

Rotenburg krönt die Natur

Autorin erläutert Entwurf ihres Markenzeichens

ROTENBURG. Beim Deutschen Patent- und Markenamt in München hat Doris Gutermuth ihren Entwurf mit dem Slogan „Rotenburg...natürlich an der Fulda“ von Frithjof Schild zur Eintragung einer Marke in das Register angemeldet. Das Aktenzeichen: 302008015412.8.

Der Slogan „Rotenburg... natürlich an der Fulda“ zeige drei Punkte als typografische Schriftzeichen auf, die fester Bestandteil des Slogans seien, erläutert Doris Gutermuth. Und: „Diese drei Punkte sind im Rotenburg-Logo zu grafischen Bildzeichen mit Symbolcharakter umgestaltet worden.“ Gutermuth beschreibt ihre Marke so:

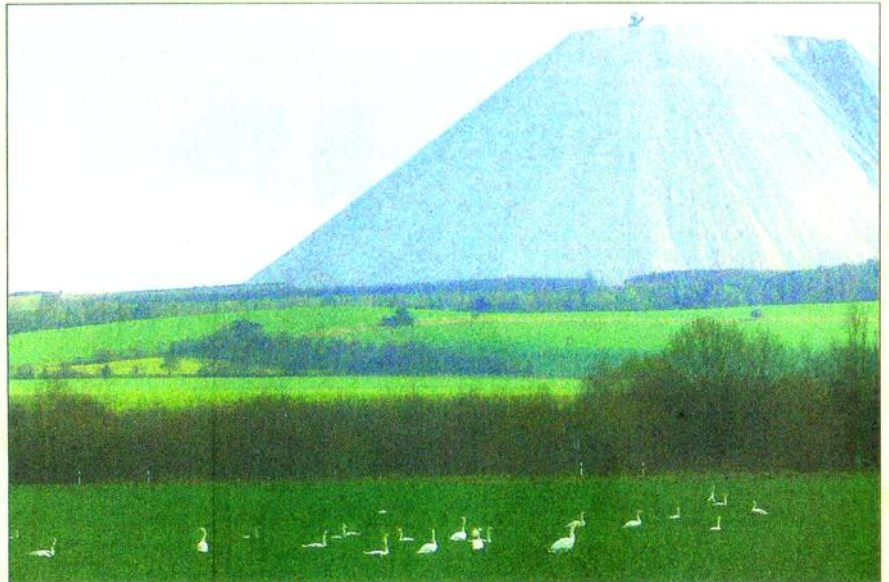
- Der rote Punkt, als Zeichen für Städte und Ortschaften auf Landkarten, symbolisiere die Stadt Rotenburg.
- Der Schriftzug Rotenburg und der rote Punkt seien in identischer Farbe ausgeführt.
- Der grüne Punkt, auf dem der rote Punkt zentriert abgebildet ist, stehe als Sinnbild für den Landkreis Hersfeld-Rotenburg im waldreichsten Bundesland Deutschlands: „Der grüne Punkt wird somit

zum grünen Kreis, der den roten Punkt umgibt. Rotenburg ist umgeben von waldreicher Natur.“ Der Schriftzug „natürlich“ und der grüne Kreis seien in identischer Farbe ausgeführt.

• Der kleine rote Punkt auf dem Buchstaben „U“ sei dem vielbeschworenen Pünktchen auf dem „i“ entlehnt - das als Synonym für den krönenden Abschluss verstanden werde und dem Schriftzug „...natürlich an der Fulda“ die herausragende Bedeutung verleihen solle. Gutermuth: „Rotenburg - als roter Punkt symbolisiert - krönt die waldreiche Natur, von der die Stadt umgeben ist.“ Der kleine rote Punkt ist in identischer Farbe sei der große rote Punkt ausgeführt.

• Der stilisierte Flusslauf der Fulda in blauer Farbe gibt nach den Worten der Autorin die kartografische Abbildung der Fulda innerhalb der Stadt Rotenburg wider. Der Schriftzug „an der Fulda“ und der stilisierte Flusslauf sind in identischer Farbe ausgeführt. (m.s.)

Kontakt: Doris Gutermuth, Kassel, 0561/41060, E-Mail: post@gutermuth-kassel.de www.gutermuth-kassel.de



Raps - Delikatesse für die Höckerschwäne

Ein Schwarm Höckerschwäne auf einem Rapsfeld im Bossenöder Rhäden. Die Tiere lassen

sich die Rapsblätter, in Anbetracht des im späten Winter nicht so reich gedeckten Nah-

ungstisches, schmecken, und sind zum Leidwesen der Bauern täglich auf den Feldern auf

Futtersuche. Im Hintergrund der Monte-Kali im Abendlicht. (zos)

Foto: Bratke

Lesermeinung

Mit Fuldapferd

Thema: Neues Logo für Rotenburg

Zum Logo-Wettbewerb schreibt dieser Leser. Mein Vorschlag: Wir behalten das alte Logo bei, lediglich (...) die Fulda und der Alheimer-Turm werden grafisch mit einbezogen und ein neuer, zeitgemäßer Sympathieträger erfunden.

