

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 28. Juni 2021

A&B One überarbeitet Mecklenburg-Vorpommerns Markenauftritt

Die Kommunikationsagentur A&B One hat die Landesmarke von Mecklenburg-Vorpommern überarbeitet: Das Land entwickelt sich erfolgreich und ist moderner geworden. Diese gestiegene Attraktivität brauchte einen frischeren Markenauftritt. Mit der überarbeiteten Darstellung rückt A&B One die Modernität und Offenheit des Landes sowie dessen Innovation, Dynamik und Lebensqualität in den Vordergrund. Denn Mecklenburg Vorpommern ist nicht nur ein beliebtes Urlaubsziel, sondern hat sich als „Land zum Leben.“ etabliert – mit besten Möglichkeiten zum Arbeiten, Lernen, Studieren, Forschen, Investieren, Gründen und Genießen. Der neue Markenauftritt kommuniziert diese Zuschreibung nach außen und prägt das positive und attraktive Bild von Mecklenburg-Vorpommern.

Die Kernelemente der vorherigen Landesmarke finden sich dabei in einer klaren, modernen und grafischen Form wieder. Die Wort-Bild-Marke symbolisiert den Charakter Mecklenburg-Vorpommerns, nun ohne schwere Linien, dafür mit offener, freier und moderner Sprache in Form und Farbgebung: Das Bildzeichen mit seinen Landschaftsflächen orientiert sich in Darstellung und Farbfülle an der Natur des Landes, während das Wortzeichen dem Flügelschlag einer Möwe nachempfunden ist. Der Claim „MV tut gut.“ wird durch eine neue Schrift geprägt und unterstreicht die Natürlichkeit sowie die lebendige und bodenständige Haltung des Landes. Die Grundversion der Marke transportiert selbstbewusst die Abkürzung „MV“. Zu diesem Schritt hat sich das Landesmarketing nach Untersuchungen durch die Research-Abteilung von A&B One entschlossen. Dazu wurden Befragungen in Fokusgruppen mit Bürgerinnen und Bürgern des Landes in den Jahren 2018 und 2020 durchgeführt. „Das Kürzel ist im Land längst etabliert und stiftet zunehmend Identifikation. Es eröffnet zudem die Möglichkeit einer harmonischen Integration des Claims ‚MV tut gut.‘ in das Landessignet“, so der Leiter des Landesmarketings, Peter Kranz.

Das Corporate Design der Landesmarke wird mit ihrem hohen Wiedererkennungswert übergreifend auf allen Medien Mecklenburg-Vorpommerns umgesetzt. Dadurch wird ihr Charakter als Dachmarke für alle Kommunikationsthemen gestärkt. Das Landessignet mit Claim kommt immer dann zum Einsatz, wenn die Kommunikation imageprägend ist. Institutionen wie die Ministerien der Landesregierung werden darüber hinaus Landessignets mit Namenszusätzen zur Verfügung gestellt. Rupert Ahrens, Geschäftsführer der A&B One Kommunikationsagentur, erklärt: „Die Landesmarke kann nun sämtliche Facetten, die Mecklenburg-Vorpommern als Land ausmachen, widerspiegeln. Sie markiert, wofür MV im Kern steht.“

Seite 2

Im Landessignet findet die Vielfalt des Landes Ausdruck in den farbigen Landschaftsflächen und geschwungenen Linien. Mecklenburg-Vorpommern wird zu MV. Der Claim „MV tut gut.“ ist integraler Bestandteil der Markenwirkung im werblichen Auftritt und Imageträger.



Die Farbfülle Mecklenburg-Vorpommerns wird zum Markenzeichen.

- Wasserblau
- Himmelblau
- Sonnengelb
- Wiesengrün
- Ziegelrot
- Waldgrün
- Eisblau
- Lichtgrün

Markante neue Hausschrift

Mecklenburg-Vorpommern ist MV.

Das Landessignet entspringt unserer Natur.

Die Vielfalt des Landes findet Ausdruck in farbigen Landschaftsflächen und geschwungenen Linien.

Das neue Erscheinungsbild von MV

Foto: Holger Martens

Pressekontakt

Steffen Zinßer
A&B One Kommunikationsagentur GmbH
Müllerstraße 32
13353 Berlin

Tel +49 30 24086-630
Fax +49 1805 223285
Mobil +49 172 6125755
s.zinsser@a-b-one.de
www.a-b-one.de

Als Community der Spezialisten vereint A&B One analytische, strategische und kreative Kompetenzen aus PR, Werbung, Design, Digitaler Kommunikation sowie Marktforschung mit operativer Kampagnenfähigkeit. A&B One gehört zu den mehrfach disziplinenübergreifend ausgezeichneten Kommunikationsagenturen in Deutschland. Die 1993 gegründete Agentur beschäftigt insgesamt 65 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Standorten Berlin und Frankfurt am Main.