



t das Donauinselfest auf â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG10401 | 01.12.2016 | Kunde: Donauinselfest | Ressort:
Wirtschaft Ã–sterreich | APA-OTS-Meldung

Das Kreativbüro Valence hat dem größten Open-Air-Festival Europas mit freiem Eintritt einen zeitgemäßen Markenauftritt verpasst. Vertraute Markenmerkmale wurden aufrechterhalten und Bestehendes weiterentwickelt.

Bilder zur Meldung auf [https:// www.flickr.com/ photos/ donauinselfest/ collections/72157674605585200](https://www.flickr.com/photos/donauinselfest/collections/72157674605585200)

Video zur Meldung auf [https:// www.youtube.com/ watch? v=i7ilTO_Ltlw](https://www.youtube.com/watch?v=i7ilTO_Ltlw)

Wien (LCG) – Die 34. Auflage des Donauinselfests, das von 23. bis 25. Juni 2017 über seine 18 Bühnen gehen wird, überrascht nicht nur mit sanften Innovationen im Konzept, sondern auch mit einem neu gestalteten Kommunikationsauftritt, für den das Designstudio Valence unter Kreativdirektor und Gründer **Michael Zagorski** verantwortlich zeichnet. Das Kreativbüro hat unter anderem auch für die Red Bull Music Academy Vienna den Kommunikationsauftritt umgesetzt. Unter dem Credo „Vertrautes – Neu“ hat das Team von Valence die jahrelang erfolgreiche Wort-Bild-Marke Donauinselfest in ein schlankeres, modernes Design transferiert. Besonderes Augenmerk wurde hier darauf gelegt, das „gelernte“ Bild nicht komplett zu verändern, sondern vertraute Merkmale in ein verjüngtes Image zu setzen.

„Das Donauinselfest als größtes Open-Air-Festival Europas mit freiem Eintritt feiert seit 33 Jahren eine unglaubliche Erfolgsgeschichte und bietet seinen Besucherinnen und Besuchern ein einzigartiges Erlebnis, das wir als Kreativbüro auch in der grafischen Sprache und der Bildästhetik kommunizieren möchten. Daher haben wir das gewohnte Farbmuster beibehalten, aber Logo und Bildsprache mit reduzierten, modernen Akzenten versehen“, so Zagorski.

Gelerntes Design neu gestaltet

Für Projektleiter **Thomas Waldner** von Pro Event, die als Eventagentur für die Umsetzung des Donauinselfests verantwortlich zeichnet, war es an der Zeit für einen sanften Relaunch des Kommunikationsauftritts:

„Das Donauinselfest entwickelt sich seit seiner Gründung laufend weiter. Das kommende Jahr wird von sanften Innovationen geprägt sein. Mit dem Donauinselfest entwickeln sich auch die Gewohnheiten der Besucherinnen und Besucher weiter: Dem zunehmenden Medienkonsum auf Smart Devices und in Social Media tragen wir durch eine ausdrucksstarke und unverwechselbare Bildsprache Rechnung. Dabei wird die etablierte Wort-Bild-Marke durch den cleanen, reduzierten Look weiter gestärkt.“

So blieb beim gesamten Kommunikationsauftritt die vertraute Farbwelt in Türkis- und Rottönen bestehen. Dadurch ist der hohe Wiedererkennungswert gegeben, es bieten sich aber trotzdem viele Kombinationsmöglichkeiten sowie Spielereien mit Reduktion und Inversion im gewohnten Farbmuster. Bei der Logogestaltung wurden die altbekannten Wasserblasen, die seit 2011 das Donauinselfest prägen, auf schlankere Kreise reduziert und spielerisch angeordnet in eine moderne Bildsprache transferiert. Die neu gestalteten Kreise erinnern ebenso an Wasser wie auch an

dynamische Schallwellen und können in dieser Form als eigenständiges Keyvisual von der Schrift gelöst verwendet werden.

Das Kreis-Sujet hält Einzug in der gesamten Bildsprache und wird als reduzierte Grafik an den Bühnenseiten oder als Formmaske für verschiedene Musikrichtungen und Themen direkt an den Bühnen eingesetzt werden. Durch die Überlagerung der Kreise erhält die verspielte Bildsprache mehr Tiefe und Bewegung und verleiht dem gesamten Kommunikationsauftritt einen unverwechselbaren, auffälligeren Look, ohne dabei die vertraute Wort-Bild-Marke zu entfremden.

Über das Donauinselfest

Das 34. Donauinselfest findet von 23. bis 25. Juni 2017 statt. Der Eintritt ist frei. Das Donauinselfest wird seit 1983 von der Wiener SPÖ auf der Donauinsel, dem beliebten Freizeitparadies der Wienerinnen und Wiener veranstaltet. Insgesamt 600 Stunden Programm erwarten die Besucherinnen und Besucher auf dem 4,5 Kilometer langen Festivalgelände. Über 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen für reibungslose Abläufe, die Sicherheit und das Wohlergehen. 40 Kilometer Stromkabel werden verlegt und 7.500 Meter Absperrungen regeln den Gästestrom. 130 Zelte sowie 207 Büro- und Lagercontainer sind das Rückgrat der ausgefeilten Logistik. In 43.967 Medienberichten wurde heuer über das Programm und die Festivalhighlights berichtet und auf Facebook erzielt das Donauinselfest eine Reichweite von 13,5 Millionen Menschen. Weitere Informationen auf [http:// www.donauinselfest.at](http://www.donauinselfest.at) .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [https:// www.donauinselfest.at](https://www.donauinselfest.at) . (Schluss)