Aufgabe des modernisierten Logos ist, eine erhöhte Aufmerksamkeit zu erzielen, Sympathien zu wecken, sowie im positiven Sinne die Unterscheidung von Rotenburg ob der Tauber zu Rotenburg an der Fulda klar darzustellen. Dies erreicht man (...), wenn man im alten Logo (...) die Fulda grafisch stilgerecht einfügt. Damit ist eindeutig die Lage direkt am Fluss erkennlich.

Als neuen Sympathieträger könnte man ein neues Tier kreieren, das einmalig und unverwechselbar auf der Welt ist. Auch der Name des Tieres sollte einmalig sein. Sowohl der Name als auch das Tier sollten einen Bezug zu Rotenburg an der Fulda aufweisen.

Das Tier könnte eine Mischung aus Zebra, Pferd, Flusspferd und farbigem Blickfang sein. Wie klingt der Name Fuldapferd? Er setzt sich aus Flusspferd und dem Fluss Fulda zusammen. Es schaut mit großen freundlichen Augen zum Betrachter, ist peppig sympathisch, aufgeschlossen bunt, liebt den Fluss und läuft gerne durch das schöne Rotenburg. So wie wir Rotenburger! Mit dem modernisierten alten Logo verbindet der Tourist auch weiterhin Kultur, das Fachwerkstädtchen, Natur

und Freizeitspaß um- und an der Fulda, sowie das freundliche Gemüt der Einwohner.

Das Fuldapferd wäre so sympathisch und einprägsam, dass es niemand mehr vergessen kann und will. Es ist auch so positiv ungewöhnlich, dass es zum Gesprächsstoff wird.

Man könnte tolle Aufkleber- und zum Beispiel kleine Schlüsselanhänger, als naturgetreues Maskottchen, vom Fuldapferd herstellen. Bei Stadtfesten könnte man weiße Ponys mit Wasserfarbe so bemalen wie das Fuldapferd und durch die Stadt führen. Wie würden da die großen und kleinen Leute schauen, Spaß haben und fotografieren. Das lockt vielleicht sogar die Presse und das Fernsehen an. Weiterhin könnte man das Fuldapferd, eventuell mit Fohlen (so süß wie Knut der Eisbär), auf eine Werbetafel in Lebensgröße drucken, ausschneiden und zu bestimmten Festen an der alten Brücke in die Fulda stellen, so wie es sich für ein richtiges Flusspferd gehört. Das wirkt wie echt.

Auf Tourismusmessen kann die Stadt dann diese „echten“ Fuldapferde als Blickfang einsetzen. Jeder Besucher kommt bestimmt gespannt zum Messtand, will diese neuen unbekannt Tiere anschauen und fragt sich dabei: „Was das wohl für ein sympathisches und tolles Fachwerkstädtchen ist?“ Natürlich das Sehenswerte Rotenburg an der Fulda. Da muss man hin.

Helmut Fischlein
Rotenburg

Entwurf beim Patentamt

Doris Gutermuth: Slogan „Rotenburg...natürlich an der Fulda“ ist ein Juwel

VON MANFRED SCHAAKE

ROTENBURG. „Der Rotenburger Magistrat folgt mit seinem Beschluss, den Konne aus dem alten Werbe-Logo zu entfernen, dem selbst auferlegten Zwang zur Sparsamkeit.“ Das hat Doris Gutermuth aus Kassel erklärt. Ihr Vorschlag für ein neues Logo - vom Stadtmarketingverein favorisiert - hatte nicht das Wohlwollen des Magistrats gefunden.

Der Magistrat hatte, wie berichtet, beschlossen, das alte Logo ohne Konne zu verwenden. „Zweifellos ist ein neues Logo im professionell ausgeführten Grafik-Design eine kostspielige Angelegenheit, insbesondere wenn eine lang anhaltende Lösung für ein Logo gesucht wird, das alle Anforderungen einer Qualitätsmarke erfüllen soll.“ Diese Auffassung vertritt Doris Gutermuth. Doch so ganz ohne Geld werde auch die Umgestaltung des alten Werbe-Logos nicht über die Bühne gehen. Die Urheberrechte des Logo-Designers, der ein das Werbe-Logo gestaltet habe, seien zu berücksichtigen.

