

**FLACHAU**

***Flachau Brandbook V3.0***

***[www.flachau.com](http://www.flachau.com)***





# FLACHAU

- 1. Einleitung ..... 04**
  
- 2. Destination ..... 06**
  - 2.1. Beschreibung ..... 07
  - 2.2. Leistungsversprechen ..... 08
  - 2.3. Strategisches Markenprofil ..... 09
  - 2.4. Kommunikative Positionierung ..... 10
  - 2.5. Operatives Kommunikationsmuster ..... 11
  - 2.6. Claim ..... 12
  
- 3. Visuelle Erscheinung ..... 14**
  - 3.1. Grafische Elemente ..... 15
    - Logo ..... 15
    - Logo mit Claim ..... 19
  - 3.2. Bildsprache ..... 20
    - Lifestyle- und Actionfotos ..... 20
    - Landschaftsfotos ..... 21
    - Verfügbarkeit der Bilder ..... 22
  
- 4. Textstil ..... 24**
  - 4.1. Anrede und Absender ..... 25
  - 4.2. Corporate Wording ..... 26
    - Beispiele aus der Kommunikation ..... 26
    - Schlagworte ..... 27



**1. Einleitung**



## 1. Einleitung

### Flachau Brand Book V3.0

Dieses Handbuch dient als Hilfsmittel für jeden, der tagtäglich mit der Marke Flachau arbeitet und diese nach außen hin präsentiert.

Durch einen einheitlichen Markenauftritt und eine einheitliche (Bild-)Sprache wird ein konsistentes Markenbild in den Köpfen der Verbraucher erzeugt und die Marke Flachau langfristig gestärkt.

Um eine einfache Wiedererkennung in der Öffentlichkeit zu ermöglichen und um Kommunikationsprozesse zu standardisieren, basiert dieses Handbuch auf dem Motto „eine starke Marke spricht mit einer Stimme“. Es zeigt die wichtigsten Regeln und hilft uns allen, unsere Botschaften mit der Markenpersönlichkeit in Einklang zu bringen.



**2. Destination**

## 2. Destination

---

### 2.1. Beschreibung

Flachau ist eine Tourismusdestination in der Salzburger Bergwelt, die im Sommer wie im Winter Menschen bei sportlichen und geselligen Anlässen verbindet und so persönlichen Urlaubsspaß schafft.



## 2. Destination

---

### 2.2. Leistungsversprechen

Um die Anforderungen des strategischen Markenprofils zu erfüllen, gilt es, die nebenstehenden Leistungsversprechen einzulösen.

## Flachau...

- **inspiriert und motiviert** Gäste, **neue Sportarten** auszuprobieren, zu erlernen und zu genießen.
- ermöglicht **außergewöhnliche, persönliche Erlebnisse** auf der sportlichen und menschlichen Ebene.
- schafft **Plattformen der Begegnung und Lebensfreude**, indem es Menschen zusammenführt, die **sportliche und gesellige** Erlebnisse in der Gruppe suchen.
- organisiert die touristische Leistungskette perfekt und sorgt für **maximale Bequemlichkeit** und **größtmöglichen Komfort**.

## 2. Destination

### 2.3. Strategisches Markenprofil

Die folgenden Elemente charakterisieren das Markenprofil der Destination Flachau und zeigen die strategische Entwicklung auf. Diese ermöglichen es Flachau, eine einzigartige Position auf dem Markt der alpinen Urlaubsdestinationen einzunehmen.



