wenig Aufmerksamkeit und Interesse generiert werden. «De Leu isch los!» wurde konzipiert, im Detail mit dem Auftritt unseres Kantons verknüpft und als Vorschlag eingereicht.

Identifikation nach innen und aussen

Mit dem Slogan schaffen wir Identifikation. Der Thurgau ist der einzige Kanton mit dem Löwen als Wappentier. Das Wappen, Ausprägung von Stolz und Heimatgefühl gegen innen wie gegen aussen, wird einfach erkannt. Wappen zieren Fahnen, Pins, Lokomotiven usw. und jedes Mal, wenn man ein Thurgauer Wappen sieht, ist man als Thurgauer emotional berührt. Aus dem Thurgauer Wappen haben wir auf die Essenz gesetzt: den Löwen. Weiter baut der Slogan Spannung auf und bietet eine Fülle an möglichen Massnahmen – von spektakulär bis trendig.

Zweideutig eindeutig

Mit «De Leu isch los!» verbinden wir zwei Bedeutungen: Der Thurgau macht sich auf den Weg nach St. Gallen, um als Gastkanton an der Olma Spuren zu hinterlassen. Wir zeigen in den elf OLMA-Tagen selbstbewusst, was unser schöner Kanton zu bieten hat. Dies machen wir in Anlehnung an den gängigen Satz «Do isch dä Bär los» und begeistern die Messebesucher mit einem eindrücklichen, bleibenden Auftritt als Gastkanton.

Wappentier und Apfel vereint

Die sympathische Kombination des Standortmarketing-Logos unseres Kantons, dem Slogan und dem markanten Key Visual der Prankenspur, ist die Grundlage des Erscheinungsbildes. Mit den Thurgauer Farben und dem Horizontbalken aus dem Kantonsauftritt bilden sie nun die visuelle Klammer rund um den OLMA-Auftritt 2017. Sämtliche Massnahmen werden in diesem Erscheinungsbild gestaltet und so der Gastauftritt an der Olma auch visuell markant unterstrichen.

Philipp Koch, Inhaber/Geschäftsleiter Koch Kommunikation AG, Frauenfeld, www.koch-k.ch