Einverständnis nötig

Sein Einverständnis an der Umgestaltung des Werbe-Logos müsse eingeholt werden: „Und es versteht sich von selbst, dass die vom Designer vorzunehmenden Veränderungen sowie die neu zu vereinbarenden Nutzungsrechte

am umgestalteten Werbe-Logo auch entlohnt werden müssen.“

Vorerst keine Rechnung

Eine Honorar-Rechnung werde aber so schnell nicht zu erwarten sein, meint Gutermuth. „denn die Stadt Rotenburg wird vermutlich noch

lange auf die vorhandenen Drucksachenbestände zurückgreifen können“. In der Zwischenzeit dürfe man sich darüber wundern, wie der Rotenburger Magistrat ein solches Juwel wie den von Frithjof Schild entwickelten Slogan „Rotenburg...natürlich an der Fulda“ derart achtlos in der

Versenkung verschwinden lässt.

Keine Vorstellung von Kosten

Gutermuth: „Der Magistrat hat wahrscheinlich keine Vorstellung davon, was namhafte Werbeagenturen in Düsseldorf, Hamburg oder München für einen Slogan dieser Qualität in Rechnung stellen würden. Ein vierstelliger Eurobetrag reicht da nicht aus.“

Da sei es verständlich, wenn der Marketingverein „Wir in Rotenburg“ auf dem schnellsten Wege die einzig richtige Vorkehrung getroffen habe: Der Slogan von Frithjof Schild und das von der Vereinsjury im Logo-Wettbewerb prämierte Rotenburg-Logo von Doris Gutermuth seien beim Deutschen Patent- und Markenamt als Wort-Bild-Marke angemeldet worden.

Verein setzt Zeichen

Der Rotenburger Marketingverein setze mit dieser Entscheidung ein markantes Zeichen in die Landschaft. Gutermuth: „In einer schwierigen Phase des Umbruchs, in der kompetente Regionalplaner und engagierte Menschen in den Kommunen Bebra, Rotenburg und Alheim das Fuldatal als Standortfaktor mit Alleinstellungsmerkmal herausstellen, wird der einzigartige Flusslauf der Fulda zum unverwechselbaren und einprägsamen Erkennungszeichen.“ **WEITERE BERICHT**



Beim Patentamt angemeldet hat Doris Gutermuth diesen vom Magistrat abgelehnten Logo-Entwurf.

Kritik perlt ab wie von einer Lotusblüte

ROTENBURG. Die zukunftsorientierten Ideen des Stadtmarketingvereins „Wir in Rotenburg“ stellen die einzigartige Schönheit der Fuldaaue in den Mittelpunkt und spiegeln damit inhaltlich die Förderpläne zur Regionalentwicklung auf eindrucksvolle Weise wider, argumentiert Doris Gutermuth: „Entsprechend perlt die Kritik an der abfallenden Linie im prämierten Rotenburg-Logo ab wie von einer Lotusblüte.“ Zu Recht, wie Gu-

termuth meint: „Erweist sich doch die reine Lehre von der Bevorzugung aufsteigender Linien im Logo-Design seit einiger Zeit als überholungsbedürftig.“

Wie berichtet, hatte der Magistrat nach den Worten von Bürgermeister Manfred Fehr die Auffassung vertreten, ein gutes Logo solle aufsteigende und keine anfallenden Linien haben. Gutermuth dazu: „Aufsteigende Linien, die vorzugsweise mit Bilanzkurven welt-

weit operierender Banken und Konzerne verbunden werden und nicht selten in deren Logos zu finden sind, verlieren zunehmend ihr positives Image: Denn immer dann, wenn Renditen in unvorstellbare Höhen steigen, fallen Menschen aus ihren Arbeitsplätzen heraus.“

Der stilisierte Flusslauf der Fulda im Rotenburg-Logo sei keine Bilanzkurve, argumentiert Gutermuth: „Er symbolisiert einen Lebensraum, den

sich die Menschen in ihrer Heimat bewahren und natürlich auf besondere Weise hervorheben wollen.“

Die Rotenburger Bürgerinnen und Bürger müssten sich eigentlich freuen, meint Gutermuth: „Im Kanon der anderen Städte, die den Namen Rot(h)enburg führen und gleichfalls an schönen Flüssen angesiedelt sind, stellt Rotenburg an der Fulda seinen Fluss auf höchst originelle und moderne Weise heraus.“ (m.s.)



Logo mit Fulda und Alheimer-Turm: Helmut Fischlein aus Rotenburg macht diesen Vorschlag.