## ***2. Destination***

---

### ***2.4. Kommunikative Positionierung***

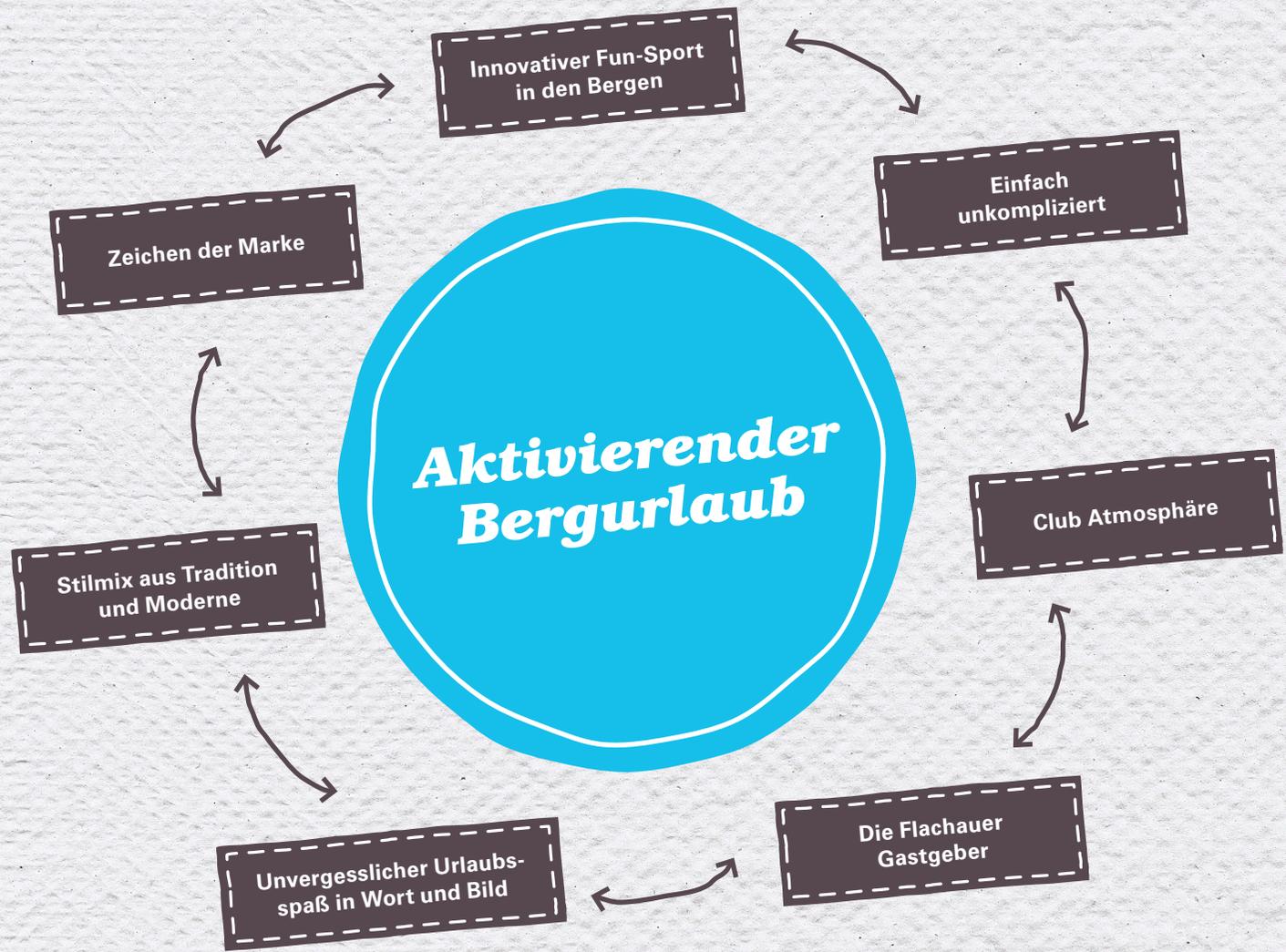
Die kommunikative Positionierung stellt die Quintessenz aus dem Leistungsversprechen dar.

Dem Publikum soll vermittelt werden, dass man in Flachau einfache Bergerlebnisse in geselliger Atmosphäre und ungezwungenen Urlaubsspaß in der Gemeinschaft erlebt.

## 2. Destination

### 2.5. Operatives Kommunikationsmuster

Um dieses Ziel zu erreichen, dreht sich die gesamte Kommunikation um die nebenstehenden 7 Elemente und ermöglicht so eine kommunikative Differenzierung, Wiedererkennbarkeit und Markenzuordenbarkeit. Diese 7 Elemente bündeln sich in der Positionierung Flachaus als Anbieter von aktivierendem Bergurlaub.



## 2. Destination

---

### 2.6. Claim

Das operative Kommunikationsmuster findet im Marken-Claim „Am Gipfel der Gaudi“ Ausdruck.

