

Medienmitteilung  
Freiburg, 1. März 2010

## Neues Corporate Design für den Staat Freiburg

**Der Freiburger Staatsrat hat letzten Herbst entschieden, dass die kantonale Verwaltung des Staats Freiburg über ein modernes und einheitliches Corporate Design verfügen soll. Es soll eine starke Marke «Freiburg» geschaffen werden, die das Zusammengehörigkeitsgefühl stärkt und die Leistungen des Staates an seine Bürgerinnen und Bürger transparent erkennbar macht. macmac media ist stolz, das Resultat dieses Arbeitsprozesses zu präsentieren. In Zusammenarbeit mit einer verwaltungsinternen Arbeitsgruppe wurde ein für den Staat Freiburg einheitliches Corporate Design Konzept erarbeitet.**

Das neue Erscheinungsbild des Staats Freiburg widerspiegelt sowohl in den Farben (Schwarz und Weiss) als auch in der grafischen Linie, die Tradition und Modernität verbindet, die traditionelle Nüchternheit des Kantons. Das Logo symbolisiert die Abstraktion des Kantonswappens und deutet – je nach Leseart – ein Apostroph an. Eine bewusst gewählte Doppeldeutigkeit. Das Apostroph als Verbindungszeichen zwischen Staat und Bevölkerung symbolisiert den Dialog zwischen gleichberechtigten Partnern. Die Bezeichnung „Staat Freiburg – Etat de Fribourg“ wurde bewusst gewählt. Sie unterstreicht die geschichtliche Besonderheit, dass in Fribourg anstelle von «Kanton Freiburg» der Begriff «Staat Freiburg» verankert ist.

Im Oktober 2008 gewann das Freiburger Büro macmac media die öffentliche Ausschreibung für ein neues Corporate Design des Kantons Freiburg. Nach über einem Jahr intensiver Arbeit haben der Staatsrat Beat Vonlanthen, die Kanzlerin Danielle Gagnaux und macmac das Resultat dieses spannenden Prozesses anlässlich der Medienkonferenz vom 27. Januar 2010 präsentiert (siehe [http://admin.fr.ch/ww/de/pub/aktuelles.cfm?fuseaction\\_pre=detail&prid=78647](http://admin.fr.ch/ww/de/pub/aktuelles.cfm?fuseaction_pre=detail&prid=78647)).

Der ganze Kurationsprozess des neuen Logos des Staats Freiburg orientierte sich an den im Pflichtenheft definierten Vorgaben und Zielen des Projekts. Diese lauteten:

1. Schaffung einer starken Marke “Staat Freiburg”, welche das Gefühl der Zusammengehörigkeit verstärkt.
2. Eine kohärente, einheitliche und klare visuelle Kommunikation aller Leistungen des Staats.
3. Die Leistungen des Staats sollen transparent sein.
4. Der administrative Alltag soll durch ein einheitliches Erscheinungsbild einfacher und effizienter gestaltet werden. Die konsequente Weiterführung dieses Ansatzes soll zu Skalenerträgen, sprich zu Einsparungen im administrativen Alltag führen.

Der Kurationsprozess des neuen Logos orientierte sich an symbolischen wie funktionalen Anforderungen. Mit dem schwarz-weissen Wappen war schnell klar, dass sich der neue visuelle Auftritt des Staats Freiburg nicht über die Farbe oder ein historisch verankertes Wappentier von anderen Kantonen unterscheiden konnte. Es blieb nur ein hohes Mass an Originalität, um eine starke Marke “Staat Freiburg” zu schaffen.

Es ist uns gelungen, Funktionalität und Symbolik in einem optimalen Mass zu vereinen. Dank der Originalität und Einfachheit der Lösung wird ein hoher Wiedererkennungswert garantiert, und der Staat schafft ein starkes Bild in der Öffentlichkeit wie auch innerhalb der Verwaltung. Das Logo wird nun schrittweise im Laufe des Jahres 2010 eingeführt.

Wir danken an dieser Stelle Pablo Echegoyen von Maskin für die Mitarbeit bei der Erarbeitung des Logos.

macmac media

Reto Cotting  
Claudine Esseiva