

Vom St.-Martin-Wappen zum Logo

Oberteuringen übersetzt die Symbolik des Teilens in neues Corporate Design

Von Gudrun Schäfer-Burmeister

OBERTEURINGEN - Oberteuringen hat ein neues Markenzeichen. Das Corporate Design wurde beim Neujahrsempfang der Öffentlichkeit vorgestellt.

Auf ihren Sitzplätzen fanden die Gäste des Neujahrsempfangs im Oberteuringer Gemeindesaal „Die Post“ in diesem Jahr Papiertütchen mit süßen Grüßen darin. Eine kleine hölzerne Wäscheklammer diente als Tütenverschluss und Halt für das Faltblatt, das ebenso wie die Banderolen um die fairen Schokoladenstückchen in den neuen Werbefarben der Gemeinde Oberteuringen gehalten war. Blau- und Beigetöne und ein Logo mit geteiltem Schriftzug. „Ober“ gliedert sich auf die Ebenen über und unter das Wort „teuringen“.

Entwickelt wurde das grafische Bild zum Preis von 15.000 Euro vom Ravensburger Unternehmen „d-werk Kommunikation- und Gestal-

tung“ in einer Arbeitsgruppe mit dem Schul- und Kulturausschuss. Die Besonderheiten der Gemeinde Oberteuringen sollten herausgearbeitet und im neuen Markenzeichen zum Ausdruck gebracht werden.

Stephan Kämmerle zeigte in einer Präsentation die Entwicklungsschritte auf – in einem Workshop aufgefächert, was Oberteuringen ausmacht. Zentral und naturverbunden in der Region gelegen, mit Obstbau gesegnet, als Wohnort beliebt und durch ein hohes Maß an sozialem Miteinander in Form von aktivem Vereinsleben und inklusiven Projekten durch die Menschen und ihr ehrenamtliches Engagement geprägt, lautet die Essenz. „Oberteuringen: Weil es uns verbindet! Wir sind selbstbewusst und eigenständig. Wir verbinden dörfliche Tradition und modernes Leben. Wir liegen mittendrin und agieren miteinander. Wir sind vielfältig und eine starke Gemeinschaft.“ Diese Leitgedanken galt es, in ein grafisches Markenbild



Das neue Logo der Gemeinde Oberteuringen.

FOTO: D-WERK

umzusetzen, das dem Anspruch von Klarheit, Zeitlosigkeit und Reduktion gerecht wird. Orientierung bot dabei das in Oberteuringen vielfältig anzutreffende St. Martinswappen und das implizite Prinzip des Teilens: Etwas zu teilen verbindet und schafft Mehrwerte. Allein die Wappenform und die Farbe Blau in verschiedenen Nuancen wurden dabei weiterverwendet. In der typografischen Gestaltung des Schriftzugs wiederholt sich die Botschaft des

Teilens. In den Worten von Kämmerle: „Das Wort „ober“ wird zunächst geteilt. Da durch das Teilen aber nichts verloren gehen soll, sondern Mehrwerte geschaffen werden, wird das Wort jetzt wieder ergänzt und vervollständigt. Das fertige Markenzeichen: Das Herzstück „teuringen“ wird integriert. Es steht eingefasst in den Gedanken des Teilens.“

Als Erstes soll das Corporate Design beim Briefpapier im Rathaus und bei der Gestaltung der neuen

Homepage zum Einsatz kommen. Eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten ist denkbar und wurde in der Präsentation beispielhaft gezeigt. Die Resonanz der Festgäste auf das neue Logo war durchweg positiv, teils sogar von Humor begleitet, wie die folgenden Stimmen zeigen, gesammelt beim Anstoßen auf das neue Jahr:

„Ein bisschen wie Dachplatten – früher sagte man Biberschwänze. Sieht nicht schlecht aus, ist einfach und alles ist drin.“ „Es ist gut gelungen, mit dem Hintergrundbericht ist es leichter zu verstehen.“ „Ich finde es richtig super. Es bezieht die Teilgemeinden mit ein, weil Teuringen in der Mitte steht.“ „Super, bestens. Toll wär's, wenn's nichts gekostet hätte.“ „Eigentlich gut. Aber brauchen wir das? Das alte war auch gut. Oberteuringen, das ist Obstbäume und Spätzle. Mal sehen, was wir in der Fasnet draus machen.“ „Gut, dass es wirklich variabel ist und vielseitig verwendbar.“