Der Claim bezieht sich sowohl auf die Bergwelt („Gipfel“), als auch auf die „ultimativen“ Sport-, Party- und Freizeitmöglichkeiten, die dem Gast in Flachau geboten werden. Im Sommer wie im Winter, beim Sport und beim Feiern kann man hier unkompliziert maximales Urlaubsvergnügen erleben.

„Am Gipfel der Gaudi“ steht für ein Ferienressort der Superlative – wer hier keinen Spaß hat, ist selbst Schuld!

Am  
Gipfel der  
Gaudi





**3. Visuelle  
Erscheinung**



**FLACHAU**

### **3. Visuelle Erscheinung**

---

#### **3.1. Grafische Elemente**

##### **Logo**

Das Flachau Logo verwendet weiße, handgezeichnete Versalien auf rotem Grund. Eine lebendige Linienführung mit organischer Anmutung erstellt eine Kontur. Dies kommt in Gestalt von Schrift, Form und Haarlinie zum Ausdruck.

Es kann sowohl auf einfarbigen Hintergründen, als auch Texturen und Bildern verwendet werden. Hauptaugenmerk sollte dabei immer auf einer guten Sichtbarkeit der Marke Flachau liegen.

**! ACHTUNG: DAS LOGO DARF UNTER KEINEN UMSTÄNDEN IN IRGEND EINER FORM VERÄNDERT WERDEN!**

## 3. Visuelle Erscheinung

### 3.1. Grafische Elemente

#### Logo Größe

Der Aufbau des Logos ist streng definiert und darf unter keinen Umständen geändert werden.

Prinzipiell muss die Logo-Größe immer dem Umfeld entsprechend angepasst werden. Die Mindestbreite für das Logo beträgt 20 mm. Dabei muss stets die volle Lesbarkeit des Schriftzugs garantiert sein.

Bei elektronischen Medien soll die Abbildungsgröße 80 px nicht unterschreiten.

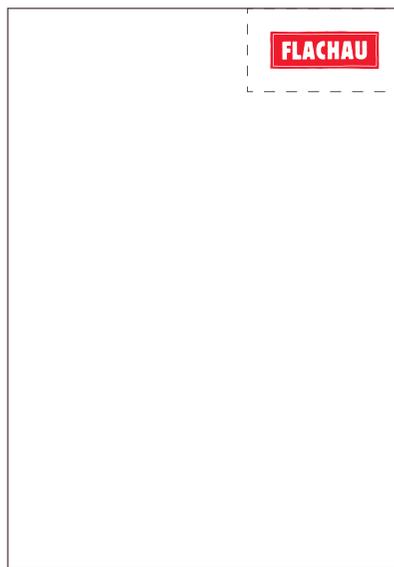


Mindestgröße Print  
20 mm

FLACHAU

Mindestgröße Web  
80 px

FLACHAU



Logoplatzierung Hochformat



Logoplatzierung Querformat



Logoplatzierung Visitenkarte

## 3. Visuelle Erscheinung

### 3.1. Grafische Elemente

#### Logo Platzierung

##### Mindestabstand

Um das Logo herum muss immer ein bestimmter Freiraum eingehalten werden – dieser beträgt zu allen Seiten 60% der Logohöhe (A). Der Freiraum ist immer als Abstand zu anderen Gestaltungselementen bzw. Seitenrändern einzuhalten. Ausgenommen sind Logo-zusätze wie z.B. Claim laut Definition.

##### Positionierung

Sofern es die Rahmenbedingungen erlauben, sollte das Logo immer rechts oben positioniert werden, stets „Am Gipfel der Gaudi“. Eine zentrierte Positionierung kann in speziellen Anwendungen – etwa bei prominenter Verwendung für Brandingzwecke – eine zulässige Alternative sein (z.B. Visitenkarte).

# 3. Visuelle Erscheinung

## 3.1. Grafische Elemente

### Logo Einsatz bei Dritten

#### Kombination mit Partnerlogos

Der Zusammenschluss soll eine Partnerschaft, nicht jedoch eine Einheit repräsentieren.

- Der Abstand zwischen den beiden Logos wird nach der Höhe des Flachau Logos (A) berechnet und muss je nach Positionierung mindestens 30% (B) oder 50%(C) betragen.
- Die Mindestbreite des Flachau Logos beträgt 20 mm.
- Die Größe des Partnerlogos muss so gewählt werden, dass das Partnerlogo und das Flachau Logo proportional gleichwertig erscheinen.

Kombination mit einem Partnerlogo



Logos untereinander

Logos nebeneinander



Negativ Beispiele



Logo + Claim Standard  
positiv



Logo + Claim 1-zeilig  
positiv



Logo + Claim Standard  
negativ



Logo + Claim 1-zeilig  
negativ



**FLACHAU**

### 3. Visuelle Erscheinung

#### 3.1. Grafische Elemente

##### Logo + Claim Kombinationen

Es stehen 2 Versionen der Logo + Claim Kombinationen mit unterschiedlichen Gewichtungen – je nach Art und Zweck der Verwendung – zur Verfügung.

##### Logo + Claim Standard

In dieser Version liegt das Augenmerk klar auf dem Claim und dessen imagebildender Wirkung. Achtung: Diese Kombination von Logo und Claim darf nur verwendet werden wenn das allein-stehende Flachau Logo selbst nicht noch an anderer Stelle verwendet wird (das Logo darf nie doppelt stehen).

##### Logo + Claim 1-zeilig

Diese Version bietet sich an, wenn dem Claim nur eine untergeordnete Rolle zukommen soll. Bei dieser Version dominiert klar das Flachau Logo.

# 3. Visuelle Erscheinung

## 3.2. Bildsprache

### Lifestyle- und Actionfotos

Motive, Bildinhalte und Situationen:

- Personen sind immer in einer authentischen, ehrlichen Situation zu sehen, z.B. beim Sport, beim Feiern, beim Genießen.
- Action ist niemals extrem. Entweder ganz lockere sportliche Tätigkeit in toller Umgebung oder der Moment kurz nach dem Erlebnis, wenn die Emotion noch da ist.
- Personen werden immer in der Gruppe oder als Familie gezeigt. Einzelne Personen werden nicht abgebildet.
- Die zentrale Bildaussage ist immer: Gaudi/Spaß, Lebensfreude, Wärme, Gemütlichkeit, Wohlbefinden.





# FLACHAU

## 3. Visuelle Erscheinung

### 3.2. Bildsprache

#### Landschaftsfotos

Motive, Bildinhalte und Situationen:

- Bildfokus liegt primär in der Landschaft, im Hintergrund sollen Gaudi/Spaß, Lebensfreude, Gemütlichkeit, Wohlbefinden und Aktiv sein zentral behandelt werden.
- Personen sind immer aus größerer Entfernung in einer lustigen oder aktiven Haltung auf den Fotos abgebildet.
- Fotos sollen möglichst weitwinkelig fotografiert werden, im Hintergrund sollen wenn möglich immer Bergsilhouetten zu sehen sein, die dem Bild mehr Tiefe geben.
- Die „Rule of Thirds“ sollte beachtet werden, so dass der Horizont circa auf der oberen oder unteren Drittelinie des Bildformats liegt.
- Idealerweise gibt es Elemente im Vordergrund, die den Blick ins Bild hinein führen, wie z.B. Pflanzen, Zaun, Steine, etc.
- Der Himmel sollte im Idealfall blau sein. Einige „Schönwetterwolken“ können den Himmel spannender machen.



# 3. Visuelle Erscheinung

## 3.2. Bildsprache

### Verfügbarkeit der Bilder

Es gibt Sujetbilder für Mitgliedsbetriebe, die mit und ohne Filter erhältlich sind. Die Bilder stehen den Mitgliedsbetrieben zum Download im Fotopool unter [www.flachau.com/intranet](http://www.flachau.com/intranet) zur Verfügung, oder auf Anfrage im Büro des Flachau Tourismus.

! ACHTUNG: BEI DER VERWENDUNG DER BILDER IMMER „© FLACHAU TOURISMUS“ IM IMPRESSUM BZW. BEI DRUCKSORTEN ANFÜHREN.

Bildbeispiele für  
Sujetbilder



Bildbeispiele für  
Füllbilder







## 4. Textstil

# Anrede und Absender

Der Sprachstil von Flachau entspricht den wichtigsten Charakteristika und Grundwerten der gesamten Kampagne: **offen, herzlich, authentisch und einladend.**

Die Satzstruktur ist **kurz und leicht verständlich**, der Leser wird **im Plural** angesprochen.

Um die persönliche Ansprache möglichst direkt zu gestalten, werden kurze, aktivierende Sätze verwendet. Aufforderungen, aktive Formulierungen und positiv besetzte Ausdrücke sorgen dafür, dass sich der Gast als Teil der Flachauer Gemeinschaft fühlt. Um das Lokalkolorit in den Vordergrund zu stellen, dürfen – soweit zum Thema passend – stellenweise auch **umgangssprachliche bzw. Dialekt-Wörter** verwendet werden („Gaudi“, „Dirndl“, „Brettljause“,...) solange diese im Kontext auch für Gäste leicht verständlich sind.

Flachau tritt als **Absender** gerne als „**Wir**“ auf, um den einladenden, menschlichen Eindruck zu verstärken und dem Gast das Gefühl zu geben, dass „echte Menschen“ sich auf ihn freuen.

Der gesamte Kommunikationsstil soll dem Leser vermitteln, „**mitten drin**“ zu sein und von den Flachauer Gastgeber **herzlichst, authentisch und unkompliziert** aufgenommen zu werden.

## 4. Textstil

### 4.1. Anrede und Absender

## 4. Textstil

---

### 4.2. Corporate Wording

#### Beispiele aus der Kommunikation

# **Beispiele aus der Kommunikation**

Auf geht's nach Flachau, dem Gipfel der Gaudi.

Ihr wollt Luft unter euren Brettern? Dann nichts wie hin ins Skigebiet Flachauwinkel-Kleinarl!

Seid dabei, wenn sich Flachau am Abend zum Alpen-Party-Hotspot verwandelt.

Party, Pisten, Programm ohne Ende: Gaudi maximal beim großen Winter Saison-Opening in Flachau – seid dabei!

Neben einem großen Ski-Testcenter mit den neuesten Top-Produkten warten verschiedenste Funsportarten zum Ausprobieren auf euch, während am Abend Après-Ski-Fans bei gepflegter Hüttengaudi und coolen Live Acts die Nacht zum Tag machen können.

Bei so viel Action muss natürlich auch für das leibliche Wohl gesorgt werden! Besonders gut eignet sich da das urige „Season Opening“-Menü, das während der gesamten vier Tage im Berggasthof Munzen angeboten wird – auf Seite XX könnt ihr euch dafür schon mal das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen! Also: Termin schon mal rot im Kalender anstreichen und am besten gleich eines unserer Spezial-Packages buchen – wir sehen uns auf der Piste!

# Schlagworte

Abenteuer	Gemeinsam	Schmäh
Action	Genießen	Schmankerl
Alpen-Hotspot	Gesamtpaket	Schnapserl
Auspowern	Gipfel	Servus
Bärig	Gruppe	Spaßfaktor
Bereit	Herzblut	Sport
Berge	Herzlich	Traditionell
Bodenständig	Highlights	Ultimativ
Brettljausn	Hit	Unkompliziert
Buam	Hochgefühl	Unkonventionell
Charmant	Hüttenzauber	Uns
Club	Inklusive	Urig
Cool	Kultig	Urlaub
Dahoam	Lässig	Veranstaltungen
Dirndl	Madln	Vergnügen
Easy	Maximal	Winterspaß
Echt	Neues	Wir
Einfach	Outdoor	Wirt
Einkehrschwung	Party	Wow
Entdecken	Pistengaudi	Zünftig
Erlebnis	Programm	Zusammen
Events	Puls	
Feiern	Pulverschnee	
Firn	Pur	
Freunde	Ratschen	
Fun	Relaxen	
Gaudi	Ressort	

**FLACHAU**

## 4. Textstil

### 4.2. Corporate Wording - Schlagworte

#### Schlagworte

Die nebenstehenden Begriffe stellen eine beispielhafte Sammlung von Wörtern dar, die den Sprachstil von Flachau repräsentieren.

- Diese Begriffe sind nur als grober Anhaltspunkt zu sehen.
- Diese Liste ist nicht exklusiv und kann jederzeit erweitert werden.
- Eine inflationäre Verwendung der Begriffe ist zu vermeiden.

**FLACHAU**

**Flachau Tourismus**

Hermann-Majer-Platz 1  
5542 Flachau, Österreich

T: +43 (0) 6457 22 14  
F: +43 (0) 6457 22 14-16  
info@flachau.com

***www.flachau.com***